



HAL
open science

Vers une approche sociologique de l'exotisme : de l'ethnocentrisme à l'illusion empirique, la présence française au Vietnam

Manon Binet

► To cite this version:

Manon Binet. Vers une approche sociologique de l'exotisme : de l'ethnocentrisme à l'illusion empirique, la présence française au Vietnam. Sociologie. Université Bourgogne Franche-Comté, 2021. Français. NNT : 2021UBFCC022 . tel-03616295

HAL Id: tel-03616295

<https://theses.hal.science/tel-03616295>

Submitted on 22 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ
ÉCOLE DOCTORALE « SOCIÉTÉS, ESPACE, PRATIQUES, TEMPS »



Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en

SOCIOLOGIE

TOME 1

VERS UNE APPROCHE SOCIOLOGIQUE DE L'EXOTISME :

De l'ethnocentrisme à l'illusion empirique

La présence française au Vietnam

Présentée et soutenue publiquement par

Manon BINET

15 Octobre 2021

Sous la direction de M. le Professeur Huu Khoa LE



Membres du jury :

Jacques BAROU, Directeur de recherche émérite, Laboratoire PACTE, IEP de Grenoble
(*rapporteur*)

Joël CANDAU, Professeur émérite à l'Université Côte d'Azur (*rapporteur*)

Gilles FERRÉOL, Professeur à l'Université de Bourgogne Franche-Comté (*examinateur*)

Huu Khoa LE, Professeur à l'Université de Lille (*directeur*)ylvine

PICKEL - CHEVALIER, MCF à l'Université d'Angers (*examinatrice*)



UNIVERSITÉ BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ
ÉCOLE DOCTORALE « SOCIÉTÉS, ESPACE, PRATIQUES, TEMPS »



Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en

SOCIOLOGIE

TOME 1

VERS UNE APPROCHE SOCIOLOGIQUE DE L'EXOTISME :

De l'ethnocentrisme à l'illusion empirique

La présence française au Vietnam

Présentée et soutenue publiquement par

Manon BINET

Octobre 2021

Sous la direction de M. le Professeur Huu Khoa LE



Membres du jury :

Jacques BAROU, Directeur de recherche émérite, Laboratoire PACTE, IEP de Grenoble
(*rapporteur*)

Joël CANDAU, Professeur émérite à l'Université Côte d'Azur (*rapporteur*)

Gilles FERRÉOL, Professeur à l'Université de Bourgogne Franche-Comté (*examinateur*)

Huu Khoa LE, Professeur à l'Université de Lille (*directeur*) ylvine

PICKEL - CHEVALIER, MCF à l'Université d'Angers (*examinatrice*)



Remerciements

D'abord, je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à Monsieur Gilles Ferréol, président du laboratoire C3S, qui m'a suivie et guidée durant ma thèse. Son exigence, à la fois humaine et universitaire, a été infiniment précieuse. J'aimerais le remercier pour ses critiques constructives et la franchise de ses conseils. Par ailleurs, je voudrais aussi souligner l'importance de son accompagnement administratif qui a été considérable.

Je formule également mes sincères remerciements aux membres du jury. D'abord à Monsieur Jacques Barou, qui m'a inculqué des connaissances dans le domaine de l'interculturalité lorsqu'il était mon professeur en master. Puis à Monsieur Joël Candau qui, par ses publications, a enrichi cette thèse d'une perspective relevant de l'anthropologie cognitive et sensorielle. Enfin à Madame Sylvine Pickel-Chevalier qui m'a accordé sa confiance professionnelle à l'ESTHUA. Je les remercie pour le temps et l'énergie qu'ils ont consacrés à la lecture de ce travail. J'espère qu'il est à la hauteur de leurs attentes.

Il me faut adresser une gratitude toute particulière à Monsieur Huu Khoa Le. Il est mon directeur de thèse, mais également mon mentor. Depuis le début il m'a conseillée avec tranchant, justesse et patience aussi bien sur le plan scientifique, que sur le plan professionnel. Il m'a permis de voir au-delà de mes perspectives, il m'a poussée à surpasser mes limites. Je le remercie pour sa rigueur ainsi que pour m'avoir fait comprendre par sa pratique et sa méthode le sens du mot « connivence ».

J'en profite également pour remercier l'Université de Lille, grâce à laquelle j'ai vécu trois expériences décisives. Dans cet établissement, j'ai pu bénéficier d'une formation universitaire, j'ai eu l'occasion d'enseigner à des étudiants de master et enfin j'ai participé en tant qu'intervenante à des journées d'étude internationales auprès de conférenciers réputés.

Mes sentiments vont également à ma famille pour son soutien et ses encouragements. Si j'ai pu progresser sereinement à l'élaboration de cette recherche, c'est aussi grâce à mes parents qui ont mis en place les conditions émotionnelles et financières nécessaires. L'assurance d'avancer dans un travail en ayant un cadre bienveillant et sécurisant est inestimable.

Il m'est impossible d'oublier les participants et les participantes des enquêtes quantitatives et qualitatives. Sans eux, ce travail n'aurait pas pu voir le jour. Je suis reconnaissante pour leurs contributions et leurs disponibilités.

Enfin, je remercie mon entourage proche qui a été à mes côtés à chaque étape de ma thèse. À Esyld, mon appui de tous les instants, à Perrine, Raphaël, Emilie, Fatima, Charles, Audrey, Philippe, Charlotte, Clothilde, Robi, Law, Filou, Robi, Lucie, Kam, Robine, Marthe,

Mathilde, Sasha, Alex, Coco, Luc, qui m'ont aidée à corriger et relire, et à tous les autres qui ont œuvré par des formes variées à la réalisation de cette thèse, merci.

Sommaire

VOLUME 1

REMERCIEMENTS	3
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION	8
PREMIÈRE PARTIE : CHAMPS THEORIQUES ET CHOIX CONCEPTUELS	16
Chapitre I. Les distances qui font naître l'étrange	17
Chapitre II. Une différenciation relative au reconnaissable	35
Chapitre III. L'ethnocentrisme comme annonce d'un pouvoir de domination	49
Chapitre IV. La mise en scène de l'interaction	58
Chapitre V. Le contexte d'une société éclatée.....	68
Chapitre VI : Typologie de l'authenticité	81
Chapitre VII. Les différents types de représentations sociales utilisés pendant la recherche.....	83
DEUXIÈME PARTIE : EXPLORATION DE L'IMAGERIE EXOTIQUE VIETNAMIENNE	93
Chapitre VIII. Présentation et justification des corpus analysés.....	94
Chapitre IX. Couverture des guides touristiques : introduction des paysages et des personnages	100
Chapitre X. Les films de l'Indochine : un décor des péripéties du narrateur occidental.....	105
Chapitre XI. Chanson : l'imagerie du Vietnam à travers le temps et l'histoire	119
Chapitre XII. Le Documentaire : un cadre d'expérience ambigu	137
Chapitre XIII. Marketing des produits alimentaires : l'exotisme vendeur	145
TROISIÈME PARTIE : DISPOSITIFS METHODOLOGIQUES ET PRESENTATION DES DONNEES POUR APPREHENDER LE COMPORTEMENT SENSIBLE ET INTELLIGIBLE DU VOYAGEUR	150
Chapitre XIV. Méthode quantitative par questionnaire : collecter des résultats par catégorie.....	151

Chapitre XV. Méthode qualitative par entretien : les prénotions des touristes à l'épreuve de leurs expérimentations	166
Chapitre XVI. Méthode par observation participante : étude de l'exotisme dans un même espace culturel	206
QUATRIÈME PARTIE : LES ACTEURS DE L'EXOTISME DANS L'INDUSTRIE DU TOURISME	227
Chapitre XVII. Les populations locales : une mise en scène envahissante et lucrative	228
Chapitre XVIII. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotisme	232
Chapitre XIX. Touristes et voyageurs : une posture différente, mais la même passion de l'exotisme	236
Chapitre XX. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique	243
Chapitre XXI. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchande.....	251
CINQUIÈME PARTIE : DES REPRESENTATIONS EXOTIQUES DU VIETNAM QUI DEFORMENT LES REALITES LOCALES ET LES PREUVES HISTORIQUES	265
Chapitre XXII. Les dualités complémentaires des représentations	267
Chapitre XXIII. Typologie des personnages exotiques	278
SIXIÈME PARTIE : DES IDEAUX TYPES POUR SAISIR LA RELATION ENTRE LE DECODAGE COGNITIF DES INDIVIDUS ET LE REEL	293
Chapitre XXIV. L'Exotisme de conception immersive	296
Chapitre XXV. L'exotisme de conception contemplative	306
CONCLUSION	315
BIBLIOGRAPHIE.....	332
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	356
TABLE DES MATIERES	359

VOLUME 2

SOMMAIRE	Erreur ! Signet non défini.
-----------------------	------------------------------------

Annexe 1. Documentation sur le Vietnam et l'exotismeErreur ! Signet non défini.

- A. Les définitions du dictionnaireErreur ! Signet non défini.
- B. Histoire du Vietnam : de la période coloniale française à la guerre américaineErreur ! Signet non défini.

Annexe 2. Exploration de l'imagerie exotique vietnamienneErreur ! Signet non défini.

- A. Couverture des guides touristiques français sur le VietnamErreur ! Signet non défini.
- B. Questionnaire à destination des Français ayant voyagé au Vietnam ... Erreur ! Signet non défini.

Annexe 3. Dispositifs méthodologiques et présentation des données pour appréhender le comportement sensible et intelligible du voyageurErreur ! Signet non défini.

- A. Guide d'entretienErreur ! Signet non défini.
- B. Extraits des verbatimErreur ! Signet non défini.
- C. Documents cités lors des entretiensErreur ! Signet non défini.

Annexe 4. Les acteurs de l'exotisme dans l'industrie du tourismeErreur ! Signet non défini.

- A. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotismeErreur ! Signet non défini.
- B. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique.....Erreur ! Signet non défini.
- C. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchandeErreur ! Signet non défini.

Annexe 5. Des représentations exotiques du Vietnam qui déforment les réalités locales et les preuves historiques Erreur ! Signet non défini.

- A. L'image de la population générale : entre confusion, misérabilisme et populisme**Erreur ! Signet non défini.**
- B. Les populations spécifiques : des figures adaptées aux besoins des exotisantsErreur ! Signet non défini.

Annexe 6. Des idéaux types pour saisir la relation entre le décodage cognitif et le réel..... Erreur ! Signet non défini.

- A. L'exotisme de conception immersive.....Erreur ! Signet non défini.
- B. L'exotisme de conception contemplativeErreur ! Signet non défini.

Annexe 7. Autre Erreur ! Signet non défini.

TABLES DES ILLUSTRATIONS.....128

Introduction

Depuis maintenant quatre ans, j'habite et je travaille dans ma chambre à Lille. Lorsque j'écris sur ma thèse, il m'arrive de regarder par la fenêtre et de perdre mon attention dans la grisaille du Nord. Tout cela n'aurait pas d'intérêt à être raconté si depuis deux ans juste en face de cette même fenêtre un commerce bien particulier ne s'était pas installé. Je me souviens encore du jour où en pleine rédaction devant mon ordinateur, des ouvriers garent leur camion, ouvrent leur remorque et en sortent un panneau de devanture sur lequel est marqué « *Maruthi exotique, alimentation générale* ». Je ne peux retenir un fou rire devant l'ironie de la situation. Il suffisait d'écrire une thèse sur l'exotisme pour que juste devant mon bureau, un commerce qui vend des produits exotiques ouvre. Lors de cette même journée, j'entends mes colocataires au salon, qui donne aussi sur l'épicerie, apprécier l'installation de ce nouveau magasin. Ils s'exclament qu'ils vont pouvoir acheter du lait de coco, de la sauce soja, des pâtes instantanées, des patates douces, etc. Je décide de m'aventurer dans l'épicerie pour découvrir ce qui y est proposé. Le patron est tamoul, il vient du Sri Lanka. L'épicerie se compose de toutes sortes d'articles venant de différents pays. Les produits que mes colocataires ont nommés sont en évidence dans les rayons. Au-dessus de la porte, il y a une grande télévision, le patron regarde un match de cricket, dans une langue que je ne connais pas. Des mangues et des noix de coco sont en promotion. À côté de la porte, plusieurs kilos de riz sont entassés dans de gros sacs. Des bâtons d'encens ont été allumés, un petit temple siège à côté de la caisse. Le portrait d'une divinité hindouiste se trouve sur un mur. Je suis plongée dans un univers sensoriel stimulant, loin de ceux auxquels je suis habituée. Le moment est agréable. Je ne suis jamais allée au Sri Lanka, toutefois j'ai l'impression d'être immergée dans l'ambiance de ce pays. L'illusion exotique a marché. Je me sens voyager et m'évader de mon bureau qui n'est pourtant qu'à quelques mètres. Chaque jour, de ma fenêtre je vois cette épicerie et à chaque fois j'observe le pouvoir de l'exotisme. Il emmène l'individu dans des univers de sens et des trajectoires de pensée qui le transportent ailleurs.

L'exotisme évoque une imagerie particulière et provoque une intense excitation. Commencer par cette anecdote a semblé être la manière la plus percutante, et certainement très évidente, de présenter la notion d'exotisme. De cette façon, le lecteur peut se rendre compte du décalage qui s'opère entre l'étymologie et la définition de l'exotisme par rapport à sa manifestation dans le réel. Par son étymologie, l'exotisme exprime l'étranger. Il dérive du latin *exoticus*, qui lui-même provient du grec *exôtikos*. Ce terme, formé à partir de l'élément *exô* (« au-dehors »), désigne « l'étranger », « l'extérieur ». D'après cinq dictionnaires différents (Annexe 1), le terme caractérise des éléments de nature diverse : des produits, des personnes, des animaux, des usages, des objets, des arts, des paysages, des sentiments et des appétences. Dans les dictionnaires du *Grand Larousse*, du *Larousse en ligne*, de l'*Académie française* et du *CNRTL*, l'exotisme est en effet en lien avec les pays « étrangers ». Les trois derniers dictionnaires cités précisent que ces territoires sont « généralement » lointains ou

peu connus. *Le Grand Larousse* resserre un peu plus la définition en ajoutant que le terme est « *particulièrement* » associé aux pays chauds. *Le Larousse* en ligne rejoint également cette idée tout en indiquant : « [qu'il] *ne contient pas en soi cette idée* ». De même, il émet l'hypothèse que l'on confond « tropique » et « exotique » de par leur similarité lexicale. D'après le CNRTL, ce ne sont pas forcément des « *régions chaudes* » qui lui sont rattachées, mais « *d'autres climats* ». Une autre pensée qui se dégage de ces définitions est le fait que le terme est construit autour du pays qui a conditionné la personne qui l'utilise, et qui lui a enseigné des filtres de perception. Le dictionnaire de *l'Académie Française* explique donc que l'exotisme qualifie des pays « *présentant d'évidentes différences avec celui qui sert de référence* ». Enfin pour le dictionnaire *Littré*, l'exotisme est par conséquent une chose « *pas naturelle au pays* ». Le dictionnaire du CNRTL reprend cette idée de « nature » en parlant « [d'] *un caractère naturellement original* » relatif à l'étranger. La déformation entre ces définitions et les mécanismes qui se sont révélés dans l'anecdote de l'épicerie exotique sont significatifs. Selon Denise Brahim, Maître de conférences en littérature comparée, dans le premier numéro de la revue *Carnet de l'exotisme* : « *L'exotisme est un piège parce qu'on le croit facile, alors qu'il est d'une épuisante difficulté* »¹. Ce concept est souvent confondu avec l'altérité alors qu'il est toujours relatif au point de vue d'un sujet sur un Ailleurs particulier.

PRÉSENTATION DU CADRE THÉORIQUE

L'exotisme n'est pas l'altérité (qui est une valeur objective) parce qu'il met en place différentes formes de distance qui permettent de développer le jugement impressif de l'étrange. Ce qui est étrange se formule à travers les imaginaires connus de l'individu exotisant. Il va partir de ses référentiels pour former une représentation de l'Autre qu'il va projeter. L'imaginaire exotique est spécifique. L'individu qui parcourt l'Ailleurs avec un regard exotique cherche une différence relative au reconnaissable. L'inconnu total ne rentre pas dans les grilles de compréhension de l'exotisme. L'exotisant n'est pas fasciné par la différence, mais par ce qui est radicalement à l'opposé de lui. Ses références sont sa grille de lecture du monde. L'Autre n'est pas perçu avec neutralité, mais à travers un filtre de compréhension. L'exotique est une perception qui active un imaginaire par les sens et qui transmet à l'individu des émotions et des ressentis puissants. Par ce fait, l'exotisant se place au centre. C'est ce qu'on appelle l'ethnocentrisme.

L'exotisme résulte d'un ethnocentrisme et crée une illusion empirique. Même si l'ethnocentrisme est un mécanisme réflexe présent dans chaque groupe, il convient d'affirmer que tous les espaces culturels n'ont pas le pouvoir d'édicter leur vision du monde. La perception exotique n'est pas un simple raccourci cognitif. L'exotisme est un pouvoir qui façonne l'image du monde par ce qu'il s'impose. Les représentations ont une dimension performative. L'imaginaire influence la réalité du fait qu'il conditionne la vision du monde et

¹ Alain Quella-Villégier, « L'exotisme mode d'emploi » dans *Les Carnets de l'exotisme*, Torii Editions., Poitiers, 1990.

donc les attitudes des individus. À cause de ces représentations, certains comportements de l'Autre sont présumés. N'importe qui ne peut pas exotiser. L'exotisme est le produit d'un rapport de force en faveur d'un espace culturel qui a du pouvoir sur les représentations d'un autre espace culturel. Les représentations exotiques s'affranchissent des réalités locales et des preuves historiques. L'imagination et donc l'imaginaire agissent sur le réel. L'imaginaire devient le cadre de référence qui définit une situation et qui structure les événements sociaux. La rencontre avec l'Autre est influencée par ce cadre d'expérience. L'Autre est comédien, son environnement un décor, sa rencontre avec le touriste une mise en scène. Les faux semblants, les fantasmes, les illusions et les symboles défient la réalité qui se soustrait à la subjectivité d'un regard. Nous pourrions revenir sur chacune de ces affirmations dans ce travail de thèse, pour démontrer leur ancrage et de quelle analyse elles résultent.

Cette thèse propose de se placer dans son époque. Elle entame une réflexion sur la relation entre exotisme et postmodernité. Nous verrons comment l'exotisme s'inscrit dans un découpage du réel engendré par la postmodernité. Nous identifierons un monde sacré et un monde profane. Alors que le monde profane serait routine, contraintes et responsabilité, le monde sacré serait ressourcement et plaisir. L'individu aurait besoin d'un monde sacré pour contrebalancer le monde profane. L'exotisme appartiendrait au monde sacré et agirait comme un baume thérapeutique sur l'individu en quête de sens, d'authenticité, de ressourcement, etc.

CHOIX DU SUJET : RAISONS, INTÉRÊTS, EXPÉRIENCES

Pour mieux appréhender une approche sociologique de l'exotisme, ce travail propose d'utiliser une destination spécifique comme étude de cas. Cette destination est le Vietnam. Nous étudierons la perception des Français dans ce pays.

Ce territoire paraît pertinent pour traiter la thématique de l'exotisme au vu de ses rapports avec la France. Le Vietnam a fait partie de l'Indochine. La présence française sur ce territoire remonte à 1862². De plus, la guerre du Vietnam (1955-1975) est un conflit qui a aussi été marquant dans l'histoire sociale de la France. La population française a aujourd'hui un imaginaire du Vietnam substantiel et spécifique.

Le Vietnam est également une destination prisée par les touristes français. D'après la Direction Générale des Entreprises (DGE) et l'enquête de Suivi de la Demande Touristique des Français (SDT), en 2016, 99 000 Français sont allés au Vietnam. C'est le cinquième pays d'Asie et d'Océanie le plus visité cette année-là³.

² Thu Hang Le, « Le Viêt Nam, un pays francophone atypique : regard sur l'emprise française sur l'évolution littéraire et journalistique au Viêt Nam depuis la première moitié du XXe siècle », *Documents pour l'histoire du français langue étrangère et seconde*, 2008, n° 40/41, p. 341-350.

³ *Enquête Suivi de la Demande Touristique. Les déplacements touristiques des Français*, France, DGE, 2018.

D'aucuns disent que le choix du sujet d'une thèse est souvent lié à l'expérience de l'auteur. Il n'en est pas autrement ici. J'ai vécu six mois au Vietnam et six mois au Laos. Au cours de mes séjours en Asie du Sud-Est, j'ai remarqué le fait qu'en tant qu'Occidentaux et plus particulièrement en tant que Français, nous avons tous et toutes des comportements, des pratiques, des descriptions similaires de ce que nous avons vu et vécu. Pourtant dans le même temps, nous sommes également tous et toutes persuadés que ces expériences nous appartiennent. Nous pensons avoir joui d'observations uniques et nous sentons légitimes dans notre expertise. Nous restons quelques semaines à quelques mois dans un pays et nous sommes convaincus d'avoir « vu » le Laos, la Birmanie ou le Vietnam. À notre retour, nous croyons avoir réussi à extraire le jus d'une réalité complexe et nous sommes satisfaits. Ce constat porte à interrogation. Ceci m'a amenée à me questionner sur ce qu'est l'exotisme.

TERMINOLOGIE : APPROCHES ET PRÉCISIONS

Dans cette thèse, nous parlerons de la présence française au Vietnam et par conséquent de l'Occident au Vietnam.

Selon les historiens Lucian Boia et Sophie Bessis, le terme « occident » est une appellation, il ne désigne pas un groupe proclamé comme tel. « Occident » est une notion habituellement utilisée pour faire une démarcation politique et géographique. Notamment pour se distinguer d'autres zones géographiques et politiques d'influence ou au contraire de zones où l'Occident a un pouvoir fort. D'après Boia cette notion est à comprendre à travers son histoire. On peut dater la naissance de l'Occident après la division de l'Empire romain en 285 en une tétrarchie qui marque un affaiblissement durable des liens entre l'Orient et une partie de l'Europe. À partir de cette date, Boia montre que l'Occident s'est peu à peu séparé du reste du monde. Par exemple par la création d'un alphabet propre ou par des événements tels que les Croisades, la scission des églises d'Orient et d'Occident en 1054, la réforme protestante, la création de l'OTAN durant la guerre froide, etc.⁴ Bessis évoque davantage 1492 pour dater l'avènement de l'Occident : « *La découverte de l'Amérique et l'expulsion des Juifs et des musulmans d'Espagne [...] dessinent en effet les frontières de l'Occident moderne, que l'on voit naître au tournant du XVI^e siècle sous le double signe d'une appropriation et d'une exclusion* »⁵. Pour Georges Corm ce terme reflète avant tout une vision du monde. Une vision qui se donne pour mission de diffuser certaines normes et valeurs considérées comme universelles, mais qui découlerait en réalité de valeurs particularistes en faveur de l'Occident. Bessis parle d'une lassitude générale envers « l'arrogance de l'Occident »⁶. De manière pragmatique, on peut admettre que les pays suivants (et ensemble de pays) peuvent être

⁴ Lucian Boia, *L'Occident : une interprétation historique*, Paris, Belles lettres, 2007.

⁵ Sophie Bessis, *L'Occident et les Autres : histoire d'une suprématie*, Nachdr., Paris, Ed. La Découverte, 2006, p. 15.

⁶ *Ibid.*

qualifiés comme appartenant à l'Occident : l'Europe (l'Union européenne et l'AELE), le Canada, les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande.

Ce travail propose d'étudier la présence française au Vietnam par le tourisme. D'abord, cela a semblé la manière la plus simple, parce que c'est l'expression de l'exotisme qui nous paraît la plus évidente. Ensuite, cela semble la façon la plus efficace de traiter de cette notion parce qu'il est aisé de trouver des individus ayant voyagé au Vietnam pour participer à l'enquête empirique. Enfin cette stratégie est cohérente avec mon propre vécu puisque j'ai déjà été confrontée (par mon regard et celui des autres voyageurs) à la perception exotique. Par conséquent, nous analyserons l'exotisme par la perspective de touristes ou de voyageurs.

Dans cette thèse, lorsque les termes « voyageur », « touriste » ou « visiteur » seront utilisés, ils se référeront à la définition de l'OMT :

« [...] qui fait un voyage vers une destination principale située en dehors de son environnement habituel, pour une durée inférieure à un an et pour un motif principal (affaires, loisirs ou autre motif personnel) non lié à l'emploi par une entité résidente dans le pays ou le lieu visité. Ces voyages faits par des visiteurs sont des voyages de tourisme. Le tourisme se rapporte à l'activité des visiteurs ».⁷

De plus, selon l'OMT la notion de voyage doit être rattachée à l'idée de mobilité :

« Le voyage s'entend de l'activité des voyageurs. Un voyageur est une personne qui se déplace entre des lieux géographiques différents [...] ».⁸

Au vu de ces définitions, les personnes expatriées ne seront donc pas concernées par cette thèse.

ÉTUDE : PROBLÉMATISATION DE L'EXOTISME

Dans une perspective sociologique, comment peut-on définir l'exotisme aujourd'hui ?

Un des axes de recherche de cette thèse est de proposer une nouvelle définition sociologique de l'exotisme qui prend en compte ses univers de sens, ses contextes socioculturels ainsi que ses structures. L'idée est de se détacher de l'approche artistique et littéraire de l'exotisme pour se tourner vers sa dimension sociale.

Quels sont les impacts de l'exotisme sur les individus exotisés et sur les individus exotisants ?

Le deuxième axe de recherche vise à comprendre les impacts de l'exotisme sur les individus sur lesquels l'exotisme est projeté ainsi que sur les individus qui vont user de

⁷ *Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008*, Madrid/New York, Nations Unis/OMT, 2011, p. 9.

⁸ *Ibid.*

perceptions exotiques. L'étude s'attache à montrer quels bénéfices et quelles difficultés certaines populations en retirent.

Quels sont les différents organisateurs de l'exotisme ?

Le quatrième axe de recherche énonce les différents organisateurs de l'exotisme. Cette étude propose d'observer le processus touristique par les acteurs qui le mettent en place. Ainsi nous analyserons comment les agences touristiques, les formations universitaires liées au tourisme, les touristes, les autorités locales et même les exotisés eux-mêmes développent et maintiennent l'exotisme.

Quelles sont les représentations sociales de l'imaginaire français autour du Vietnam ?

Le troisième axe de recherche explore les représentations sociales de l'imaginaire français autour du Vietnam. Un des enjeux de cette problématique est de savoir si les représentations ont évolué entre la présence coloniale française et l'industrie touristique actuelle. Cet axe ne vise pas à dresser un répertoire exhaustif de ces représentations, mais d'observer quels types de représentations sociales sont encore à l'œuvre dans l'expression des imaginaires Français.

CADRE DE RECHERCHE : DIMENSION ET ÉPISTÉMOLOGIE

Notre cadre de recherche s'inscrit dans une dimension transculturelle. Souvent, l'interculturalité et l'altérité ne sont perçues qu'à travers les cultures nationales séparées par des frontières politiques. Par exemple, on parlera de culture française ou de culture belge. L'identité est multiple. Elle n'est pas un tout homogène circonscrit à un territoire. Un des buts de cette thèse est de remettre en doute l'essentialisation des identités et donc des comportements, des esthétiques, des organisations sociales par rapport à sa géographie et plus particulièrement à ses frontières nationales. Traditionnellement, l'interculturalité est l'étude de l'interaction entre différentes cultures au niveau de l'état nation. La perspective abordée dans ce document souhaite transcender ce niveau de compréhension de la perception de l'Autre et s'inscrire dans une démarche transculturelle. Lorsque nous analyserons les divers espaces culturels, nous évoquerons des rapports entre nations, mais aussi entre d'autres espaces culturels qui peuvent être : la culture de milieux sociaux, la culture de genre, la culture professionnelle, la culture générationnelle etc. Nous considérerons que l'appartenance culturelle n'est pas une suite de parties autonomes, mais différents éléments de l'identité culturelle qui s'entrecroisent et qui se traversent.

Notre approche épistémologique s'inscrit dans la théorie du point de vue situé de Dorothy Smith. Cette chercheuse américaine s'est penchée sur la question de la neutralité du chercheur dans sa recherche. Pour répondre à cette problématique, elle a conceptualisé la théorie du *point de vue situé*⁹. Smith tente de déconstruire un mythe de la page blanche nécessaire à l'objectivation. Cette méthode pose en condition fondamentale de l'objectivation

⁹ Elizabeth Borland, « Standpoint theory » dans *Encyclopedia Britannica*, s.l., 2020, p.

dans les travaux scientifiques, la conscience de soi (ses vécus, intérêts, croyances, émotions, savoir-faire, ses peurs, ses limites, convictions...). Pour Michael Berry, cité par Nathalie Krief et Véronique Zardet,¹⁰ dès lors que le sujet agit et intervient sur la réalité il modifie l'objet de l'étude. Il ajoute cependant : « *Plutôt que de le prendre comme un obstacle à la connaissance, il faut le considérer au contraire, comme un moyen de connaissance et même le seul* »¹¹. Tout chercheur part toujours d'un point de vue. Cela influence son travail. En effet, il ne peut se placer en dehors de l'objet d'étude. D'après Jean-Claude Moisdon la recherche s'applique : « *à des objets qui ne peuvent être "ni confinés, ni manipulés, ni même naturalisés" l'intervention du chercheur modifie l'objet d'étude* »¹². Enfin pour Georges Devereux cité par Thierry Levy-Tadjine et Robert Paturel¹³ : « *Plus largement, dans une perspective intersubjective, le chercheur est rarement totalement étranger et neutre face à son objet d'étude* »¹⁴. Les principes du *point de vue situé* tirent leur origine du constat suivant : la description du monde, certains savoirs constitués et institutionnalisés proviennent d'un certain point de vue. Un point de vue parfois aveugle à certaines particularités du monde. Afin de s'ancrer au mieux dans le réel, cette théorie tente de nommer ce qui est invisible et ce qui semble évident. Elle a le grand intérêt de mettre en lumière d'autres points de vue. On peut se demander en quoi cette méthode est pertinente pour cette étude. D'abord, il a paru indispensable de mener une réflexion sur ses propres projections dans une thèse qui souhaite déconstruire les évidences de représentations. Ensuite, cette réflexion épistémologique permet de clarifier la posture de l'auteur dans un travail sur l'exotisme. Certains espaces socioculturels produisent de l'exotisme, d'autres le subissent. L'auteur de cette thèse étant identifiable comme Occidentale et avec des papiers français appartient à un espace socioculturel qui en produit. L'intérêt du point de vue situé est ici d'observer son propre groupe d'appartenance à travers le phénomène de l'exotisme et de comprendre pourquoi un groupe culturel le pratique. De plus, cela permet de se rendre compte de certains rouages des sociétés occidentales et de saisir certains réflexes de représentations.

PROGRAMME DE RECHERCHE ET PLAN

Notre thèse s'articulera en six parties. La première partie rendra compte du champ théorique et des choix conceptuels utilisés durant ce travail. La deuxième partie explorera l'imagerie exotique vietnamienne d'un point de vue français. La troisième partie expliquera les différents dispositifs méthodologiques et présentera les données des enquêtes empiriques

¹⁰ Nathalie Krief et Véronique Zardet, « Analyse de données qualitatives et recherche-intervention », *Recherches en Sciences de Gestion*, 2013, vol. 95, n° 2, p. 215.

¹¹ Michel Berry, « Logique de la connaissance et logique de l'action : réflexion à partir de l'expérience des recherches en gestion menées à l'École des Mines de Paris et à l'École Polytechnique » dans *La production des connaissances scientifiques de l'administration*, Québec, Presses de l'Univ. Laval, 1986, p. 200.

¹² Jean-Claude Moisdon, « L'évaluation du changement organisationnel par l'approche de la recherche intervention. L'exemple des impacts de la T2A », *Revue française des affaires sociales*, 2010, n° 1-2, p. 216.

¹³ Henri Tajfel, « La catégorisation sociale » dans *Introduction à la psychologie sociale*, Larousse., Paris, 1972, vol.1, p. 353.

¹⁴ Georges Devereux, *De l'angoisse à la méthode dans les sciences du comportement*, Flammarion., Paris, 1967.

qui permettront d'appréhender les comportements sensibles et intelligibles du touriste français. La quatrième partie analysera les divers organisateurs de l'exotisme dans l'industrie touristique. La cinquième partie étudiera les différentes représentations exotiques relevées dans la deuxième et troisième partie afin de montrer que l'exotisme défie les réalités locales et les preuves historiques. Enfin, la sixième partie rendra compte d'une conceptualisation de l'exotisme en deux idéaux types pour saisir la relation entre le décodage cognitif des individus et le réel.

NOTE TECHNIQUE

Nous avons choisi d'écrire parfois la première lettre des mots « Divers », « Autrui », « Ailleurs » ou « l'Autre » en majuscule. Nous avons transformé ces mots en substantif lorsqu'ils perdent leur neutralité et leur fonction première au travers d'une utilisation exotique. Dans cette composition ces termes qualifieront des constructions qui rendent compte de trajectoires de pensées qui s'orientent vers des imaginaires particuliers et subjectifs.

PREMIÈRE PARTIE :

Champs théoriques et choix conceptuels

Chapitre I. Les distances qui font naître l'étrange

Lorsque le voyageur part pour un pays étranger, il crée une certaine distance entre lui et son monde. Pour le dire autrement, cette mise à distance provoque une rupture dans sa routine. En partant, le voyageur quitte un univers, mais il continue à voir à travers son point de vue. Grâce à la distance, il observe de nouvelles choses qui vont passer sous son filtre de perception. L'exotisme est un relativisme. Certaines de ces choses hors de lui il va les juger *étrange*. Jean-Marc Moura dira à ce propos qu'une valeur objective comme « *l'étranger* » se transforme en valeur impressive et devient : « *l'étrange* »¹⁵. Comme l'explique la philosophe Françoise Dastur le mot « étranger » en français, peut être considéré de plusieurs points de vue : extérieur à notre monde (*foreigner*), totalement différent de nous et par là insolite (*stranger*) et enfin appartenant à un tout autre monde que le nôtre, sans rien de commun (*alien*)¹⁶. Chacun reste toujours l'étranger d'un Autre, « *mais lequel des deux est habilité à identifier « l'étranger » ?* »¹⁷. Quel type d'étrangeté y a-t-il entre un touriste et un habitant du pays d'accueil ? C'est la question que se pose André Rauch :

« *Dans la rencontre du touriste et de l'indigène, l'un est-il en train de changer d'identité alors que l'autre demeurerait ce qu'il n'a jamais cessé d'être ? Cette évidence a de quoi créer la surprise, lorsque touristes de passage et populations "autochtones" estiment que l'étranger, ce n'est pas soi, c'est lui* ».¹⁸

Pour l'auteur, le touriste en voyage dans un autre pays considère le résident de ce territoire comme un étranger. Pourtant le *foreigner* ce n'est pas lui, c'est le touriste. Pour le voyageur les locaux sont des *strangers* et cette caractéristique lui provoque de l'attraction pour ce dernier : « *L'étrangeté est ressentie comme ce qui nous permet de sortir de notre monde habituel et nous ouvre de nouvelles possibilités de vie demeurées jusqu'ici inconnues de nous* »¹⁹. Pour Rauch, le tourisme dans un double jeu peut forcer l'habitant à être davantage *foreigner* que le touriste tout en exacerbant le *stranger* pour contenter les attentes du visiteur :

« *L'autochtone, celui qui réside pour ainsi dire "à l'année", qui est souvent natif du pays et ne le quitte jamais, se sent métamorphosé en période estivale. [...] Le voilà doublement allochtone : d'une part, temporairement minoritaire, il perd ses prérogatives, au point de ne plus se sentir chez lui ; d'autre part, les lieux qu'il occupe étant subitement envahis par une population d'inconnus, le voilà forcé ou convaincu (cette autre forme de la contrainte) de jouer de sa différence pour capter l'intérêt des visiteurs* ».²⁰

¹⁵ Jean-François Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, 2008, vol. 148, n° 1, p. 11.

¹⁶ Françoise Dastur, *L'autre, l'étranger, l'ennemi*, Université Catholique de Lyon, 2020.

¹⁷ André Rauch, « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *Ethnologie française*, 2002, vol. 32, n° 3, p. 389.

¹⁸ *Ibid.*, p. 389.

¹⁹ F. Dastur, *L'autre, l'étranger, l'ennemi*, *op. cit.*

²⁰ A. Rauch, « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *art cit.*, p. 390.

Le voyage a besoin d'une étrangeté à soi-même : « *Si l'étranger que l'on va visiter, sans pour autant prétendre réellement lui rendre visite, n'est plus un autre, à quoi bon sortir de chez soi ? L'étrangeté — sa mise en perspective — est bien l'une des clefs (éventuellement une des recettes) du tourisme* »²¹. L'effacement de l'altérité, au point que l'Autre ne soit plus un étranger, mais un semblable, mettrait à coup sûr un terme à l'exotisme. Néanmoins, cette altérité est modelée, la figure de *alien* de Françoise Dastur est trop différente pour être exotique. L'exotisme est ce qu'on appelle un mot embrayeur. D'après Jean-François Staszak, un mot embrayeur est un terme « *dont la signification dépend du contexte de leur énonciation, qui relève du discours et non du récit. Parmi ces embrayeurs se trouvent les déictiques spatiaux ("ici", "là-bas", etc.)* »²². Pour le mot exotique et par conséquent pour la notion « d'étrange » et celle « d'étrangeté », nous avons un « ici » et « un là-bas ». L'exotisme est donc un discours et un point de vue plutôt qu'un objet. Staszak continuera avec les mots suivants : « *Les mots "lointain" ou "bizarre" qui ont l'air de faire sens en soi ne le font que par rapport à un implicite, relatif au locuteur, à sa situation et à ses normes* »²³. L'individu part donc toujours de quelque part pour juger de quelque chose à distance de lui. Dans ce chapitre, nous étudierons les distances qui font naître le sentiment « d'étrangeté ». Pour ce faire, nous verrons différentes formes de distances : touristique, anthropologique, géographique, culturelle, identitaire, sensitive et empathique.

A. La distance touristique égocentrique contre la distance anthropologique scientifique

La distance touristique est celle de la jouissance, du plaisir, de la connaissance superficielle, du développement personnel. Elle s'oppose à celle de l'anthropologue qui se situe dans l'effort, l'effacement et la compréhension. Claude Lévi-Strauss dans son ouvrage *Triste Tropique* souligne cette différence dans l'introduction de son ouvrage : « *Je hais les voyageurs et les explorateurs* »²⁴. Comme il l'explique, lors d'une interview²⁵, pour les ethnologues le voyage n'est pas une fin en soi, mais le moyen de rapporter de nouvelles connaissances. Durkheim parlait de « prénotion » dont il faut s'émanciper en tant que sociologue²⁶, pour Strauss l'ethnologue doit prendre garde aux *préreprésentations*. Le touriste se laisse séduire par la carte postale et rentre dans un jeu d'expériences agréables. Pour l'anthropologue, cette vision touristique du voyage s'apparenterait à une « *servitude* »²⁷. En effet, le touriste prisonnier de ses sentiments et de ses représentations projette ses attentes sur l'Autre. Lévi-Strauss écrira dans son œuvre à l'adresse des peuples racines des forêts

²¹ *Ibid.*

²² J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 8.

²³ *Ibid.*

²⁴ Claude Lévi-Strauss, *Tristes tropiques*, Paris, Plon, 2009, part. Introduction.

²⁵ Claude Lévi-Strauss, « Claude Lévi-Strauss explique ses recherches ethnologiques et anthropologiques », *Rencontres, Radio Canada*, 1 avr. 1980.

²⁶ Emile Durkheim, *Les Règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, 2013.

²⁷ C. Lévi-Strauss, *Tristes tropiques*, *op. cit.*, p. Introduction.

amazoniennes : « *Non satisfait encore de vous abolir, il lui faut rassasier fiévreusement de vos ombres le cannibalisme nostalgique d'une histoire à laquelle vous avez déjà succombé* »²⁸. La distance touristique est trop lointaine pour parvenir à voir la réalité de l'Autre, elle se limite à l'imaginaire. Notons également que la durée du voyage du touriste est trop courte pour s'en préoccuper. Strauss lui préfère la distance de l'ethnologue porteuse de rigueur et d'un effacement nécessaire de soi. Par ailleurs, l'idéalisation de l'activité scientifique et du voyage lui semble insupportable. L'anthropologue refuse cette distance du touriste qui met le voyageur au centre et qui permet donc de s'inventer aventurier. Il se désolidarise radicalement d'une mode des récits de voyage qui annulent toute objectivité, même s'il s'en donne l'apparence par l'exercice de la description. Observons que ces descriptions du réel sont choisies et orientées. Le voyageur est « *traversé par des éléments subjectifs relatifs au conteur, à sa personnalité ainsi qu'à sa culture* »²⁹. Il adopte une « *attitude esthétique* » pour une « *altérité poétique* »³⁰. La distance touristique permet de minutieusement sélectionner le réel dans une posture égocentrique presque indifférente au réel.

Deux auteurs ont profondément marqué les manières de voyager de l'Occident ainsi que leurs perceptions des Autres : François-René Chateaubriand et Pierre Loti. Chateaubriand est d'après Todorov : « *l'inventeur du voyage tel qu'il sera pratiqué au XIX^e et au XX^e siècle* »³¹. Todorov explique aussi que Loti est le père de l'exotisme français du XIX^e siècle³². Il a joui à son époque d'une immense popularité. Ces deux auteurs ont marqué la littérature de voyage par leur égocentrisme assumé. Tous deux mélangeaient fictions et observations. Leur but n'est pas une retranscription fidèle et objective du réel (comme les anthropologues), mais la mise en scène d'un narrateur.

Prenons pour illustrer cet argument les trois romans emblématiques de Loti : *Aziyadé* (en Turquie), *Rarahu* (à Tahiti) (par la suite il sera rebaptisé *Le mariage de Loti*) et *Madame Chrysanthème* (au Japon). Ces trois livres portent en titre le nom d'un personnage du récit. Aziyadé, Rarahu et Madame Chrysanthème sont trois femmes que le personnage principal rencontrera sur sa route. Dans ces trois ouvrages, le personnage principal est un certain Loti. L'auteur et le personnage se confondent, arborant le même pseudonyme. Loti vit et écrit l'histoire en même temps. Dans une dédicace fictionnelle³³ en ouverture de *Madame Chrysanthème* pour la duchesse de Richelieu, il déclarera que ses « *trois principaux personnages sont Moi, le Japon et l'effet que ce pays m'a produit* »³⁴. Alors que les titres portent le nom de personnages, le « moi » est le seul humain. Todorov dira à ce propos :

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Rodolphe Christin, *L'Imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, Paris, France, L'Harmattan, 2000, p. 62-63.

³¹ Tzvetan Todorov, *Nous et les autres : la réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Seuil, 1989, p. 320.

³² *Ibid.*

³³ Naomi Charlotte Fukuzawa, « Pierre Loti's Autobiographical Novel *Madame Chrysanthème* (1885): A Mirror of 'Almost Colonised' 1880s Meiji-Japan from the Late-Imperialist French Traveller », *Société française de littérature générale comparée*, 2018.

³⁴ Pierre Loti, *Madame Chrysanthème*, 48^e éd., Paris, Calmann-Lévy, 1899.

« *Telle est en effet la logique du voyage égocentrique, qui reconnaît la dignité du sujet à une seule personne, à savoir le narrateur lui-même* »³⁵. Notons également que dans cette même dédicace il affirme : « *C'est le journal d'un été de ma vie, auquel je n'ai rien changé pas même les dates, je trouve que, quand on arrange les choses, on les dérange toujours beaucoup* ». Cette lettre fictive entame le livre en donnant à sa narration un aspect documentaire et autobiographique. Loti a écrit son livre comme un journal intime. Avec ce roman il s'inscrit parfaitement dans le japonisme et la mode des récits de voyage de l'époque. Todorov déclare que Loti est un « *collectionneur d'impression* »³⁶. C'est pour lui une motivation existentielle : « *La vie de Loti s'oriente vers un seul but : constituer une collection de sensations, ou, mieux, d'impressions, aussi "épicer" que possible.* ». Loti ne croit en rien d'autre que la jouissance, il dira dans *Aziyadé* : « *j'en suis venu à penser que tout ce qui me plaît est bon à faire et qu'il faut toujours épicer de son mieux le repas si fade de la vie* »³⁷. Notons tout de même que pour Todorov, Loti et c'est aussi vrai pour Chateaubriand, n'a pas pour but d'être objectif. Il est conscient de sa subjectivité : « *Loti ne prétend jamais que son Japon est le Japon : il prend bien soin, au contraire, de distinguer entre le pays et l'effet que ce pays produit sur lui* »³⁸. Au contraire de Condorcet ou Claudel, Loti et Chateaubriand font partie de ces auteurs qui souhaitent que les cultures se rencontrent sans toutefois qu'elles se mélangent. Il est impératif que la distance culturelle soit entretenue pour que l'Autre reste étrange et exotique. Pour Todorov ces auteurs s'organisent autour du processus suivant :

« *Le point de départ de l'expérience exotique est le même que celui de toute perception : l'identification de l'objet ; mais c'est ensuite qu'il faut bloquer le processus habituel d'assimilation (de l'autre) et d'accommodation (de soi), et maintenir cet objet comme différent du sujet, préserver la précieuse altérité de l'autre* ».³⁹

Dans le roman *Madame Chrysanthème*, on trouve 33 fois « *étrange* », 22 fois « *bizarre* », 18 fois « *drôle* », à quoi s'ajoutent de nombreux « *original* », « *saugrenu* », « *pittoresque* », « *fantastique* », « *inimaginable* », « *indicible* ». Todorov expliquera également que Loti a du mal à exprimer ses impressions par des mots familiers de la langue française, car se faisant l'étrange vécu disparaîtrait⁴⁰. Loti raconte : « *Où trouver en français des mots qui traduisent quelque chose de cette nuit polynésienne, de ces bruits désolés de la nature ?* » (*Rarahu*) ; « *pour raconter fidèlement ces soirées, il faudrait un langage plus maniéré que le nôtre* » (*Madame Chrysanthème*). Pour régler ce problème Loti va employer des mots étrangers, mais cela a ses limites. Une des méthodes utilisées par Loti, on comprend pourquoi il est un des pères de l'exotisme, est : « *[d'] étiqueter la sensation plutôt que la décrire* »⁴¹. Loti écrira donc : dans des « *pays exotiques* », marqué d'une « *grâce exotique* », « *il mène une vie exotique* ». Dans cet exemple, on voit bien que l'exotisme est un mot pour transmettre son

³⁵ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 350.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Pierre Loti, *Aziyadé*, Paris, Calmann-Lévy, 1879, p. 13.

³⁸ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 350.

³⁹ *Ibid.*, p. 370.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 351.

⁴¹ *Ibid.*

impression d'étrangeté. Denise Brahimi explique par ailleurs que c'est justement ce langage facile et accessible qui le rend si populaire et agréable à lire. Loti décrit des impressions qui se partagent plus aisément que des recherches savantes. Elle explique :

« Loti [...] se refuse à "l'hérésie de l'enseignement". "Voyons d'abord très vite, tout ce à quoi, grâce à lui, nous avons échappé : l'archéologie, l'histoire, l'ethnographie - c'est beaucoup d'omissions pour un récit de voyage. Nous dirons, pour nous en tenir aux effets visibles, qu'il n'y a dans ces pages ni noms propres ni mots rares, mais rien que des noms communs, très simples, qui n'ont évidemment besoin d'aucune note, et à peine d'explication ».⁴²

Chateaubriand pratique également l'égoïsme dans ses récits de voyage. Il n'a pas beaucoup d'intérêt pour les pays qu'il visite. Par exemple, on apprend par Todorov qu'il ne veut pas apprendre les langues des pays. Il « *refusait de se déchausser ou de se découvrir, comme l'exigeait la coutume locale, et déclarait vouloir se conformer partout aux mœurs françaises* »⁴³. Contrairement à Loti l'immersion n'est pas du tout son objectif. Lorsque Chateaubriand ira dans sa jeunesse en Amérique, la motivation est double : découvrir un passage au Nord entre le Pacifique et l'Atlantique pour « *doter [la France] d'une colonie sur l'océan pacifique* »⁴⁴ et mener à bien un projet artistique d'écriture. Chateaubriand semble éprouver une certaine indifférence face au réel qui lui sert finalement seulement de source d'inspiration : « *En fin de compte, les personnages de son livre sont le fruit, non de son observation, mais de son imagination — que le voyage en Amérique a simplement mis en éveil* »⁴⁵. Ceci peut s'illustrer par l'analyse de Todorov sur la manière dont Chateaubriand, dans son roman *Nachez*, utilise le réel en transformant deux femmes travailleuses du sexe rencontrées lors de ses voyages en vierge ou en épouse vertueuses dans son récit :

« *Mais cette sublimation (sic) brutale fait que ces personnages nous apprennent beaucoup plus sur Chateaubriand que sur les Indiennes. N'est-ce pas une forme de violence-réservée exclusivement aux artistes créateurs que de pouvoir modeler ainsi à sa guise et pour ses propres besoins l'identité des personnes qu'on a rencontrées ?* ».⁴⁶

Ce que Chateaubriand confirme lui-même lorsque dans son livre *Itinéraire*, il déclare : « *Je parle éternellement de moi* »⁴⁷.

Loti recherche la jouissance, Chateaubriand l'inspiration. Nous aurions également pu analyser Paul Claudel et ses voyages en Chine. Claudel utilise lui aussi les leviers de l'égoïsme dans ses romans sur la Chine. Dans son roman *Connaissance de l'Est*, il emploie en permanence le « Je » en décrivant ses drames intérieurs et sa quête de spiritualité. La Chine en est réduite à une toile de fond : « *Le poète Claudel porte constamment en lui son monde,*

⁴² Alain Quella-Villégier, « Au Maroc avec Pierre Loti » dans *Les Carnets de l'exotisme*, Torii Editions., Poitiers, 1990, p. 13.

⁴³ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 341.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 335.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 336.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 337.

⁴⁷ François René Chateaubriand, *Itinéraire de Paris à Jérusalem*, Paris, Garnier-Flammarion, 2002, p. 42.

spirituel, sacré et religieux, même s'il est à l'ailleurs, il n'a jamais quitté le Moi égocentrique »⁴⁸. Les voyages de ces auteurs ne sont finalement pas marqués par une ouverture sur le monde, mais par un égocentrisme. Le monde s'adapte à leur subjectivité. Nous sommes loin de la rigueur et de l'effacement de soi prôné par la distance anthropologique de Lévi-Strauss, dont l'objectif est l'objectivation et la connaissance de l'Ailleurs. La distance touristique égocentrique est trop lointaine pour parvenir à voir l'Autre. Le « moi » prend trop de place. Ce manque de considération pour l'Autre appelle à une certaine distance empathique. L'Autre semble réifié, à la fois objet de curiosité et de désir. Pour illustrer cet argument on pense à la manière dont Loti décrit les femmes qu'il met en scène dans ses livres. Les femmes ne sont que des personnifications des pays. On retrouve le même script dans tous ses livres : Loti rencontre une étrangère, il la possède, puis il la jette lorsqu'il en a assez et qu'il retourne dans son pays. Les livres se concentrent à chaque fois sur les sensations de Loti, mais à aucun moment ils ne prennent le point de vue de ces femmes. Il ne se soucie jamais du sort de ces personnes qu'il consomme et qu'il abandonne à leur mort. Elles n'existent que pour lui. Dans ses romans, il est à chaque fois la cause de leur fin tragique dont il se délecte : « *Je comprenais qu'elle était perdue, perdue de corps et d'âme. C'était peut-être pour moi un charme de plus, le charme de ceux qui vont mourir* »⁴⁹.

B. Une distance géographique qui provoque une déterritorialisation

La distance géographique est une distance physique qui sépare les individus et les territoires. Elle trouve donc son principe de mouvement dans le déplacement. Cette distance est également marquée par le fait qu'elle puisse se mesurer, par exemple en mètre, en kilomètre, en pieds, en miles... Le franchissement de cette séparation nécessite un temps plus ou moins long et peut être parcouru par différents moyens de transport. Certaines conditions matérielles sont donc requises. Il est d'ailleurs remarquable qu'entre deux points géographiques les modes de transports choisis par les individus seront souvent les mêmes. Par exemple pour aller de France au Vietnam l'avion sera privilégié. Cela s'explique évidemment par des critères de temps : on souhaite profiter de sa destination et rétrécir le plus possible le trajet. Cela s'explique aussi pour des raisons de sécurité : la voie et le matériel sont sûrs. De plus l'avion est en moyen de transport économique qui permet de voyager régulièrement et fréquemment.

Lorsqu'on s'intéresse à l'itinéraire parcouru on peut se demander si celui-ci est connu des usagers de l'avion. Le touriste dans l'avion Paris-Hanoï sait-il quels pays il traverse ? Aujourd'hui les frontières sont soumises à des règles politiques et administratives. Certaines zones sont interdites, d'autres sont en conflits. Parcourir une distance géographique

⁴⁸ Yaqin Wu, « De l'Exotisme à la mondialité : problématique sur la relation dans la littérature française », *Comparative Literature & World Literature*, vol. 2, n° 1, p. 9.

⁴⁹ Pierre Loti, *Le Mariage de Loti*, Paris, Flammarion, 1991, p. 186.

importante nécessite un effort conséquent et implique de s'informer sur chaque pays que l'on traverse. Aujourd'hui avec l'avion chaque passager arrive dans n'importe quel pays en quelques heures sans même avoir besoin de savoir où se situe le pays sur une carte du monde. Notons que d'autres modes de déplacements existent. Citons par exemple l'agence de voyage *Terre d'aventure*, qui a pour valeur centrale les trajets à pied : « *La marche est notre point de départ, notre philosophie du voyage* »⁵⁰. Néanmoins ces modes de déplacements alternatifs sont minoritaires. Nous sommes aujourd'hui loin des standards de 1839 où la malle-poste reliait Paris-Strasbourg en 36h. Effectivement on pourrait rétorquer que certains transporteurs comme les bateaux croisières n'ont pas pour enjeu la vitesse. Un changement s'est tout de même effectué entre la vision du trajet aujourd'hui et la façon dont il était réfléchi avant d'avoir à disposition toutes les évolutions du transport actuelle. Le voyageur peut faire le choix de ne pas connaître les pays qu'il survole, mais il peut également très facilement avoir accès à cette information. Les routes sont : « *combinables, ajustables, modifiables* »⁵¹. L'individu a une prise sur le monde et peut l'appréhender de manières différentes. Dans tous les cas le voyageur ne subit plus l'espace et les connaissances nécessaires pour pouvoir se déplacer. Aujourd'hui le déplacement semble être perçu comme une transition entre l'endroit qu'on quitte et l'endroit où l'on arrive. Presque une contrainte géographique. La séparation est faite entre le voyage et le trajet, pourtant ce constat est antonymique, le voyage est un mot de la mobilité, il est étymologiquement un trajet. La raison qui pourrait expliquer cette contradiction est que le trajet n'est plus chargé d'une signification, mais d'une fonction : aller d'un point A à un point B. Nous le constatons dans la phrase citée du site de *Terre d'Aventure* qui eux ont fait le choix de repenser le sens du trajet et de l'inclure dans une perspective philosophique. A l'époque des pèlerinages ou du Grand Tour, on retrouve cette inclusion philosophique voir presque métaphysique : le trajet est le voyage. Pour les pèlerins le trajet se fait généralement à pied vers des lieux sacrés. Leur quête est spirituelle. Pour l'historien Alphonse Dupront : « *Le pèlerin est l'homme qui passe* »⁵². Le sociologue Zygmunt Bauman rejoint cette idée. Pour lui, la destination doit être secondaire pour permettre au pèlerin de pleinement vivre sa marche présente : « *La gloire et le sérieux de la destination future déprécient la présente, en minimisant la portée* »⁵³. Enfin pour le philosophe Gilbert Vincent le pèlerin parcourt sa route comme pour saisir le temps qui passe jusqu'à la fin inexorable de son temps et du temps de Hommes : « *Le pèlerinage relève avant tout d'une représentation eschatologique du temps, la tension temporelle de l'existence se trouvant projetée dans l'expérience de la distance, déjà parcourue, encore à parcourir* »⁵⁴. Pour les pratiquants du Grand Tour la quête était davantage initiatique. Ce « Tour », pour les élites culturelles et sociales du pays, servait d'apprentissage à une jeunesse destinée à être moteur

⁵⁰ *Nos Valeurs*, <https://www.terdav.com/esprit-terdav>, (consulté le 14 juin 2021).

⁵¹ Ariane Devanthéry, « Entre itinéraires et trajets : représentations des déplacements dans les guides de voyage au tournant du XIXe siècle », *In Situ*, 13 avril 2011, n° 15.

⁵² Alphonse Dupront, « Pèlerinage et Lieux Sacrés » dans *Encyclopaedia Universalis*, s.l., 1972, vol.XII, p.

⁵³ Zygmunt Bauman, *La Vie en miettes : expérience postmoderne et moralité*, s.l., 2003, p. 36.

⁵⁴ Gilbert Vincent, « Pratiques du pèlerinage et de la marche. Perspectives phénoménologiques », *Revue d'histoire et de philosophie religieuses*, 2011, vol. 91, n° 1, p. 43-66.

du pays que cela soit dans la politique, les sciences, les arts, la culture... La finalité est une familiarisation au monde par une méthode empirique de la vie en rencontrant l'Ailleurs et les Autres. Au début ce Grand Tour était pratiqué par les jeunes hommes aristocrates. Plus tard les bourgeois et des femmes s'y sont également aventurés. D'après l'historien Gilles Bertrand dans l'émission « La marche de l'histoire », diffusée par France Inter, il y a un principe de circularité à cette institution⁵⁵. La destination, s'il y en a une, est finalement le point de départ. Stendhal fait partie de ces jeunes hommes partis en Italie. Ce pays était une des destinations presque institutionnelles du Grand Tour. L'écriture de son voyage est une condition indispensable pour valider son Grand Tour⁵⁶. Dans son carnet de voyage, l'écrivain écrit les mots suivants : « *Le plus grand plaisir du voyage est peut-être l'étonnement du retour. Je vois qu'il donne de la valeur aux êtres et aux choses les plus insipides* »⁵⁷. A cette époque, le voyage est un trajet qui a comme destination son lieu de retour. En effet de retour au sein de sa famille et de son territoire le jeune héritier a appris et grandit par son expérience, il peut enfin débiter sa vie d'adulte.

L'individu qui pratique le Grand Tour ou le pèlerinage circule sur de longues distances. Néanmoins elles ne sont pas séparées par des trajets. Le trajet n'existe pas, il n'y a que le voyage. Lorsqu'on inclue le mouvement de son trajet dans le voyage, les espaces ne sont pas brutalement délimités et découpés, mais ils se complètent et se poursuivent. Si on pouvait s'étonner de l'association entre pèlerins et jeunes aristocrates du Grand Tour, elle apparaît ici logique. Ils ont pour similitude l'importance du sens donnés au trajet. Contrairement à la simple destination, voir le monde changer et se déformer autour de soi de manière progressive aide à saisir sa substance. Éprouver les changements de son environnement permet d'accepter l'humilité de sa condition humaine. C'est bien cela qu'affirme le sociologue David Le Breton lorsqu'il explique que : « *La vulnérabilité du marcheur est une bonne incitation à la prudence et à l'ouverture à l'autre plutôt qu'à la conquête et au mépris [...] L'expérience de la marche décentre de soi et restaure le monde, inscrivant l'homme au sein de limites qui le rappellent à sa fragilité et sa force* »⁵⁸. Prendre le temps de voir le monde changer permet à l'individu de s'affranchir du strict cadre de lui-même pour adopter la perspective d'un cadre extérieur. Comme l'indique David Le Breton, l'individu cesse de se voir seulement soi. L'environnement autour de lui s'inscrit dans son univers de sens. Il n'est pas en rupture avec le monde, il est dans son prolongement. Ce changement est possible du fait d'un impact de déterritorialisation moins fort. En d'autres termes l'environnement change de manière moins radicale, lorsque le voyage commence par le trajet que lorsque le passage entre le lieu de départ et le lieu de destination n'est pas pensé.

Cela étant, la rupture radicale avec son environnement connu peut être un plaisir recherché. On pense notamment à la distance sensitive. Le goût, les odeurs, les sons, les

⁵⁵ Jean Lebrun, « Le Grand Tour ou le voyage d'éducation aristocratique en Europe ».

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Stendhal, *Promenades dans Rome*, Paris, Gallimard, 2009, p. 711.

⁵⁸ David Le Breton, *Eloge de la marche*, Paris, Métailié, 2000, p. 62-63.

textures, les images sont autant d'éléments qui vont venir stimuler les perceptions du voyageur et lui permettront de connaître le monde qui l'entoure. Rodolphe Christin dira à ce propos : « *Faute de références immédiatement identifiables, le voyageur avance dans le monde avec ses perceptions comme seuls moyens de l'appréhender dans l'instant* »⁵⁹. Par la déterritorialisation, le voyageur peut évoluer « *hors de l'emprise de la répétition* »⁶⁰. En citant David le Breton il rajoutera que ces répétitions du quotidien « [effacent] *les sinuosités et les aspérités du monde, elle sécurise, mais elle supprime ainsi l'épaisseur des actes et des choses, elle les réduit à des signes récurrents, dépourvus de toute altérité* ». La désorientation provoquée par la déterritorialisation permet finalement la jouissance du voyage. C'est notamment ce que Pierre Loti recherchait dans ses voyages. Il est d'après Todorov un « *collectionneur d'impressions* »⁶¹. Tout au long de sa vie il n'agira qu'en fonction de son plaisir, qu'il peut seulement trouver par l'accumulation et l'expérimentation des sensations. Il dira d'ailleurs dans son roman *Madame Chrysanthème* : « *Mes Mémoires, ne se composent que de détails saugrenus; de minutieuses notations de couleurs, de formes, de senteurs, de bruits* »⁶². C'est la rencontre avec l'impression de l'étrangeté hors de son quotidien qui lui donne l'intensité cognitive recherchée.

Pour d'autres comme Roland Barthes ces nouvelles stimulations sont positives non pas parce qu'elles excitent les sens, mais parce qu'elles nous détachent et nous soulagent de celles dont nous avons l'habitude. Voici ce qu'il dit lors d'un de ses voyages au Japon :

« *La masse bruissante d'une langue inconnue constitue une protection délicieuse, enveloppe l'étranger (pour peu que le pays ne lui soit pas hostile) d'une pellicule sonore qui arrête à ses oreilles toutes les aliénations de la langue maternelle : l'origine, régionale et sociale, de qui la parle, son degré de culture et d'intelligence, de goût, l'image à travers laquelle il ne se constitue comme personne et qu'il vous demande de reconnaître. Aussi à l'étranger, quel repos !* ».⁶³

D'après ses dires, la déterritorialisation des sens le libère d'une certaine façon de « l'aliénation » de sa propre culture pour le plonger dans un incompréhensible apaisant et ressourçant. Barthes semble être, par les sens, dans un état contemplatif agréable. L'efficacité de cet agir du monde sur l'individu résulte peut-être de la simplicité du sensible qui s'émancipe de la complexité intellectuelle.

La déterritorialisation est un concept théorisé par deux philosophes : Gilles Deleuze et Félix Guattari⁶⁴. La déterritorialisation caractérise l'effacement de l'état territorial et un affaiblissement des contraintes spatiales. D'après les auteurs des *Milles Plateaux*, la déterritorialisation est un mouvement « *qui ferait fondre la terre sur laquelle (telle ou telle*

⁵⁹ R. Christin, *L'Imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, op. cit., p. 61.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 377.

⁶² Pierre Loti, *Madame Chrysanthème*, Paris, Flammarion, 1990, p. 164.

⁶³ Roland Barthes, *L'Empire des signes*, Paris, Seuil, 2005, p. 18.

⁶⁴ Gilles Deleuze et Félix Guattari, *Mille Plateaux*, Paris, Éditions de minuit, 1980, p. 214.

chose) s'installe »⁶⁵. Ce concept suppose donc un certain territoire. D'après l'analyse que nous avons fait du trajet et de son effacement actuel nous pouvons émettre l'hypothèse que ce territoire va effectivement « fondre », notamment par l'évolution et l'utilisation des technologies en matière de transport. La déterritorialisation se fait par un impensé : la distance ; et un imposé : la destination. Selon Deleuze : « *Diverses multiplicités hétérogènes cohabitent, se parasitent et s'interconnectent, car elles se définissent par le dehors : par la ligne abstraite, ligne de fuite ou de déterritorialisation suivant laquelle elles changent de nature en se connectant avec d'autres* »⁶⁶. Quitter son point de départ connu pour arriver à des altérités en dehors de nous provoque cette déterritorialisation qui va créer quelques choses de nouveau. Guattari et Deleuze parle d'une « reterritorialisation ». La rupture soudaine de nos références bouleverse notre compréhension du monde. Le déplacement déstabilise et seulement dans un premier temps nous décentre. Plus l'environnement change de manière radicale et plus l'individu est désorienté et déterritorialisé. Comment l'individu se reterritorialise ? La reconstruction des formes s'opère par l'imaginaire. Le réel laisse sa place à l'invention. Le sujet cherche des référentiels connus dans son imagination, des référentiels communs à toutes les personnes qui viennent du même lieu de départ. Prenons l'exemple du film *Indochine*⁶⁷ pour illustrer ce propos. Cette œuvre ne montre-t-elle pas un Vietnam capable d'être compréhensible à des personnes n'ayant jamais été au Vietnam et adapté à plaire à notre regard de Français ? La réponse est oui si l'on regarde son succès en termes d'entrées et de prix reçus.

Les voyageurs provenant des mêmes lieux de départ partagent donc une intersubjectivité. D'après Deleuze et Guattari : « *Les visages ne sont pas d'abord individuels, ils définissent des zones de fréquence ou de probabilité, délimitent un champ qui neutralise d'avance les expressions et connexions rebelles aux significations conformes. De même la forme de la subjectivité, conscience ou passion, resterait absolument vide si les visages ne formaient des lieux de résonance qui sélectionnent le réel mental ou senti, le rendant d'avance conforme à une réalité dominante* »⁶⁸. L'intersubjectivité de ces voyageurs provenant du même espace culturel résonne sur ce qu'ils voient, entendent, sentent, goûtent et touchent. L'imaginaire des Français autour du Vietnam est collectif. Nous avons des similarités de perceptions. Nous réagissons aux mêmes stimuli. La raison étant que ces imaginaires sont inculqués dans nos espaces culturels. Notre étude empirique va notamment tenter par l'expérience de prouver cela. L'exotisme est une perception de pré-supposés qui sont puisés dans un imaginaire collectif. Nous pouvons donc légitimement soulever la question suivante : pourquoi cette reterritorialisation en lien avec la distance fait-elle naître l'étrange ? Plus une distance physique est importante plus l'univers connu s'éloigne. Une déterritorialisation s'accroît par l'absence de prise en compte de son déplacement et par conséquent des changements d'environnements opérés autour de soi. Nous l'avons déjà

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Régis Wargnier, *Indochine*, s.l., BAC Film, 1992.

⁶⁸ G. Deleuze et F. Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 206.

constaté avec Moura, l'objectif laisse la place à l'impressif et donc au subjectif. Pour Staszak plus une chose est loin, moins elle est connue : « *La connaissance est freinée par la distance : ce qui est plus lointain est ainsi moins familier* ». Par ailleurs, il ajoute :

« *Toutes choses égales par ailleurs et dans certains domaines, la probabilité de trouver des lieux, des objets ou des peuples très différents est plus élevée à 10 000 km qu'à 100 km d'ici. Il en va ainsi du climat ou du relief et plus généralement des milieux naturels, plus ou moins répartis par blocs - et donc aussi des espèces animales et végétales (et les civilisations ?)* ». ⁶⁹

Par causalité plus une chose est différente et plus nous mobiliserons notre imaginaire. Au service de l'imaginaire l'identité de l'Autre change, il devient le *stranger* décrit par Françoise Dastur. Par ce principe de déterritorialisation est de reterritorialisation l'Autre perd sa spatialité pour se reterritorialiser non seulement en étranger (*foreigner*), ce qui est déjà un tour de force dans un espace qui devrait être le sien, mais ils se reterritorialise en un étrange en glissement de point de vue qui a pour centralité les références de celui arrivé à destination.

C. Une distance culturelle qui néglige la contextualisation

L'individu qui voyage sait qu'il va trouver une culture différente de la sienne lorsqu'il sera arrivé à destination. Par exemple : la nourriture, l'architecture, la langue, les croyances, etc. du pays d'accueil sont des éléments qui vont se distinguer du pays d'où il vient. C'est d'ailleurs une des raisons qui justifie le voyage. Néanmoins, ces changements attendus et voulus paraissent se limiter à la couche externe de la culture à savoir ses éléments observables⁷⁰. Sinon, comment expliquer l'émergence du sentiment d'étrangeté créée par la distance ? Un voyageur ayant pris connaissance des systèmes de sens (normes et valeurs) derrière chaque attitude et pratique culturelles s'émanciperait de jugements de valeur impressifs tels que le sentiment d'étrangeté. Cette vision superficielle de la culture reflète une certaine façon de percevoir le monde. Elle met à jour un paradigme. En effet, s'arrêter à ce degré de compréhension de la culture rend compte d'une représentation particulière du monde et de l'organisation des cultures.

Nous pouvons nous en rendre compte par l'analyse de l'ouvrage : *Le Choc des civilisations*, de Samuel Huntington⁷¹. Le paradigme adopté par ce livre est celui de la séparation et des divergences. Ce livre largement déconstruit et invalidé dans les sphères universitaires a par ailleurs été beaucoup diffusé dans la presse française et internationale. Nous ne ferons pas la critique de ce livre qui a déjà été « *disqualifié de multiples fois*

⁶⁹ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 11.

⁷⁰ Fons Trompenaars et Charles Hampden-Turner, *L'Entreprise multiculturelle : le livre de référence sur le management interculturel*, 3. éd. augmentée., Paris, Maxima, 2008, p. 51.

⁷¹ Samuel P. Huntington, « Le Choc des civilisations ? », *Commentaire*, 1994, Numéro 66, n° 2, p. 238.

théoriquement et empiriquement »⁷². Ce qui nous intéresse est, comme l'affirme Pascal Boniface, le fait qu'il « *interviendrait auprès des acteurs comme un nouveau paradigme des relations internationales* »⁷³. En effet, ce texte propose une grille de lecture de la réalité dans laquelle l'Autre et son monde sont externalisés et condamnés à être dans une position « *confrontationnelle* »⁷⁴. D'après Raja Choueiri : « *Le choc des cultures reste extérieur, c'est le heurt de deux extérieurs* »⁷⁵. Elle explique que cette caractéristique peut être constatée dans la construction sémantique de l'expression « choc des cultures » ou « choc des civilisations ». Ces expressions transforment en substantifs les mots « culture » ou « civilisation ». Ce faisant, le mot culture prend une « *vigueur identitaire* »⁷⁶. Par analogie, ceci engendre des « *mécanismes de mobilisation contre l'extérieur* »⁷⁷. L'individu « *voit dans l'altérité, une altération de soi, voire une altercation à venir...* »⁷⁸. En considérant l'Autre comme opposé à soi, on crée « *un enclavement mental* »⁷⁹ et on creuse les différences. Cela a pour conséquence un repli sur soi et finalement complique la communication et la compréhension entre les cultures. De ce point de vue, l'idée même de dialogue entre les civilisations semble difficile. Une autre idée de ce livre est le découpage du monde en blocs. L'allemand Johann Gottfried von Herder, mentor de Goethe et disciple de Kant, pointait du doigt, déjà à son époque, l'erreur de voir les cultures comme des entités absolues et autonomes⁸⁰. Il serait, d'après Charles Taylor, un des pères du relativisme culturel. Contrairement à Huntington, il explique qu'entre les cultures il y a de nombreux chevauchements qui permettent un vivre ensemble basé sur des échanges féconds⁸¹.

Dans *Le Choc des civilisations*, il y a également l'idée sous-jacente d'une essentialisation culturelle. Le célèbre sociologue allemand Dieter Senghaas a tenté de déconstruire dans une revue scientifique l'idée fixe du conflit des cultures. Il écrit : « *Un des manquements fondamentaux de l'argumentation de Huntington est que d'un point de vue macro culturel, il affecte des attributs naturalisant (Wesenheiten). Par ailleurs, dans le sens donné à l'histoire et les conflits d'un pays, il utilise toujours des arguments culturels essentialisant* »⁸² (traduction propre). L'essentialisme est le fait d'assigner à chaque culture certaines caractéristiques immuables partagées par l'ensemble de ses membres⁸³.

Enfin, parmi les critiques de ce livre, certains penseurs ont affirmé que ce texte, plutôt que de

⁷² Olivier Schmitt, « Le Choc des civilisations : un concept zombie », *Fragments sur les temps présents*, 9 février 2015.

⁷³ Pascal Boniface, *Les Relations internationales de 1945 à nos jours*, Paris, Dalloz, 2010.

⁷⁴ Raja Choueiri, « Le « choc culturel » et le « choc des cultures » », *Géographie et cultures*, 10 décembre 2008, n° 68, p. 5-20.

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid.*

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Johann Gottfried von Herder, *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit*, Berlin, Holzinger, 2013, vol. 4/, p. 51-61.

⁸¹ Hans-Jürgen Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*, Stuttgart, Metzler, 2005, p. 35.

⁸² Dieter Senghaas, « Die fixe Idee vom Kampf der Kulturen », 1997, p. 215-221.

⁸³ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation, op. cit.*, p. 35.

constater des faits par une méthodologie scientifique, crée un modèle qui est utilisé comme support d'orientation pour finalement construire des incompréhensions entre les cultures⁸⁴. Nous pouvons donc observer que ce texte dévoile une certaine vision du monde qui érige la culture comme un élément vecteur de distance entre les individus. Même si l'exotisme ne se cristallise pas autour de tensions entre les cultures, les aspects réducteurs, essentialisants, extériorisants et séparatistes agissent comme un carburant qui alimente le sentiment d'étrangeté.

Cette analyse du livre : *Le Choc des civilisations*, qui adopte une orientation macro perspective, va nous permettre de comprendre un aspect d'ordre micro perspectif de l'exotisme qui pourrait être considéré comme surprenant. L'exotisme est un « *éloge dans la méconnaissance* »⁸⁵. Le voyageur qui va dans un pays traverse un univers dont il n'a culturellement pas hérité. En effet, l'individu n'a pas été socialisé dans la culture d'accueil, les repères qu'il trouve sont différents de chez lui. Finalement, tout est inconnu. On peut s'étonner de cet attrait pour l'inconnu qui ne garantit pas une expérience agréable et positive pour le touriste. Être loin de son référentiel culturel provoque une certaine décontextualisation qui comme la déterritorialisation peut désorienter l'individu. Ceci semble incompatible avec les ressentis agréables associés à l'exotisme. Todorov nous donne une certaine explication à ce paradoxe. Pour l'individu qui recherche l'exotisme, connaître la culture du pays est secondaire. Pourtant, l'individu exotisant idéalise le pays d'accueil et va même l'ériger au-dessus du sien, Todorov explique que l'exotisme ne « *valorise pas un contenu stable* »⁸⁶. Ce qui compte est le rapport du pays à l'observateur. Par conséquent, un lieu exotique sera : « *Un pays dont la seule caractéristique pertinente est qu'il ne soit pas le mien* »⁸⁷. Dans son analyse, Todorov affirme que l'exotisme s'appuie sur un éloge de la méconnaissance parce qu'il ne s'agit finalement pas d'une mise en avant de l'Autre, mais d'une critique de soi. L'exotisme ne serait donc pas la description d'un réel, mais la formulation d'un idéal. Pour faire perdurer ce mécanisme il faut ainsi maintenir l'Autre à distance et ne se surtout pas le connaître. Pour conserver ce détachement, garder l'Autre dans le registre de l'étrange est bien utile. L'étrangeté évite la proximité. Rappelons-nous les mots de la philosophe Françoise Dastur qui évoquait une des figures de l'étranger : *le stranger*, celui qui est « *totallement différent de nous et par là insolite* »⁸⁸. On ressent pour lui de l'attirance parce qu'il : « *nous permet de sortir de notre monde habituel* »⁸⁹. Nous nous trouvons ici dans ce que Thomas Tanase appelle « *un malentendu entretenu* » qui pousse à l'interaction entre les deux mondes, mais qui l'interdit en même temps⁹⁰.

⁸⁴ Johano Strasser, « Kein Kampf der Kulturen », *Die Zeit*, 12 déc. 1997p.

⁸⁵ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 301.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 300.

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ F. Dastur, *L'autre, l'étranger, l'ennemi*, op. cit.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Frank Lestringant, « Faut-il en finir avec l'Exotisme ? Réflexions d'après-coup », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 67-74.

D'après Christoph Barmeyer, le malentendu interculturel est une manifestation des différences entre les cultures. C'est un contraste de caractéristiques culturelles qui se font face et apparaissent lors d'une interaction interpersonnelle entre deux membres de différentes cultures. Ces malentendus sont spécifiques et récurrents⁹¹. Les malentendus interculturels résultent d'erreurs d'interprétations des conduites verbales ou non-verbales ainsi que des agissements des partenaires culturels et qui reposent sur de l'ignorance ou des expériences défailtantes⁹².

L'interaction et la communication peuvent déjà être, en règle générale, sans même le paramètre de la culture, sources de malentendus. La communication est un outil glissant, le message dans sa trajectoire entre le locuteur et l'auditeur peut se heurter à nombre d'obstacles. Les interactions culturelles sont une condition à la compréhension entre les peuples, elles sont fréquentes, globales et quotidiennes. Les crises, les conflits, les perturbations, les incompréhensions sont inhérentes à ces interactions. Huntington l'a perçu comme une confrontation antagoniste, mais on peut le voir comme une dialectique ascendante. L'exotisme fait partie des interactions interculturelles. À ce stade de l'analyse, on peut se demander si la recherche du sentiment d'étrangeté et finalement de l'exotisme ne relève pas d'un malentendu interculturel du fait d'une erreur d'interprétation. Pour l'historienne Anaïs Fléchet, l'exotisme serait finalement un transfert culturel raté, une rencontre manquée ou du moins inaboutie⁹³.

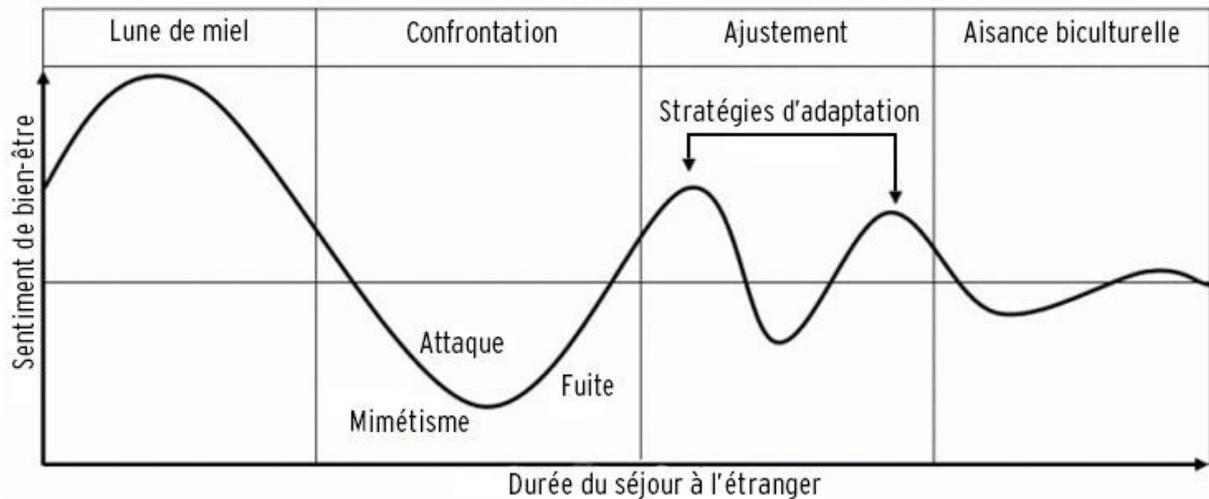
Nous l'avons vu à travers l'étude du livre : *Le Choc des civilisations* de Huntington, la culture peut être perçue comme un obstacle qui rend l'interaction avec l'Autre difficile et qui crée des blocs séparés et en confrontation. Dans le but de faire une analyse contrastive et critique, après le « choc des cultures », nous aborderons le « choc culturel ». Le choc culturel est la stupéfaction de la distance. Il est un passage pédagogique inéluctable pour la personne qui souhaite s'immerger dans une culture. Progressif, il bouscule et interroge nos évidences culturelles. Il élargit et enrichit nos contours du monde. Aujourd'hui en management interculturel, le choc culturel est divisé en quatre grandes étapes. Il y a d'abord la phase « lune de miel » qui est l'étape de la découverte et de la nouveauté. Nous éprouvons de l'excitation pour ces nouvelles expériences exceptionnelles. La deuxième phase est celle de la confrontation. L'exceptionnel devient le quotidien, ce que nous trouvons surprenant et stimulant au départ, est source de colère et de frustration. Dans cette phase, les individus se rendent compte des différences culturelles et que celles qu'ils expérimentent dans le pays ne sont pas les leurs. Les différentes idéalizations prennent fin, les désillusions prennent leur place. L'individu se sent déprimé, impuissant et a le mal du pays. Dans la troisième phase, l'individu met en place des stratégies d'adaptation. La stratégie mise en avant dans les stages de management interculturel, par exemple des étudiants qui partiront un semestre à

⁹¹Christoph I. Barmeyer, *Interkulturelles Management und Lernstile: studierende und Führungskräfte in Frankreich, Deutschland und Quebec*, Frankfurt am Main; New York, Campus Verlag, 2000, p. 109.

⁹²H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation, op. cit.*, p. 37.

⁹³Anaïs Fléchet, « L'Exotisme comme objet d'histoire », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 15.

l'étranger, est celle de l'acceptation de la culture d'accueil. Les individus comprennent les normes et les valeurs de la société sans les juger à travers leur propre prisme culturel. Enfin si l'on suit cette stratégie vient l'étape de « l'aisance biculturelle ». Dans cette phase, on se sent à l'aise avec la culture d'accueil et on en a même intégré certains principes.



94

Nan Sussman, professeure à l'Université de New York a écrit sur le choc culturel en étudiant « *le cycle des transitions culturelles* »⁹⁵. Pour elle, le choc culturel montre qu'avant notre départ nous ne sommes pas conscients de nos référentiels culturels et de nos attitudes, interprétations et préférences qui y sont associées. C'est la rupture avec notre pays de départ ainsi que le contact avec des référentiels culturels différents qui nous en fait prendre conscience. D'après elle, nous nous rendons compte de notre « *enculturation* »⁹⁶. Ce terme anglo-saxon est l'équivalent de la socialisation primaire et secondaire. D'après l'anthropologue américain Melville Herskovits c'est le processus :

*« Par lequel l'individu assimile durant toute sa vie les traditions de son groupe et agit en fonction de ces traditions. Quoi qu'elle comprenne en principe le processus d'éducation, l'enculturation procède sur deux plans, le début de la vie et l'âge adulte. Dans les premières années, l'individu est conditionné à la forme fondamentale de la culture où il va vivre. Il apprend à manier les symboles verbaux qui forment sa langue, il maîtrise les formes acceptées de l'étiquette, assimile les buts de vie reconnus par ses emballages, s'adapte aux institutions établies. En tout cela il n'a presque rien à dire, il est plutôt instrument qu'acteur ».*⁹⁷

Il en ressort donc d'un point de vue holistique que l'individu est un être culturel. Comme l'explique Nan Sussman : « *Nos parents, nos amis, nos professeurs, nos films, notre télévision, nos journaux, tous jouent un rôle dans l'apprentissage à préférer ce que les autres membres*

⁹⁴ Université de Laval, *Choc culturel et adaptation*, <https://www.bve.ulaval.ca/etudiants-etrangeurs/vivre-a-quebec/choc-culturel-et-adaptation/>, (consulté le 28 décembre 2020).

⁹⁵ Nan M. Sussman, « Sojourners to Another Country: the Psychological Roller-Coaster of Cultural Transitions », *Online Readings in Psychology and Culture*, 1 août 2002, vol. 8, n° 1.

⁹⁶ Margaret Mead, « Papers in Honor of Melville J. Herskovits: Socialization and Enculturation », *Current Anthropology*, 1963, vol. 4, n° 2, p. 184-188.

⁹⁷ Melville Herskovits, *Les Bases de l'anthropologie culturelle*, Paris, François Maspero Éditeur, 1967, p. 172.

de notre culture préfèrent »⁹⁸ (traduction propre). Nan Sussman s'intéresse aux processus psychologiques existant lors des différents cycles de transitions culturelles. Temporellement, ces cycles se déroulent en plusieurs phases : la préparation pour le séjour, le séjour en soi, la préparation du retour et le retour. Ces cycles de transitions culturelles se caractérisent par de nombreux chocs culturels. D'après Paul Pedersen, les sources et les formes du choc culturel sont les suivantes : « *la surcharge informationnelle, la barrière linguistique, le fossé des générations, le fossé technologique et le mal du pays* »⁹⁹.

De manière plus générale, Pedersen explique que le choc culturel est l'expérience des événements inhabituels ainsi que des circonstances inattendues. La psychologue Nancy Adler énonce le choc culturel comme étant : « *Un ensemble de nouvelles réactions émotionnelles dues à la perte de perceptions connues. Les nouveaux stimuli culturels n'ont que peu ou pas de sens pour les individus qui en font l'expérience* »¹⁰⁰ (traduction propre). La perte des stimuli connus ainsi que la mise en contact avec de nouveaux stimuli sont bouleversantes. Nous pouvons d'ailleurs élargir cette perte de stimuli au-delà de la culture. En effet, le choc se déroule également à un niveau biologique. Le corps est aussi sollicité lorsqu'on arrive dans un territoire étranger. La météo, la nourriture, le décalage horaire sont autant de nouveautés que notre corps subit et qui lui demandent une force d'adaptation. Lorsqu'un voyageur arrive en Asie en plein milieu de la mousson, ce n'est pas à une culture qu'il doit s'adapter, mais à l'humidité constante. Évidemment, percevoir la pluie de manière positive, neutre ou négative est un fait culturel. Néanmoins au-delà de l'esprit c'est bien le corps qui va devoir s'habituer à la pluie constante. Il en va de même pour la nourriture. L'individu peut avoir une appréhension culturelle à ne pas manger ceci ou cela, mais changer radicalement de régime alimentaire provoque des bouleversements pour le système digestif. Le choc culturel est brutal et touche différents niveaux de l'être. Nous sommes bousculés psychiquement, culturellement, physiquement. De plus, prendre conscience de son relativisme culturel peut également représenter un ébranlement existentiel. Face à toutes ces perturbations, l'individu s'adapte et s'ajuste à ces nouvelles situations. Ce qu'il y a d'extraordinaire dans le choc culturel est qu'il est rarement identifié de manière claire. Pourtant il est global et fréquent. Il est reconnu comme inhérent au voyage, mais devient presque anecdotique alors que ses conséquences peuvent être très concrètes. Il est finalement peu considéré. On peut se demander dans quelle mesure l'exotisme est une stratégie d'adaptation à ce choc culturel. Surtout lorsqu'on prend un compte le fait qu'il est cyclique et qu'il advient également avant le voyage (ce que Sussman appelle la préparation du séjour). On pense ici aux imaginaires exotiques véhiculés dans les médias et les récits de voyage.

L'exotisme semble être une perception appartenant à la phase euphorique de la lune de miel. Une des caractéristiques de l'exotisme est que les individus considèrent la distance

⁹⁸ N.M. Sussman, « *Sojourners to Another Country* », art cit.

⁹⁹ Paul Pedersen, *The five stages of culture shock: critical incidents around the world*, Westport, Conn, Greenwood Press, 1995.

¹⁰⁰ *Ibid.*

culturelle de l'Autre comme étrange (*stranger*). Est-ce tout simplement parce que le touriste n'a pas le temps de faire l'expérience du choc culturel ? On peut en douter lorsqu'on se remémore les colons d'Indochine, qui vivaient sur place et qui voyaient le pays où ils étaient avec des yeux exotiques. De même, les expatriés actuels ne semblent pas toujours échapper à l'exotisme. Considérer l'Autre comme étrange (*stranger*) correspond au fait que l'enculturation fait supposer qu'une façon d'agir et de penser est naturelle et universelle. L'Autre est bizarre, mon groupe est neutre. La lecture des situations inhabituelles et inattendues passe par l'ethnocentrisme qui donne une centralité très confortable. Afin de réduire les impacts du choc culturel (et par là son apprentissage), les touristes minimisent les différences entre les cultures ou réduisent le monde et ses cultures à une grille de lectures du réel facile de compréhension. Elles permettent de vivre le séjour de manière plus agréable et détendue, ce qui est finalement l'objectif de beaucoup de touristes et voyageurs à l'étranger. Nous l'avons vu, le choc culturel ainsi que le choc des cultures sont deux archétypes diamétralement opposés. L'un est individuel, complexe, pédagogique, long, nuancé, éprouvant et « grandissant », l'autre est collectif, réducteur, immédiat, absolu et immobile. L'individu passera sans doute de l'un à l'autre en fonction des contextes, des spatialités et des temporalités. Le voyageur ne se situera jamais radicalement du côté du « choc culturel » ou du côté du « choc des cultures ». Aller de l'un à l'autre n'est pas contradictoire. On pourrait même supposer que ces perspectives sont à certains égards complémentaires. Leur articulation permettrait à l'individu d'agencer un réel pour trouver en équilibre entre le plaisir du voyage et la réalité complexe des cultures. L'exotisme et « l'étrange » culturel font sans doute partie du « choc des cultures ». La découverte et l'apprentissage de la culture sont secondaires pour le voyageur en recherche d'exotisme. L'exotisme se nuance de la doctrine de Huntington du fait que l'Autre et le *moi* ne sont pas en confrontation. Au contraire, l'Autre représente un idéal du seul fait qu'il vient d'un pays qui ne soit pas le mien. Séparé de l'Autre, le voyageur reste dans « *un enclavement mental* » essentialisant. Plus qu'une différenciation, la distance est marquée par un ethnocentrisme qui rend l'Autre « étrange », hors de portée, et figé dans un paradigme par une construction fermée.

Pour conclure ce chapitre sur la distance, citons Bruno Vercier : « *Toute ma vie m'est apparue sous d'étranges couleurs ; elle s'est déroulée avec ses personnages, ses situations, ses décors empruntés à tous les pays de la terre* »¹⁰¹. Ces mots proviennent d'un ouvrage faisant le portrait de Pierre Loti. Elle montre la mise en scène de l'étrange. L'exotisme permet la sélection d'éléments du réel afin de rendre l'organisation du monde intelligible. Dès lors, le voyage se compose d'impressions, qui concentrent l'individu davantage vers une intériorité qu'une extériorité. Il se situe moins dans un hors de soi que dans une centralité du moi. Comme Pierre Loti dans ses romans, le « je » écrit et vit l'histoire. Ce faisant, contrairement à l'anthropologue, le voyageur est sous la « *servitude* »¹⁰² de ses *pré-représentations*. Pour

¹⁰¹ Bruno Vercier, *Pierre Loti portraits : les fantaisies changeantes*, Paris, Flammarion, 2002, p. 5.

¹⁰² C. Lévi-Strauss, *Tristes tropiques*, op. cit., p. Introduction.

Todorov, l'étrangeté n'est rien d'autre que les sentiments agréables que procurent ces projections de l'Autre : « *C'est précisément de l'incompréhension que naît le charme : l'exotisme n'est rien d'autre que ce mélange de séduction et d'ignorance, ce renouvellement de sensation grâce à l'étrangeté* »¹⁰³. L'étrangeté provient aussi de la déterritorialisation provoquée par la distance géographique. Plus une distance physique est importante, plus l'univers connu s'éloigne. La déterritorialisation appelle à une reterritorialisation de son univers, d'autant plus si la déformation du monde autour de soi est abrupte. Notons que la raideur du passage peut être exacerbée dans des temporalités courtes. Dans ce processus l'Autre est dépossédé de son environnement et essentialisé devenant à la fois le *foreigner* et le *stranger* idéal. Une autre distance qui peut venir nourrir l'impression d'étrangeté est la distance culturelle. La culture conditionne les individus à des comportements et des organisations spécifiques. Lorsque le voyageur émet des jugements de valeur sur une culture en la qualifiant « d'étrange » il considère sa façon d'agir à lui comme naturelle et universelle. L'individu perçoit le monde au travers de l'ethnocentrisme. Le choc des cultures (macrosociologique) et le choc culturel (microsociologique) sont deux grilles de lecture de l'Ailleurs qui, même si elles sont opposées, peuvent se compléter. Leur équilibrage permet de digérer la complexité et le bouleversement d'un choc culturel tout en restant dans l'enclave mentale dessinée par le choc des cultures. L'exotisme est composé des deux.

Dans cette partie, nous avons mis en évidence de nombreux mécanismes de distanciation qui permettent au voyageur de ressentir l'étrange. Nous avons montré les conséquences que peut avoir cette projection de l'étrangeté sur l'Autre, notamment des effets de réification par le manque d'empathie. L'Autre serait réduit à la figure d'étrange et en perdrait son humanité. Peut-on être si rigoureux envers l'exotisme ? Le voyageur qui rencontre un Vietnamien ne le voit-il vraiment qu'à travers ses présupposés ? Lorsqu'on s'intéresse à certains philosophes de la différence tel que Emmanuel Levinas, on se rend compte que notre rapport à Autrui ne peut pas être si distant. Avec son étude sur le visage, Levinas apporte un nouveau regard critique sur le lien avec l'Autre. Le philosophe défend l'idée que le visage n'est pas qu'un support anatomique, il déchire le sensible : « *Le visage est une relation, l'interface entre autrui et moi-même, un lien d'emblée éthique avec ce qui n'est pas moi et qui me dépasse infiniment* »¹⁰⁴. Pour lui « *le visage est nu* »¹⁰⁵. Singulier et unique, il ouvre à l'humanité. Le visage permettrait d'aborder l'Autre sans contexte et sans artifices. Le visage renverserait la subjectivité par sa brutalité frontale et expressive. Pour Levinas, l'éthique a comme source l'extériorité. En effet, le visage de l'Autre dévoile une certaine vulnérabilité : « *Le moi devant autrui est infiniment responsable* »¹⁰⁶. Dans cette perspective, même la distance et l'étrangeté ne peuvent empêcher la rencontre intime avec l'Autre.

¹⁰³ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 353.

¹⁰⁴ Emmanuel Lévinas, *Totalité et infini : essai sur l'extériorité*, Dordrecht, Kluwer Academic, 2009.

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

Finalement, les artifices et nos représentations s'écrouleraient face à la nudité du visage de l'Autre.

Felix Guattari et Gilles Deleuze ont également travaillé sur la notion de visage. Cependant, leur lecture semble être différente de celle de Levinas. Pour les deux philosophes, le visage n'est pas hors de son contexte. Au contraire, le visage de l'Autre se connecte avec des processus de signification et de subjectivation : « *La forme du signifiant dans le langage, ses unités mêmes resteraient indéterminées si l'auditeur éventuel ne guidait ses choix sur le visage de celui qui parle* »¹⁰⁷. Pour les auteurs des Mille Plateaux, « *Le visage est une carte* »¹⁰⁸. Roland Barthes va dans leur sens lorsqu'il pose la question rhétorique suivante : « *Qu'est-ce donc que notre visage, sinon une citation ?* »¹⁰⁹. Deleuze et Guattari posent une corrélation entre visage et paysage. Les auteurs, contrairement à Levinas, ne partagent pas l'idée d'une individualité et d'une unicité absolue du visage. Le visage s'inscrit dans un champ social. Il est orienté par les significations du discours et ses représentations prédéterminées. En d'autres termes, il entre dans un système de normes qui pousse le visage à s'identifier à des rôles ou des fonctions : « *Quel visage n'a pas appelé les paysages qu'il amalgamait, la mer et la montagne, quel paysage n'a pas évoqué le visage qui l'aurait complété, qui lui aurait fourni le complément visage qui l'aurait complété, qui lui aurait fourni inattendu de ses lignes et de ses traits* »¹¹⁰.

Chapitre II. Une différenciation relative au reconnaissable

*« Tout un a en face de lui un autre, c'est donc entre l'un et son autre que se construit une liaison : la différence. Cette différence n'est pas l'opposé de l'un, mais le principe de l'un et de l'autre. C'est la différence pure, productrice et irréductible. Elle se constitue en vision de monde, monde dans lequel tout se trouve en interaction (sans hiérarchie), en interdépendance (sans processus), en synchronie (sans histoire). Ce qui ne signifie pas sans mouvement ».*¹¹¹

Au regard des éléments que nous avons constatés jusqu'ici, cette conception de la différence semble être étrangère à l'exotisme. Rappelons-nous que pour Todorov l'exotisme trouve sa source dans la méconnaissance de l'Autre. Un lieu exotique est : « *Un pays dont la seule caractéristique pertinente est qu'il ne soit pas le mien* »¹¹². Nous avons établi que les représentations du voyageur sont des stratégies pour gérer le choc, la confusion, la perte de repères créés par la rupture de son cadre. Grâce à l'exotisme, le voyageur peut voir le pays où

¹⁰⁷ G. Deleuze et F. Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 205-206.

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 208.

¹⁰⁹ R. Barthes, *L'Empire des signes*, op. cit., p. 116.

¹¹⁰ G. Deleuze et F. Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 205-206.

¹¹¹ Frédéric Darmau et Pierre-Yves Mate, « Promotion de la différence. Étrangeté, altérité, singularité », *Raison présente*, 1986, vol. 79, n° 1, p. 49.

¹¹² Pierre-André Boutang, *L'Abécédaire de Gilles Deleuze : V comme Voyage*, s.l., Sub-Til productions, 1889.

il va avec superficialité, fascination et plaisir. Les représentations du voyageur lui permettent une identification émotionnelle. Le voyage a pour Deleuze : « *toujours un petit côté de fausse rupture* ». Ce que confirme également l'écrivain F. Scott Fitzgerald dans *La Fêlure* : « *Il ne suffit pas d'un voyage pour faire une vraie rupture* »¹¹³. Alors que l'étymologie de l'exotisme tend à décrire une théorie de l'hors de soi, de l'extérieur et de la différence, son usage, et particulièrement dans le voyage, semble mener au contraire. L'exotisme n'est pas un intérêt pour les choses différentes, mais il est un intérêt pour un imaginaire spécifique. Dans cette partie, nous prouverons que l'exotisme est bien le contraire de la différence. Nous allons pour cela expliquer et critiquer Segalen et sa vision d'un exotisme qui place la différence radicale comme valeur ultime à atteindre. Puis nous étudierons la notion de « reconnaissable » en analysant l'équilibre entre la découverte de l'inconnu et les représentations familières. Enfin, nous verrons les changements structurels entraînés par un différent relatif au reconnaissable.

A. Lorsque Segalen confond exotisme et altérité

Si en France il y a un nom rattaché à l'exotisme, c'est bien Victor Segalen. Pour l'auteur, l'exotisme désigne tout ce qui est extérieur au sujet. La notion couvre donc bien plus de contenus que le concept traditionnel d'exotisme. De manière géographique, il n'existe pas pour Segalen un lieu qui soit plus exotique qu'un autre. Par exemple, on pourrait parler d'un exotisme polaire. Selon l'écrivain, l'exotisme ne s'arrête pas à l'espace. Le passé et le futur peuvent également être perçus comme exotiques : « *L'exotisme dans le temps. En arrière : l'histoire. Fuite du présent méprisable et mesquin. Les ailleurs et les autrefois. L'a-venir* »¹¹⁴. Par ailleurs, Segalen donne à l'exotisme, la possibilité d'être pensé sur un plan social et biologique. Par exemple, Segalen développe un exotisme entre les femmes et les hommes. Notons cependant que l'auteur réfléchit ce rapport en des termes déséquilibrés ou les hommes seraient seuls à observer les femmes et pas le contraire. De plus, il réfléchit ces différences de genre sur un plan biologique et binaire ce qui est également critiquable. Dans la philosophie de Segalen, les humains peuvent ainsi éprouver de l'exotisme face au monde végétal, animal et minéral. Enfin, il existerait un exotisme des sens ainsi qu'un exotisme réciproque entre les différents arts. Ce faisant, Segalen théorise ce qu'il appelle : « *l'exotisme universel* ». Cet exotisme est vernaculaire et essentiel. L'aspect vernaculaire se caractérise par des marqueurs spécifiques et précis sur un territoire donné. Il désigne la propriété de ce qui appartient à une minorité ou à un groupe culturel non dominant. L'exotisme vernaculaire est local, il ne subit aucune orientation imprimée. Il s'active par l'intérieur, il ne provient pas de l'extérieur. Il s'inscrit dans la cohérence et l'harmonie de son environnement immédiat. Il s'oppose au véhiculaire, c'est-à-dire l'espace construit entre deux groupes pour communiquer, échanger, influencer, etc. Il dit défendre les formes de diversités même les plus particulières. Néanmoins, même si le vernaculaire s'oppose à l'homogénéisation, il se caractérise tout de même par une

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ Victor Segalen., *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, Ed.1., Montpellier ; Cognac, Fata Morgana, 1978, p. 28.

impermanence qui privilégie les figures vivantes spontanées. Les expressions vernaculaires ne se figent pas, elles sont en mouvement avec leur environnement. On peut s'interroger sur l'exotisme de Segalen qui tend à favoriser une forme de muséification.

L'exotisme de Segalen est également essentiel : « *L'exotisme est tout ce qui est autre* »¹¹⁵. Pour Todorov : « *Il ne s'agit plus de multiplier les expériences exotiques, mais de les saisir dans leur généralité* »¹¹⁶. Pour Segalen : « *L'exotisme essentiel est celui de l'objet pour le sujet* »¹¹⁷. Dans cette perspective, on peut se demander ce qui différencie l'altérité de l'exotisme. Au-delà de cet aspect critiquable de l'exotisme de Segalen, sa théorie s'insère aussi dans un processus et une posture : « *Le point de départ de l'expérience exotique est le même que celui de toute perception : l'identification de l'objet ; mais c'est ensuite qu'il faut bloquer le processus habituel d'assimilation (de l'autre) et d'accommodation (de soi), et maintenir cet objet comme différent du sujet* »¹¹⁸. En d'autres termes, il faut absolument maintenir l'Autre à distance pour préserver le sentiment d'étrangeté. Seulement de cette façon, nous dit Segalen, nous pouvons profiter de la différence de l'Autre sans l'altérer : « *La réaction vive et curieuse d'une individualité forte contre une objectivité dont elle perçoit et déguste la différence* »¹¹⁹. L'exotisme est un sentiment du divers né d'une sensibilité contemplative : « *Il ne s'agit plus d'intégrer des éléments étrangers dans le décor d'une conscience faussement curieuse. Il s'agit de considérer les civilisations dans leurs différences radicales* »¹²⁰. Sa vision n'a pas pour ambition de saisir l'Autre, c'est d'après lui complètement impossible : « *L'exotisme n'est donc pas une adaptation, une compréhension parfaite d'un hors de soi-même qu'on étreindrait en soi, mais la perception totale et immédiate d'une incompréhensibilité éternelle* »¹²¹.

D'après Segalen, l'exotisme relève aussi d'une interrogation sur soi. Effectivement, à travers le référentiel d'une culture inconnue, on adopte une perspective différente qui permet de se voir autrement. Le phénomène de l'exotisme touche à la question fondamentale de l'être : « *L'attitude spéciale du sujet pour l'objet ayant démesurément englobé toute pensée, l'être pensant se retrouve [...] face à face avec lui-même* »¹²². Segalen ne souhaite pas enfermer l'Ailleurs dans des grilles de définition, sachant qu'elles sont des produits de nos sociétés. Pour lui, le voyage semble être une affaire très intime qui ne regarde que soi. Dans son livre sur Segalen, Henry Bouillier écrivait : « *Voyage extérieur et voyage intérieur sont chez lui à ce point confondus qu'il nous impose de le faire* »¹²³. Le voyageur qui maintient cette posture est appelé l'exote. Il critiquera de manière véhémement les « *proxénètes de la sensation du divers* » comme

¹¹⁵ Victor Segalen, *Stèles, Peintures, Equipée*, Plon., Paris, 1970, p. 513.

¹¹⁶ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 366.

¹¹⁷ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 37.

¹¹⁸ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 370.

¹¹⁹ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 25.

¹²⁰ Sylvaine Jeminet, *Essai sur l'exotisme (1918)*,

http://www.detambel.com/f/index.php?sp=liv&livre_id=26556, (consulté le 10 septembre 2020).

¹²¹ Victor Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, Éd. 3., Paris, Fata Morgana, 2009, p. 44.

¹²² *Ibid.*, p. 106.

¹²³ Henry Bouillier, *Victor Segalen*, Paris, Mercure de France, 1999, part. Introduction.

Loti¹²⁴ ou Claudel. Il leur reproche leur européocentrisme, qui « *affadit* »¹²⁵ la réalité et qui ne propose que des séries de clichés, d'impressions, ainsi qu'une orientation de l'exotisme. Ils manquent l'Autre et ne parlent que d'eux-mêmes. Il conteste également ceux qui cherchent à « *transformer* » ou à « *assimiler* », au nom d'une fausse universalité au service de particularisme des cultures dominantes, les différences. Il cite ici les missionnaires et les administrateurs coloniaux, mais aussi Victor Hugo, Chateaubriand ou George Sand¹²⁶. On l'aura compris, sa vision se refuse à réduire l'exotisme à un « *tropicalisme* » ou à la description des colonies françaises¹²⁷ : « *Jeter par-dessus bord tout ce que contient de mésusé et de rance ce mot d'exotisme. Le dépouiller de tous ses oripeaux : le palmier et chameau ; casque de colonial ; peaux noires et soleil jaune* »¹²⁸. Comme l'écrit Segalen : « *“Le colonial” est exotique, mais l'exotisme dépasse puissamment le colonial* »¹²⁹. D'après Gérard Macé : « *Segalen est un esprit sans illusion, bien que visionnaire, d'une terrible et merveilleuse lucidité, refusant de donner aussi bien dans le réalisme trivial que dans l'idéalisme éthéré* »¹³⁰. L'auteur se détache de ses prédécesseurs en ce qui concerne le récit de ses voyages et la description des populations et des lieux qu'il visite. Il n'a pas la lecture coloniale qui s'émerveille face à la nature et qui verticalise le lien avec les natifs du pays. Segalen cherche à s'extraire de la centralité du « moi » et à placer son regard vers l'extérieur : « *L'attitude (...) ne pourra donc pas être le je qui ressent... mais au contraire l'apostrophe du milieu au voyageur, de l'exotisme à l'exote qui le pénètre, l'assaille, le réveille et le trouble. C'est le tu qui dominera* »¹³¹. Néanmoins, il ne faut pas se laisser à la fascination de l'Autre et garder une posture de recul : « *n'être dupe ni de voyage, ni du pays, ni du quotidien pittoresque, ni de soi* »¹³². Si nous reprenons l'analyse de Françoise Dastur et de sa déclinaison de l'étrangeté, Segalen se situerait dans l'étranger *alien*, c'est-à-dire appartenant à un tout autre monde que le nôtre, sans rien de commun.

Mais est-ce vraiment le cas ? L'étranger par sa différence totalisante est-il réellement un *alien* coupé du monde extérieur ? Citons ici Derrida qui prouve le contraire dans son analyse du concept de différence : « *Si la totalisation (alors) n'a plus de sens, ce n'est pas parce que l'infinité d'un champ ne peut être couverte par un regard ou un discours fini, mais parce que la nature du champ (...) exclut la totalisation : ce champ est en effet celui d'un jeu, c'est-à-dire de substitutions infinies dans la clôture d'un ensemble fini* »¹³³. Une des critiques que l'on peut faire à l'encontre de la définition de l'exotisme de Segalen est sa tendance à la muséification. En d'autres termes sa volonté à vouloir figer un espace culturel dans une période de son histoire. Pour Segalen la différence est : « *Une acquisition impérissable : un acquêt de plaisir du divers que nulle table de valeurs dites humaines ne pourrait amoindrir. (...) Au-delà de tout*

¹²⁴ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme*, op. cit., p. 13.

¹²⁵ S. Jeminet, « *Essai sur l'exotisme (1918)* », art cit.

¹²⁶ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 37.

¹²⁷ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 364.

¹²⁸ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 22.

¹²⁹ *Ibid.*, p. 83.

¹³⁰ Gérard Macé, « *Segalen Victor - (1878-1919)* » dans *Encyclopædia Universalis [en ligne]*, s.l.

¹³¹ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 21.

¹³² V. Segalen, *Stèles, Peintures, Equipée*, op. cit., p. 371.

¹³³ Jacques Derrida, *L'Écriture et la différence*, Paris, Éditions du Seuil, 2014, p. 423.

— au-delà du bonheur ou du satisfait —, au-delà de la justice et de l'ordre... demeure la certitude que voici : la justification d'une loi posée de l'exotisme — de ce qui est autre — comme esthétique du divers ». Pour Todorov, ériger l'esthétique du divers au-dessus de toute éthique, et ainsi continuer à apprécier l'intensité de la perception est suspect. Effectivement vouloir absolument entretenir la différence à n'importe quel prix c'est nier le réel et placer la différence comme des objets esthétiques d'exposition. De ce fait, Segalen extrait le différent du monde qui l'entoure. Toute culture est en mouvement et se nourrit perpétuellement de contextes et d'influences extérieures. Le philosophe ghanéen Kwamé Anthony Appiah affirme à ce propos dans un article du *New York Times* : « Les cultures sont faites de continuités et de changements, l'identité d'une société peut survivre à ces changements. Les sociétés qui ne changent pas ne sont pas authentiques ; elles sont juste mortes » (traduction propre)¹³⁴. Ce que dit Appiah c'est que maintenir les sociétés dans des différences radicales est artificiel. Segalen a toujours perçu la modernité et le progrès comme un ennemi de l'exotisme. Pour Todorov, Segalen y verrait un mouvement d'égalisation, d'universalisation et d'homogénéisation insupportable. La peur de Segalen est que le Divers disparaisse. Il effectue l'anticipation suivante : « Le Divers décroît. Là est le grand danger terrestre. C'est donc contre cette déchéance qu'il faut lutter, se battre — mourir peut-être avec beauté »¹³⁵. Pour Segalen, il faut activement défendre l'exotisme. Todorov explique que pour cela la stratégie de Segalen se situe sur deux niveaux : extérieur et intérieur. À l'intérieur : « L'ennemie est la tendance à diminuer les inégalités, à rapprocher entre elles les différentes classes de la population »¹³⁶. Par exemple, Segalen est contre la démocratie parce que : « Le peuple souverain apporte partout avec lui les mêmes habitudes, les mêmes fonctions » ou contre l'égalité homme-femme : « Condamnation absolue du féminisme, sorte de monstrueuse inversion sociale »¹³⁷. En ce qui concerne les stratégies extérieures, Todorov explique que Segalen préconise d'empêcher que les peuples se rapprochent, ou alors, et seulement dans ce cas qu'ils se fassent la guerre : « Voyages mécaniques confrontant les peuples et, horreur, les mêlant, les mélangeant sans les faire se battre »¹³⁸. Todorov affirme que Segalen est « devenu défenseur de la différence pure, Segalen refuse de concevoir que les individus puissent avoir les mêmes droits, sans cesser d'être différents »¹³⁹. Notons que Segalen à lui-même été en contact avec ces peuples différents sans pour autant leur faire la guerre. Il n'aurait jamais pu accomplir le travail d'écriture qu'il a réalisé s'il n'avait pas lui-même brisé sa règle de non-contact. D'après l'auteur de « Nous » et les « autres », Segalen oublie l'identité des peuples et ne prend en compte que celui de la différence. Par cette cristallisation de la différence Segalen enlève aux individus concernés la possibilité de se déterminer librement et autrement. Finalement, il se rapproche de Chateaubriand et de Loti par sa tendance à l'égoïsme. Tous les peuples du monde devraient se soumettre à maintenir immobile leur culture et ne surtout pas chercher à évoluer

¹³⁴ Kwame Anthony Appiah, « The Case for Contamination », *The New York Times*, 1 janv. 2006p.

¹³⁵ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 95.

¹³⁶ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 380.

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 77.

¹³⁹ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 380.

(comme ils le souhaitent, entendons-nous, pas comme une puissance dominante l'imposerait), pour Victor Segalen. D'une certaine façon, sa vision de la différence nie la réalité, le Divers décroît tout simplement parce que le tourisme augmente de manière quantitative. Il y a moins de lieux inconnus du fait qu'il y a plus d'individus qui les découvrent. Outre les lieux, avec la circulation des personnes (tourisme) ainsi que des informations (internet) les humains entrent plus facilement en contact. De plus, sa vision de la différence est suspecte. Si son exotisme désigne tout ce qui est extérieur au sujet, Segalen devrait accepter toutes les formes de différences. Pourtant sa réticence à l'égalitarisme et au changement prouve bien qu'il rejette les différences qu'il ne conçoit pas. Il persiste à enfermer la différence dans ses propres grilles de définition.

Une autre faiblesse du raisonnement de Segalen est sa méthode épistémologique. Pour lui, « *tous les hommes étaient soumis à la loi d'exotisme* »¹⁴⁰ (sa loi d'exotisme). Comme l'indique Todorov, au début Segalen avait pourtant gardé l'humilité des penseurs relativistes qui l'ont marqué (Nietzsche et Jules de Gauthier) : « *C'est une aptitude de ma sensibilité, l'aptitude à sentir le Divers, que j'érige en principe esthétique de ma connaissance du monde. Je sais d'où il vient : de moi-même. Je sais qu'il n'est pas plus vrai qu'aucun autre ; mais aussi qu'il n'est pas moins vrai* »¹⁴¹. Ce faisant, Segalen érige son expérience personnelle comme une théorie universelle. Pour Todorov : « *La généralité du phénomène lui prouve qu'il s'agit là d'une loi impersonnelle, qui gouverne le comportement humain* »¹⁴². Ceci revient à dire que toutes les autres conceptions de l'exotisme sont fausses et que chaque société éprouve les mêmes sensibilités face au divers. Michel Le Bris rappelle, fort à propos, que « *l'esthétique du Divers* » chez Segalen part du « *Réel entendu dans son sens le plus immédiat d'univers sensible et que son seul credo est la sensation et son intensité* »¹⁴³. La sensibilité n'est-elle pas une affaire de subjectivité ? On pourrait en tout cas interroger ce constat que Segalen perçoit comme un marqueur d'objectivité. Segalen convaincu de sa centralité et de l'universalité de sa théorie s'isole de la pensée commune. Sa vision unique serait la plus juste. Par cela, il nie l'utilisation du terme « exotisme » ainsi que les mécanismes sociaux qui justifient son existence. L'exotisme correspond à certaines images spécifiques et par conséquent à un univers de sens particulier. Cette réalité a ses raisons structurelles. Réinventer seul le sens d'une notion est glissant. Segalen généralise un comportement de sa propre psychologie. Il détourne finalement le réel sans prendre en compte les modulations qui interviennent dans toutes les sociétés humaines et qui expliquent les attitudes et les conditionnements humains.

Enfin, notons une incohérence entre la vie de Segalen et sa théorie sur l'exotisme. Dans les deux anthologies les plus connues de Segalen (l'une de Michel Le Bris l'autre de Henry Bouillier) on observe un cycle polynésien et un cycle chinois dans les deux livres. Pour le premier cycle, on pense à son ouvrage le plus connu : *les Immémoriaux* qui traite du déclin

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 76.

¹⁴¹ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, op. cit., p. 30.

¹⁴² T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 369.

¹⁴³ Victor Segalen et Michel Le Bris, *Voyages au pays du réel : œuvres littéraires*, Bruxelles, Editions Complexe, 1995, p. 14.

maori à Tahiti, mais également à de nombreux autres textes qui traitent de la Polynésie : *Gauguin dans son dernier décor, Le Maître-du-Jour, Hommage à Gauguin, La Marche du feu, Penser païens, Journal des îles, Le Double Rimbaud, Vers les sinistrés, Hommage à Saint-Pol-Roux*. La Chine est aussi un territoire qui a permis à Segalen une écriture prolifique : *Stèles, Peintures, Le Fils du Ciel, Équipée, René Leys, Odes, Thibet, Le Combat pour le sol, Lettre X, Sites*. Nous avons expliqué que l'exotisme selon Segalen désigne tout ce qui est extérieur au sujet. Il peut être, d'après l'auteur, géographique, mais également temporel, biologique et social. Pourtant dans sa vie et dans ses œuvres Segalen n'explore que les pays touchés par un exotisme attendu. Même s'il a écrit sur le Tibet, il n'a que peu raconté l'exotisme des pays froids. L'exotisme temporel n'est pas non plus beaucoup développé dans ses œuvres. Certes, l'Histoire et le passé (surtout l'archéologie) le passionnait, mais jamais il n'abordera l'exotisme que pourrait représenter les villes du futur. Évidemment sa façon de décrire le réel n'est pas comme ceux qu'il appelle les « proxénètes du Divers », mais le fait est qu'il a écrit en Chine, comme Claudel et à Tahiti, comme Loti. Ce constat prouve bien que lui aussi a été conditionné par un certain imaginaire de voyage. On le remarque bien lorsque pour définir le Divers, il utilise les adjectifs suivants : « *Tout ce qui jusqu'aujourd'hui fut appelé étranger, insolite, inattendu, surprenant, mystérieux, amoureux, surhumain, héroïque et divin même, tout ce qui est Autre ; — c'est-à-dire, dans chacun de ces mots de mettre en valeur dominante la part du Divers essentiel que chacun de ces termes recèle* »¹⁴⁴. Tous ces termes sont positifs. Pourtant le différent est neutre. Que le Divers soit négatif ou positif l'intensité est inchangée, néanmoins Segalen nous offre une description de l'exotisme tout à fait traditionnelle lorsqu'il emploie les mots : « *mystérieux* », « *amoureux* », « *héroïque* », « *divin* ». L'altérité ne porte pas toujours ce verni idéal. Pourtant comme si c'était un réflexe à déconstruire il avoue : « *Il me faut déblayer le mot "divers" et surtout le mot "exotique" de toutes les notions trop positives dont il a été chargé jusqu'ici* »¹⁴⁵. Patrick Declerck est un anthropologue, philosophe et psychanalyste qui a passé 15 ans à rencontrer des SDF de Paris et à s'immerger dans leur quotidien¹⁴⁶. Il a écrit un livre qui montre à quel point il ne faut pas parcourir des milliers de kilomètres pour trouver l'altérité radicale. Comme l'affirme Rodolphe Christin au sujet de cette étude : « *Qui a lu sa phénoménologie du dormir ou du déféquer dehors, au cœur de la ville, verra comment des actes anodins, invisibles, prennent dans certaines conditions une consistance hors du commun* »¹⁴⁷. D'après Segalen cela devrait être aussi cela l'exotisme. La véritable curiosité de la différence implique d'explorer toutes ses facettes même les moins valorisés : « *C'est aussi cela l'exotisme, cette part de non vu, de non vécu, que le voyage, parce qu'il change les perspectives et provoque des expériences inédites, permet de découvrir et d'expérimenter malgré l'inconfort [...], l'incertitude et la peur* »¹⁴⁸. Si Segalen idéalise à ce point toutes les formes de différences, au point de priver les individus de la détermination de leur identité, il

¹⁴⁴ *Ibid.*, p. 83-84.

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 61.

¹⁴⁶ Dominique Bourdin, « "Les naufragés. Avec les clochards de Paris" », *Revue française de psychanalyse*, 2002, vol. 66, n° 3, p. 961-974.

¹⁴⁷ Rodolphe Christin, *Manuel de l'antitourisme*, s.l., 2018, p. 97.

¹⁴⁸ *Ibid.*

devrait aller au contact de tous les variants de l'altérité. Force est de constater qu'il préfère écrire au sujet des Maoris et des Tahitiennes dessinées par Gauguin plutôt que sur les SDF. Cela montre que Segalen est influencé par une certaine vision de l'exotisme. Sa vision ne semble pas pouvoir se détacher d'une certaine connotation positive. Jean-François Staszak fait le même constat. Pour lui :

*« Tout ce qui est lointain et bizarre ne tombe pas dans cette catégorie [exotique] : encore faut-il qu'on puisse l'apprécier d'une certaine façon. [...] . Malgré la passion qu'ils suscitent, on ne trouve pas exotiques l'anthropophagie, les sacrifices humains, les mutilations corporelles, etc. – parce que, jusqu'à une date récente en tout cas, on est incapable de les appréhender positivement ».*¹⁴⁹

Staszak a une explication à cela. Pour lui il faut que le différent soit cohérent avec nos propres référentiels culturels :

*« Une étrangeté trop radicale, qui va à l'encontre des valeurs ou des habitudes les plus profondes et les moins négociables, stupéfie, révolte et scandalise. N'est exotique qu'une étrangeté mesurée, acceptable, appréhendable. Domesticable et domestiquée. L'exotisme est aimable, il ne doit pas faire peur ou interroger ».*¹⁵⁰

B. Le « reconnaissable », entre découverte de l'inconnu et représentations familières

D'après notre analyse, les différences pour être exotiques doivent respecter certains critères : elles doivent être positives et correspondre à un certain imaginaire de voyage. De plus, il semble que ces éléments, pour libérer toute l'intensité de leur potentiel exotique, se situent dans un équilibre entre découverte de l'inconnu et représentations familières. Nous le verrons, cet équilibre est fragile. Il demande un juste dosage.

Contrairement à Segalen, certains auteurs réfutent la possibilité que le processus exotique s'active lorsqu'on rencontre une chose pour la première fois. D'après le géographe Lionel Gauthier : *« L'exotisme ne peut pas être contemporain de la découverte. Il faut apprivoiser l'inconnu avant de pouvoir parler d'exotisme, car l'inconnu effraie, alors que l'exotisme est un sentiment associé au plaisir et à la jouissance »*¹⁵¹. Encore une fois, relevons qu'exotisme et plaisir sont liés. Le sujet qui se laisse envahir par des émotions coûteuses lors de sa rencontre avec l'inconnu total ne vit pas une expérience exotique. Gauthier explique que l'inconnu effraie, mais on pourrait aussi rajouter que l'inconnu laisse indifférent. Si l'individu n'a aucune association émotionnelle et affective avec ce qu'il voit, l'intensité exotique ne sera pas présente. Imaginons qu'un individu part dans un pays qu'il ne connaît absolument pas, pour lequel il n'a aucune représentation. Les émotions ressenties seront très différentes d'un pays

¹⁴⁹ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 14.

¹⁵⁰ *Ibid.*

¹⁵¹ Lionel Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? De la possibilité d'un exotisme inversé », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, 2008, vol. 148, n° 1, p. 52.

où le sujet n'est jamais allé, mais pour lequel un imaginaire particulier lui a été transmis. L'inconnu engendre indifférence et crainte, il peut aussi être vecteur d'excitation, mais ces sentiments sont turbulents. Ils n'ont pas encore la saveur de jouissance de l'exotisme. Nous ne pouvons pas apprécier un impensé. Citons également Todorov qui émet des réserves au sujet de la théorie qui voudrait que l'intensité de la sensation s'accroisse avec la seule augmentation de la différence :

*« Mais la distance maximale produit l'incompréhension, non l'apogée du sens. Et l'expérience elle-même exige un juste dosage de familiarité et de surprise pour atteindre la plus grande force : l'étrangeté totale empêche la sensation autant que la familiarité qui fige en automatisme. Les paysages familiers n'engendrent-ils pas souvent les expériences les plus puissantes ? ».*¹⁵²

L'auteur note qu'outre le fait qu'il faille dépasser le stade de la découverte première, la familiarité fait disparaître l'exotisme. L'exotisme serait de l'ordre de l'exceptionnel il ne pourrait pas être banal et quotidien. S'il « *se fige en automatisme* », l'intensité décroît, l'altérité devient monotone. L'exotisme ne dure donc qu'un temps. Il est éphémère. D'après Peter Mason : « *La domestication de l'exotique le prive de ses qualités exotiques mêmes* »¹⁵³. Néanmoins, on peut critiquer ce point de vue. En effet, n'avait-on pas affirmé jusqu'alors que l'exotisme relevait justement d'une représentation orientée de l'étrange et d'un jugement marqué par ses propres référentiels ? Si c'est effectivement le cas, la rencontre et la connaissance de l'Autre ne modifieraient en rien son caractère exotique. Il s'agirait de voir si les représentations de l'Autre changent dans le temps ou si l'exotisme se cristallise sur la durée. Par exemple, on pourrait se demander si l'image exotique-érotique des femmes sous la plume de Loti est toujours existante aujourd'hui. Cela reviendrait à se poser la question suivante : les représentations des femmes asiatiques que l'on peut lire dans *Madame Chrysanthème* sont-elles encore actuelles ? Si c'est effectivement le cas, cela interroge sur la nature et la fonction de l'exotisme dans nos sociétés. On ne pourrait alors plus parler d'un simple malentendu. Nous mènerons plus tard dans cette thèse une étude en ce sens. Néanmoins si l'exotisme s'inscrit dans le temps, il ne pourra pas être éphémère. Finalement dans notre théorie sur l'exotisme la différence « reconnaissable » est loin d'une différence « pure » qui ne subirait aucune prénotation. Dans son livre : *différence et répétitions*, Deleuze explique :

« Tant que la différence est soumise aux exigences de la représentation, elle n'est pas pensée en elle-même, et ne peut pas l'être. La question : fut-elle « toujours » soumise à ces exigences, et pour quelles raisons ? doit être examinée de près. Mais il apparaît que les purs disparates forment ou bien l'au-delà céleste d'un entendement divin inaccessible à notre pensée représentative, ou bien l'en deçà infernal, insondable pour nous, d'un Océan de la dissemblance. De toute manière, la différence en elle-même semble exclure tout rapport du différent avec le différent qui la rendrait pensable. Pensable, il semble qu'elle ne le devienne que domptée, c'est-à-dire soumise au

¹⁵² T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 367.

¹⁵³ Peter Mason, *Infelicities: representations of the exotic*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1998, p. 1.

quadruple carcan de la représentation : l'identité dans le concept, l'opposition dans le prédicat, l'analogie dans le jugement, la ressemblance dans la perception ». ¹⁵⁴

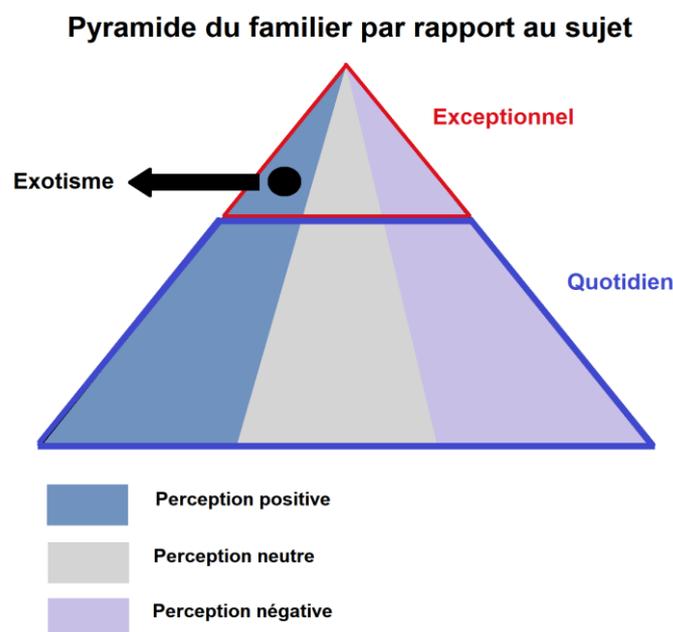
Pour l'auteur, nos représentations nous empêchent de penser la différence, car elle est soumise aux exigences d'identité et de concept. Ce que nous voyons de la différence serait une synthèse de nos référentiels. L'interprétation et la répartition de ces différences partent de l'identité de l'individu. En d'autres termes, l'individu utilise ses référentiels pour appréhender le monde. Chaque individu possède des univers de sens qui lui interdisent de penser la différence « pure ». À en croire Deleuze, la différence nous serait inaccessible. Dans un contexte d'exotisme, cela voudrait dire que ce qui est découvert et nouveau serait immédiatement interprété et passé sous le rouleau compresseur de la perception. Cela serait une façon d'appréhender la réalité tout en continuant à s'étonner et à s'émerveiller des choses qui se détachent de notre ordinaire. Finalement, c'est cela qui est central dans l'exotisme. Todorov le constate, l'exotisme est tout ce qui n'est pas soi tout ce qui s'oppose au quotidien. Nous n'ignorons pas ce qui fait partie de notre quotidien, par conséquent nous n'ignorons pas non plus ce qui s'y oppose. C'était d'ailleurs bien là, la peur de Segalen, que le radicalement différent de lui disparaisse : « *Le Divers décroît. Là est le grand danger terrestre* » ¹⁵⁵. Si l'explorateur refuse que les peuples se rencontrent, c'est parce qu'il est insoutenable pour lui que le « moi » et « l'Autre » se ressemblent. Le familier doit être justement dosé. En effet, familier n'est pas synonyme de : quotidien, ordinaire, banal et routinier, les quatre ennemies de l'exotisme. Le pire cauchemar du voyageur qui part chercher l'exotisme serait de trouver ce qu'il a quitté. Comment empêcher que la différence « reconnaissable » et donc le familier interviennent sans pour autant qu'ils se développent en banal ? Comment garder le familier en équilibre pour qu'il reste étrange ? Cela est d'autant plus vrai au regard des contacts et des échanges grandissants entre les différentes populations du monde. La réponse est à chercher dans le concept de rareté. Cela dit, il ne faut pas comprendre la rareté comme objet dont il existe peu d'exemplaires ou que l'on rencontre peu fréquemment. La rareté est davantage à saisir comme un acte qui sort de l'ordinaire. En d'autres termes, l'objet exotisé peut être en dehors de la norme même si on le croise souvent. Cette rareté ne se mesure pas en termes quantitatifs, mais davantage qualitatifs. On pourrait parler d'une rareté symbolique. Prenons un exemple.

Au début de cette thèse nous avons parlé d'une épicerie exotique dont le nom est *Maruthi exotique*. Plusieurs fois par semaine, je passe dans cette épicerie. J'y vais pour acheter toutes sortes de produits, certains estimés comme exotiques d'autres non. Je vais davantage dans ce magasin que je n'irais dans un magasin de bricolage ou dans un magasin d'électroménager. Même s'ils font objectivement moins partie de mon quotidien, jamais je ne vais les considérer comme exotiques. Au contraire, alors que je vais plus souvent dans cette épicerie, je vais considérer cet événement comme moins banal. Mes sens sont stimulés, je sors

¹⁵⁴ Gilles Deleuze, *Différence et répétition*, 11. Aufl., Nachdr., Paris, Presses Univ. de France, 2008, chap. Conclusion.

¹⁵⁵ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme*, op. cit., p. 95.

d'une certaine monotonie stable pour entrer dans un état beaucoup plus engageant. La rareté ne se joue pas au niveau de la fréquence, mais au niveau de l'exceptionnel. L'épicerie active chez moi tout un imaginaire exotique, ce que les autres structures ne font pas. Il est plus rare d'acheter une tronçonneuse ou un micro-ondes qu'une mangue, cependant l'imagerie mobilisée pour ces objets utiles dans mon quotidien ne sera pas la même. Dans l'épicerie exotique, je sais que je vais rencontrer des choses que je ne connais pas, mais je devine de quels types de choses il s'agit. Par exemple, je trouverais des fruits aux formes anormales d'après les critères de mon référentiel, de la viande d'animaux que je ne mange pas d'habitude, des odeurs que je vais juger déplaisantes. On reste ici dans le *stranger* (cf. Chapitre I) de l'étrange. Même si ce genre d'établissement est fréquent, ce dont il est symboliquement porteur est rare, précieux et unique. Il coupe le sujet de son monde ordinaire. Il est porteur d'émotions propres à l'univers de l'Ailleurs. Il transporte et transcende le sujet dans d'autres paradigmes. Finalement, dans un quotidien par définition omniprésent, l'activation de l'imaginaire exotique peut être considérée comme une chose rare ; on touche ici à la rareté du *sacré*. Nous étudierons cette différence entre *profane* et *sacré* à l'aide de Durkheim dans le Chapitre V. Néanmoins, il s'agit de souligner le fait que cette intrusion de l'Ailleurs dans le monde banal est exceptionnelle. La rareté et l'ordinaire se font face. L'exotisme est rare, non pas parce qu'il est difficile à trouver, il est rare parce qu'il est limité et cloisonné à un état d'exception. On remarque que c'est une exception qui ne pourrait pas avoir lieu si elle ne se définissait pas par rapport à une norme. De ce fait, la différence exotique s'effectue toujours à partir du familier. L'exotisme n'étant pas ce qui est radicalement autre, mais ce qui est opposé au « moi ». Ce schéma permet de synthétiser cette pensée :



C. Les changements structurels entraînés par la différenciation reconnaissable

Les voyageurs ne recherchent plus l'inconnu dans leur voyage, celui-ci est beaucoup trop imprévisible. L'individu a appris à reconnaître les marqueurs qui orienteront son voyage. Il sait que lorsqu'il tombera sur certains éléments spécifiques des émotions positives iront le submerger. Il serait intéressant de savoir dans combien de documentaires sur le Vietnam, la baie d'Along est montrée. On peut supposer que c'est une image très présente dans l'imaginaire des Français pour ce pays. On peut difficilement douter du fait qu'un touriste qui arrive à la baie d'Along éprouve des émotions décuplées par le fait d'avoir trouvé ce paysage qu'il reconnaît. Il s'y est préparé. Rappelons la question rhétorique de Todorov : « *Les paysages familiers n'engendrent-ils pas souvent les expériences les plus puissantes ?* »¹⁵⁶. Concentrer son attention sur les éléments qui transmettent des émotions positives, et de ce fait, défier la réalité, représente une libération pour l'individu. D'après Rodolphe Christin : « *Qu'on le veuille ou non, la pratique des routes toutes tracées est une improbable évasion* »¹⁵⁷. L'acteur maîtrise son voyage et anticipe les bienfaits qu'il lui procure. Par cette façon de faire, les frustrations, l'errance, les aléas, les désillusions sont évités. L'illusion empirique est maintenue. L'acteur a une croyance inconditionnelle dans son vécu, son expérience, sa perception. L'empirie devient une constante : une vérité absolue, une réalité durable, une permanence immuable. Évidemment, cela signifie une persistance de la subjectivité et une mise à l'écart des réalités contradictoires. Finalement comme nous l'avons relevé chez Segalen cela place la différence comme objet esthétique d'exposition. Rodolphe Christin dans son *Manuel de l'anti-tourisme* critique ces plaisirs simulés, cette jouissance programmée. Pour lui, cela débouche à une standardisation et une domestication du monde ainsi qu'à des mises en scène banalisées. Le sociologue s'inquiète d'une planète « bocalisée ».

Le topos du bon sauvage est un exemple pertinent pour illustrer ces modèles préfabriqués que les acteurs utilisent pour leurs représentations de la différence. Selon Todorov : « *L'exotisme primitiviste est l'une des formes les plus caractéristiques de l'exotisme européen, responsable de la figure du "bon sauvage" et de ses multiples avatars* »¹⁵⁸. D'abord, il s'agit d'expliquer que l'image « du bon sauvage » provient d'une idéalisation de ces personnes que Rodolphe Christin et Éric Julien appellent les « peuples racines ». Cette figure a longtemps été utilisée (souvent de manière inconsciente) entre le XVI^e et XVIII^e siècle pour critiquer la société européenne moderne. Dans des romans de voyages, les auteurs décrivaient le portrait de différents peuples racines venant de différentes parties du monde. Ces peuples qu'ils soient africains, asiatiques ou américains étaient fréquemment dépeints de la même manière. L'important n'était ni leur identité ni leur spécificité ; ces marqueurs étaient extrêmement secondaires. Il fallait d'abord qu'ils s'opposent aux sociétés modernes européennes. D'après Todorov, plusieurs auteurs ont permis de construire ce topos : Lahontan (*Nouveaux voyages, Mémoires de l'Amérique septentrionale, Dialogue curieux entre l'Auteur et un Sauvage*), Amérigo (*Mundus Novus*), Diderot (*Supplément au voyage de Bougainville*).

¹⁵⁶ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 368.

¹⁵⁷ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 48.

¹⁵⁸ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 302.

L'auteur de *Nous et les Autres*, dresse un portrait du « bon sauvage ». Voici les différentes caractéristiques relevées :

Il vit selon la nature et il obéit aux seuls principes de celle-ci. Il vit simplement, sans matérialité superflue : « [Il] se contente d'une production de subsistance ». Il ne se complexifie pas l'existence par l'art, la science ou l'écriture. Cela ne lui est pas nécessaire pour vivre. Le droit naturel découle de la raison universelle. Il n'a donc pas besoin des principes et des lois imposées par des structures civiles ou religieuses. Ils obéissent à leurs propres mœurs et cela les rend supérieurs aux sociétés modernes. La preuve en est, ils sont : « *généreux, justes, désintéressés et solidaires* », ¹⁵⁹ contrairement aux sociétés modernes qui sont jugées « corrompus ». Ces peuples ont donc plusieurs caractéristiques précises : « *pas de vêtement ; pas de propriété privée ; pas de hiérarchie ni de subordination ; pas d'interdits sexuels ; pas de religion* » ¹⁶⁰. Ils ont également un physique exceptionnel : ils sont forts, grands, ne souffrent pas de maladie, ils vivent longtemps. On constate qu'ils sont donc portés par des principes égalitaristes, minimalistes et naturalistes.

Il s'agirait de prouver par des enquêtes empiriques que ce topos est encore présent dans l'imaginaire des voyageurs aujourd'hui. Notre thèse s'attachera à aller en ce sens. Néanmoins, certains éléments nous confortent dans ces perspectives, citons par exemple la journaliste allemande Gertraud Heise qui en 1985 publie un ouvrage dont le titre est : *Reise in die schwarze Haut* (Traduction propre : Voyage dans la peau d'un noir). Le texte est caractéristique de la fascination de la génération des événements de mai 68 pour l'Afrique, qui s'identifie à ce pays pour ses mouvements de libération. Dans cet ouvrage, on trouve certains aspects « du bon sauvage » : un rapprochement vers la nature, la libération sexuelle, le sens des choses simples, etc. Notons également que certaines études réalisées montrent que les autochtones savent que les visiteurs ont une conception de la différence qui est orientée. De ce fait apparaissent des situations où les locaux anticipent les attentes des visiteurs et les images qu'ils vont avoir d'eux. André Rauch dans un article, cite une étude de l'anthropologue Franck Michel. Il explique :

« Des expressions comme "Hello Mister!" [...] qui servent à accueillir et à interpeller le voyageur en Indonésie ou, plus significative encore, la formule "Bonjour patron !", portent les symboles d'un respect anciennement établi — aujourd'hui périmé — qu'a renversé la décolonisation. Celui qui se considère autochtone rappelle l'histoire auprès de son visiteur ». ¹⁶¹

D'aucuns comme Claude-Lévy Strauss diront qu'il s'agit ici d'une « servitude », que le voyageur est enfermé dans ses propres paradigmes. De plus, on peut supposer que les autochtones ont l'injonction de se conformer à certains imaginaires au risque de se heurter à de l'indifférence, de l'incompréhension voir même du rejet. En effet, « standardiser » la différence a des conséquences. Par exemple que la légitimité esthétique soit décidée par le tourisme plutôt

¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ A. Rauch, « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », art cit, p. 389-392.

que par les autochtones. Pour Rodolphe Christin, les locaux sont condamnés à une certaine figuration sociale. Les natifs seraient ainsi dépossédés de leurs espaces symboliques. Le sociologue cite un article du journal *Libération*¹⁶² qui illustre bien les conséquences structurelles de la différence reconnaissable. En 2010, dans le village des Saintes-Maries-de-la-Mer, en Camargue un arrêté municipal a interdit les activités de voyances pratiquées traditionnellement par les gens du voyage. La Haute Autorité de Lutte contre les discriminations et pour l'égalité a sévèrement condamné cet arrêté. La réponse du maire fut la suivante : « *Je reproche aux gens du voyage de faire fuir les touristes et de faire fuir les clients devant les magasins* ». Il faut savoir que dans cette ville la culture des gens du voyage est l'argument commercial qui attire les touristes. Christin raconte que le flamenco et la musique gitane sont des divertissements dont le touriste profite. Cet exemple montre que ce n'est pas réellement la culture des gens du voyage qui attire les touristes, mais l'imaginaire qu'ils en ont.

En conclusion, on peut affirmer que ces perceptions de l'Autre sont des constructions sociales, qui exposent les représentations que les sujets observants, ont pour eux même. Elles montrent des pôles opposés qui pointent les déficits et peut-être les manques d'une société. En tous cas, elles semblent traduire un besoin de remise en question. Nous explorerons ce point en détail dans le Chapitre V. Deleuze disait que : « *L'altérité est le subversible qui menace l'ordre établi* »¹⁶³. Au vu de notre étude, on ne peut que lui donner raison. La perception de la différence est subordonnée à l'identique. La différence pensée est marquée par les référentiels de celui qui perçoit. Certains comportements tendent à montrer que la différence est un concept admis en théorie, mais qui ne va pas de soi. Claude Geertz fait aussi ce constat¹⁶⁴. Il explique que la différence implique un risque constant de marginalisation, ce qui aurait pour conséquence la réduction de son identité à son altérité. En d'autres termes, la société voit l'individu seulement par la facette de son identité considérée comme marginale. Segalen a tenté d'élaborer une théorie de l'exotisme qui dépasse une lecture ethnocentriste, mais comme nous avons pu le constater il n'y est pas parvenu. Notons que finir son œuvre ou avoir des lecteurs n'était pas forcément son souhait. Pour Michel Le Bris, l'œuvre de Segalen est : « *inachevé, folle, dans son absolue exigence [...]. Solitaire et hautaine, toute à l'orgueil d'un échec pressenti inéluctable, mais jusqu'au bout assumé* »¹⁶⁵. Il est parvenu à remettre en question cette notion sans se remettre en question lui-même (par exemple où est-ce qu'il se situe dans le jeu des représentations systémiques). L'exotisme est agréable et familier sans pour autant être ennuyeusement banal. La différence relative au reconnaissable est une valeur sûre. Le voyageur sait où il va mettre le pied et qu'il appréciera l'expérience. Il n'est pas fasciné par le différent, mais ce qui est radicalement à l'opposé de soi. Le différent devient donc le même, mais inversé. L'illusion de cette différence prend le pas sur la réalité en dehors des

¹⁶² Olivier Bertrand, « Le maire UMP des Saintes-maries-de-la-mer ne peut pas voir les voyantes, la Halde le sermonne », *Libération*, 3 mars 2010.

¹⁶³ G. Deleuze, *Différence et répétition*, op. cit.

¹⁶⁴ Claude Geertz, « La peur de la différence », *Pensée plurielle*, 2003, vol. 5, n° 1, p. 7.

¹⁶⁵ V. Segalen et M. Le Bris, *Voyages au pays du réel*, op. cit., p. 27.

grilles de compréhension. Rodolphe Christin aura les mots durs pour ce phénomène, il parlera d'une : « *expulsion du réel* »¹⁶⁶. Cette illusion empirique nous pourrions la qualifier de fantasme tant les représentations imaginaires suggérées par l'inconscient sont présentes dans le processus exotique. Le voyageur maîtrise les impressions de l'Autres et sa rencontre avec l'Autre.

Chapitre III. L'ethnocentrisme comme annonce d'un pouvoir de domination

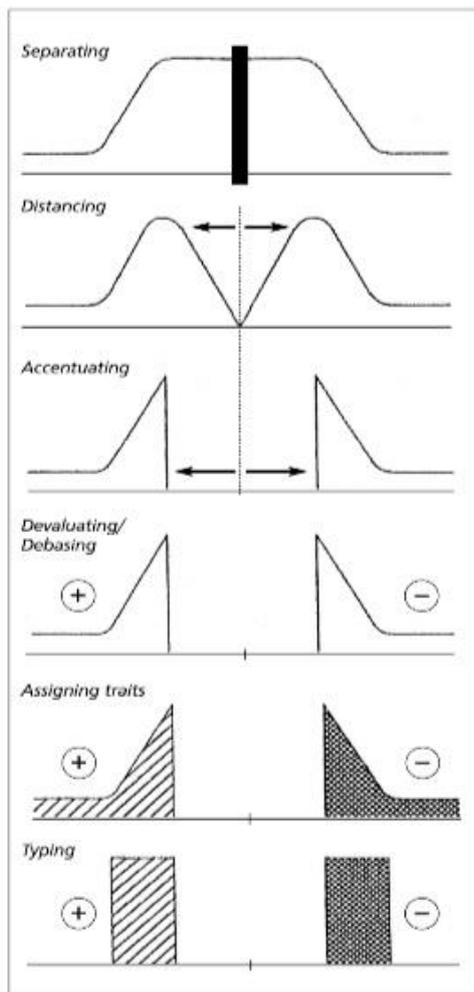


Figure 1. Réactions sociopsychologiques de perceptions ou d'élaboration de discours par Graumann et Wintermantel.

Il y a plusieurs façons de percevoir l'altérité. Carl Friederich Graumann et Margret Wintermantel ont analysé les différences de conception que le « je » peut avoir de « l'Autre »¹⁶⁷. Ils ont constaté plusieurs comportements : la simple conscientisation de la différence, l'apparition d'une distance, l'édification d'une opposition, l'établissement d'un jugement de valeur, l'attribution de représentations, la création de figures types. Leur étude relève que le « nous » a un énorme pouvoir de définition sur « les Autres ».

Ce schéma¹⁶⁸ montre que les différentes réactions sociopsychologiques de perception ou d'élaboration de discours reposent sur des constructions sociales des identités. Ces constructions dessinent à la fois les contours de l'autre groupe ainsi que ceux de son propre groupe. Ceci paraît logique en vue de la pensée de Deleuze sur la différence et comment celle-ci est soumise au prisme de l'interprétation (cf. Chapitre II). D'après Hans-Jürgen Lüsebrink, les quatre premiers schémas montrent différentes configurations possibles dans la perception de l'Autre, alors que les deux derniers modèles exposent des formes d'attribution et de catégorisation¹⁶⁹. Dans son rapport à l'Autre, un groupe peut à la fois formuler une perception de l'Autre et lui affecter certaines caractéristiques.

¹⁶⁶ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit.

¹⁶⁷ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 121.

¹⁶⁸ Hans-Jürgen Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*, Stuttgart, Metzler, 2005, p. 121.

¹⁶⁹ *Ibid.*

Évidemment cela s'effectue sur les critères et les référentiels du groupe A sur le groupe B. Par exemple pour les quatre premiers schémas, si un Français se situe seulement dans la configuration de son rapport à l'Autre, il affirmera des choses comme : « Je ne suis pas comme un Vietnamien » (*Separating*), « Il y a une distance culturelle entre moi et les Vietnamiens » (*Distancing*), « Les valeurs des Vietnamiens sont complètement opposées aux valeurs des Français » (*Accentuating*), « Les Français sont plus beaux que les Vietnamiens » (*Devaluating*). Dans les deux derniers schémas, on peut donner en exemple les allégations suivantes : « Les Vietnamiens ont le sens des affaires » (*Assigning traits*), « Les femmes vietnamiennes sont toutes dociles et correspondent aux descriptions des récits de voyage » (*Typing*).

Les représentations construisent un imaginaire social. Alain Corbin s'est intéressé à l'historicité de l'imaginaire social. Il a montré la dimension performative des représentations. On parlera d'ailleurs de représentations sociales qui sont « *tout système de savoirs, de croyances et d'attitudes, émanant d'agents collectifs, identifiant, justifiant, décrivant ou engendrant des pratiques socio-économiques, culturelles, religieuses ou politiques spécifiques* »¹⁷⁰. L'imaginaire influence la réalité du fait qu'elle conditionne la vision du monde et donc les attitudes des individus. À cause de ces représentations, certains comportements de l'Autre seront présumés. Logiquement un groupe qui a un certain poids sur le plan économique, politique, culturel, a une plus forte capacité de diffusion de ses représentations. Ceci est d'autant plus vrai lorsque deux pays sont en contact depuis un certain temps. La France et le Vietnam ont une histoire commune : l'Indochine. L'Occident est un ensemble de territoires qui possèdent un pouvoir systémique et normatif important. Il serait intéressant de voir comment le pouvoir intervient sur les représentations de l'Autre. Dans cette partie nous étudierons l'ethnocentrisme. Il convient d'ores et déjà d'affirmer que l'ethnocentrisme est un mécanisme qui se retrouve dans chaque groupe culturel. On peut le considérer comme un réflexe. Néanmoins il n'aura pas le même impact en fonction du pouvoir de représentation d'un groupe. De façon synthétique, l'ethnocentrisme est la supposition consciente ou inconsciente qu'il existe un endogroupe et un exogroupe (ces expressions proviennent des travaux de Staszak). L'endogroupe va être le groupe « au centre » et va être vu comme neutre et impartial. En réponse à l'endogroupe, l'exogroupe va constituer « l'Autre ». Il va être considéré et structuré en comparaison avec l'endogroupe. Il existe plusieurs formes d'ethnocentrisme. Milton Bennett, un sociologue américain, a composé une échelle qui décrit différents stades allant de la résistance culturelle à l'ouverture culturelle. Il fait la différence entre l'ethnocentrisme et l'ethnorelativisme. Il explique que ces différents stades ne sont pas figés. Les individus peuvent être dans des attitudes ethnocentriste ou ethnorelativiste selon les circonstances¹⁷¹. Ce qui nous intéresse dans le travail de Bennett est la partie sur l'ethnocentrisme. Il y décrit trois stades : le déni, la défense et la minimisation. Nous nous

¹⁷⁰ Gilles Ferréol et Guy Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, Paris, Colin, 2004, p. 304.

¹⁷¹ Milton Bennett, « Developmental Model of Intercultural Sensitivity » dans *Education for the Intercultural Experience*, Paige, R M., Yarmouth ME, Intercultural Press, 1993.

reposerons sur ces différentes catégories pour les enrichir de notre analyse. Dans un premier temps nous en dresserons une typographie puis nous tâcherons d'expliquer en quoi son expression en contexte de pouvoir est un vecteur de domination.

A. Typologie de l'ethnocentrisme

a) L'ethnocentrisme de déni

Pour Milton Bennett, le définit ainsi :

*« L'ethnocentrisme de déni représente le plus bas degré d'ouverture face aux différences culturelles. On ignore tout simplement qu'elles existent, ou bien on les perçoit à un niveau très général : ce qui résulte d'un isolement physique ou social en rapport avec ces différences. En tant que telle, cette position représente l'ultime ethnocentrisme, où la propre vision du monde que l'on a n'est jamais remise en question et est posée comme étant centrale à toute réalité ».*¹⁷²

L'auteur explique que cette forme d'ethnocentrisme peut être comparée à un « esprit de clocher ». Cette expression montre que les individus qui perçoivent le monde à travers cette perspective ont une vision étroite. Pour Bennett, cet état d'esprit se caractérise par : « *de la gêne, ou par le fait qu'on trouve bizarre ce qui est différent* »¹⁷³. Il relève que les individus vont mettre en place de larges catégories pour classer les différences. Il cite un exemple : « *Une telle catégorie serait la reconnaissance que les Asiatiques sont différents des Occidentaux, sans reconnaître que les cultures asiatiques diffèrent entre elles* »¹⁷⁴.

b) L'ethnocentrisme de défense

Le deuxième stade de l'ethnocentrisme selon Bennett est la défense. D'après le *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, l'ethnocentrisme : « *est un néologisme, forgé en 1906 par William Sumner dans Folkways, qui désigne la position de ceux qui estiment que leur propre manière d'être, d'agir ou de penser doit être préférée à toutes les autres* »¹⁷⁵. Cette définition globale de l'ethnocentrisme diffère de la nôtre. Dans cette thèse, nous avons préféré concevoir l'ethnocentrisme plus largement comme une vision qui s'effectue à travers les référentiels de son groupe social. Dans cette perspective, l'ethnocentrisme permet par exemple d'idéaliser un autre groupe. Nous avons choisi de catégoriser l'ethnocentrisme décrit dans ce dictionnaire dans l'ethnocentrisme de défense. D'après Gilles Ferréol, cet ethnocentrisme repose :

« Sur une forte identification de l'individu à son groupe et sur la certitude de la supériorité d'un certain nombre de valeurs, de croyances ou de représentations,

¹⁷² Centre d'apprentissage interculturel, « Un modèle de développement de la sensibilité interculturelle », *Institut canadien du service extérieur*, p. 3.

¹⁷³ *Ibid.*

¹⁷⁴ *Ibid.*

¹⁷⁵ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 304.

*l'ethnocentrisme est une attitude ou une disposition mentale consistant à se référer à ses règles et à ses normes habituelles pour juger autrui et opérer ainsi une démarcation entre "barbares" et civilisés au nom, très souvent, de la préservation d'un idéal de "pureté" ou d'"authenticité" ».*¹⁷⁶

Dans cette forme d'ethnocentrisme, on présume que l'Autre est un péril pour l'identité d'un espace culturel. Dans cette perspective, on trouve l'idée qu'une culture nationale peut être mise en danger. Certains historiens se sont intéressés à cette question dans un livre sur l'extrême droite française. Dans leur ouvrage, ils expliquent que ce courant politique a une vision organiciste de la société, c'est-à-dire l'idée que la société fonctionne comme un être vivant :

*« L'extrême droite véhicule une conception organiciste de la communauté qu'elle désire constituer (que celle-ci repose sur l'ethnie, la nationalité ou la race) ou qu'elle affirme vouloir reconstituer. Cet organicisme implique le rejet de tout universalisme au bénéfice de "l'autophilie" (la valorisation du "nous") et de "l'altérophobie" (la peur de "l'autre", assigné à une identité essentialisée par un jeu de permutations entre l'ethnique et le culturel, généralement le culturel) ».*¹⁷⁷

Essentialiser signifie l'enfermement d'un ou des individus dans des identités figées et inamovibles. Pour illustrer ce terme, prenons l'exemple de Nadine Morano qui en 2015 déclara que la France est un pays « *de race blanche* ». Elle essentialise par ce fait, le groupe « les Français », en sous-entendant que la France est un ensemble homogène de personnes blanches. Lorsqu'on combine l'essentialisation des individus à une vision du monde organiciste, on obtient une tendance à la naturalisation des différences. Par exemple, en suivant cette logique, on va se permettre de considérer les inégalités comme naturelles. Les caractéristiques du « nous » se basent ici sur des paramètres quasiment biologiques. Évidemment, dans notre étude sur l'exotisme, ce racisme intentionnel ne fera pas l'objet de notre recherche, mais il met en lumière certains mécanismes qui se retrouvent dans la structure de l'exotisme comme l'essentialisation et la naturalisation. Dans certains cas, comme celui de l'extrême droite que nous avons cité, cette conception permet d'exclure des groupes d'humains, mais elle peut aussi être utilisée pour justifier le fait que certains groupes, ne changeront pas, peu importe le contexte social, historique, économique. Dans notre étude sur l'exotisme, nous verrons que ce « rejet » de l'Autre, est inexistant. Bien au contraire, les individus dont nous parlerons dans cette thèse seront « attirés » par l'Autre. N'oublions pas non plus que dans notre contexte, des individus avec de fortes capacités de diffusion de représentations se déplacent chez d'autres individus membres d'un groupe différent. La dynamique est différente.

c) L'ethnocentrisme universaliste

¹⁷⁶ *Ibid.*

¹⁷⁷ Nicolas Lebourg et al., « FN, un national-populisme », *Le Monde*, 7 oct. 2013.

Dans cette vision, la séparation entre deux groupes n'existe plus. L'ethnocentrisme universaliste est la supposition que le « nous » et « les autres » sont identiques. Un exemple de phrase type pour ce genre d'ethnocentrisme serait : « *Je suis un citoyen du monde* ». L'ethnocentrisme universaliste minimise les différences culturelles, invisibilise des réalités et œuvre pour le compte d'intérêts particularistes d'autres cultures plus dominantes.

La minimisation est un stade de l'ethnocentrisme analysé par Bennett dans son modèle de développement à la sensibilité interculturelle. Bennett perçoit la minimisation comme un confort de pensée qui « *présuppose que toute l'humanité est régie par des principes communs de base qui guident les valeurs et les comportements* »¹⁷⁸. En d'autres termes, c'est la conception qu'il y a des différences entre des groupes d'individus, mais qu'elles ne sont pas déterminantes. Elles sont perçues comme assez superficielles et n'ayant pas d'impact sur la vie des personnes. Par exemple, dans une perspective philosophique, c'est croire que tous les individus ont les mêmes objectifs existentiels. Dans une perspective religieuse, c'est penser que l'ensemble de l'humanité est : soumise à un dieu unique, au karma ou au destin. Dans une perspective politique, c'est être persuadé que la démocratie (surtout celle « à l'occidentale ») ou le centralisme est le meilleur modèle. Dans une perspective économique, c'est diffuser l'idée que le type de développement de chaque pays du monde devrait être le libéralisme ou encore que la Banque mondiale réponde aux exigences de tous les territoires sur la planète. Dans une perspective sociale, c'est défendre le fait que chaque citoyen possède les mêmes droits et que par conséquent tout le monde a les mêmes chances de réussite.

Ce faux universalisme ne prend pas en compte que les acteurs de la vie sociale ont des envies, des besoins et des réalités différentes. Le simple fait d'être humain effacerait toutes les particularités. Des référentiels culturels précis sont pris pour des vérités, des désirs universels et des idéaux à atteindre. L'ethnocentrisme universaliste invisibilise le fait que d'autres manières de faire existent et sont possibles. L'ethnocentrisme cache les particularismes de certaines sociétés et a pour conséquence qu'un espace culturel particulier considère que ses pratiques sont la norme. Néanmoins à trop critiquer un universalisme trompeur il est compliqué de ne pas basculer dans les travers du relativisme. Certains principes universels font sens notamment ceux qui défendent l'intégrité physique et morale des personnes. Il serait compliqué de les rejeter sous le prétexte du relativisme culturel.

B. La perspective de la sociologie politique dans l'étude de l'ethnocentrisme

Après avoir dressé une typographie de l'ethnocentrisme, nous observerons cette notion à travers le prisme de la sociologie politique. Commençons par analyser le concept de pouvoir. Plusieurs penseurs se sont attachés à en dessiner les contours. Pour Robert A. Dahl

¹⁷⁸ M. Bennett, « Developmental Model of Intercultural Sensitivity », art cit.

le pouvoir est la capacité d'un individu à obtenir d'un autre individu qu'il fasse quelque chose qu'il n'aurait pas fait sans une intervention extérieure¹⁷⁹. Dans la théorie de Dahl, le pouvoir se manifeste lors de relation entre des individus. Ce n'est pas un simple attribut. Personne ne possède de pouvoir, on l'exerce dans une situation donnée. Ce que nous retenons de la pensée de Dahl est l'idée que le pouvoir s'exprime lors d'interactions. Par conséquent dans les interactions, des asymétries relationnelles sont possibles. Steven Lukes va plus loin dans son analyse. Pour lui, le pouvoir ne se limite pas au simple fait de se faire obéir ou de forcer un comportement. Le pouvoir est également l'aptitude à façonner et orienter les préférences et les attitudes des autres acteurs. Pour Lukes, cela s'effectue de multiples manières : en confrontant l'individu à des informations qu'il n'avait pas, en proposant une expertise sur une situation donnée, en fournissant à l'Autre de nouveaux outils matériels ou intellectuels¹⁸⁰. Michel Foucault appelle cela le « savoir-pouvoir »¹⁸¹. Dans son ouvrage : *Surveiller et Punir*, il a notamment montré qu'il se forme des relations de pouvoir qui sont mises en place par un savoir sur les corps. La théorie de Lukes affirme que le pouvoir façonne idéologiquement l'individu pour que celui-ci ne parvienne plus à cerner ses propres intérêts. Pour Bourdieu, les individus occupent des positions inégales au sein de l'espace social : il y a des dominants et des dominés. C'est pour lui un fait objectif. Ces positions sont déterminées par toutes sortes de capitaux. Un de ces capitaux est le capital symbolique : « *On peut le définir [...] comme le volume de reconnaissance, de légitimité et de consécration accumulé par un agent social au sein de son champ d'appartenance* »¹⁸². Les représentations du monde sont toujours et incessamment au cœur de jeux de pouvoir et de rapports de force. Le capital symbolique permet d'imposer un ensemble de représentations de la société par la création de normes sociales¹⁸³. Pierre Bourdieu parle de violence symbolique. La théorie sur la violence symbolique rejoint par certains aspects la pensée de Steven Lukes sur le pouvoir. Bourdieu caractérise la violence symbolique comme un rapport de force entre deux groupes sociaux. Ce rapport de force permettrait de se modéliser en un rapport de sens. En résulteraient des modifications de nature. Quelque chose d'arbitraire deviendrait légitime.

Cela fait écho aux diverses théories de l'ethnocentrisme qui placent un groupe culturel dans une position centrale. Les référentiels de ce groupe culturel sont estimés comme neutres, universels, objectifs, naturels. Ces considérations prouvent l'existence d'un pouvoir fort. Surtout si le groupe culturel ethnocentrique ne remarque pas que ses normes et valeurs particulières sont déplacées en des normes et valeurs générales. Dans la théorie de Bourdieu, le changement qui transforme l'arbitraire en légitime, se produit avec la complicité active de ceux sur qui ce changement de sens va porter. Autrement dit, les critères, les choix, les

¹⁷⁹ Robert Alan Dahl, *Who governs? democracy and power in an American city*, 2nd ed., New Haven, Conn. London, Yale University Press, 2005.

¹⁸⁰ Steven Lukes, *Power: a radical view*, 2nd ed., Houndmills, Basingstoke, Hampshire : New York, Palgrave Macmillan, 2004.

¹⁸¹ Michel Foucault, *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1993.

¹⁸² Pascal Durand, « Capital symbolique », *Le lexique socius*.

¹⁸³ Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron, *La Reproduction : éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Éd. De Minuit, 2005.

comportements des dominants vont être perçus par les dominés comme une chose de normale et naturelle. La violence symbolique est la capacité des acteurs dominants à faire méconnaître l'arbitraire de leur production culturelle et symbolique. Les dominés intériorisent la vision des dominants comme la leur. En d'autres termes si un individu A anticipe le comportement d'un individu B et agit en conséquence, l'individu B exerce un pouvoir sur A. Le pouvoir façonne idéologiquement l'individu pour que celui-ci ne parvienne plus à cerner ses propres intérêts, mais adopte ceux d'un autre. Au regard de ces théories, l'exotisme peut être perçu comme une violence symbolique. En effet le rapport entre exotisants et exotisés n'est pas neutre. L'exotisme est une perception qui crée un discours. Pour Jean François Staszak, l'exotisme est : « *Le discours anonyme que l'on ne situe pas porte la marque ou plutôt le masque de la neutralité, qui s'avère en fait être celui du discours dominant* »¹⁸⁴. Franz Fanon explique également que : « *Celui qui est noir se voit avec les yeux d'un blanc* »¹⁸⁵. Les individus exotisants ont un pouvoir de représentation sur les individus exotisés. L'exotisme est un regard créant une projection sociale qui forge une image. Les représentations de l'Autre ont une fonction performative. Elles ont un effet sur les pratiques, les comportements, les manières de s'appropriier le monde et les sensibilités collectives. Pour Staszak : « *C'est dans la langue dominante que se dit et se pense l'exotisme* »¹⁸⁶. L'exotisme est le pouvoir d'un discours et de représentations sur une relation. Il est fondé sur un rapport de force. D'après Raphaël Confiant un écrivain martiniquais cité par Lionel Gauthier : « *Ni le cocotier ni la plage de sable blanc ne sont exotiques dans mon vécu quotidien, mais, dès l'instant où, usant de la langue française, je m'attelle à les évoquer, je me retrouve littéralement pris en otage, terrorisé au sens étymologique du terme par le regard réifiant de l'Occident* »¹⁸⁷. Pour Staszak : « *La faculté du point de vue occidental à se considérer comme allant de soi dans les définitions des dictionnaires, reflète une position de pouvoir qui est le fruit de la conquête, de la domination coloniale puis économique de l'Occident sur le reste du Monde (ou presque)* »¹⁸⁸. L'exotisme est donc un pouvoir symbolique, car il semblerait qu'un groupe (ici l'Occident) ait le pouvoir de transformer son point de vue en une norme. Nous le voyons dans les mots de Raphaël Confiant, les dominés adoptent le regard de l'Occident sur le monde alors même que celui-ci est arbitraire. Le rapport de sens caractérisé dans la pensée de Bourdieu est ici bien présent dans cet exemple des plages et des cocotiers. Le regard « tropicaniste » de l'Occident devient légitime et commun même pour les personnes dont ces éléments composent le quotidien. Raphaël Confiant conteste que ce discours ait quelque chose de normal et naturel. Il exprime d'ailleurs sa critique pour cette vision.

Néanmoins, la réalité du secteur touristique montre que les acteurs locaux n'hésitent pas à s'auto-exotiser afin de correspondre aux attentes du regard du visiteur¹⁸⁹. Évidemment,

¹⁸⁴ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 9.

¹⁸⁵ Frantz Fanon, *Peau noire, masques blancs*, s.l., 2015.

¹⁸⁶ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 10.

¹⁸⁷ L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit, p. 49.

¹⁸⁸ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit, p. 9.

¹⁸⁹ Nathalie Schon, *L'Auto-exotisme dans les littératures des Antilles françaises*, Paris (22-24, Bd Arago 75013), Éditions Karthala, 2003.

le capital symbolique est à l'œuvre. Certaines populations ont un pouvoir de représentation sur d'autres. En effet, elles possèdent les capacités d'imposer une imagerie exotique dans un imaginaire global. Tout au long de cette thèse, des exemples illustrent ce fait. Outre ce capital symbolique, l'exotisme est fortement lié à un capital économique. Dans l'industrie touristique, l'exotisme est un argument commercial. L'intégration d'une culture dans une activité économique a des conséquences sur la relation entre celui qui propose à voir sa culture et celui qui la regarde. Michèle La Pradelle dans son étude sur les marchés en Provence montre que dans le domaine économique, les rapports entre les individus prennent en principe la forme d'un échange, mais la relation de pouvoir y est souvent niée pour garantir une transaction équilibrée. Elle parle même d'une « *mise en scène de l'égalité* »¹⁹⁰. L'économie a un fonctionnement simple, le capital permet à des individus d'imposer leur volonté à ceux qui ne disposent pas des ressources qu'ils désirent ou dont ils ont besoin. Les positions des agents sont inégales. De plus, les différents acteurs qui organisent l'exotisme pour sa mise en marché possède ce « savoir-pouvoir » conceptualisé par Foucault. Le savoir-pouvoir optimise la rentabilité des corps et par conséquent des cultures au niveau économique : « *C'est pour une bonne part, comme force de production que le corps est investi de rapports de pouvoir et de domination* »¹⁹¹. Les populations se soumettent à une imagerie exotique, car elle est pour elles un gage de ressources économiques.

L'ethnocentrisme agit donc comme un pouvoir de domination, car une perception arbitraire est considérée comme naturelle. L'asymétrie de ce regard n'est pas que purement impressive, elle est également fortement rattachée à une verticalité. L'individu qui juge à l'aide de ses propres référentiels va logiquement adopter une posture de hauteur. Pour Lionel Gauthier, l'exotisme est également une vue condescendante de l'Autre : « *Le regard exotique est comparable au regard que pose un adulte sur un enfant [...] il peut s'extasier sur ses talents, ses capacités, son intelligence, tout en gardant à l'esprit qu'il s'agit d'un enfant, d'un être immature qu'il faut donc surveiller de près* »¹⁹². L'Autre ne peut être considéré que comme un être immature, si on ne lui laisse pas la possibilité de s'émanciper d'un regard aliénant. Une plus grande horizontalité induirait une autonomie de ses discours et de ses représentations. Le dominé doit se réapproprier les images de ses cocotiers et de ses plages pour qu'elles retrouvent le sens de son quotidien et plus celui des attentes et des besoins du dominant. Cet extrait d'entretien réalisé par Nadège Chabloz, dans le cadre d'une recherche sur les malentendus dans le tourisme solidaire, montre d'une part le regard condescendant de l'individu exotisant, mais il expose également de quelle manière les exotisés sont enfermés dans une imagerie du dominant :

« *Il faut s'adapter à la modernité mais étape par étape. Qu'on ne leur amène pas la TV demain. Parce que ça leur amènera un tas d'envies qu'ils ne pourront pas satisfaire. Qu'ils jouent donc avec leur bout de bois au lieu de s'amuser avec des souris (jeux vidéo,*

¹⁹⁰ Michèle La Pradelle, *Les Vendredis de Carpentras : faire son marché, en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard, 1996.

¹⁹¹ M. Foucault, *Surveiller et punir*, op. cit.

¹⁹² L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit, p. 52.

*ordinateurs). Ce n'est pas sûr qu'ils sachent gérer, avec leur mentalité de grands gamins, ils sont adeptes de la facilité ».*¹⁹³

Pour conclure, dans cette partie nous avons pu établir deux choses. La première est que toutes les sociétés construisent une perception du rapport entre leur groupe A et le groupe B. La deuxième est que le groupe A peut attribuer des caractéristiques et même créer une typologie culturelle du groupe B. Ici encore cela se fait en fonction de son propre groupe. Le groupe ethnocentrique se place au centre sans percevoir sa subjectivité (déli, défense, universalisme). La perception arbitraire peut se rendre invisible. Lorsqu'elle est visible et consciente comme c'est le cas de l'ethnocentrisme pragmatique, les acteurs assument le fait d'élargir et de diffuser leur vision si cela joue dans leur intérêt. Si le groupe A possède du pouvoir, du fait de l'asymétrie de la relation, l'ethnocentrisme sera porteur de nouvelles conséquences. Le pouvoir n'est pas un attribut (Dahl), il intervient dans des situations d'interaction. Et en effet, l'ethnocentrisme ne peut que s'exprimer s'il y a un autre groupe. La France et l'Occident en général, ont plus de poids sur bien des niveaux (économique, politique...) que ne l'a par exemple le Vietnam. Norbert Elias le montre bien dans son étude anthropologique de l'émergence de l'Occident comme pôle de domination mondiale¹⁹⁴. En d'autres termes lorsque le Vietnam et la France se font face il est difficile de nier que le rapport de force sera souvent en faveur de la France. Comme l'a montré Lukes, ce rapport de pouvoir n'est pas forcément frontal. Il peut prendre des formes détournées. Le système politique, socio-économique et social qui organise la vie en société produit et renforce des inégalités entre les acteurs. C'est-à-dire que les processus de pouvoir maintiennent des relations inégalitaires. Même si elles le sont de manière indirecte il y a des institutions et des organisations qui véhiculent les représentations de l'Autre. Notre étude s'attachera de ce fait à étudier l'image des Vietnamiens dans les films, les documentaires, les magazines, les publicités, les vidéos de voyages, les discours politiques... D'après le dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles : « *Les représentations sociales sont [...] des productions subjectives ou mentales d'acteurs plus ou moins collectifs, disposant d'une position dans la structure, d'un pouvoir économique ou culturel, et faisant montre d'une capacité à se mouvoir dans le monde* »¹⁹⁵. Leurs descriptions ont l'air apparemment neutres, mais elles peuvent par exemple avoir pour effet de montrer l'Autre de manière condescendante (Gauthier). On peut parler d'un capital symbolique qui compose finalement l'exotisme. L'exotisme est la création d'un discours et d'une imagerie dominante, car les représentations ont une fonction performative. Si un groupe possède les capacités d'émettre ses représentations, elles se diffuseront inexorablement : « *Toute représentation se rapporte [...] systématiquement à un objet : ceci signifie que les représentations sociales "causent" les phénomènes (objets) sur lesquels les acteurs "pensent", tout autant que les "objets" sont à l'origine du déclenchement*

¹⁹³ Nadège Chabloz, « Le malentendu : Les rencontres paradoxales du « tourisme solidaire » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2007, vol. 170, n° 5, p. 32-47.

¹⁹⁴ Norbert Elias, *La Dynamique de l'Occident*, s.l., 2017.

¹⁹⁵ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 304.

d'une représentation sociale qui va redoubler, reproduire mentalement cet objet par une réinterprétation »¹⁹⁶. Rappelons que l'ethnocentrisme est un réflexe global. Ce processus n'est pas intentionnel, il est structurel.

Chapitre IV. La mise en scène de l'interaction

L'interaction est un « face à face » comme l'affirme Goffman. L'exotisme est une rencontre avec l'Ailleurs. Par conséquent, l'exotisme peut-être qualifié d'interaction. Dans les chapitres précédents, nous avons vu que l'exotisme requiert une distance qui va faire naître l'étrangeté. Cette distance et le décalage qu'elle va créer marquent l'interaction. Elle permet aussi au voyageur d'intégrer dans son rapport à l'Autre sa singularité, son statut spécifique de voyageur. L'Autre garde son statut d'Autre par cette distance. L'intégrité de son altérité ne doit pas défaillir au risque de voir l'exotisme disparaître. Christin écrit à ce propos : « *Le rapport exotique saisit dans sa logique différenciatrice, s'inscrit dans une dialectique de l'autre à l'autre et renvoie chacun des deux pôles de cette interaction à une image d'interdépendance* »¹⁹⁷. L'Autre doit rompre avec le quotidien du voyageur, mais en un écho reconnaissable. Dans cette partie, nous nous pencherons de manière plus tranchante sur cette interaction. Nous allons dans un premier temps comprendre les interactions en fonction des représentations issues de l'imaginaire que les acteurs ont de la réalité. Puis dans un second temps, nous étudierons les formes de l'interaction grâce aux théories de « l'ordre de l'interaction » de Erving Goffman. Néanmoins, nous pouvons d'ores et déjà dresser une certaine catégorisation des interactions par rapport à notre sujet.

Dans un contexte exotique, l'interaction est à percevoir sur deux dimensions différentes : la dimension physique et la dimension virtuelle. La dimension physique est celle du palpable, celle qui mobilise nos cinq sens. On peut la voir, la toucher, l'entendre, la sentir et la goûter. Prenons à titre d'exemple des voyageurs qui montent dans un avion et partent en séjour en Indonésie. Ils entrent en interaction physique avec l'Ailleurs indonésien. À noter cependant que cet Ailleurs peut entrer en interaction avec le sujet sans le besoin d'une distance physique importante (nous l'avons vu, une distance identitaire ou symbolique suffit). La dimension virtuelle regroupe toutes les formes d'interactions qui sont *montrées* par les médias comme : la presse, la radio, la publicité, internet, les films, les séries ou la télévision. Cette dimension stylise l'Ailleurs et l'adapte à des référentiels culturels. En outre, elle présente des modèles d'interactions interculturelles, qui influencent les personnes qui voyagent et qui peuvent être imitées lors d'interactions physiques.

Dans un contexte exotique, l'interaction peut être de natures différentes. Nous en reconnaissons deux : entre des humains et entre des humains et leur environnement non

¹⁹⁶ *Ibid.*

¹⁹⁷ R. Christin, *L'Imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, op. cit., p. 80.

humains. Cette distinction entre « *humain* » et « *non humain* » a été théorisée par Philippe Descola en une typologie des « *modes d'identification et de relation* »¹⁹⁸. Ce que nous appellerons dans notre thèse : « environnement non humain » est pluriel. Si nous prenons des éléments liés à notre sujet, nous pouvons citer à titre d'exemple : le paysage, l'atmosphère, des lieux (temple, marché, etc.), des animaux, la végétation, les couleurs. Descola dans son œuvre *Par-delà nature et culture* redéfinit en profondeur ce qu'on appelle « société ». En effet, l'auteur met à jour le fait que la sphère des interactions instituées entre les humains ne suffit plus à faire émerger l'objet même des sciences sociales. Descola propose donc d'inclure le rapport des individus à leur environnement naturel dans le champ des recherches en sciences humaines. En ce qui concerne les interactions entre humains, celles-ci peuvent être présentées comme interculturelles dans la perspective d'une étude sur l'exotisme. L'interculturalité fait référence aux résultats et aux conséquences du contact entre deux espaces culturels. Les interactions interculturelles sont des formes de rencontre entre des individus de différentes cultures. L'exotisme recherche le différent et l'Ailleurs. L'interaction avec d'autres cultures y est donc centrale. Dans ces interactions interculturelles, les acteurs vont interagir de façon *verbale, paraverbale* et *non-verbale*¹⁹⁹.

A. L'analyse de l'imaginaire par la philosophie

Segalen décrit l'exotisme comme « *un fantasme de l'altérité radicale* ». Il semble être une production de l'esprit que l'on projette sur l'Autre, une réalité subjective de l'imaginaire. Le fantasme exotique est un processus, une manière fictive pour l'individu d'être en rapport avec un environnement, c'est également une manière de se faire objet pour les autres et une façon d'être par rapport aux autres. Pour commencer, faisons la distinction entre « imaginaire » et « imagination ». L'imagination est une faculté à la disposition des individus. Un pouvoir, nous le verrons par la suite, à la fois producteur et reproducteur. Au contraire, l'imaginaire n'est pas une capacité, mais le monde produit par l'imagination. Il est la réalité d'un individu (ou du moins une des facettes de cette réalité). Dans le cadre de la sociologie, nous nous intéresserons davantage à l'imaginaire, mais pas exclusivement. Pour comprendre ce qu'est l'imaginaire, son lien avec la réalité et son intégration dans le processus exotique, nous nous accorderons un regard vers la philosophie. Pour ce faire, nous allons comparer l'analyse de plusieurs philosophes sur ce sujet, dont deux, en particulier : Jean Paul Sartre et Paul Ricœur. Leurs conceptions de l'imaginaire empruntent deux chemins qui vont dans deux directions différentes. Commençons par Sartre. Pour cet auteur, l'imaginaire est l'expression du pouvoir d'une conscience libre²⁰⁰. Libre, parce qu'elle permet de s'extraire du monde réel.

¹⁹⁸ Philippe Descola, *Par-delà nature et culture*, s.l., Gallimard, 2015.

¹⁹⁹ Voir à ce propos la grille d'analyse d'une interaction interculturelle (Linguistic Awareness of Cultures) de Berndt Müller-Jacquier.

²⁰⁰ Jean-Paul Sartre et Arlette Elkaïm-Sartre, *L'Imaginaire : psychologie phénoménologique de l'imagination*, Paris, Gallimard, 2007.

Dans une perception profondément existentielle, l'imaginaire révèle la liberté de l'humain. Pour preuve, nous pouvons, par l'imaginaire, introduire dans le monde des choses qui n'existent pas. Par exemple, on peut imaginer une licorne alors que cet animal fantastique n'existe pas dans le monde réel. Cette capacité, Sartre l'appelle : « *la néantisation* »²⁰¹. L'imaginaire donnerait le pouvoir de considérer le monde comme absent. Néanmoins, d'après le philosophe, l'imaginaire ne provient pas de nulle part, il découle de notre perception. Sartre ne paraît pas croire à l'inconscient. L'imaginaire est lucide. Il est à comprendre comme *l'Ersatz* d'une perception irréalisable.

Paul Ricœur a une vision différente de l'imaginaire. Même si l'auteur a peu écrit sur le sujet en tant que tel, son travail a toujours été traversé par ce thème. Pour lui, réel et imaginaire semblent être liés et se compléter²⁰². Chez Ricœur, l'imaginaire permet de comprendre la réalité tout en la suspendant.

Sa position presque optimiste envers ce concept s'oppose à celles des philosophes rationalistes qui paraissent considérer l'imaginaire comme une puissance mensongère et perturbatrice ainsi qu'une faculté indisciplinée de l'esprit de l'individu. Pour illustrer ce propos, nous pouvons citer Spinoza puis Descartes : « *L'imagination, lorsqu'elle concerne l'homme lui-même, qui a de soi une meilleure opinion qu'il n'est juste, s'appelle ORGUEIL, et c'est une espèce de Délire, parce que l'homme rêve les yeux ouverts qu'il peut tout ce qu'il saisit par sa seule imagination* »²⁰³, « *je n'approuve point qu'on tâche à se tromper, en se repaissant de fausses imaginations ; car tout le plaisir qui en revient, ne peut toucher que la superficie de l'âme, laquelle sent cependant une amertume intérieure, en s'apercevant qu'ils sont faux* »²⁰⁴. L'imagination peut donc brouiller la distinction entre ce qui est vrai et ce qui est faux. Disons-le autrement : entre le réel et l'illusion. Par ailleurs, elle peut également avoir pour conséquence de faire douter de l'évocation des choses absentes.

Chez Ricœur, l'imaginaire est plus complexe que cela. Pour Mickaël Foessel dans la préface de l'anthologie qu'il a composée sur Ricœur²⁰⁵, l'intellectuel insiste sur la diversité des définitions de la notion. Il distingue deux conceptions de l'imaginaire différenciées en langue allemande : *die Einbildung* et *die Phantasie*. Le premier concept désigne la faculté de reproduction de l'imaginaire et le deuxième sa capacité de création d'images. Par exemple, l'individu qui imagine lors de son voyage être un aventurier tel Marco Polo ou Christophe Colomb est dans la *Einbildung*. Si l'individu s' imagine lorsqu'il traverse la baie d'Along l'image d'une nature romantique, enchantée, poétique tel Gérard de Nerval dans son texte *Fantaisie*, nous nous trouvons dans la deuxième conception de l'imaginaire. De ce fait pour Ricœur l'imaginaire n'est pas le contraire du vrai : « *Elle ne neutralise pas seulement le réel* »²⁰⁶.

²⁰¹ *Ibid.*

²⁰² Paul Ricœur, *Anthologie*, Paris, Points, 2007.

²⁰³ Benedictus Spinoza, *L'Éthique*, Québec, Université du Québec à Chicoutimi, 2013, p. 149.

²⁰⁴ René Descartes, « Lettre à Elisabeth ».

²⁰⁵ P. Ricœur, *Anthologie*, op. cit.

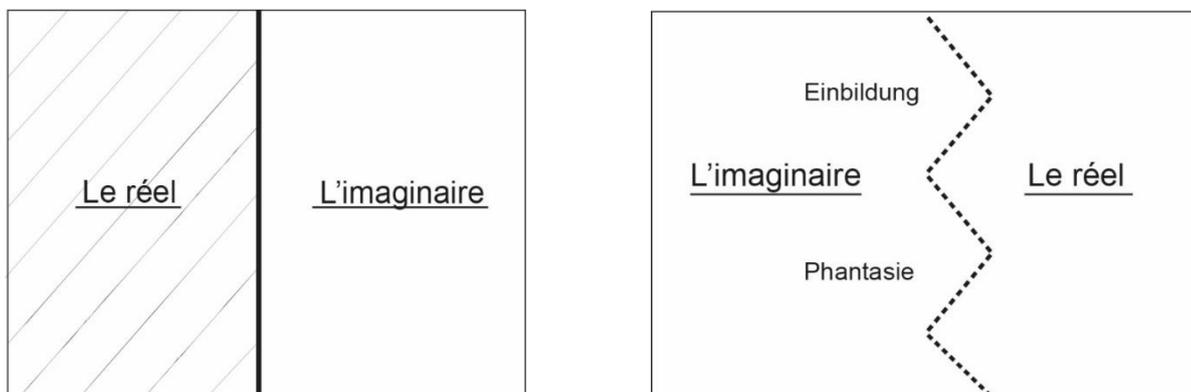
²⁰⁶ *Ibid.*, p. Préface.

L'imagination aurait aussi le pouvoir de produire de nouvelles références et de concevoir le monde à travers une perspective inédite. L'imaginaire n'élabore pas que des images, il forge de nouveaux sens. Ceci est fondamental pour notre étude. Les individus créent de nouvelles références. On peut donc dire que l'imaginaire intervient dans le réel parce que l'imaginaire présente les choses autrement pour donner un sens que l'individu comprend. En d'autres termes, il constitue un monde tel que l'individu peut se le représenter. Notons que nous parlons ici beaucoup de « l'individu », mais ce processus de création des référentiels s'inscrit dans une perspective collective. Ces univers intériorisés, Alfred Schütz les définit comme :

*« Le monde intersubjectif qui existait bien avant que nous soyons nés, le monde que d'autres, nos prédécesseurs, ont expérimenté et interprété comme un monde organisé. Il est maintenant donné à notre expérience et à notre interprétation. Toute interprétation est fondée sur une réserve d'expériences antérieures, qui sont nos propres expériences et celles transmises par nos parents et nos professeurs ».*²⁰⁷

Avec l'imaginaire, l'individu retrouve son monde : *« Il réinvente sa vie, réinjecte du possible dans un monde clos »*²⁰⁸. Ricœur va plus loin dans son analyse, il montre que cette nouvelle reconfiguration du réel influence nos usages, nos actions et nos interactions. L'imaginaire propose des faisabilités et redonne un sens à la pratique. De ce fait, l'imaginaire prodigue un cadre au sujet.

Schémas comparatifs de l'imaginaire selon Sartre (à gauche) et Ricœur (à droite) :



B. Les cadres de l'expérience : une approche des constructions multiples de la réalité

Replongeons-nous dans la sociologie avec Erving Goffman de l'école de Chicago et sa théorie sur les cadres d'expérience²⁰⁹. Goffman propose une approche de la multiplicité de

²⁰⁷ Alfred Schütz, *Le Chercheur et le quotidien : Phénoménologie des sciences sociales*, Paris, Méridiens Klincksiek, 1994, p. 105.

²⁰⁸ P. Ricœur, *Anthologie, op. cit.*, p. Préface.

²⁰⁹ Erving Goffman, *Les Cadres de l'expérience*, Paris, de Minuit, 1991.

constructions de la réalité, qui nous permet, un peu plus, d'expliquer pourquoi l'exotisme est ce qu'il est. Cet auteur s'est beaucoup préoccupé de comprendre la communication entre individus et tout ce qui fait la trame des interactions quotidiennes : « *l'interaction y est vue comme un système par lequel se fonde la culture* »²¹⁰. Il en fait un objet scientifique légitime. Goffman a une vision holistique des échanges entre les individus. Ce faisant, il ne se concentre pas sur le contenu, mais sur la forme en considérant pleinement le contexte. D'après le sociologue, toute expérience humaine renvoie à un cadre donné :

*« Je soutiens que toute définition de situation est construite selon des principes d'organisation qui structurent les événements — du moins ceux qui ont un caractère social — et notre propre engagement subjectif. Le terme de "cadre" désigne ces éléments de base. L'expression "analyse de cadres" est, de ce point de vue, un mot d'ordre pour l'étude de l'organisation de l'expérience ».*²¹¹

Ces cadres ont des fonctions. La première est d'orienter les perceptions et les représentations de l'individu : « *Les cadres fixent la représentation de la réalité, ils donnent à l'individu l'impression que cette réalité est bien ce qu'elle est* »²¹². La deuxième est d'influencer l'engagement des individus et leur conduite : « *La définition de la réalité étant fixée, la personne peut ajuster son degré d'engagement et adopter les comportements adéquats* »²¹³. Finalement, l'individu se retrouve devant des réalités définies par la société. Goffman stipule qu'effectivement, ces cadres ont pour références « *des procédés interprétatifs qui ne sont pas [ceux de l'individu]* »²¹⁴. Lorsque l'individu visite d'autres sociétés avec des procédés interprétatifs différents, son engagement et sa conduite peuvent ne plus être adaptés au cadre. Ce que confirme Goffman : « *Son expérience ne coïncide aucunement (ou presque) avec les cadres culturels qui définissent les formulations nombreuses et variées de la réalité sociale qu'il visite* »²¹⁵. Ceci nous intéresse dans notre étude sur l'exotisme, car cela implique que la lecture des situations peut être différente d'un individu à l'autre pour le même événement. Prenons un exemple pour illustrer ces deux fonctions du cadre et leur transposition dans une interaction interculturelle. Imaginons un voyageur en vacances au Vietnam. Il a entendu parler d'un village de pêcheurs connus pour leur mode de vie traditionnel. Il souhaite aller découvrir cette culture et rencontrer ces villageois. Il va au contact des habitants. Ces derniers accueillent le visiteur ; ils sont très cordiaux avec lui et lui proposent à manger et à boire. Le voyageur est enchanté du sens de l'accueil des Vietnamiens. Il essaye de communiquer en anglais avec les personnes en leur expliquant comment les choses se passent en France. Les Vietnamiens l'écoutent et rient. Le chef du village demande même aux enfants du village de se mettre en tenue traditionnelle et de danser et chanter devant leur invité. À la fin de la journée, le chef du village va vers le voyageur et lui réclame de l'argent. Le voyageur est en

²¹⁰ Xavier Molénat, *Les Penseurs de la société*, Auxerre, Sciences humaines, 2015, p. 75.

²¹¹ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit., p. 19.

²¹² Jean Nizet et Natalie Rigaux, « V / Les cadres de l'expérience » dans, Paris, La Découverte, 2014, vol.2e éd., p. 65-76.

²¹³ *Ibid.*

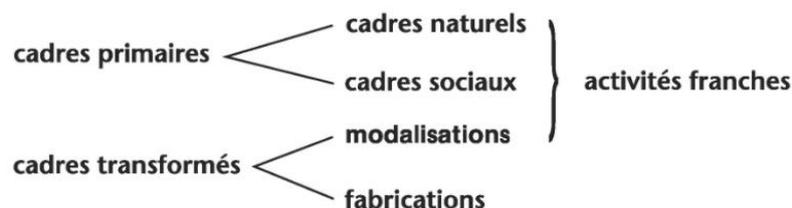
²¹⁴ *Ibid.*

²¹⁵ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit.

colère, il se sent abusé. Lui pensait que ces interactions étaient spontanées et « réelles ». On lui donne l'impression qu'elles étaient artificielles. Il a le sentiment d'être réduit à un touriste consommateur. Le chef du village ne comprend pas la réaction du voyageur, son village vit du tourisme et il sait que lorsqu'un Occidental arrive dans son village c'est parce qu'il est touriste. La nourriture et les boissons coûtent cher. En plus, les enfants ont raté des heures d'écoles pour venir faire leur spectacle. Dans cet exemple, le voyageur et les personnes du village ne voient pas la situation de la même façon. Chaque côté avait des représentations différentes des circonstances et des acteurs impliqués. Ils ont ajusté leur conduite à leur vision et interprétation des événements. Ces altérités, dans la lecture de la scène, ont eu pour conséquence une incompréhension et un mauvais dénouement.

Pour mieux saisir comment cela est possible, nous allons nous plonger davantage dans les différents types de cadres que Goffman distingue.

Les types de cadres



216

Comme on le voit sur ce schéma, il y a les cadres primaires et les cadres transformés. Commençons par les cadres primaires. Ce sont les cadres qui ne renvoient à aucun autre : « *Est primaire un cadre qui nous permet, dans une situation donnée, d'accorder un sens à tel ou tel de ses aspects, lequel autrement serait dépourvu de signification* »²¹⁷. Ceux-ci se divisent en deux catégories : les cadres naturels et les cadres sociaux. Les cadres naturels sont relatifs à notre compréhension des lois et des forces : de la nature, de la physique, de la biologie, etc. Ainsi lorsqu'on va en Asie et qu'on voit les fortes pluies de la mousson tomber, on rattache cet événement à un phénomène atmosphérique ; ou quand on lâche un verre et qu'il se casse, on l'associe à la loi de la gravité. Les cadres sociaux sont eux relatifs aux intentions et actions humaines. Par exemple, mettre de l'insecticide sur sa peau prend un sens dans la mesure où l'intention est de se protéger des piqûres de moustiques et des potentielles maladies transmissibles. Autre exemple : un individu croise une connaissance du côté opposé de la rue qui salue de la main, il lui répond de la même façon. Les deux protagonistes veulent montrer leur intention de se saluer et tous deux comprennent ce geste.

Passons maintenant aux cadres transformés : « *on a affaire à un cadre transformé lorsque la situation, bien que présentant certaines ressemblances avec ce qui se déroule normalement dans le cadre primaire, acquiert pourtant une signification différente* »²¹⁸.

²¹⁶ J. Nizet et N. Rigaux, « V / Les cadres de l'expérience », art cit.

²¹⁷ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit., p. 30.

²¹⁸ J. Nizet et N. Rigaux, « V / Les cadres de l'expérience », art cit.

Lorsque toutes les personnes impliquées dans la situation ont conscience de la transformation, Goffman parlera de « *modalisation* ». La modalisation est : « *Une transformation qui ne se cache pas* »²¹⁹. Au contraire de la fabrication qui est un cadre où les individus n'ont pas tous conscience qu'il s'agit d'une *fabrication*. Certaines personnes seront donc « *victimes* », « *pigeons* » d'autres personnes que Goffman qualifie de « *combinards* » et « *d'imposteurs* »²²⁰. Pour cette raison, les fabrications ne rentrent pas dans les « activités franches » dans lesquelles l'ensemble des acteurs concernés sont conscients de ce qu'il se passe.

Reprenons notre exemple du voyageur qui arrive dans ce village de pêcheurs. Dans cette situation, toutes les personnes sont lucides sur la rencontre en cours. Les habitants se mettent en scène afin de correspondre à l'authenticité recherchée par le touriste. Ils lui demanderont une rétribution à la fin de la journée. Le voyageur a connaissance que le tourisme est le moyen de subsistance du village et qu'il n'est probablement pas le premier visiteur occidental qu'ils reçoivent. Il sait qu'en tant que touriste, il sera accueilli de cette façon et il leur donnera de l'argent. Même si la situation ne relève pas d'un rapport contractuel entre des prestataires et des bénéficiaires pour une prestation, le cadre est transformé et modélisé. Il est transformé parce que l'accueil et la rencontre ne sont pas l'objectif premier qui est recherché. Néanmoins, ces principes servent de modèle à cette scène. La situation peut être considérée comme franche parce que toutes les personnes de ce cadre possèdent les mêmes informations. Dans ce contexte, tous les acteurs se comportent comme s'il s'agissait du modèle, tout en sachant que ce n'est pas le cas. Nous sommes dans une mise en scène et tous les acteurs de ce cadre en sont conscients. Ce qui différencie le cadre social de ce cadre transformé est que le sens n'est pas le même. Dans un cadre social, cette rencontre ne serait pas traversée par des enjeux économiques.

Pour les villageois, l'intention n'est pas de faire une nouvelle rencontre et d'offrir l'hospitalité (même si ces objectifs peuvent être secondaires). L'intention est de pouvoir dégager un salaire de ces visites d'étrangers. Pour les touristes, on peut se demander à quel point la rencontre et la découverte culturelle sont les intentions recherchées. Il est en effet possible d'imaginer que derrière la rencontre, le sens de ce moment est davantage du côté du dépaysement, de la détente et paradoxalement, peut-être aussi, vers la recherche de rapports humains et d'immersion dans des modes de vie authentiques²²¹. On peut néanmoins se poser la question du degré de conscience de l'individu : à quel point s'avoue-t-il la réalité ?

Les cadres de modalisations sont d'autant plus identifiables dans les situations de voyages dans lesquels les agences touristiques sont intermédiaires. Lorsque les touristes réservent un circuit pour une certaine somme et que ce circuit comporte, par exemple, une

²¹⁹ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit., p. 283.

²²⁰ J. Nizet et N. Rigaux, « V / Les cadres de l'expérience », art cit, p. 93.

²²¹ A ce stade de l'étude le lecteur est en droit de se demander ce qu'est « un mode de vie authentique ». Nous explorerons davantage cette idée dans un chapitre sur l'authenticité.

étape chez une ethnie minoritaire, ce contact est pensé, organisé et mis en scène. Tout cela est encadré pour garantir au client une expérience de valeur. Ici, la modalisation ne fait pas de doute. Chacun tient son rôle, ses représentations et adapte sa conduite. Tous les acteurs savent comment l'Autre va agir et réagir, notamment parce que ces situations se répètent. Goffman voit la vie sociale comme une pièce de théâtre. Ici, le face-à-face est joué et projeté sur scène, « devant un public, toujours inquiet de la qualité de la représentation, exhibant aux autres une "façade" pertinente à nos yeux et jetant plus ou moins consciencieusement [...] un voile pudique sur ce qui risquerait de contredire notre représentation »²²². Dans cet exemple, tout le monde sait que le contact provient d'une transaction financière. Il n'est pas issu d'un hasard, de circonstances particulières, d'un échange professionnel ou d'un partage de compétence, il est programmé. La transaction ne se déroulera pas sur scène, mais dans les coulisses entre l'agence et un représentant du village, car sinon « elle risquerait de contredire la représentation »²²³. Goffman appelle ces coulisses la « région postérieure » et la scène sera la « région antérieure »²²⁴. La transaction ne doit surtout pas être centrale sinon elle révélerait trop brutalement l'illusion de la rencontre.

Reprenons notre exemple, mais cette fois pour illustrer un cadre de fabrication. Pour Goffman les fabrications sont : « Des efforts délibérés, individuels ou collectifs, destinés à désorienter l'activité d'un individu ou d'un ensemble d'individus et qui vont jusqu'à fausser leurs convictions sur le cours des choses »²²⁵. Notre visiteur se fait passer pour le représentant d'une agence de voyages. Il propose d'intégrer le village dans le circuit touristique de son agence. Il goûte les boissons et la nourriture, il demande à voir des spectacles et des danses. Les villageois acceptent pensant que si leur village intègre un circuit, ils pourront profiter d'une nouvelle rentrée d'argent. Dans cette situation, les villageois sont trompés. Les conséquences sont négatives pour eux. De leur point de vue, il s'agissait d'un cadre social et d'une activité franche. Ils ne sont pas conscients que le cadre a été transformé. Prenons une autre situation possible de cadre de fabrication. Notre voyageur arrive dans le village de pêcheur. Les habitants l'accueillent. Ils lui servent de la nourriture, des boissons et organisent des danses et des chants folkloriques. Le touriste souhaite immédiatement savoir s'il va devoir donner de l'argent. On lui rétorque que non, mais à la fin de la journée, on lui demande néanmoins de payer. Le visiteur avait pourtant bien demandé s'il devait payer. Il désirait clarifier le sens de la situation. On lui a menti, il se sent trompé. Nous sommes donc bien dans un cadre transformé. Cependant, il nous faut aussi voir de manière critique cette situation particulière. Chaque groupe culturel a des spécificités de communication ainsi que des tabous qui peuvent être différents. Parler d'argent peut être un tabou. De plus, selon Edward Hall, théoricien en interculturalité, les différents espaces culturels communiquent de manière très différente. Selon lui, il y a des espaces culturels contextuels et des espaces culturels peu contextuels.

Edouard Gardella, « Goffman fait de notre vie quotidienne un théâtre » dans *Pour les sciences sociales*, 101 livres., EHESS., Paris, EHESS, 2017, p. 71-72.

²²³ *Ibid.*

²²⁴ *Ibid.*, p. 72.

²²⁵ Erving Goffman, *The presentation of self in everyday life*, Repr., London, Penguin, 1990, p. 93.

Cette dimension interculturelle mesure si on communique de façon directe ou indirecte²²⁶. Les espaces asiatiques sont des cultures à contexte culturel dense, la communication se fait de manière indirecte et contournée, car la plus grande partie du message est considérée comme déjà connue et intériorisée par le destinataire. Le non verbal et le paraverbal permettent de saisir un message qui n'est pas exprimé de façon verbale. Le visiteur en question n'a peut-être pas eu la sensibilité culturelle pour comprendre qu'en effet il devait payer. Chaque acteur membre d'une culture peut avoir sa propre lecture des évidences.

Goffman explique aussi qu'il existe des erreurs de cadrage qui créent des malentendus : les ruptures de cadre. Dans la première situation que nous avons décrite, le voyageur vit cette rupture de cadre. En effet lorsque le village lui demande de payer il se met en colère. Il ne saisit pas pourquoi on lui sollicite de l'argent, il s'est trompé sur le sens derrière le cadre de cette rencontre : « *C'est la nature même de nos croyances et de nos engagements qui, subitement, se trouve bouleversée* »²²⁷; « *l'individu se rend compte qu'il a perçu la situation de manière erronée et qu'il s'y est engagé de façon inadéquate* »²²⁸. Notre recherche empirique va permettre de mesurer l'ampleur des erreurs de cadrage vécues par les voyageurs. De plus, il serait intéressant de comprendre pourquoi certains voyageurs confondent un cadre primaire avec un cadre transformé. On pourrait également se demander s'il est possible que certaines fois ils soient eux-mêmes auteurs et victimes de leur propre duperie (caractérisé par de la naïveté) et donc d'une fabrication de cadre.

Pour conclure ce chapitre sur la mise en scène de l'interaction, il convient de resituer Goffman dans son paradigme sociologique. Il vient de l'école de Chicago. Cette université développe un courant sociologique appelé *l'interactionnisme symbolique*.

*« Cette conception s'appuie sur trois postulats : le sens n'est jamais indépendant des interactions ; les interactions se développent suivant une dynamique propre, bien qu'elles se justifient par des besoins naturels et des données culturelles ; la notion de "société" correspond à un processus d'actions plutôt qu'à une structure ».*²²⁹

Goffman marque sa distance avec ce courant, parce que celui-ci nie l'organisation ou les structures des phénomènes sociaux : « *Il ne vous permet pas de structurer ou d'organiser les choses réelles que vous étudiez. Il s'oppose à tout système, il s'oppose à toute découverte quelque peu systématique. C'est ainsi que je vois les choses* » (traduit par Jean Nizet, Natalie Rigaux, 2014)²³⁰. Pour Goffman l'observation des interactions tend au contraire à mettre en évidence l'existence d'un ordre social qui se définit comme : « [Un] *ensemble de normes* »

²²⁶ Edward Hall, *Au-delà de la culture*, Seuil., s.l., 2016, p. 105.

²²⁷ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit., p. 370.

²²⁸ J. Nizet et N. Rigaux, « V / Les cadres de l'expérience », art cit.

²²⁹ Jean Manuel de Queiroz et Marek Ziolkowski, *L'Interactionnisme symbolique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1997, p. 31-35.

²³⁰ Jean Nizet et Natalie Rigaux, « VI / La généalogie intellectuelle de Goffman » dans, Paris, La Découverte, 2014, vol.2e éd., p. 77-92.

morales qui régule la manière, dont les gens poursuivent leurs objectifs »²³¹. Notons que par cette théorie, Goffman s'écarte d'un relativisme absolu, il s'inscrit dans une perspective structuraliste. L'analyse des théories de Goffman a permis de dégager le fait qu'il existe une multiplicité des constructions de la réalité. Comme l'explique Avery Sharron, cette multiplicité des constructions chez lui est indépendante des intentions individuelles²³². Les interactionnistes symboliques tels que Geroges Gonos critiquent sa tendance à « *considérer les acteurs comme des supports de structures sociales préexistantes* » et de prendre « *le cadre* » comme objet principal de la recherche plutôt que de partir de l'énonciation de la situation par l'acteur²³³. En d'autres termes de la signification produite par les individus. Si on considère notre étude sur la construction des représentations sociales et leur performativité dans des capacités d'expression du pouvoir, les acteurs sont effectivement les supports de structures sociales préexistantes dans le processus exotique.

Grâce à Paul Ricœur, nous avons vu comment l'imaginaire peut activement participer au réel et même le construire. Goffman nous a donné la forme et les mécanismes de cette interpénétration par sa théorie des cadres. Nous avons affirmé deux fonctions du cadre qui permettent de comprendre par quels mécanismes l'imagination et donc l'imaginaire agissent sur le réel. L'imaginaire devient le cadre de référence qui définit une situation et qui structure les événements sociaux. Nous l'avons vu, les cadres orientent les perceptions et les représentations de l'individu et ils influencent son engagement et ses conduites. À l'étranger, l'individu perd les cadres de références de son quotidien. À titre d'exemple, la communication n'est pas la même, alors qu'il faut continuer à s'adapter à la situation, au risque de *perdre la face*. Nous invitons à ce propos le lecteur à consulter *La sacralité de la Face* dans *La Présentation de soi* de Goffman. L'exotisme offre au sujet de nouveaux cadres pour s'adapter à ces situations de l'Ailleurs en dehors de ses cadres habituels. Ces nouveaux cadres appartiennent à la catégorie des cadres transformés (par modalisation ou par transformation). En effet, l'exotisme marque la réalité d'un autre sens que celui qui serait donné dans son équivalence primaire. Nous avons énoncé un exemple de situation qui s'y reporte lors du point sur la modalisation. Nous avons vu que pendant une interaction entre un village de pêcheur et un touriste, l'intentionnalité n'était pas forcément la rencontre. Le sens derrière un contact avec l'Ailleurs peut être transformé par les filtres de l'exotisme. Cette adaptation, *ce recadrage* peut donc passer par l'exotisme qui offre un ensemble d'images pour se voir *soi*, voir *l'Autre* et voir *l'environnement*. Cet imaginaire est vaste. Il puise et s'ajuste à la surface de chaque culture. Ce cadre utilise les référentiels propres pour regarder l'Ailleurs. C'est en quelque sorte une hybridation entre le connu et l'inconnu qui forme quelque chose de nouveau. L'orientalisme mis à jour par Edward Saïd n'est-il pas une forme d'exotisme qui a permis aux Occidentaux de se fixer un cadre pour appréhender la culture du Moyen-Orient ?

²³¹ Erving Goffman, *Comment se conduire dans les lieux publics : notes sur l'organisation sociale des rassemblements*, Paris, Économica, 2013, p. 10.

²³² Avery Sharron, « Frame Paralysis: When Time Stands Still », *Social Research*, 1981, vol. 48, n° 3, p. 500-520.

²³³ George Gonos, « "Situation" versus "Frame": The "Interactionist" and the "Structuralist" Analyses of Everyday Life », *American Sociological Review*, 1 décembre 1977, vol. 42.

L'imaginaire exotique propose un cadre qui permet d'utiliser d'autres procédés interprétatifs pour appréhender l'Ailleurs. Elle ajuste de ce fait les projections et les comportements de l'individu. Cela expliquerait la spécificité des interactions avec l'Ailleurs. Néanmoins, une question demeure : comment expliquer que l'imaginaire, finalement le *non réel*, devient cadre de référence ? Est-ce un choix individuel de chacun comme solution pour interagir avec l'Ailleurs ? Ou est-ce au contraire une contrainte extérieure relevant d'un système d'équilibres en tensions ? En parlant de l'individu qui use de l'imaginaire, Michael Foessel conclut la préface de son anthologie sur Ricœur avec les mots suivants : « *Il réinvente sa vie, réinjecte du possible dans un monde clos* »²³⁴. Peut-être devrions-nous nous intéresser à ce « monde clos » qui semble pousser l'individu à devoir s'inventer de nouveaux univers. Afin d'expliquer l'exotisme d'aujourd'hui nous nous attacherons à étudier le monde dans lequel il est actif. Un des objectifs de cette thèse est de proposer une nouvelle définition sociologique de l'exotisme qui prend en compte ses nouveaux univers de contextes. Dans notre prochaine partie, nous allons donc contextualiser le concept étudié dans l'environnement dans lequel il se construit, à savoir la société où vivent les individus d'aujourd'hui usants de l'exotisme.

Chapitre V. Le contexte d'une société éclatée

Dans cette partie nous nous intéresserons à l'environnement dans lequel s'articule l'exotisme aujourd'hui. Il semblait important de situer les individus qui voyagent dans l'époque où ils se trouvent. Le postmodernisme paraît avoir une influence considérable sur la manière de voyager des individus ainsi que sur le besoin d'exotisme. Nous étudierons donc la postmodernité. Puis nous analyserons un découpage de la réalité qui permet à l'exotisme et à ses représentations de se manifester, de se diffuser et de grandir. Enfin, nous verrons comment une société éclatée appelle l'individu à compenser son dérèglement. Dans cette dernière partie nous étudierons les structures qui influencent l'individu et qui lui imposent certains déterminismes, tout en ouvrant à la compréhension de ses décisions rationnelles et de ses choix adaptatifs.

A. Les caractéristiques de la postmodernité qui nourrissent l'exotisme

Le postmodernisme est un mouvement artistique et architectural. Il s'inscrit communément comme un paradigme esthétique. On peut donc le lier avec le sujet qui nous intéresse, à savoir l'exotisme, aussi connu comme « *l'esthétique du divers* » (Segalen)²³⁵. Néanmoins, dans cette recherche, nous délaisserons la théorie esthétique du postmodernisme, pour privilégier le concept de postmodernité comme utilisé dans la

²³⁴ P. Ricœur, *Anthologie*, op. cit., p. Préface de Michael Foessel.

²³⁵ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme*, op. cit.

sociologie. En voulant définir le concept de postmodernité avec précision, nous avons rapidement dû admettre que cela allait s'avérer très complexe, tant ce terme possède une multitude de définitions et de théorisations, parfois contradictoires ou opposées. Nous pouvons d'emblée affirmer que le postmodernisme présente un problème de sens et de définition et par conséquent d'extension. Même la nature du postmodernisme est floue. On ne sait pas si ce concept fait référence à une époque, des pratiques politiques, des penseurs spécifiques, des thèses philosophiques, des courants de pensée. On peut convenir ici qu'il est toutes ces choses à la fois. Dans cette thèse, nous allons davantage parler de postmodernité dans le cadre des sciences sociales, désignant les bouleversements structurels des modes de vie et d'organisations sociales d'une époque.²³⁶ Selon le théoricien américain Frederic Jameson, le postmodernisme serait : « *La logique culturelle du capitalisme tardif* »²³⁷. Dans sa définition, l'idée de la consommation est centrale. Un fait important de la postmodernité est sa tendance à croiser le temps et à mélanger les espaces. Pour les individus d'une époque postmoderniste, le passé montre à quel point nos civilisations, nos gouvernements ont échoué. Le futur est quant à lui peu reluisant : le réchauffement climatique, l'austérité économique, les distances sociales qui se creusent en sont seulement quelques exemples. Nous avons perdu confiance dans le progrès ; héritier de la rationalité des Lumières, qui a échoué dans sa promesse d'émancipation, provoquant en nous une déception.

Voici quelques caractéristiques de la postmodernité qui marquent les individus et leur manière d'être d'après les théories de Rengin Bahar Firat, Sudhir Venkatesh²³⁸ et Michel Maffesoli. Nous avons choisis d'expliquer celles qui vont influencer le processus d'exotisation.

a) L'hédonisme

L'individu postmoderniste a des désirs qu'il souhaite réaliser. La recherche de plaisir est constante. Évidemment cela va de pair avec l'évitement du déplaisir. L'enjeu est donc de trouver des plaisirs dans son quotidien, ce qui, nous le verrons, n'est pas toujours évident. Maffesoli adopte une autre perspective sur ce point, plus nuancé. Pour lui, l'individu postmoderniste s'affirme autrement que par le prisme rationnel. Les sens et le sensible occupent une place centrale. Il assume donc son émotionnel et s'oppose par ce fait à une certaine logique de raison cartésienne : « *La postmodernité se caractérise par cette entièresité de l'être, non réduit au cerveau, mais incluant également le corps, ou encore le plaisir. C'est une nouveauté qui me paraît non négligeable* »²³⁹.

Le philosophe Michel Tozzi, dans la revue *Des cahiers pédagogiques*, nous explique que selon Peter Sloterdijk, « *le culte du présent, une bonne gestion et la recherche du bien-être remplacent la volonté de transmission, propre aux prémodernes, comme celle de*

²³⁶ X. Molénat, *Les Penseurs de la société, op. cit.*, p. 120.

²³⁷ Philippe Dagen, « Comprendre le postmodernisme », *Le Monde*, 17 oct. 2011.

²³⁸ Fuat Firat et Alladi Venkatesh, « Postmodernity: The age of marketing », *International Journal of Research in Marketing*, 1 août 1993, vol. 10, p. 227-249.

²³⁹ Michel Maffesoli, « Michel Maffesoli : « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible » ».

transformation de la société, caractéristique des modernes »²⁴⁰. Michel Maffesoli, rejoint cette analyse de la centralité de l'imaginaire du « ici » et « désormais »²⁴¹. Cet auteur observe la postmodernité à travers un regard pragmatique. Contrairement à beaucoup d'autres il n'est pas inquiet des conséquences de la postmodernité sur l'individu. Son analyse montre que la jouissance dans l'instant n'est pas nouvelle :

*« Il est intéressant de regarder la manière dont est récupérée, notamment chez les plus jeunes générations, la vieille idée de carpe diem, par exemple. Le Dieu Kairos, chez les Grecs, était le dieu de l'opportunité qu'il fallait saisir au bon moment : chauve, il convenait de ne pas le laisser s'enfuir, faute de pouvoir le rattraper par les cheveux... Il était le dieu de la bonne occas' ».*²⁴²

Un autre aspect de l'hédonisme est la recherche de l'intensité. Les individus sont soumis à un désir de réalité décuplée. De nos jours, lorsqu'une personne voyage, elle s'attend à pouvoir vivre une expérience intense. Elle souhaite ressentir plus. Ce plus semble parfois en décalage avec le réel. Dans cet état d'esprit, les barrières entre vrai et faux, entre nature et illusion, ont tendance à s'effacer. La simulation qui procure de vives sensations émotionnelles prend le pas sur la réalité.

b) La participation active

Dans une société postmoderne, le terme consommation est péjoratif. Les acteurs essaient de s'en défaire au maximum. La consommation porte une image de destruction. On va lui préférer le terme « production » qui au contraire semble symboliser une figure de création. Les individus souhaitent donc être dans une position participative. Comme l'affirme Michèle Longing : « *Les livres stimulent, mais ne satisfont pas le désir esthétique de voir. Le public aspire à être lui-même voyageur et spectateur. Ainsi non seulement les Français assument chez eux leur rôle de consommateur d'un Orient rapporté par les voyageurs, mais ils veulent également avoir le rôle d'observateurs et de voyageurs, être acteurs* »²⁴³. Un exemple qui illustre bien se fait sont les plateformes collaboratives en lignes où l'on demande aux individus de noter leur expérience d'hôtels ou de restaurants. On peut citer *Tripadvisor* ou *Yelp*. En effet, *Yelp* sur sa page Facebook parisienne, n'hésite pas à se présenter comme « *Un réseau social qui vous permet de partager gratuitement avec vos amis tous vos avis, bons ou mauvais, sur les commerces de votre ville* ». Les utilisateurs de ces plateformes semblent être dans une démarche active d'aide et de conseil envers les autres voyageurs. Tout en consommant des produits touristiques, ils participent à la réussite d'autres voyageurs. De plus, la participation active va également donner un sens aux actes de consommation de par une perspective de développement social, culturel et économique en faveur du pays visité.

²⁴⁰ Michel Tozzi, « La vérité en crise », *Cahiers Pédagogiques*, 28 nov. 2019.

²⁴¹ Michel Maffesoli, *La Transfiguration du politique : la tribalisation du monde*, Paris, B. Grasset, 1992.

²⁴² M. Maffesoli, « Michel Maffesoli : « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible » », art cit.

²⁴³ Barbara Vinken, *Littérature et exotisme, XVIIe-XVIIIe siècle*, s.l., Publications de l'École nationale des chartes, 1997, p. 40.

L'objet consommé sera également important. La valeur ne se trouve plus dans le produit en lui-même, mais dans le sens attaché au produit. Cela va même plus loin. L'identité des individus peut être conditionnée par leur consommation. La figure du « consomm'acteur » en est un exemple. D'après les auteurs de l'ouvrage *Consommateurs*, qui développent cette expression, ce mot : « [renvoie] *au caractère volontaire et responsable des consommateurs. Ce terme permet d'intégrer aussi la dimension de l'action à l'acte d'achat* »²⁴⁴. Prenons l'exemple d'un produit comme le café. La finalité d'un café étant d'être bu, le bon sens voudrait qu'un consommateur de café s'oriente vers le produit répondant le plus à ses attentes gustatives en fonction de son budget. Imaginons qu'un consommateur souhaite inscrire son action d'achat dans une participation éthique. Il pourrait alors se tourner vers un café bio équitable. Un individu pourrait donc préférer acheter du café bio équitable plutôt que du café tout court, motivé par l'envie de ressentir une plus grande satisfaction, suscitée par l'appellation valorisante du terme « équitable » sur le produit. Ainsi, l'individu consommera le produit pas simplement pour ce qu'il est, mais aussi pour ce qu'il lui rapporte comme prestige symbolique.

c) Fragmentation de l'individu et fragmentation de la consommation

Aujourd'hui, et notamment grâce à la technologie, l'individu se retrouve face à une multitude de possibilités et de disponibilités. D'après Rengin Bahar Firat et Sudhir Venkatesh, la conséquence en est que l'individu prend moins de temps pour chaque activité. Prenons l'exemple des pratiques françaises de lecture de la presse. Du fait de la trop grande profusion des informations trouvables sur internet, on pourrait se demander l'impact que cette transformation a eu sur nos habitudes de lecteur. Comme il devient humainement impossible à l'individu de tout lire avec précision, il pourrait en découler une tendance à survoler les contenus, rendant la compréhension du contexte global confuse. De là, ne pourrait-il pas être confronté à une forme d'usure, l'incitant à une lecture bien plus superficielle ? Quand la lecture d'un seul journal, qui certes le contraignait à plus de concentration, lui permettait néanmoins d'obtenir une compréhension des contextes plus synthétique. Pauline Petit a réalisé un article sur cette question²⁴⁵. Selon elle, les pratiques de lectures se sont transformées, les individus ne lisent pas moins en termes de temporalités, mais ils multiplient le nombre de textes qu'ils lisent. Son article montre qu'avec l'arrivée du numérique les habitudes de lecture ont changé. Elle conclut par les mots suivants : « *Ces pratiques, qui cohabitent avec la lecture de livres papier sans la détrôner, sont révélatrices d'une nouvelle façon de lire, plus fragmentée, interrompue et nomade* ».

L'individu lui aussi se fragmente. Il est marqué par une plus grande flexibilité dans son identité. L'identité se fragilise : « *Elle se démultiplie, se compartimente entre des attitudes*

²⁴⁴ Benoît Petitprêtre, Nil Özçağlar-Toulouse et Jean-Louis Pernin, « Consommateur » dans *Dictionnaire du commerce équitable*, Versailles, Éditions Quæ, 2012, p. 58-66.

²⁴⁵ Pauline Petit, « Lecture papier vs lecture numérique : match nul ? », *France Culture*, 27 nov. 2020p.

diverses, ou alors jusque-là opposées : “banker le jour, raver le soir ” »²⁴⁶. Pour Maffesoli, « En fonction des moments de sa vie, l'individu ne se projette plus dans des modèles, mais joue de sa personne à travers plusieurs masques »²⁴⁷. L'auteur appelle ce phénomène : « la diversité des références ». Il explique dans une interview :

« Dans ma jeunesse, l'idée de République dominait largement. Chacun s'y reconnaissait, même si cela pouvait être pour des raisons différentes et dans des objectifs différents. Néanmoins, l'universalisme agissait comme une référence commune très forte. Les modalités du vivre-ensemble se définissaient par rapport à l'égalité de tous, par rapport à des revendications sociales ou politiques pour plus d'égalité... L'idée était qu'il fallait à tout prix intégrer la communauté politique, le corps politique. Aujourd'hui, c'est la logique inverse qui est à l'œuvre. On demande à prendre du recul par rapport à ce corps politique. Les droits sont réclamés pour permettre d'échapper à l'uniformisation autour de la République. Les identités sont multiples. Vous pouvez même en changer au cours de votre vie. La conception dialectique du monde s'estompe ».²⁴⁸

Cette interview montre qu'on peut également observer la postmodernité sous un autre angle. Plutôt que la logique d'un capitalisme tardif, si l'on considère les théories poststructuralistes, on peut voir dans la postmodernité la logique d'un scepticisme structurel. Lyotard rejoint les observations de Maffesoli. Il explique que les individus cessent d'idéaliser les concepts liés aux identités et aux récits totalisants tels que la république, la religion, le progrès et même le genre. Les individus sont méfiants envers l'homogénéisation et cessent d'idéaliser certains concepts²⁴⁹.

d) Centrée sur soi

Enfin, au vu des différents aspects que nous avons précédemment mentionnés, il apparaît clair que dans une société postmoderniste, les individus sont centrés sur eux-mêmes. Leur environnement leur semble hostile et trop dur à changer. L'individu se concentre sur son propre épanouissement et son propre plaisir. Pour Lipovetsky la postmodernité est marquée par une obsession de l'homme postmoderne dans une quête personnelle à l'égo : « Le procès de personnalisation impulsé par l'accélération des techniques, par le management, par la consommation de masse, par les médias, par les développements de l'idéologie individualiste, par le psychologisme, porte à son point culminant le règne de l'individu ».²⁵⁰ Néanmoins, il faut là aussi nuancer le propos, pour le sociologue François de Singly, les processus d'individualisation permettent la reconnaissance progressive de certains individus.

²⁴⁶ Gilles Lipovetsky, *L'Ere du vide : essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Gallimard, 2005, p. 31-52.

²⁴⁷ Michel Maffesoli, *Le Temps des tribus : le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*, s.l., 2019, p. 301.

²⁴⁸ M. Maffesoli, « Michel Maffesoli : « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible » », art cit.

²⁴⁹ Jean-François Lyotard, *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

²⁵⁰ X. Molénat, *Les Penseurs de la société*, op. cit., p. 122.

Pour lui : « *l'individualisme est un humanisme* » (Titre de son livre)²⁵¹. Il explique : « *Pour la première fois, l'ensemble des individus composant une société pouvait réclamer cette individualisation, traditionnellement réservée [à une partie de la population]* »²⁵². On pense notamment aux femmes qui ont pu bénéficier de droits qu'elles n'avaient pas jusqu'ici ainsi que la prise en compte de certaines identités de genre et la visibilisation d'orientations sexuelles revendiquées par la communauté LGBTQI+. Pour de Singly, même si les individus sont uniques, ils aspirent à vivre ensemble : « *De Singly, remarque que "l'individualisation" des individus contemporains ne signifie pas que ceux-ci aiment être seuls. Au contraire, ils apprécient d'avoir plusieurs appartenances et de ne pas être liés par un lien unique* »²⁵³. Ses études ont montré l'émergence de nouveaux types de liens sociaux fondés sur la liberté de définition des individus. Sa vision concilie l'individu et le collectif.

B. Monde profane et monde sacré : un découpage du réel

Pour Max Weber, les sociétés modernes qui se sont développées avec l'industrialisation et qui ont construit un certain modèle économique se sont appliquées à une rationalisation du monde absolue²⁵⁴. Toujours selon lui, cela a commencé avec une mise en retraite progressive d'une forme de spiritualité. Dans un premier temps, les religions judéo-chrétiennes ont désacralisé la nature afin de promouvoir leurs propres doctrines. Les individus se sont donc dissociés de la nature. Puis dans un second temps la croyance religieuse a laissé sa place à la science. La religion cessant de structurer la vie collective, les individus vont de moins en moins faire appel aux explications divines et miraculeuses, dans les affaires courantes, pour donner de plus en plus de crédits aux explications scientifiques basées sur des calculs et des démonstrations. C'est ce que Weber appellera une « *Entzauberung der Welt* » (à comprendre comme « démagification » ou « désensorcellement » du monde)²⁵⁵. La raison devient la norme et encadre les questions juridiques, politiques, médicales, sociales, épistémologiques, météorologiques, historiques, etc. Le monde devient plus froid. Les sens et la place des existences que l'on pouvait trouver dans diverses croyances mythologiques disparaissent. Max Weber rend compte de cette prise de conscience qu'il appelle : le *désenchantement du monde*. La conséquence de cette rationalisation scientifique et technique est que l'existence des individus est teintée d'un souci d'organisation parfaite ainsi que d'un désir de prévisibilité. D'après Marcel Gauchet, ce processus de désenchantement du monde ne concernerait, pour l'instant, que le monde chrétien²⁵⁶. Amély Chelly de l'Université de Paris-Dauphine et Créteil affirme que le désenchantement appartient exclusivement au monde

²⁵¹ François de Singly, *L'Individualisme est un humanisme*, s.l., 2019.

²⁵² Biljana Zaric-Mongin, « François de Singly. Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien », *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 15 mars 2006, n° 35/1, p. 134-135.

²⁵³ *Ibid.*, p. 134-135.

²⁵⁴ Max Weber, *Économie et société*, Paris, Pocket, 2008.

²⁵⁵ X. Molénat, *Les Penseurs de la société*, op. cit., p. 46.

²⁵⁶ Marcel Gauchet, *Le Désenchantement du monde : une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985.

européen²⁵⁷. D'après l'ouvrage *Introduction à la sociologie* : « Le principe de rationalisation a été historiquement source d'émancipation, d'autonomie et de progrès économique pour les acteurs sociaux. Mais il contient en germe la source d'une possible tyrannie : celle de l'organisation réifiée, car la rationalisation n'a pas de sens en soi »²⁵⁸.

Les sociétés occidentales sont également marquées par ce que Norbert Elias appelle : « la pacification des mœurs »²⁵⁹. Elias a été fortement influencé par le travail de Max Weber. Notons qu'il a écrit sa thèse à Heidelberg sous la direction de Alfred Weber, le frère de Max Weber. Sa pensée est également imprégnée par l'école de Francfort de Karl Mannheim. Il réutilise la vision wébérienne de l'état. Il montre que construction de l'état et processus civilisationnel vont de pair, surtout en ce qui concerne la maîtrise de soi. Tout au long du XVI^e siècle, les sociétés occidentales sont allées vers un contrôle sévère des pulsions et des émotions des individus. Ce procédé de refoulement des pulsions se base sur une intériorisation des interdits. Il appellera ce principe « l'autocontrôle pulsionnel et émotionnel »²⁶⁰. Pour Elias, ce processus de civilisation qui se caractérise notamment par des sociétés moins violentes physiquement permet un état central fort et stable²⁶¹. Pour parvenir à cet état d'autocontrôle, la société met en place plusieurs principes. Initialement, cela demande une pression sociale relevant d'une interdépendance entre les individus. D'après Elias, l'avènement du capitalisme pousse l'ensemble des individus d'une société à adopter ce processus de civilisation. L'apparition de la sphère marchande permet l'émergence de la société civile. Il appellera ce phénomène : « la judiciarisation des rapports sociaux ». Cela implique tout simplement plus de contacts entre individus en dehors de leurs cercles proches. Par conséquent, les relations entre les personnes se basent moins sur la confiance que sur des rapports contractuels à respecter. Il faut pour cela avoir une confiance en une institution forte qui permet de se conformer aux règles. L'individu se soumet donc à une manière d'être dans de plus en plus de situations, adoptant des comportements coercitifs qu'il doit intérioriser et incarner²⁶².

Enfin, étudions la théorie d'Alfred Schutz sur le sentiment d'étrangeté dans la vie quotidienne²⁶³. Cette théorie est très différente de celle que nous avons analysée dans le Chapitre I. Ici, l'individu se sent étranger dans son monde routinier alors qu'il connaît les normes et les standards de sa société. Pour Schutz, cette étrangeté provient du décalage entre l'envie d'appartenir à un groupe de référence et le fait que ce groupe fonctionne sur un socle de certitudes et de références qui ne peuvent être explicitées. Schutz dira de la société que c'est « un labyrinthe dans lequel l'individu a perdu tout sens de l'orientation »²⁶⁴. Le sociologue

²⁵⁷ Jean-Michel Dufays, *Amélie Myriam Chelly : le désenchantement du monde*, s.l., Histoire des systèmes de pensée 193, 2018.

²⁵⁸ Gilles Ferréol et Jean-Pierre Noreck, *Introduction à la sociologie*, s.l., 2015, p. 45.

²⁵⁹ Norbert Elias, *La Civilisation des mœurs*, s.l., 2013.

²⁶⁰ *Ibid.*

²⁶¹ N. Elias, *La Dynamique de l'Occident*, op. cit.

²⁶² X. Molénat, *Les Penseurs de la société*, op. cit., p. 49.

²⁶³ Alfred Schutz, *L'Étranger : un essai de psychologie sociale*, Paris, Allia, 2003.

²⁶⁴ A. Schütz, *Le Chercheur et le quotidien : Phénoménologie des sciences sociales*, op. cit., p. 233.

fait apparaître trois aspects de monde ordinaire : il est pratique, incohérent et partiellement conscient. L'ordinaire est un monde de la pratique du fait que le quotidien n'est pas réflexif et intellectuel. L'individu évolue dans des circuits de conduite, « *comme des demis somnambules* », dira le sociologue Jean-Marc Durand Gasselín²⁶⁵. Le monde est également incohérent. Dans nos sociétés, il est possible d'adopter plusieurs rôles contradictoires. Par exemple, un individu peut être une mère aimante envers ses enfants, mais une PDG cruelle vis-à-vis de ses employés. Enfin, le monde est partiellement conscient. C'est un univers tacite, d'arrière-plan : « *Le propre de l'action quotidienne dans le monde ordinaire c'est qu'elle porte les marques de l'habitude, de l'automatisme et de la semi-conscience* »²⁶⁶. D'après Durand Gasselín : « [Le monde quotidien] *constitue le socle de notre vie sociale. Il a une fonction de stabilisation et de rassurance. Nous lui faisons confiance. Il nous assure une certaine sécurité. On a intégré un monde social qui nous est familier* »²⁶⁷.

Weber et Schultz sont des sociologues du paradigme de l'action sociale (aussi appelé sociologie compréhensive). Elias est différent. La force de la pensée d'Elias est qu'il parvient à articuler entre elles la psychogenèse de l'individu et une sociogenèse de l'État. Dans sa méthodologie, il dépasse l'opposition traditionnelle que l'on fait entre société et individu. En effet l'individu étant déjà de la *société incorporée* on devrait cesser de se poser cette question. Dans leurs théories, ces trois auteurs font état de conduites rationnelles des acteurs dans leur monde ordinaire. Même si les individus mettent au point ces stratégies rationnelles, le monde ordinaire semble être exigeant, envahissant, inflexible et contraignant. Ces trois sociologues montrent que l'action sociale s'élabore dans un contexte et un environnement donné. Il ne s'agit pas de savoir ici si l'acteur est stratège, mais nous pouvons constater que dans une situation en réaction à son environnement, il l'est.

L'individu moderne semble être insatisfait. Il serait de l'ordre de la psychologie ou de la psychanalyse d'étudier cette insatisfaction au niveau du psychisme de l'individu. Dans une démarche plus sociologique, nous nous sommes davantage intéressés à la société dans laquelle les individus évoluent. Cette société semble influencer leur construction, leur attitude et leurs choix. La postmodernité est la prolongation de la modernité et du désenchantement de Weber. La rationalisation organise le monde, mais ne donne plus sens à l'environnement des individus. Elle ne suffit pas à elle seule comme projet de société. Les penseurs de l'école de Francfort, notamment par l'ouvrage de Horkheimer et Adorno : *Dialectique de la raison*, ont montré que la raison peut s'autodétruire par les exemples du fascisme et du capitalisme²⁶⁸. La postmodernité désigne les bouleversements structurels des modes de vie et des organisations sociales²⁶⁹. Ces bouleversements montrent la formation de sociétés éclatées dans laquelle l'individu est désorienté et fragmenté. Ulrich Beck dans la *Société du Risque* ne

²⁶⁵ Jean-Marc Durand-Gasselín, *Alfred Schutz et la sociologie phénomologique de l'étranger*, Lycée François Villon, Beaugency, 2017.

²⁶⁶ A. Schutz, *L'étranger*, op. cit., p. 31.

²⁶⁷ J.-M. Durand-Gasselín, *Alfred Schutz et la sociologie phénomologique de l'étranger*, op. cit.

²⁶⁸ Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*, 23. Auflage, ungekürzte Ausgabe., Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch Verlag, 2017.

²⁶⁹ J.-F. Lyotard, *La condition postmoderne*, op. cit.

parle pas de postmodernité, mais d'une seconde modernité. Il montre que la société adopte enfin une forme fondamentale « *détraditionnalis* ». Beck voit des institutions telles que la famille, la classe sociale, le genre comme des structures sociales traditionnelles dont la société s'est émancipée. En découle cependant une société dépossédée d'une force d'évidence²⁷⁰. La flexibilité des identités et des référentiels que propose la postmodernité peut difficilement être vécue comme une liberté si l'individu n'y trouve pas son équilibre. Daniel Vander-Gucht parle d'un « *syndrome patrimonial* ». Ce dernier se caractérise par la tendance à chercher l'authenticité dans le passé (notre histoire et nos aïeux) ou le lointain, rarement dans le *ici* et le *maintenant*. N'est-ce pas symptomatique d'un mal-être dans une société ? L'individu postmoderniste ne trouve plus d'authenticité chez lui. Il devient « *le touriste de sa propre culture, le visiteur de sa propre mémoire, le spectacle de sa propre existence* »²⁷¹. Toutes les caractéristiques de la postmodernité semblent nous faire constater que l'individu subit des sentiments d'incertitudes identitaires et d'impuissances face à la marche du monde, un désarroi envers un destin qui lui échappe, ainsi qu'une perte de repères dans ses univers de sens. D'après l'ouvrage *Introduction à la sociologie* :

*« L'homme reste un être de croyance et de foi, et le lien social une relation symbolique qui mobilise l'imagination et les émotions plus que la raison. L'affaiblissement des valeurs morales et esthétiques débouche sur une plus grande insatisfaction de l'homme moderne ainsi que sur une nouvelle répartition des « investissements passionnels » »*²⁷²

Marc Guillaume fait lui aussi cette distinction entre deux mondes qui composent la réalité des individus : « le monde des passions » et le « monde utilitaire ». Il affirme que : « *Ces deux prismes que nous formons par ces deux plans irréductibles nous permettent de transfigurer le monde et de nous accommoder à notre environnement* »²⁷³. Il explique :

*« Nos imaginaires et nos engagements envers un monde « objectivement » uniformisé sont différents et instables. Certains adhèrent encore presque entièrement aux valeurs utilitaires du monde organisé, d'autres percevant son inhumanité et son incohérence ne lui accordent plus qu'une adhésion partielle ou locale et surtout intermittente, d'autres se mettent complètement à l'écart et adoptent des attitudes d'hostilité, plus souvent d'indifférence. Ce spectre des attitudes — et en particulier celles de l'indifférence — donne l'illusion d'une société individualiste. Mais il n'est qu'apparence, effet d'une coupure fondatrice qui sépare le monde utilitaire et celui des passions. Une coupure qui traverse tout être, chacun de nous "analysant" et décomposant la lumière du monde à travers ces deux plans incommensurables »*²⁷⁴

L'auteur perçoit l'individualisme comme une stratégie des acteurs pour s'accoutumer à leur environnement. Même si l'individu affiche un comportement indifférent face au

²⁷⁰ X. Molénat, *Les Penseurs de la société*, op. cit., p. 124.

²⁷¹ Daniel Vander Gucht, « Le syndrome patrimonial et la société commémorative », *Esse*, 2009, Trouble-fête, n° 67.

²⁷² G. Ferréol et J.-P. Noreck, *Introduction à la sociologie*, op. cit., p. 46.

²⁷³ Marc Guillaume, *La Contagion des passions : essai sur l'exotisme intérieur*, Paris, Plon, 1989, p. 10.

²⁷⁴ *Ibid.*

fonctionnement du monde, il n'est pas pour autant d'accord avec celui-ci. La raison étant que l'humain croit qu'il n'est pas en capacité de changer les choses. Il se centre donc sur lui, choisit l'épanouissement personnel et une certaine exacerbation de son individualisme. Pour Guillaume, les conséquences de cet individualisme sont : le repli sur soi, le narcissisme, la fragilisation des solidarités humaines et une baisse des engagements collectifs durables. Ces comportements, qui peuvent ne pas être en adéquation avec ce qu'il pense, est du fait d'un découpage du réel en deux : le « monde des passions » et le « monde utilitaire ». L'utilitaire regroupe les aspects quotidiens, fondamentaux et inévitables de nos vies que sont la sécurité, les responsabilités, les corvées, le travail, l'ordinaire, les restrictions, les habitudes, la famille, la sobriété etc. C'est le socle monotone, mais stable sur lequel repose la vie. Dans ce monde, l'individu crée des projets sur le long terme et gère les divers aspects de son existence. Le monde des passions est plus exceptionnel et plus intense. Il regroupe les caractéristiques suivantes : la relaxation, l'exploration, le jeu, la découverte, l'éphémère, l'insouciance, les abus, l'excitation, la nouveauté. Guillaume observe que la frontière entre le monde des passions et le monde utilitaire n'est pas toujours nette. Le monde utilitaire appartient au réel alors que le monde des passions relève de l'illusion :

*« Chacun de nos mouvements, chacune de nos représentations sont ainsi issue d'un double jeu fondateur qui finit par brouiller et confondre, même à nos propres yeux, le registre du réel et celui de l'imaginaire. [...] La vie sociale est ainsi constituée de jeux fragmentés à l'infini, chacun jouant ses partitions propres, mais selon une règle partagée en silence ».*²⁷⁵

Les deux mondes sont composés de nos représentations sociales. Ce découpage entre réalité objective et réalité subjective permet à l'individu de s'adapter à son monde. L'individu a besoin du monde des passions pour pouvoir continuer d'évoluer dans son monde utilitaire. Durant l'époque postmoderne, la rationalisation du monde a continué à se développer. Les sociétés capitalistes actuelles sont porteuses de valeur d'optimisation et de productivité. Mesure et tempérance ne sont pas des qualificatifs que l'on assigne au capitalisme. La saturation est davantage un aspect qui le caractérise. Les sociétés de la rationalisation ne sont pas celles de l'équilibre. Les acteurs qui composent ses sociétés se trouvent dépossédés de la possibilité d'être satisfaits de ce qu'ils ont, du moins, ils n'y sont pas incités. Cette insatisfaction est également marquée par une individualisation des processus sociaux. L'Occident est dans une phase historique, du capitalisme où le système valorise la construction par soi-même. Paradoxalement à l'insatisfaction continue, les individus développent des logiques presque obsessionnelles d'épanouissement. Nous pouvons avancer que le voyage fait partie du monde des passions. Pour Christin, le tourisme est même une compensation thérapeutique²⁷⁶. L'auteur relève l'évidence suivante : « *Notre relation au tourisme et la nécessité vitale de "partir" interrogent la qualité de notre vie quotidienne* »²⁷⁷. Pour lui, le tourisme et par conséquent l'exotisme, divertissent (« *avec une redoutable superficialité* »), ce qui empêche

²⁷⁵ *Ibid.*, p. 12.

²⁷⁶ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 61.

²⁷⁷ *Ibid.*, p. 86.

de remettre notre société en question : « *Plus encore, il l'anéantit en tant que problème, non content de faire seulement diversion* »²⁷⁸.

Nelson Graburn est un sociologue qui s'est intéressé à l'aspect sacré du voyage. Il rejoint cette idée de diversion :

« *Les expressions culturelles telles que les cérémonies, l'art, le sport, le folklore permettent une diversion face à l'ordinaire pour que la vie vaille la peine d'être vécue. Le tourisme [...] est symboliquement et fonctionnellement équivalent à d'autres institutions que les humains utilisent pour embellir et donner du sens à leur vie* ». ²⁷⁹
(traduction propre)

En se rapportant à la pensée du sociologue anglo-polonais Zygmunt Bauman, Christin explique la chose suivante :

« *Supportant mal les situations et les engagements de longue durée, le touriste surfe, zappe, naviguant au gré de ses envies géographiques et de sa quête d'expériences. Son carburant psychique est l'insatisfaction. Il est mû par le désir vague de renouveler ses sensations grâce au mouvement dans l'espace, qui doit apporter son lot d'étrange nouveauté, à la condition que celle-ci soit inoffensive et que son expérience soit dûment bordée de "coussin de sécurité et de voies de détresse bien banalisées* ». ²⁸⁰

D'après Bauman, ceci fait du touriste « *la figure idéaltype de la postmodernité* »²⁸¹. On peut émettre une critique à ce niveau d'analyse. Le voyage et l'exotisme ont existé bien avant la postmodernité. Quand est-ce que le découpage de la réalité entre monde des passions et monde utilitaire a commencé ? Le voyage et l'exotisme appartiennent-ils obligatoirement au monde des passions ? On peut difficilement répondre à ces questions. Mais on peut tout de même constater que l'exotisme est antérieur à la postmodernité. Nous l'avions déjà observé par l'étude de Loti et de Chateaubriand qui sont des auteurs du XVIII^e et du XIX^e siècle. Todorov cite Homère qui dans *l'Illiade* joue le jeu d'une attitude exotique²⁸². Homère semble apprécier l'Ailleurs parce qu'il est ailleurs. Rappelons que dans l'exotisme « *l'autre est systématiquement préféré au même* »²⁸³ ; « *il s'agit ici moins d'une valorisation de l'autre que d'une critique de soi, et moins de la description d'un réel que de la formulation d'un idéal* »²⁸⁴. Au chant XIII de *l'Illiade*, Homère évoque en effet les Abioi, alors population la plus éloignée parmi celles que connaissent les Grecs, et les déclare « *les plus justes des hommes* » ; et au chant IV de *l'Odyssée*, il suppose « *qu'aux confins de la terre (...) la vie pour les mortels n'est que douceur* ». On peut donc constater que Homer idéalise ces populations du lointain. Homère a vécu au VIII^e siècle av. J.-C., on est donc très loin de l'ère de la postmodernité. On observe que Homère formule une remise en question de sa propre société. Il succombe à l'attractivité d'une forme de

²⁷⁸ *Ibid.*, p. 87.

²⁷⁹ H. H. Nelson Graburn, « *Tourism: the Sacred Journey* », Mexico City (1974), Valene Smith, 1977.

²⁸⁰ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 105.

²⁸¹ *Ibid.*

²⁸² T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 301.

²⁸³ *Ibid.*, p. 300.

²⁸⁴ *Ibid.*

primitivisme ou le bon sauvage simple et proche de la nature est meilleur. Finalement, on en revient à une critique des sociétés artificielles et du progrès. Encore une fois, il réside l'idée sous-jacente que la civilisation (terme qu'il faudrait définir) corrompt les individus. Nous revenons au mythe du bon sauvage de Rousseau (cf. Chapitre II, B.) Il serait maladroit de faire une comparaison entre les civilisations grecques et les civilisations occidentales d'aujourd'hui sans étude préalable. Néanmoins, on peut reprendre la théorie d'Elias pour supposer que la construction d'un état et le processus civilisationnel incitent les populations à certaines conduites coercitives, à l'intériorisation de certains usages et à une maîtrise de soi. L'*Illiad*e et l'*Odyssée* font partie des premières œuvres de la littérature occidentale. La littérature de l'Occident est donc marquée dès le départ par un syndrome patrimonial et le regret d'un âge d'or finalement difficile à définir. Montaigne (par ailleurs fasciné par les civilisations grecques), cité par Todorov lorsqu'il fait le portrait idéalisé des cannibales, formule certains éléments constitutifs de l'organisation et de la construction des états et des civilisations occidentales :

*« C'est une nation, diroy je de Platon, en laquelle il n'y a aucune espece de trafique ; nulle cognoissance de lettres ; nulle science de nombres ; nul nom de magistrat, ny de supériorité politique ; nul usage de service, de richesse ou de pauvreté ; nuls contrats ; nulles successions ; nul partages ; nulles occupations qu'oysives ; nul respect de parenté que commun ; nul vestements ; nulle agriculture ; nul métal ; nul usage de vin ou de bled. Les paroles mesmes qui signifient le mensonge, la trahison, la dissimulation, l'avarice, l'envie, la détractation, lepardon, inouïes ».*²⁸⁵

Pour Graburn on peut faire un découpage séquentiel de la vie des individus : le monde sacré et le monde profane. Pour l'auteur, le découpage de la réalité entre le monde sacré et le monde profane est universel, il ne se joue pas seulement durant la postmodernité. Plusieurs choses caractérisent selon lui le découpage de la vie des individus en monde sacré et monde profane. La première est l'effort et plus spécialement le travail. Lorsqu'on part en voyage, on ne travaille pas. Le tourisme est récréatif. Il permet de se ressourcer après un travail quotidien. Il permet de relâcher les tensions et de se relaxer. Il cite Dennison Nash qui affirme que le tourisme permettrait même d'être une « *nonentity* » (qu'on pourrait traduire en « entité non particulière ») loin des responsabilités du monde profane²⁸⁶. Pour Norbeck une majorité d'Américains et d'Européens voient la vie comme une alternance entre ces deux modes d'existence : vivre chez soi et travailler pendant de longues périodes pour prendre des vacances à l'extérieur pendant des temps courts²⁸⁷. Pascal Cuvelier rejoint cette idée : « *La pratique touristique, qui est l'une des formes possibles d'occupation du temps libre, apparaît de manière significative quand le "sens du travail" commence à rythmer la vie des individus en société* »²⁸⁸. Dans la théorie de Graburn, il est important de quitter son chez-soi pour accéder

²⁸⁵ *Ibid.*, p. 301.

²⁸⁶ Dennison Nash et al., « Tourism as an Anthropological Subject [and Comments and Reply] », *Current Anthropology*, octobre 1981, vol. 22, n° 5, p. 461-481.

²⁸⁷ Edward Norbeck, « Men at play », *Natural History*, 1971, December, Special Supplement on Play, 1971, p. 48-53.

²⁸⁸ Pascal Cuvelier, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme : une approche socio-économique*, Paris, France, L'Harmattan, 1998, p. 18.

au monde sacré. Par ailleurs, il note qu'en latin *vacare* signifie « laisser la maison vide ». Il souligne même que la forme de tourisme la plus minimaliste, comme un pique-nique dans un parc, contient déjà une forme de magie du tourisme ; quand bien même la nourriture et la boisson sont identiques à ce qu'on consomme en temps normal. La magie vient du fait qu'on soit en dehors de chez soi, en mouvement et que cette situation soit hors de notre ordinaire²⁸⁹. Le monde sacré et le monde profane font donc partie de la vie des individus au-delà des aspects de l'époque postmoderniste. Le besoin d'ailleurs semble lié à une nécessité de s'extraire de son quotidien.

Durkheim a également utilisé cette dichotomie entre monde sacré et monde profane dans son ouvrage : *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Il écrit :

« Toutes les croyances religieuses connues, qu'elles soient simples ou complexes, présentent un même caractère commun : elles supposent une classification des choses réelles ou idéales, que se représentent les hommes en deux classes, en deux genres opposés, désignés généralement par deux termes distincts que traduisent assez bien les mots de profane et de sacré ».²⁹⁰

Même si le sacré relatif au monde des passions se rapproche à certains égards du sacré religieux de Durkheim, les deux notions sont différentes. D'après Durkheim le sacré est supérieur au profane, mais les deux mondes sont interdépendants : « *Les dieux eux aussi ont besoin de l'homme ; sans leur offrande et leur sacrifice, ils mourraient* »²⁹¹. Jusqu'ici, le sacré du monde des passions correspond au sacré religieux. Durkheim écrit : « *La chose sacrée, c'est par excellence, celle que le profane ne doit pas et ne peut pas toucher* »²⁹². Dans la religion, le profane et le sacré sont hétérogènes, leur différence de nature est absolue. Seule la magie a la particularité de profaner les choses sacrées. De plus, Durkheim affirme que : « *Les croyances proprement religieuses sont toujours communes à une collectivité déterminée qui fait rites qui en sont solidaires* »²⁹³. Le sacré des passions n'est pas un processus qui unit une même communauté morale.

Lorsque nous évoquons la fragmentation des identités dans notre chapitre sur la postmodernité, nous parlons de la possibilité de voir des profils singuliers apparaître comme une personne qui serait banquier le jour et *raver* le soir. Même si ce n'est pas toujours le cas, cette fragmentation peut être une conséquence du découpage de nos réalités en fonction de nos besoins en sacré. Le banquier appartient au monde profane alors que le *raver* dépend du monde sacré. Pour l'individu qui voyage, nous nous trouvons dans le même schéma. L'univers sacré, du voyage, serait-il un exutoire à la frustration et à la confusion engendrée par la complexité et les contraintes de nos sociétés occidentales d'hier et d'aujourd'hui ?

²⁸⁹ H.H.N. Graburn, « Tourism: the Sacred Journey », art cit.

²⁹⁰ Émile Durkheim, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie*, Paris, Presses universitaires de France, 2013, p. 50.

²⁹¹ *Ibid.*, p. 53.

²⁹² *Ibid.*

²⁹³ *Ibid.*, p. 60.

En conclusion dans ce chapitre, nous avons étudié la postmodernité ainsi que ses caractéristiques. La postmodernité complexifie la vie des individus. Son incohérence, sa rationalisation, sa fragmentation, sa surabondance, son intensité et son individualisation n'offrent plus à l'individu le confort des évidences. L'individu scinde la réalité entre l'utile et les passions. Cette stratégie l'aide à s'adapter et à s'équilibrer. Cependant, le découpage entre ces sphères d'existences est antérieur à la postmodernité. Nous avons vu que les sociétés humaines et particulièrement celles qui pensent en termes de civilisation et qui se développent par rapport à une notion de progrès, éprouvent le besoin de formuler des idéaux escapistes. Le monde peut également être découpé entre monde sacré et monde profane. Ces mondes apparaissent lorsque les individus sont rythmés par leur quotidien et qu'ils souhaitent en sortir temporairement. Routine et exceptionnel sont des moments de la vie qui existent dans toutes sortes de sociétés, dans l'espace et dans le temps. Néanmoins, la postmodernité a le don de rendre le quotidien éprouvant. À tel point que le monde des passions devient un besoin sacré. Lorsque dans notre monde profane le report de la jouissance n'est plus possible, les individus doivent aller dans le monde sacré. Si l'on tente de comprendre l'exotisme d'aujourd'hui, étudier la postmodernité est essentiel. Cela permet de saisir la manière de penser des voyageurs actuels. Finalement, l'Autre devient un ersatz, un authentique, fruit d'une frustration résultant d'un manque, face à une société de l'abondance. Nous nous consolons en consommant le monde et ses cultures, en lui imposant une esthétique qui se caractérise par une représentation exotique fantasmée.

Chapitre VI : Typologie de l'authenticité

L'authenticité est une notion que nous allons beaucoup utiliser dans cette thèse. Nous avons déjà établi que l'authenticité est recherchée par les voyageurs. Nous avons également vu au travers de la théorie du syndrome patrimonial de Daniel Vander Gucht que l'authenticité pour les Occidentaux se trouve soit dans leur passé soit dans l'Ailleurs. De manière générale, c'est un concept valorisé et recherché qui semble appartenir au monde sacré. Il convient de le définir et d'en saisir les différents sens. Beaucoup de travaux ont déjà été effectués pour expliquer la notion d'authenticité. Nous synthétiserons donc ici trois différentes perspectives pour mieux comprendre ce terme.

On peut distinguer trois approches de l'authenticité : l'authenticité objective, l'authenticité symbolique (constructiviste) et l'authenticité existentielle (postmoderniste).

A. L'authenticité objective

L'authenticité objective est d'après Dean MacCannell, une expertise basée sur une grille d'analyse considérée comme légitime et donc comme un point de vue objectif. Évidemment si l'on réfléchit en termes de point de vue situé, on peut se permettre de remettre en question

cette objectivité. Autrement dit, cette analyse se fonde sur une vision très binaire : une chose est authentique ou ne l'est pas. On va parler ici de « réel ». On fait une différence entre l'être et le paraître. De façon concrète, on va par exemple qualifier un paysage naturel d'authentique, car il sera porteur d'une authenticité réelle. Par contre, il semble évident que pour ce faire, il ne devra en aucune mesure avoir été altéré. D'après MacCannell la grille d'analyse pour apprécier le degré d'authenticité serait basée sur le progrès technique : « *Les modernes pensent la réalité et l'authenticité comme étant ailleurs, dans d'autres périodes historiques et dans d'autres styles de vie plus purs et plus simples* »²⁹⁴. Pour lui, cette attente des touristes et ce critère de progrès technique vont pousser la population, pour des raisons économiques évidentes, à se mettre en scène pour amplifier un aspect « primitif ». De ce fait, leur altérité sera d'autant plus exacerbée. MacCanell oppose à cette authenticité objective, une authenticité mise en scène. En effet pour lui, le touriste qui n'a qu'une connaissance très superficielle de la culture qu'il visite, va facilement se laisser leurrer. Il ne se rendra pas compte d'une potentielle mise en scène. Le touriste ou le voyageur ne saura pas faire la distinction entre le vrai et le faux. Notons cependant que les touristes vont parfois se satisfaire de la mise en scène plutôt que de la culture authentique. Certaines fois, l'image et l'imitation bien conçues sont beaucoup plus convaincantes et performantes que l'authentique. Les grottes de Lascaux 2, 3 et 4 en sont un bon exemple. Ces grottes sont des reproductions exactes des grottes originales interdites au public. Les visiteurs savent qu'il ne s'agit pas de peintures préhistoriques, néanmoins les agencements et le soin apporté à ces attractions en font des lieux crédibles et agréables à visiter.

B. L'authenticité symbolique

Nous l'avons vu, l'authenticité relève de la perception de celui qui regarde. L'authenticité symbolique s'inscrit dans cette logique. Cette théorie constructiviste assume la subjectivité de l'authenticité. Pour Yvettes Reisinger et Carol Steiner, ce concept serait une interprétation sociale qui dépend des croyances des individus²⁹⁵. D'après John Urry : « *Le regard touristique est construit à travers des signes, et le tourisme implique la collection des signes* »²⁹⁶. Ce qui est intéressant, est que le touriste va finalement consommer des symboles et en même temps en produire. Ces codes vont par exemple correspondre à des stéréotypes ou des préjugés. En tout cas, ils seront des images que le touriste va attendre quand il arrivera dans une culture et qu'il va projeter par son regard. Urry va même jusqu'à dire qu'il n'y a pas de paysage touristique en dehors du regard touristique. Par conséquent, une destination touristique existe seulement au travers du regard touristique. En effet les voyageurs ne vont-ils pas à Hawaï parce qu'ils ont l'image de femmes en *Lei* offrant des colliers de fleurs ? Le Pérou n'attire-t-il pas à cause de ses Lamas et ses bergers à Flûtes de Pan ? Les touristes iraient-ils encore au Vietnam si on leur disait qu'ils ne peuvent plus voir de vieille dame à chapeau

²⁹⁴ Dean MacCannell, *The Tourist: a new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books, 1987, p. 16.

²⁹⁵ Yvette Reisinger et Carol J. Steiner, « Reconceptualizing object authenticity », *Annals of Tourism Research*, janvier 2006, vol. 33, n° 1, p. 65-86.

²⁹⁶ John Urry et Jonas Larsen, *The Tourist gaze 3.0*, 3rd ed., Los Angeles ; London, SAGE, 2011, p. 101.

conique qui vend des mangues au marché flottant ? La culture locale ou ce que les voyageurs croient être la culture locale et ses habitants « *sont à la fois un but et un décor de vacances, un objet désiré et partiellement consommé par des visiteurs extérieurs, modelé, mise en scène [...]* »²⁹⁷. Selon Frank Salamone : « *L'authenticité est contextuellement déterminée* »²⁹⁸. C'est donc une notion fluide. Dans cette perspective, l'authenticité est une création collective. L'individu ne va pas pouvoir la juger. Sa posture est passive. La perception est finalement ancrée dans le souvenir collectif d'hier ou encore de la culture populaire d'aujourd'hui.

C. L'authenticité existentielle

Notre dernier point est tout autre. L'authenticité existentielle s'inscrit dans une démarche beaucoup plus individualiste et postmoderniste (ces deux notions sont intimement unies nous l'avons vu). D'après Ning Wang, la recherche de cette authenticité serait liée à notre façon de vivre²⁹⁹. Nos voyages auraient pour but de trouver le « Moi » à travers des expériences authentiques. Nous nous trouvons ici dans une logique nietzschéenne, l'humain a trop longtemps subi des idéaux absolus et généralistes, il est temps maintenant qu'il pense par lui-même. L'individu est à la recherche de son « Moi » véritable et plus dans une recherche de conformisme envers une norme. Évidemment, on peut remettre en question cette perspective dans la mesure où ce « Moi » véritable ne peut s'émanciper totalement de sa socialisation et de son conditionnement sociétal. De plus, on aurait du mal à imaginer des individus qui rejettent tout conformisme à la norme sans une certaine déconstruction et sans avoir conscience que ce choix amène à un degré de marginalisation évident. En tout cas, ce type d'authenticité s'effectue par intuition, car il vient conforter une quête de sens et d'identité individuelle. Pour MacCannell, cela va dans le sens de notre analyse postmoderniste, l'individu serait à la recherche d'expérience authentique parce que sa vie est aliénante dans le monde moderne (ou le monde profane comme le décrirait Graburn). En d'autres termes, l'individu voyage afin de découvrir de nouveaux lieux plus authentiques que ceux où il évolue au quotidien.

Chapitre VII. Les différents types de représentations sociales utilisés pendant la recherche

Les représentations sociales sont nées du concept sociologique de représentations collectives énoncé par Durkheim. Ce concept a été particulièrement nourri des travaux de Serge Moscovici. Leur étude se fait spécifiquement en psychologie sociale.

²⁹⁷ Melchisedek Chétima, « Par ici l'authenticité ! : Tourisme et mise en scène du patrimoine culturel dans les monts Mandara du Cameroun », *Téoros*, 4 septembre 2012, vol. 30, n° 1, p. 49.

²⁹⁸ Frank A. Salamone, « Authenticity in tourism », *Annals of Tourism Research*, janvier 1997, vol. 24, n° 2, p. 305-321.

²⁹⁹ Ning Wang, « Rethinking authenticity in tourism experience », *Annals of Tourism Research*, avril 1999, vol. 26, n° 2, p. 349-370.

Hans-Jürgen Lüsebrink parle de « *Fremdwahrnehmung* » qui pourrait se traduire par « perception de l'étrange », mais il serait plus juste de dire « considération de la réalité de l'étranger ». Les représentations sociales sont des procédés descriptifs et réductivistes comme façon d'approcher le monde parcouru. Ils sont à la fois au niveau de la perception directe et sensible et de l'imaginaire. Elles construisent des images collectives de l'individu pour lui-même ainsi que pour son environnement et par conséquent des autres individus. Elles permettent de traiter l'information sociale (c'est-à-dire : la sélection, l'encodage, la mémorisation³⁰⁰) en établissant des indicateurs, des catégorisations et une organisation du monde dans des situations d'interactions, de communications et de représentations. Selon Luc Collès : « *Au sens large, les représentations peuvent être considérées comme des façons d'organiser notre connaissance de la réalité, elle-même construite socialement* »³⁰¹.

Dans le monde social, il est admis par plusieurs expérimentations (notamment par celles de Henri Tajfel), « *l'existence de processus spécifiques à l'œuvre dans les relations intergroupes autant que dans le mode d'appréhension individuel de la réalité physique ou sociale* »³⁰². On peut dès lors parler de phénomènes de « catégorisations sociales » afin de simplifier l'environnement des individus : « *La catégorisation est définie comme une tendance à la schématisation* »³⁰³. Nous avons en effet constaté plusieurs phénomènes de catégorisations lors de l'analyse de l'altérité avec le schéma de Carl Friederich Graumann et Margret Wintermantel (cf. Chapitre III). Nous avons vu que les perceptions et l'élaboration de discours reposent sur des constructions sociales des identités. Dans son rapport à l'Autre, un groupe peut avoir le pouvoir de formuler une perception de l'Autre ainsi que de lui affecter certaines attributions (*Separating, Distancing, Accentuating, Devaluating, Assigning traits, Typing*). Louis Porcher parlera « *d'hétérostéréotype* »³⁰⁴. Les mécanismes de représentations sociales débutent par le fait qu'un groupe social estime : « *être le point de référence à partir duquel doivent être évalués les objets internes ou ceux externes* »³⁰⁵. D'après Collès : « *Elles sont directement liées à notre appartenance à une communauté* »³⁰⁶. Comme le souligne Tajfel :

« *Les caractéristiques de son propre groupe (son statut, sa richesse ou sa pauvreté, sa couleur de peau, sa capacité à atteindre ses buts) n'acquièrent de signification qu'en liaison avec les différences perçues avec les autres groupes et avec leurs différences évaluatives* ».³⁰⁷

³⁰⁰ Ruth Amossy et Anne Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*, Paris, Armand Colin, 2014, p. 49.

³⁰¹ Luc Collès, *Interculturel : des questions vives pour le temps présent*, s.l., 2015, p. 77.

³⁰² H. Tajfel, « La catégorisation sociale », art cit, p. 272.

³⁰³ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 307.

³⁰⁴ Louis Porcher et Martine Abdallah-Preteceille, *La Civilisation*, Paris, CLE International, 1986, p. 60.

³⁰⁵ *Ibid.*

³⁰⁶ L. Collès, *Interculturel*, op. cit., p. 77.

³⁰⁷ H. Tajfel, « La catégorisation sociale », art cit, p. 295.

Les représentations sociales ont donc une fonction identitaire et d'autoreprésentation. Elles définissent l'identité des individus. Porcher parlera « *d'autostéréotype* »³⁰⁸. Elles peuvent permettre de justifier certains de ses propres comportements et choix en tant que groupe social et ses attitudes envers d'autres groupes. Elles vont donc orienter l'attitude des individus et vont permettre d'anticiper, de produire des attentes, mais également de se fixer ce qu'il est possible de faire dans un contexte social particulier.

Dans le *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles* on trouve deux mécanismes de construction des représentations sociales. Il s'agit de l'objectivation et de l'ancrage. L'objectivation : « *implique de la part du sujet, une catégorisation de l'objet, sa saisie à travers un réseau de schèmes et d'éléments de qualification et description (normes, précisions, approximations, poétisations...) et leur naturalisation [...]* »³⁰⁹. L'ancrage : « *suppose la mise en œuvre légèrement modifiée ou, au contraire, l'altération complète des représentations existantes dans la tête de l'acteur confronté à un objet problématique ou étrange* »³¹⁰. L'ancrage tient compte du fait que les représentations sociales sont variées et diverses pour un même objet en fonction du système de références de l'individu (valeurs, appartenances, représentations préexistantes...). Par conséquent : « *Le poids d'une communauté ou d'un groupe de référence peut être déterminant dans la formation des grandes orientations culturelles* »³¹¹. Pour Martin Weiss, les représentations sociales (qu'il appelle *Images*) correspondent à certains phénomènes, événements ou régions précises. Pour lui, les représentations sociales sont le produit de multiples représentations partielles, qui peuvent être très différentes si on les considère de manières isolées³¹². Elles résultent de contacts directs avec un environnement, des entités ou de faits indirects, par les médias par exemple. Nous avons déjà relevé cette réalité, dans le Chapitre IV. Nous avons fait la distinction entre les interactions physiques et les interactions virtuelles. Ajoutons également qu'une des composantes à prendre en compte est l'expérience individuelle que, dans ce contexte, nous avons appelée : *L'illusion empirique*. En effet, les expériences de l'individu sont marquées par une croyance inconditionnelle en son vécu, son expérience, sa perception. L'empirie devient une constante : une vérité absolue, une réalité durable, une permanence immuable.

A. Les stéréotypes

Les stéréotypes sont d'après Lüsebrink, une forme de perception collective de l'étranger. Ils résultent d'une réaction primaire. Ils sont des vérités culturelles établies, mais pas vérifiées, d'un groupe social. Ces opinions se basent sur des caractéristiques, des traits,

³⁰⁸ L. Porcher et M. Abdallah-Pretceille, *La Civilisation, op. cit.*, p. 60.

³⁰⁹ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles, op. cit.*, p. 308.

³¹⁰ *Ibid.*

³¹¹ *Ibid.*

³¹² Martin Weiß, *Studienreisen nach Marokko: Angebote, Teilnehmerkreis, Reismotive, Images*, Passau, LIS-Verl, 1998, p. 22.

des attributs d'une autre culture. Leur fonction est d'alléger la menace que représente l'inconnu. Ils rassurent, car ils rendent le monde prévisible. D'après Asch : « *Les impressions simplifiées sont un premier pas vers la compréhension de l'environnement et l'établissement de vues claires et significatives* »³¹³. Ils permettent des orientations cognitives individuelles et collectives³¹⁴. Selon le *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles* : « *Ils demeurent des moyens d'organiser et d'appliquer certaines grilles de lectures doctrinales et des théories du sens commun* »³¹⁵. Pour Jacques Philippe Leyens, il s'agit de : « *schèmes perceptifs* », et de « *raccourcis cognitifs* »³¹⁶. Walter Lippmann mentionne des « *pictures in our heads* »³¹⁷. Les schémas produits par les stéréotypes s'imposent aux individus. Ils « *accaparent son attention et son encodage de la réalité* ». D'après Jean-Marie Seca, ils sont négatifs, positifs, mais jamais neutres³¹⁸. Pour les auteurs de l'ouvrage *Stéréotypes et clichés*, les stéréotypes et les représentations sont les mêmes choses. La seule différence notable est la condamnation morale (également présente dans les travaux scientifiques) autour de la notion de stéréotype. Pour Amossy et Herschberg-Pierrot ce n'est que récemment que le stéréotype a cessé d'être regardé seulement sous un angle péjoratif. Il parlera de « *bivalence constitutive de la notion de stéréotype* »³¹⁹.

Même s'ils ne sont pas « *affectivement investis* »³²⁰, ils ne relèvent pas d'un aspect émotionnel comme pour le préjugé. Les stéréotypes sont faciles à comprendre. D'après Jodelet les stéréotypes ont « *une visée pratique* »³²¹. Pour Leyens, ils sont essentiels et fondamentaux dans la vie sociale : « *Les stéréotypes sont le résultat d'un processus qui vise à régler les interactions sociales avec la plus grande efficacité possible* »³²². Ils permettent d'expliquer la réalité, car ils font appel à des codes connus et partagés.

D'après l'étude des travaux d'Avigdor, « *Il y a une certaine régularité consensuelle et une cohérence dans la définition de certains traits des différentes nationalités* »³²³. Pour Lüsebrink, les stéréotypes proviennent de généralisations de faits réellement observés, alors que ces faits sont singuliers³²⁴. Pour Leyens ils peuvent aussi résulter d'un manque d'informations³²⁵. Richard Bourhis et André Gagnon insistent sur leur caractère spéculatif.

³¹³ Solomon Asch, *Social psychology*, Prentice-Hall., Englewood Cliffs (New Jersey), 1952, p. 235.

³¹⁴ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 100.

³¹⁵ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 331.

³¹⁶ Jacques-Philippe Leyens, Georges Schadron et Vincent Yzerbyt, *Stéréotypes et cognition sociale*, Sprimont, Mardaga, 1996.

³¹⁷ Walter Lippmann, *Public opinion: the original 1922 edition.*, s.l., 2018, chap. 1.

³¹⁸ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 330.

³¹⁹ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 31.

³²⁰ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 330.

³²¹ Denise Jodelet, *Folies et représentations sociales*, 1re éd., Paris, Presses universitaires de France, 1989, p. 36.

³²² Jacques-Philippe Leyens, Georges Schadron et Vincent Yzerbyt, *Stéréotypes et cognition sociale*, Sprimont, Mardaga, 1996, p. 23.

³²³ Rosette Avigdor, « Étude expérimentale de la genèse des stéréotypes », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 1953, vol. 14, p. 154-168.

³²⁴ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 102.

³²⁵ Jacques Philippe Leyens, *Sommes-nous tous des psychologues ? Approche psychosociale des théories implicites de la personnalité*, Bruxelles, P. Mardaga, 1983, p. 119.

Pour eux, les stéréotypes agissent comme une « *prophétie qui se réalise* »³²⁶. Leur verbalisation « *repose, en partie, sur des indices et des pratiques sociales qui tendent à le confirmer partiellement* »³²⁷. Pour Lippman cité dans *Stéréotypes et Clichés*, ils sont la conséquence de nos capacités cognitives limitées : « *Sans elles, l'individu resterait plongé dans le flux et le reflux de la sensation pure ; il lui serait impossible de comprendre le réel, de le catégoriser ou d'agir sur lui* »³²⁸. D'après Lüsebrink qui les perçoit comme un processus cognitif, ils sont très difficiles à changer³²⁹. D'après Edward et Potter qui les perçoivent davantage comme une pratique discursive, ils ne sont pas aussi rigides, ils s'adaptent aux contextes sociaux « *en vue de certains objectifs, et émergent dans l'utilisation que nous faisons du langage* »³³⁰. D'après Lüsebrink, si l'on a conscience qu'il s'agit de stéréotypes, ils ne sont pas dangereux. Néanmoins, ils favorisent la création de terrains fertiles pour une représentation sociale beaucoup plus intentionnelle et aux conséquences sociales redoutables : *le préjugé*.

B. Les préjugés et idées reçues

Les préjugés semblent avoir un impact social important et des répercussions directes dans le réel. D'après Lüsebrink, contrairement aux stéréotypes, les préjugés sont toujours négatifs et dévalorisants³³¹. Ils ne sont pas seulement des réductions de la réalité, mais des distorsions marquées idéologiquement. Ils sont liés au domaine émotionnel et affectif. Lüsebrink cite l'ouvrage d'Alfred Rosenbergs : *Der Mythos des 20. Jahrhunderts* (Le mythe du XX^e siècle) pour montrer un exemple de construction de préjugés. Ce livre a servi de base idéologique au nazisme pour justifier l'antisémitisme. Les préjugés ont un caractère actif, comme celui de mener à l'exclusion ou à la marginalisation en devenant des arguments à la discrimination. Pour les auteurs de *Stéréotypes et clichés*, le préjugé : « *désigne l'attitude adoptée envers les membres du groupe en question* »³³².

Contrairement à Lüsebrink, pour Seca le préjugé peut être négatif et positif. Il s'appuie pour cela sur les travaux de Robert Rosenthal et Leonore Jacobson qui montrent que les « *préjugés positifs* » dans le milieu scolaire peuvent avoir de grandes conséquences prescriptives sur la représentation de l'intelligence des élèves de primaire³³³. Pour le sociologue, les préjugés sont une attitude qui se compose de trois éléments³³⁴. Premièrement, les affects : Spinoza les définit comme ce par quoi la puissance d'agir est augmentée ou diminuée³³⁵. Pour Johann Fichte ce sont des pulsions. Ils donnent lieu à des évaluations

³²⁶ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 331.

³²⁷ *Ibid.*

³²⁸ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 29.

³²⁹ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 102.

³³⁰ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 36.

³³¹ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 105.

³³² R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 37.

³³³ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 280.

³³⁴ *Ibid.*

³³⁵ B. Spinoza, *L'Éthique*, op. cit.

(mépris, rejet, colère...) ³³⁶. Deuxièmement, le domaine de la cognition : les stéréotypes présentent des modes de catégorisations sociales et des organisations du monde. En d'autres termes les stéréotypes nourrissent les préjugés. Troisièmement, le domaine de l'espace de la pratique et des actes : le dernier caractère donne des inspirations et des formes aux préjugés. Les préjugés ne sont pas forcément intentionnels, ils peuvent également faire partie de ce que Durkheim appelle les prénotions :

« Le mot préjugé appartient, par son étymologie (praejudicare) comme par ses conséquences potentielles, au champ des représentations anticipantes et justificatrices de conduites, engendrant parfois des quiproquos et des confusions : "juger préalablement" ou faire état d'une "opinion toute faite" en construisant des expressions synonymiques courantes ». ³³⁷

Les idées reçues sont semblables aux préjugés dans le sens où elles relèvent d'un aspect affectif (jugement et croyance) et actif (norme). Pour Amossy et Herschberg : « Elles sont le prêt-à-dire, prêt-à-penser, prêt-à-faire, prescrits par le discours social » ³³⁸. À la différence du préjugé, elles ont un aspect structurel envers lequel seulement deux attitudes sont possibles : le rejet ou l'acceptation : « On les suit, on s'y conforme, ou, au contraire, on les contredit » ³³⁹. Ne pas les imiter c'est s'opposer au modèle. Elles sont des idées dominantes : « Si les "idées reçues" n'ont pas de contenu véritablement déterminé, elles ont pour trait commun la convention sociale érigée en norme impérieuse » ³⁴⁰. De par le fait qu'elles soient le discours de la norme (par exemple par la tradition) et donc des dominants d'une société, leur caractère n'est pas intentionnel. En effet, elles sont les évidences et « les affirmations catégoriques » des sociétés perçues comme universelles, mais qui sont en réalité particularistes. Pour Madame de Staël : « Car on se soumet à de certaines idées reçues, non comme à des vérités, mais comme au pouvoir ; et c'est ainsi que la raison humaine s'habitue à la servitude dans le champ même de la littérature et de la philosophie » ³⁴¹.

C. Les héros socioculturels

Lüsebrink parle de sociotypes (*soziale Typen*), nous préférons utiliser l'expression : héros socioculturels. Les héros socioculturels sont des figures simplificatrices des réalités culturelles et sociales. Ils sont centraux dans le monde de l'image et des médias. Werner Faulstich a réalisé l'étude suivante : *Stars, idoles, porte-étendards, héros : les changements*

³³⁶ Augustin Dumont, « La genèse de l'affectivité : tendance, pulsion et sentiment chez Fichte à l'époque d'Iéna », *Philosophiques*, 11 janvier 2012, vol. 38, n° 2, p. 559-578.

³³⁷ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, op. cit., p. 280.

³³⁸ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 27.

³³⁹ *Ibid.*, p. 25.

³⁴⁰ *Ibid.*, p. 27.

³⁴¹ *Ibid.*, p. 25.

*sociaux par les médias*³⁴² (traduction propre). Il montre que la réception émotionnelle des films est associée aux figures des héros qui les composent. Il indique également que l'attachement aux « stars » et les phénomènes de « fan » ou de « groupies » touchent chaque individu, quel que soit son âge. En effet, les « stars » influencent la vie des individus, par exemple ils incarnent les idéaux de beautés, ils proposent des modes à suivre, des modes de vie à envier. Ces figures de « stars » ou « d'idoles » peuvent être considérées comme des héros socioculturels si leur notoriété est en lien direct ou indirect avec une culture qui leur est assignée et qui les enferme dans des catégories sociales.

Contrairement à Lüsebrink, nous affirmons que les héros socioculturels sont des individus identifiés alors que les figures de typologies socioculturelles ne le sont pas. Les héros socioculturels ne sont pas des figures abstraites. Ils rendent les stéréotypes concrets en leur accordant un visage et un nom. Ils sont réels ou fictifs. Pour les héros socioculturels fictifs, nous pouvons donner l'exemple de Rambo incarné dans cinq films entre 1982 et 2019 et qui a offert un visage aux représentations sociales du vétéran de la guerre du Vietnam. En ce qui concerne les héros socioculturels réels, au-delà de leur identité personnelle, ils contractent une identité sociale. La célébrité de ces figures publiques est en partie bâtie sur le fait qu'elles se conforment aux caractéristiques attendues d'un espace culturel, par conséquent à ses projections stéréotypées. On peut citer Joséphine Baker qui incarne les attentes des Américains et des Français de l'époque. Son personnage est un mélange entre primitivisme et sexualisation qui correspond au regard colonial de cette période. On pense également à Jacky Chan ou à Bruce Li qui donnent corps au stéréotype des Asiatiques qui pratiquent les arts martiaux.

D. Les typologies socioculturelles

Les typologies socioculturelles sont des figures abstraites renvoyant à des cultures spécifiques. Elles se limitent à un ensemble de stéréotypes et de caractéristiques dans l'imaginaire d'individu extérieur au groupe stéréotypé. Contrairement aux héros socioculturels, ces figures ne correspondent pas à des individualités entières. Elles ne sont pas des identités précises, mais des protagonistes figés et absolus. Elles permettent de réduire un pays à un personnage qu'on peut aisément identifier. Les individus qui adoptent l'image d'une typologie socioculturelle peuvent s'en défaire à tout moment, s'ils ne correspondent plus à ces projections. Ces personnages peuvent correspondre à un groupe déterminé existant ou non (ou ayant existé) ainsi qu'à une simple juxtaposition d'attributs. Ils matérialisent une figure idéale chargée par des imaginaires extérieurs. Les typologies socioculturelles sont en quelques sortes les personnages du stéréotype. Notons que les héros socioculturels sont possiblement les incarnations de ces personnages. Les typologies socioculturelles peuvent également être les figures et les protagonistes des mythes (au sens de Roland Barthes).

³⁴² Werner Faulstich, *Funkkolleg Medien und Kommunikation. Stars, Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien*, s.l., Hessischer Rundfunk, 1990.

Lüsebrink cite pour illustrer les typologies socioculturelles l'exemple du tirailleur sénégalais popularisé par la marque *Banania*³⁴³. Ce personnage correspond à une imagerie de l'Afrique patriarcale, dynamique, à la joie de vivre, naïve et volontaire. Il renvoie au préjugé des « grands enfants » formulé par l'Occident colonial au contact du continent africain. On pense également à la typologie péruvienne des figures d'Indiens en poncho et avec une flûte de pan. Ils ne forment pas un groupe défini comme le tirailleur sénégalais, néanmoins ils accumulent plusieurs attributs rattachés typiquement au Pérou. L'affiche de film ci-dessous illustre un exemple de typologie socioculturelle grossièrement associée à un ensemble de territoires arabes construit à la façon réductiviste de Samuel Huntington. Sur cette image, on ne reconnaît pas une personne précise. La figure du nomade (Touareg) du désert sur un dromadaire est un personnage de typologie socioculturelle.

E. Le topos / *topoi koinos*

Les *topoi* (ou un *topos*) sont des thèmes récurrents ainsi que des arguments rhétoriques connus. D'après Lüsebrink, c'est un genre particulier de stéréotype. Ils proviennent souvent d'une longue tradition culturelle. Ils étaient déjà utilisés durant



Figure 2. Affiche du film « Traversée du Sahara », Paul Castelnau. 1923.

l'antiquité pour désigner des lieux communs (*topoi koinos*) de portée générale³⁴⁴. On peut citer par exemple le topos du romantisme allemand qui a inspiré de nombreux écrivains comme le roman : *De l'Allemagne*, de Germaine de Staël (1813). Le topos permet de décrire certaines ambiances propres à des contextes. Son emploi est fréquent dans l'art et la littérature. On peut déceler le topos dans des formes lyriques, oniriques, ainsi que dans les rhétoriques de l'antiquité. Ces caractéristiques sont des conditions heuristiques et non démonstratives. Les *topoi* ont une fonction narrative. Ils garantissent l'enchaînement argumentatif. Les *topoi koinos* deviennent à partir du XVIII^e siècle une expression péjorative. Au-delà d'un répertoire de thème ou d'un procédé de construction narratif, ils apparaissent comme rigides, répétitifs et généraux³⁴⁵. Amossy et Herschberg parleront « *d'idées usées* ». Pour eux : « *Ils peuvent désigner aussi bien un thème argumentatif à amplifier qu'un développement rebattu, une idée*

³⁴³ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 102.

³⁴⁴ H.-J. Lüsebrink, *Interkulturelle Kommunikation*, op. cit., p. 105.

³⁴⁵ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 37.

ou phrase simplement banale, une sentence, voire une formule figée »³⁴⁶. La critique des topoï marque une certaine rupture avec la tradition. Comme toutes les représentations sociales, les topoï sont une simplification de la pensée et ne permettent pas la compréhension. Les auteurs expliquent par ailleurs que le topos reflète aujourd'hui une opinion manifestement diluée : « Les lieux communs sont devenus l'objet du soupçon, précisément parce qu'ils font l'accord du plus grand nombre : ils désignent non plus les sources communes du raisonnement, mais les idées devenues trop communes »³⁴⁷. Toujours selon eux, il faut faire la différence entre le topos et la doxa du mythe. Alors que les topoï : « fondent la signification d'une unité lexicale », la doxa provient « du réservoir idéologique que possède toute langue à une époque donnée »³⁴⁸. Par exemple : « Il est paysan, il travaille dans des cultures » est un topos. En effet, la seconde partie de la phrase explicite ce qui est déjà implicitement contenu dans l'expression « paysan ». Par contre la phrase : « Il est paysan, il est rustre et peu éduqué » relève de la doxa, car elle vient d'un présupposé sur les paysans.

F. Le mythe

Mythos en grec, veut dire le discours. Peu à peu, il est devenu le « récit fabuleux » en opposition à *logos* qui signifie le récit de vérité. Il explique l'ordre du monde pour un groupe d'individu donné, par sa dimension symbolique. Dans les cultures où il se crée, il est toujours perçu comme relevant de la vérité par ceux qui le diffusent et ceux qui le réceptionnent. Chaque société produit des mythes, mais ses membres ne sont pas forcément capables de les reconnaître en tant que tels puisqu'ils sont collectivement acceptés. Pour Nancy Houston, l'être humain est une : « espèce fabulatrice » par le fait qu'il ne peut s'empêcher de projeter des images³⁴⁹. Les humains sont liés à la fiction et l'imaginaire (cf. Chapitre IV, A.). Le mythe n'appartient pas seulement aux sociétés anciennes ou lointaines, Roland Barthes a montré qu'elles sont toujours existantes dans les sociétés occidentales actuelles. La rationalisation du monde des sociétés modernes (cf. Chapitre V, B.) développe également des mythes.

Dans l'analyse de Roland Barthes, le mythe est une élaboration collective contemporaine³⁵⁰. Ils sont des systèmes de pensées codifiés au sein de la société. Durant 3 années, il a tenté de désarticuler les mythes de la vie quotidienne française. Pour le théoricien, les mythes renvoient à des systèmes de signes, dont le sens s'est déplacé du fait d'assimilation à des associations. Les mythes sont des déformations de réalités, arrachées à leur contexte social et culturel. Ces déformations sont ensuite « naturalisées ». C'est-à-dire que le mythe se fige en un objet dénué de son contexte : « Le mythe prive l'objet dont il parle de toute histoire. Car la fin même des mythes, c'est d'immobiliser le monde »³⁵¹. Avançant masqué, dépolitisé,

³⁴⁶ *Ibid.*, p. 22.

³⁴⁷ *Ibid.*, p. 23.

³⁴⁸ *Ibid.*, p. 97.

³⁴⁹ Nancy Huston, *L'Espèce fabulatrice*, 1re éd., Arles, Actes sud, 2008.

³⁵⁰ Gilles Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie*, 4. éd. rev. et augm., Paris, Armand Colin, 2011, p. 181.

³⁵¹ Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, Éd. du Seuil, 1957, p. 239.

l'objet mythifié véhicule des valeurs particularistes (pour Barthes celles des élites, en l'occurrence celles des bourgeois). Le mythe est arbitraire. Il crée un système sémiologique second dont le signifiant est formé d'un signe complet relevant d'un premier système sémiologique. Un mot et un objet renvoient automatiquement à un imaginaire. Barthes soutient que le mythe est un moyen et même une forme de communication. Cette forme est à la fois vide et pleine. Elle est pleine, car en tant que signe du premier système, elle se compose déjà d'une réalité sensorielle et une profondeur, mais elle est vide, du fait qu'elle perd en substance en devenant un signifiant dont l'unique usage est d'exprimer le signifié. L'individu ne peut pas penser et ne peut pas communiquer sans ses mythes, leurs charges ont été posées sur ses concepts et sur ses mots. La langue qui est la condition nécessaire à la pensée est clôturée par les mythes. Barthes parlera de « langue fasciste ». Le mythe va vampiriser le sens des mots pour lui attribuer d'autres sens. L'individu va réfléchir par le mythe et non plus par l'étymologie du mot. Prenons le mythe du Far West. Le Far West renvoie à une époque et un lieu géographique existant. On pense au XIX^e siècle dans la partie ouest du continent américain. Cette période est riche de la complexité du réel. Lorsque le Far West devient mythe il n'énonce plus que des signifiés, par exemple comme dans cette publicité de Marlboro l'idée de liberté, de virilité, de conquête, etc.

Pour conclure, durant ce chapitre nous avons vu plusieurs procédés qui permettent aux individus de décrire les mondes étrangers. Notons qu'ils sont liés et qu'ils se répondent. Parfois, la frontière est floue à définir entre ces différentes catégories. Le stéréotype donne des modes de catégorisations et une organisation du monde. Il est un cadre cognitif qui sert de base aux représentations sociales. Le préjugé part de ce cadre, mais contient un aspect émotionnel et conatif. Il est marqué par un passage à l'action. L'idée reçue s'inscrit dans un processus identique même si elle a un caractère plus autoritaire. Les héros socioculturels sont les visages et les noms, alors que les typologies sont les personnages qui donnent « corps » aux stéréotypes. L'identité des héros socioculturels entre au service d'une identité sociale par le stéréotype, les typologies socioculturelles sont des figures fugaces qui existent surtout en tant qu'image figée. Elles ne représentent pas des individus particuliers, mais des attributs ou des groupes définis. Les topoï et les mythes sont des univers dans lesquels on retrouve stéréotypes, préjugés, héros socioculturels et typologies socioculturelles. Le topos est un lieu commun répétitif, rigide, général et banal. Il garantit des enchaînements argumentatifs et des développements narratifs. Enfin, le mythe permet de voir les stéréotypes sous une nouvelle perspective. Il montre comment le glissement des signifiants vient déformer la réalité.

DEUXIÈME PARTIE :

Exploration de l'imagerie exotique vietnamienne

Dans cette partie, nous explorerons les représentations exotiques du Vietnam par la France. Pour ce faire, nous allons réaliser une étude descriptive et analytique sur l'imagerie autour du Vietnam par un corpus représentatif. Cette étude nous permettra de confirmer certains mécanismes de l'exotisme que nous avons présenté lors de l'énonciation du champ théorique et des enjeux conceptuels. De plus, cela montrera de quelle façon les représentations sociales des Vietnamiens sont marquées par l'exotisme. Nous étudierons donc différentes représentations du Vietnam en fonction de leur support. Pour commencer cette analyse, nous proposons de justifier le choix de ces supports afin de prouver qu'ils sont représentatifs de l'imaginaire des Français autour du Vietnam.

Chapitre VIII. Présentation et justification des corpus analysés

L'imagerie exotique crée une certaine mythologie de voyage. D'après Rodolphe Christin :

*« L'éthos touristique traverse les champs sociaux et alimente l'imaginaire, attise les désirs, inspire des pratiques, génère des richesses, ouvre des marchés et montre le monde comme le touriste le voit ou, du moins, souhaiterait le voir. Parce que le tourisme habite et oriente les sensibilités contemporaines, il engendre une construction du réel adapté, des lieux modélisés, une formation du regard particulière ».*³⁵²

Pour construire notre corpus, nous nous sommes attachés à sélectionner plusieurs types de support qui rendent compte des représentations sociales exotiques autour du Vietnam. Nous avons choisi de diversifier au maximum les supports utilisés. En effet, cela permet de considérer les spécificités de chaque support tout en reconnaissant les similarités dans les façons de représenter le Vietnam et l'exotisme. L'idée est également de ne pas privilégier un support plutôt qu'un autre. Différentes populations consomment différents types de support. L'imagerie exotique est diffusée par les médias de l'industrie touristique, mais pas seulement. Les arts, comme la chanson, les arts visuels, les cinémas, la littérature, montrent aussi l'Ailleurs. La question est ici de savoir comment cet ailleurs est présenté et en particulier le Vietnam. Ces divers supports ont été choisis pour l'impact qu'ils ont dans la société française. Ils sont vus et utilisés par de nombreux individus. Cet échantillon se veut représentatif de l'imagerie française autour du Vietnam. Deux stratégies ont été combinées pour sélectionner les différents documents que nous analyserons pour garantir la fiabilité et la pertinence de cette analyse. La première stratégie est le succès. Nous sommes intéressés aux documents qui ont été le plus regardé, écoutés ou lus en France. Cela se mesure en termes de vues sur YouTube, par le nombre d'entrées au box-office, par le nombre de vente d'un article... La deuxième est la rareté. Le Vietnam est une destination qui reste spécifique et par conséquent les documents qui traitent de ce pays sont limités. Il est possible de faire des listes assez

³⁵² R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 107.

complètes de contenu sur le Vietnam pour un même support. En associant ces deux stratégies, on parvient à trouver un nombre de documents représentatifs. Par exemple pour le marketing autour du Vietnam, nous avons utilisé un produit célèbre de la culture vietnamienne : le nem. Ce faisant, nous avons analysé neuf paquets de nems correspondants aux neufs distributeurs les plus présents en France. Un autre exemple, pour l'étude des guides de voyage sur le Vietnam, nous sommes allées voir dans les rayons « guide de voyage » de toutes les grandes enseignes de livre française à Lille où nous avons référencé les guides de voyage sur le Vietnam. Il importait également que ces documents soient construits à travers le regard occidental et plus spécifiquement français, nous avons donc choisi des documents créés par des personnes ayant grandi en France et ayant donc une socialisation française. Nous n'avons donc pas utilisé des films ou des chansons imaginés par des Vietnamiens ou du moins des personnes socialisées au Vietnam. La raison étant que leur regard n'est pas influencé par l'imagerie exotique que nous étudions.

Couverture des guides touristiques sur le Vietnam

Marque	Part de marché du guide touristique en France ³⁵³	Nombres d'exemplaires	Années
<i>Le Routard</i>	40%	20	2000 à 2020
<i>Le Petit Futé</i>	8%	19	2004 à 2020
<i>Lonely Planet</i>	11%	10	2003 à 2018
<i>Michelin - Guide Vert</i>	20%	5	2010 à 2019
Autres	/	17	2004 à 2019

D'après le Syndicat de l'Édition française, le marché de l'édition des guides touristiques a réalisé 10 % du chiffre d'affaires de l'édition française en 2008³⁵⁴. Les guides de voyages se sont écoulés à près de 8 millions d'exemplaires en 2017³⁵⁵. Ils tiennent donc une place représentative dans le quotidien des Français. Notre sélection des guides pratiques et patrimoines va de 2000 à 2020. Nous avons choisi les livres qui traitent du Vietnam dans sa globalité et non ceux spécialisés sur des territoires ou villes précises. On note que les différentes marques de guides touristiques ne publient pas un ouvrage chaque année. Par exemple, *Lonely Planet* publie un guide sur le Vietnam tous les deux ans, alors que *Le Routard* édite un livre chaque année. Néanmoins, une année sur l'autre, les guides *Le Routard* vont

³⁵³ *Consommations des guides touristiques en France*, s.l., INSTITUT GFK (société pour la recherche sur la consommation), 2018.

³⁵⁴ E&A, *Le marché des guides touristiques - les Guides Michelin*, s.l., 2010.

³⁵⁵ Georges Pierre, « Quels sont les guides de voyages les plus vendus en France », *Tourmag*, 19 mars 2018.

souvent arborer la même image de couverture (*Le Routard*). On observe également que l'offre autour des guides se diversifie et se spécialise. Nous avons choisi de retenir en plus des guides « classiques », les guides « essentiels » (pour *Petit Futé* et *Lonely Planet*). Une autre donnée à prendre en compte est que toutes les marques n'ont pas débuté leur guide sur le Vietnam à la même époque. *Le Routard* par exemple fut un des premiers guides à proposer un livre sur le Vietnam. D'autres comme *Michelin* sont spécialisés sur la France, ils ont commencé plus tardivement à étendre leur marché sur des destinations internationales.

Les films sur le Vietnam

Titre	Réalisateurs	Année	Récompenses	Entrées Box-office en France
<i>Indochine</i>	Régis Wargnier	1992	<p>César de la meilleure actrice</p> <p>César de la meilleure actrice dans un second rôle</p> <p>César de la meilleure photographie</p> <p>César du meilleur son</p> <p>César des meilleurs décors</p> <p>Oscar du meilleur film étranger</p> <p>Golden Globes du meilleur film en langue étrangère</p>	3 198 663
<i>L'Amant</i>	Jean-Jacques Annaud	1992	<p>César de la meilleure musique écrite pour un film</p> <p>(Nommé : César de la meilleure photographie</p> <p>Nommé : César des meilleurs costumes</p> <p>Nommé : César des meilleurs décors</p> <p>Nommé : César du meilleur montage</p> <p>Nommé : César du meilleur film étranger</p> <p>Nommé : Oscar de la meilleure photographie)</p>	3 156 124

Nous avons choisi ces deux films du fait de leur succès que l'on peut mesurer par leurs entrées au box-office ainsi que leurs récompenses et leurs nominations à diverses remises de prix.

Les chansons sur le Vietnam

Titre	Interprète/Compositeur/Auteur	Année	Genre	Clip
<i>La petite Tonkinoise</i>	Henri Christiné	1906	Chanson populaire	/
<i>Opium</i>	Marcel's	1931	Chant militaire	/
<i>Saïgon</i>	Suzy Solidor	1948	Cabaret	non
<i>Quand Vietnam s'appelait Indochine</i>	Anne Vanderlove	1974	Folk	non
<i>Un air de liberté</i>	Jean Ferrat	1975	Poétique	non
<i>La sécheresse du Mékong</i>	Indochine	1983	Pop-rock New wave	non
<i>Plus près des étoiles</i>	Gold	1985	Synthpop	non
<i>Viêt Nam, Laos, Cambodge</i>	Bérurier Noir	1988	Punk	oui
<i>Vietnam Vet</i>	Johnny Hallyday	1989	Rock	non
<i>Saïgon</i>	Bernard Lavilliers	1991	Rock	oui
<i>Fille du Vietnam</i>	Molodoï	1995	Punk-rock	non
<i>Viêt kieu</i>	La souris déglinguée	1997	Rock alternatif	non
<i>Bonjour Vietnam</i>	Pham Quynh Anh (écrit par Marc Lavoine)	2006	Variété	non
<i>Un singe en hiver</i>	Indochine	2009	Pop-rock New wave	oui
<i>Hanoi</i>	La Grande Sophie	2015	Pop-rock	oui
<i>Hanoi Café</i>	Bleu Toucan	2016	Pop électronique	oui

Il est compliqué de justifier du succès de ces chansons. Souvent, elles font partie d'un album entier ce qui rend la mesure de leur célébrité ardue. Notre critère de sélection fut davantage la renommée des artistes qui les ont interprétés. Un des enjeux majeurs de l'étude de ce support était de diversifier les genres musicaux afin de ne pas se focaliser sur un type particulier qui ne refléterait pas les divers goûts musicaux de la population française. Nous avons donc cherché des auteurs célèbres dans divers styles. Cela permet d'observer si les représentations du Vietnam sont semblables alors même que les chansons appartiennent à des univers musicaux différents. Nous avons tenté de rendre cet échantillon le plus exhaustif et représentatif possible. De plus, les chansons que nous avons trouvées s'inscrivent dans des temporalités différentes. La première date de 1906 et la dernière de 2016. Ces chansons rendent compte du contexte politique dans lequel elles ont été écrites. On note donc que l'Indochine, la guerre américaine, les *boat-people* sont autant d'éléments qui ont marqué l'écriture de ces musiques.

Documentaires sur le Vietnam

Titre	Titre de l'émission	Production/réalisateur	Diffusion	Année	Vues YouTube (au 18.02.21)
<i>Saïgon l'intrépide</i>	« Thalassa »	Production France 3	France 3 et TV5 monde	2012	239 000
<i>Épisode 5 : le Vietnam et le pays des animaux sacrés</i>	« Les trésors de l'Asie du Sud Est »	Christian Schidlowsk, Story House production,	Arte	2015	37 000 366
<i>Les sourires du Vietnam</i>	« Échappées Belles »	Production BO Travail !	France 5	2016	101 539

Pour mesurer le succès de ces documentaires, nous nous sommes basés sur plusieurs choses. La première est leur nombre de vues sur Youtube qui est conséquent. Néanmoins, l'intérêt de choisir ces documentaires est qu'ils ont été diffusés sur les chaînes de télévision nationale publique gratuites à des heures de grande écoute. Le documentaire de « Thalassa » a par exemple été diffusé le 16 novembre 2012 à 20 h 45 sur France 3³⁵⁶. L'émission « Échappées Belles » jouit également d'une heure d'audience intéressante. L'émission est

³⁵⁶ CAP VIETNAM, *Thalassa - Grandes capitales océanes : Saïgon l'intrépide*, <https://www.cap-vietnam.com/node/49167>, 2012, (consulté le 14 février 2021).

diffusée tous les samedis à 20 h 45 (celle sur le Vietnam fut diffusée le 18 juin). Cette émission qui existe depuis 15 ans bat régulièrement les records d'audience. Elle dépasse fréquemment le million de spectateurs comme on peut le lire sur le site du producteur de l'émission, avec des parts d'audiences de 7 %. En ce qui concerne le documentaire Le Vietnam et les animaux sacrés, nous avons choisi ce film, car c'est une production ARTE. En France, ARTE a réalisé 2,2 % d'audience en 2015³⁵⁷. La chaîne nous indique que cette même année le genre documentaire représentait 2,1 % des parts d'audiences³⁵⁸. Même si cela nécessiterait une étude à part entière, en variant les chaînes de télévision, nous avons davantage de chance de varier le public qui regarde ces différentes chaînes. Notons qu'il est également courant que les programmes à la télévision soient régulièrement rediffusés. On peut donc partir du principe que ces émissions ont été diffusé plusieurs fois.

Marketing de produits de culture vietnamienne

Types	Marques	Produits	Support	Dates
Produits alimentaires	Marques de distributeurs (9)	Nems	Emballage	/

Nous nous intéresserons au marketing d'un produit qui mobilise l'imaginaire autour du Vietnam. Pour cela, nous analyserons l'emballage de produits alimentaires. Nous avons choisi les nems, car ils sont emblématiques de la gastronomie vietnamienne et par conséquent très présents dans l'imaginaire français sur le Vietnam. Pour qu'ils entrent dans notre stratégie méthodologique nous nous sommes attachés à trouver pour chaque grande enseigne implantée en France la marque du distributeur de ce produit. Il s'agira d'étudier de quelle façon ils montrent le Vietnam et comment l'exotisme sert d'argument commercial et marketing. Pour que notre échantillon soit représentatif nous avons sélectionné les grands distributeurs suivants : Marque U, Lidl, Leclerc, Carrefour, Intermarché, Auchan, Aldi, Cora, Casino.

³⁵⁷ ARTE, 2015 *Belle progression des audiences d'ARTE*, s.l., 2016.

³⁵⁸ *Ibid.*

Chapitre IX. Couverture des guides touristiques : introduction des paysages et des personnages

Pour étudier les représentations sociales du Vietnam sur les couvertures de ces guides touristiques, nous allons classer les images selon leurs similarités, nous formulerons des constatations et nous proposerons quelques orientations d'analyses.

Le Routard

Pour les guides du *Routard*, on note que sur les 20 couvertures sélectionnées, il y a seulement 12 illustrations différentes sur le Vietnam.

Le Petit Futé

Pour les guides le *Petit Futé*, on note 19 couvertures, dont 18 illustrations différentes. 4 de ces couvertures proviennent de hors-séries.

Lonely Planet

Pour les guides *Lonely Planet*, on note 10 couvertures. Avec chacune des illustrations différentes. 2 couvertures proviennent de hors-séries.

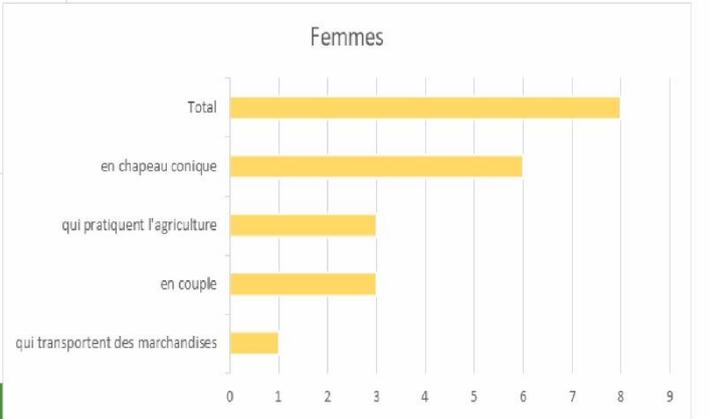
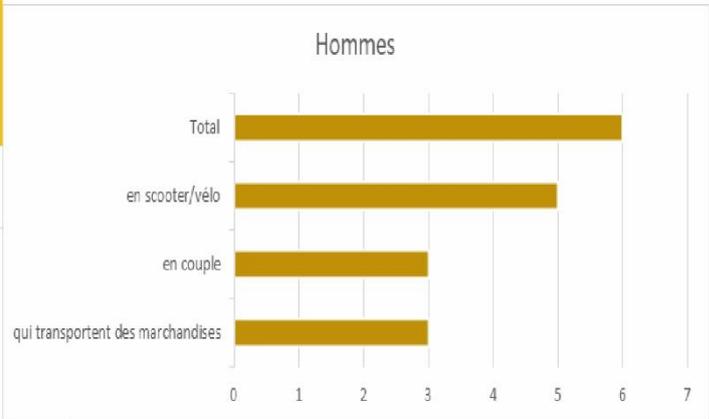
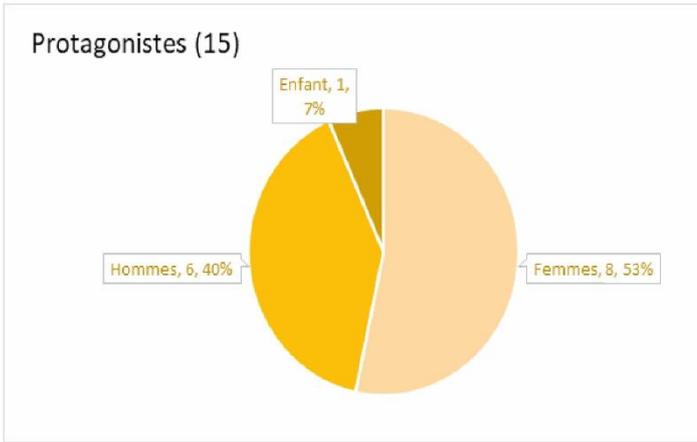
Michelin-Guide Vert

Pour les guides *Michelin — Guide Vert*, on note 5 couvertures.

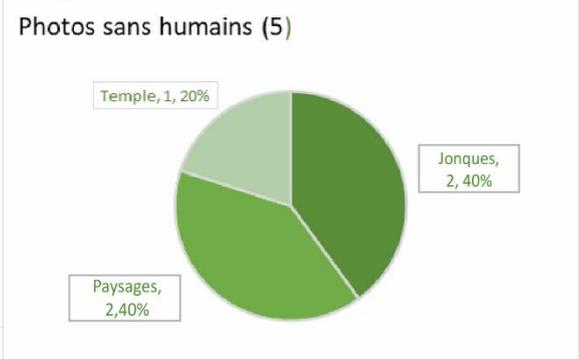
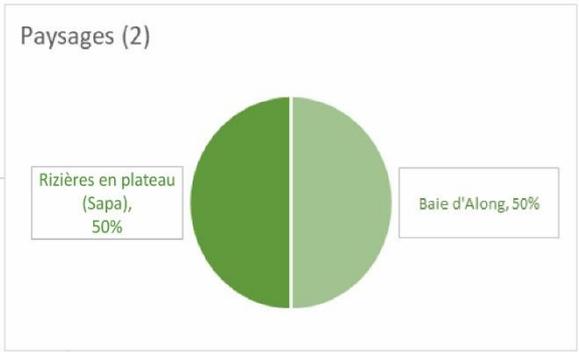
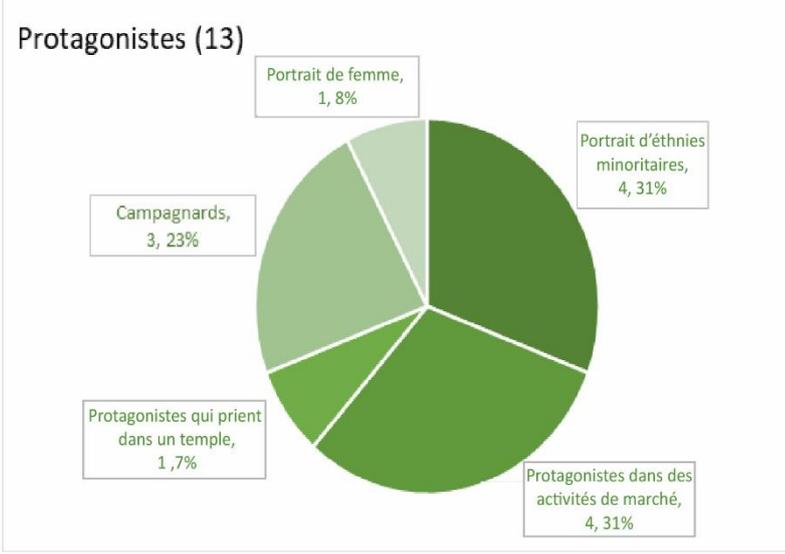
Autres

Nous avons trouvé dans les rayonnages actuels de guides de voyage, 17 livres sur le Vietnam qui n'appartiennent pas aux collections précédemment citées. Nous n'allons pas faire de catégorisations spécifiques pour l'ensemble de ces ouvrages. La raison étant qu'ils n'ont pas de cohérence éditoriale comme les autres séries. Néanmoins, nous les intégrerons dans notre synthèse.

Le Routard

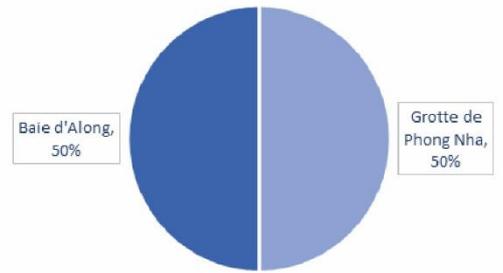


petit futé

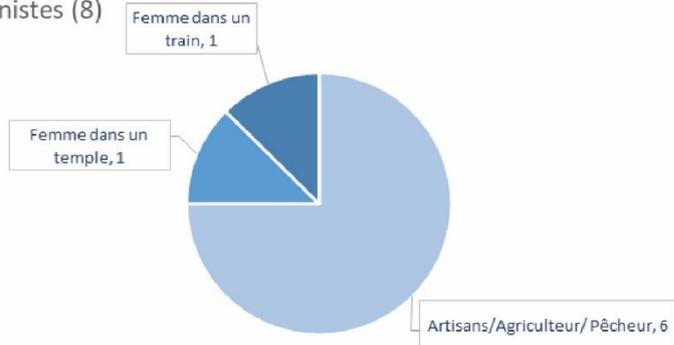




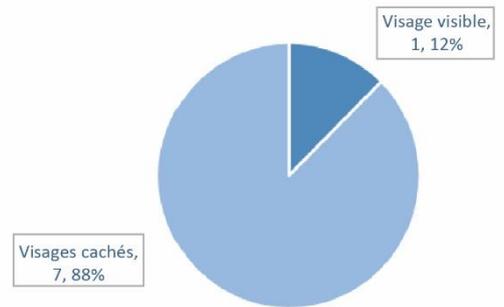
Paysages sans humains (2)



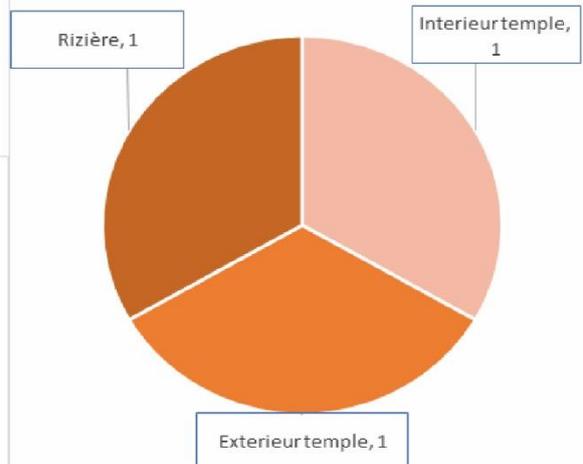
Protagonistes (8)



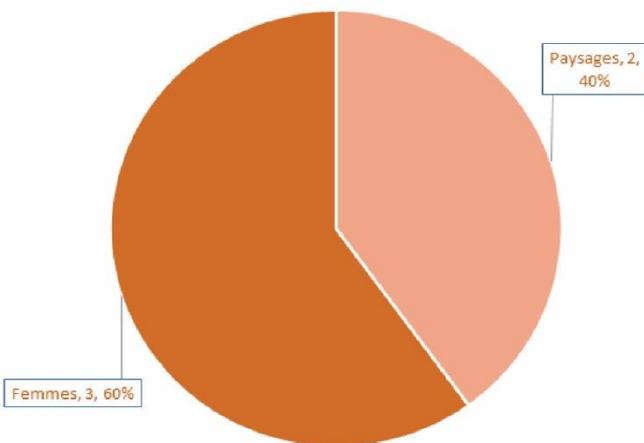
Visages des protagonistes (8)



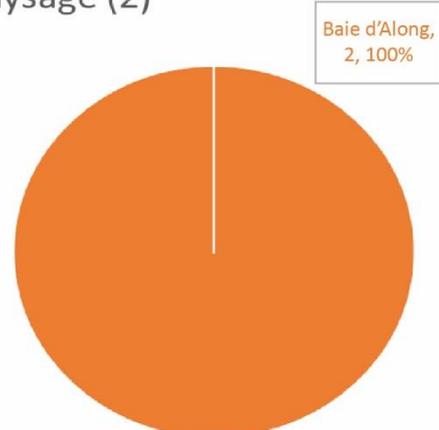
Mise en scène des femmes (3)



Thèmes des couvertures (5)

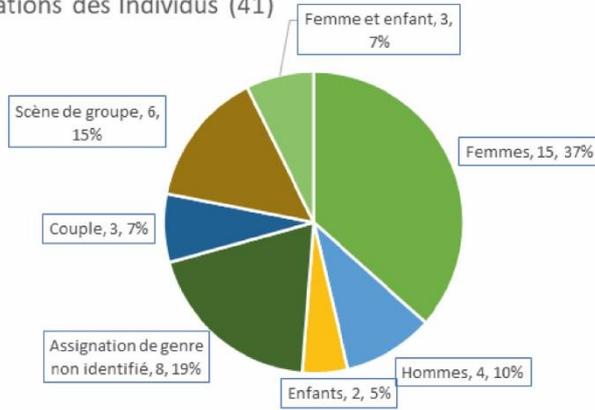


Paysage (2)

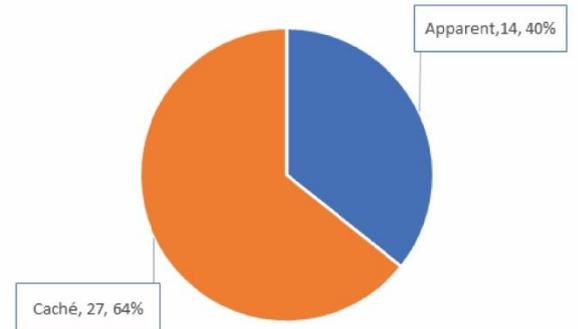


Synthèse

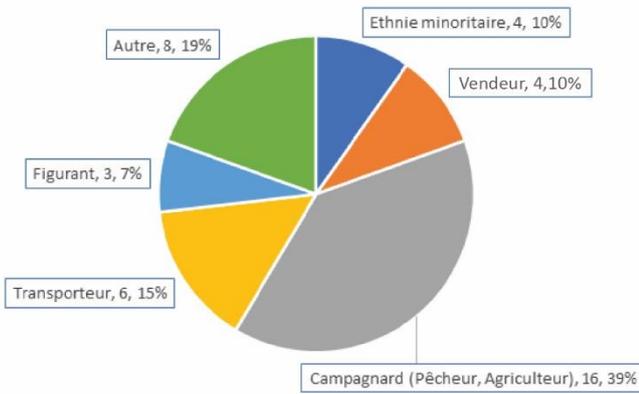
Représentations des Individus (41)



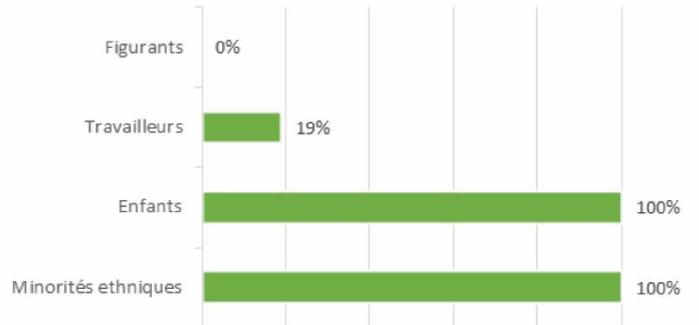
Visage des protagonistes (41)



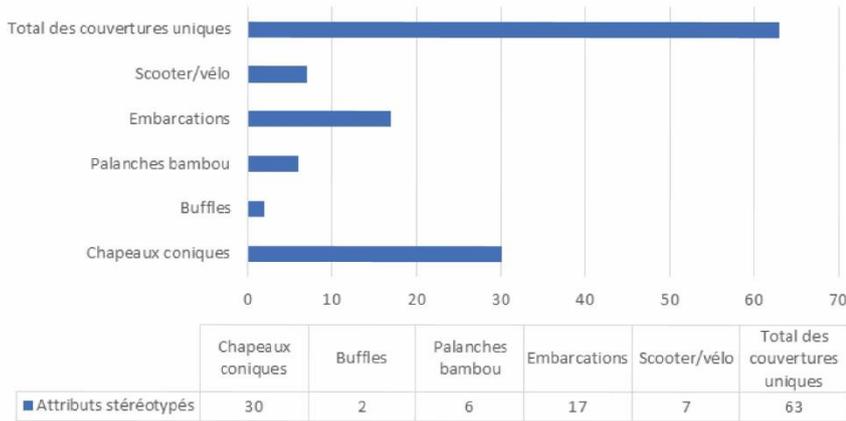
Rôles des protagonistes (41)*



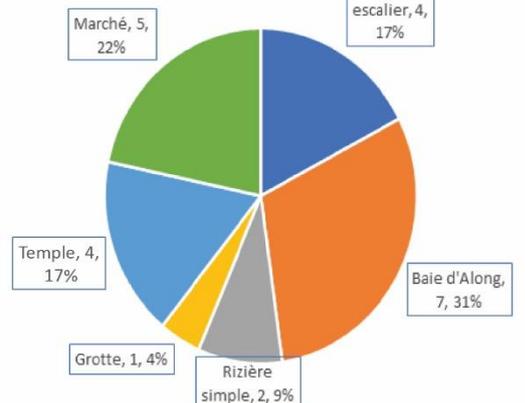
Visage apparent (14)**



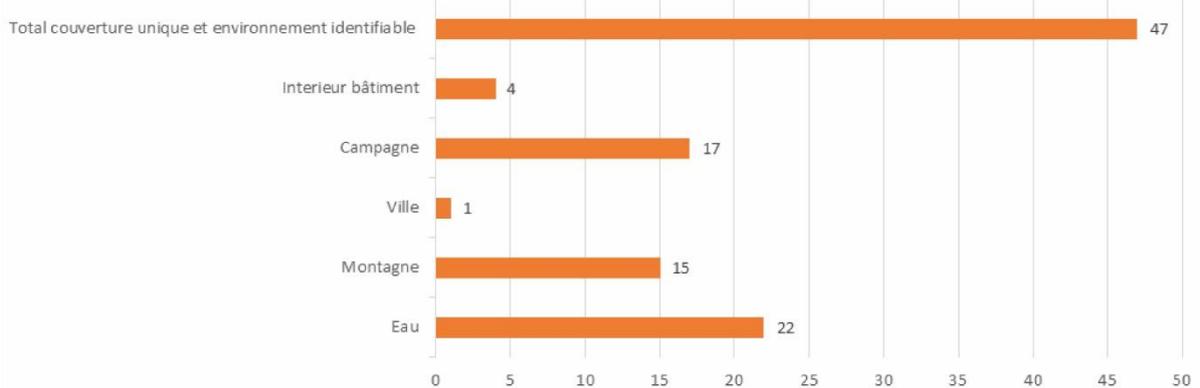
Attributs stéréotypés



Paysages (37)***



Environnement identifiable (47)



*Ont été déterminé comme figurant, les individus pris de loin, de dos ou même floutés qui jouent en rôle secondaire sur la photo. Dans *Autre*, nous avons : les couples, un enfant, des portraits. Ainsi que des images qui ne nous permettent pas d'affirmer la projection d'un rôle.

** Nous avons considéré comme ayant le visage apparent, les individus dont au moins la moitié du visage est montré. Les pourcentages correspondent à l'ensemble des individus pour chaque catégorie.

*** Cette catégorie ne concerne pas exclusivement les paysages seuls. Les photos dans lesquelles des individus apparaissent, mais dont le paysage est identifiable ont été intégrées dans ce graphique. On note que sur une image, il y avait deux images différentes représentant deux paysages différents.

Sur les 71 photos étudiées, 62 ont été exploités. En effet, 9 clichés sont des duplicatas que nous n'avons pas traités. Sur les 62 couvertures, 41 affichent des individus. Les autres représentent des objets ou des paysages. L'analyse de ces guides touristiques permet de mettre à jour certaines similitudes dans les différentes représentations sociales du Vietnam. On observe que pour figurer le Vietnam ce sont souvent des femmes qui sont utilisées. En effet sur l'ensemble des photos avec des protagonistes, 37 % représentent des femmes seules. Notons également que sur 7 % des photos sont montrées des femmes avec des enfants et que sur 7 % des photos on voit des femmes en couple. Les photos des femmes avec des enfants figurent systématiquement des individus issus d'ethnies minoritaires. Sur les couvertures du petit futé de 2013-2014, 2016 et 2020, on reconnaît grâce à leurs vêtements traditionnels différents clans Hmong. En ce qui concerne les couples, deux présentent le même scénario, à savoir mari et femme en tenue de mariage occidentale sur un scooter. On remarque ainsi un certain contraste entre cette tenue et le moyen de transport utilisé. Le lecteur occidental a l'habitude de ce type de tenue de mariage, mais sera surpris par le scooter. Une certaine dichotomie *rusticité - modernité* (au sens occidental) est à l'œuvre. Un autre fait marquant est qu'il y a très peu d'hommes seuls représentés. De plus, leur rôle se limite à celui d'agriculteur ou de transporteur de marchandise. Sur 19 % des couvertures dans lesquelles des individus sont représentés, nous n'avons pas pu identifier le genre assigné. Ceci est notamment dû au fait que sur de très nombreuses photos (64 %), nous ne voyons pas le visage des individus. Les personnages dont on découvre le visage sont les enfants ou les individus issus d'ethnies minoritaires. On note qu'on distingue très peu le visage des travailleurs. Cette catégorie composée des campagnards, des transporteurs (en palanche, vélo ou scooter) et des vendeurs, représente 63,4 % du rôle des protagonistes mis en scène sur les couvertures. On peut s'étonner que les Vietnamiens soient majoritairement montrés en train de travailler et que la représentation du travail au Vietnam se limite à ces métiers. De plus, ce travailleur est souvent montré avec les mêmes attributs stéréotypés à savoir : le chapeau conique (qui cache plusieurs fois le visage) et la palanche. On peut parler ici d'une typologie socioculturelle du travailleur vietnamien. Autre fait qui ressort de cette analyse, est la quasi-absence de la ville et des environnements urbains. Seul sur la couverture du Routard en 2018, on discerne en fond de l'image (la photo s'attarde davantage sur un transporteur en scooter) une suite de maisons. La scène a probablement été prise en ville. Les scènes de marché souvent sur fond

de mer ou de campagne sont récurrentes (22 % des paysages). On y voit des groupes de Vietnamiens. En ce qui concerne les paysages et les environnements mis en avant c'est ce sont clairement l'eau et la campagne qui sont favorisées. 48 % des photos qui possèdent un paysage reconnaissable montrent de l'eau. Cela peut être la mer ou un fleuve. Sur 36 % des photos apparaît la campagne notamment par l'illustration de différents types de rizières. La présence des montagnes est également importante. Nous constatons que la baie d'Along est une constante sur les couvertures des guides touristiques sur le Vietnam, toutes collections confondues. Nous la retrouvons sur 31 % des paysages. On voit qu'une destination spécifique a le pouvoir de représenter l'ensemble d'un territoire et d'une culture.

Chapitre X. Les films de l'Indochine : un décor des péripéties du narrateur occidental

A. *Indochine* (1992), Régis Wargnier

Le film se passe en Indochine, dans les années 1920 à 1950. Éliane Devries et son père sont propriétaires d'une exploitation d'hévéas. Éliane Devries a adopté une jeune indochinoise, Camille, pour qui elle a beaucoup d'affection. Leur vie est bouleversée par l'arrivée de Jean-Baptiste, un lieutenant de la marine française. Éliane et lui ont une relation, puis Camille elle aussi est attirée par le soldat. La jeune fille, qui est par ailleurs une princesse vietnamienne, devait épouser Tanh, un jeune intellectuel secrètement impliqué dans la résistance de son pays. Même si les deux jeunes gens sont des amis proches, ils ne souhaitent pas cet arrangement convenu par leur famille. Éliane s'organise pour faire muter Jean-Baptiste loin de sa fille, mais Camille fuit et part à sa recherche. Elle traverse tout le pays et commence à se rendre compte de la situation politique explosive de l'Indochine. Tout au long du film le spectateur voit des images du conflit entre la puissance colonialiste française et les forces d'indépendances communistes vietnamiennes. Camille et Jean-Baptiste se retrouvent, mais deviennent des fugitifs recherchés par les autorités françaises à cause d'un meurtre commis sur un officier. Éliane demande à Guy Asselin, chef de la police, amoureux d'elle, de récupérer sa fille. Camille tombe enceinte de Jean-Baptiste. L'ex-officier est arrêté par les autorités françaises et secrètement exécuté. Éliane et Camille se revoient plus tard. Cette dernière a purgé une peine de cinq ans en prison jusqu'à la chute de l'Indochine française. Nous avons sélectionné 14 scènes qui rendent compte des représentations sociales employées pour décrire le Vietnam dans ce film. Nous tâcherons de les utiliser dans notre analyse.

	Résumé	Lieu	Personnages français	Personnages vietnamiens
Scène 1 (1:00 - 3:30)	Cérémonie traditionnelle funéraire vietnamienne des parents biologiques de Camille et amis de ED. La scène se passe sur l'eau. De nombreux bateaux.	Mékong	Éliane Devries (ED) Note : c'est le seul personnage occidental de la scène. Elle est également la seule habillée en noir.	* Camille enfant * De nombreux Vietnamiens
Scène 2 (5:13 - 6:24)	Le père d'ED entretient une relation avec une employée vietnamienne. La gouvernante de la maison (vietnamienne aussi) souhaite la renvoyer. ED refuse, argumentant qu'elle aime voir son père amoureux.	La maison coloniale de ED	* ED * Émile Devries	* Mme Shen, la gouvernante * Deux cuisinières * Hoa, l'amante d'Émile
Scène 3 (6:25-8:43)	Une course en aviron est organisée. Elle oppose l'équipe d'ED et l'équipe de la marine française. L'équipe d'ED est composée des employés vietnamiens de la culture d'hévéas de la famille. Le père, Émile Devries est à la tête du bateau et transmet ses instructions. L'équipe de la marine perd. Autour de la course, il n'y a que des Français en blanc qui profitent du spectacle, commentent la course et parient sur les potentiels vainqueurs.	Mékong	* ED * Émile Devries * Yvette et son mari * La Marine française et l'amiral * Des spectateurs	* Les employés de la culture d'hévéas
Scène 4 (12:00 - 13:49) :	La marine française intercepte un bateau vietnamien qui a dépassé le couvre-feu. Ils décident de le brûler.	Mékong	* Jean - Baptiste (JB) * La marine française	* Un homme et son fils qui sont des marchands d'opium.
Scène 5 (13:55 - 18:07)	Sur sa plantation d'hévéas ED punit un employé à la cravache qui a fui son poste. Jean-Baptiste arrive, il demande à ED, qui connaît la population, si elle a des nouvelles de l'enfant et du père dont il a fait brûler le	La plantation d'hévéas	* ED * JB	* Les employés de la plantation d'hévéas * Le garçon que JB pensait avoir tué * L'homme qu'ED punit

	sampan (Scène 4). Elle l'informe qu'ils ont survécu et qu'il a bien fait de les couler parce que ce sont des trafiquants de drogues.			
Scène 6 (30:00 - 31:00)	Scène festive dans un casino saïgonnais	Un casino à Saïgon	* JB * Des expatriés * Des marins	* Des croupiers * Des clients vietnamiens * Des travailleuses du sexe
Scène 7 (37:00 -39:00)	ED et la mère de Tanh discutent de l'avenir de leurs enfants qui sont destinés à se marier	Huilerie	* ED	* La mère de Tanh * Les employés de l'huilerie
Scène 8 (39:20 -40:00)	ED et son père sont invités à « la fête de la tranquillité » organisée par le mandarin qui est assassiné à la fin.	Une pagode	* ED * Le père de ED	* Des enfants qui jouent avec des pétards * Des personnes venant faire la fête * Des mandarins et leur famille
Scène 9 (40:30 -43:45)	La fabrique de caoutchouc des Devries est brûlée par des communistes. Les employés refusent de se remettre au travail, ils ont peur. ED et son père les encouragent. Ils décident de prendre l'initiative de travailler même si cela les met en danger. Les employés suivent leur exemple et travaillent à nouveau.	L'entrepôt de caoutchouc des Devries	* ED * Le père de ED	* Les employés de la fabrique
Scène 10 (49:40 -54:00)	Dans le centre-ville de Saïgon, des coups de feu éclatent. Jean-Baptiste voit Camille à terre avec du sang. Il la croit blessée. Il s'isole avec elle pour la soigner. À son réveil, Camille pense que JB l'a sauvé. Elle tombe amoureuse de JB. Plus tard, elle l'avoue à sa mère.	Au centre-ville de Saïgon puis dans la maison de ED	* JB * ED (dans la maison) * Le père de ED (dans la maison) * Des policiers * Des élèves	* Camille * Des passants, des vendeurs, des fuyards, etc. pendant la scène de panique dans le centre-ville de Saïgon
Scène 11 (01:10:50 - 01:12:40)	Camille se marie avec Tanh devant la cour royale à Hué. En fait, Tanh et Camille ont un	Le palais royal et la gare de Hué	* ED	* Camille * Tanh * La mère de Tanh

	arrangement secret. Camille part depuis la gare de Hué pour rejoindre JB.			* La cour * Des personnages autour de l'action principale
Scène 12 (01:35:12 - 01:38 :25)	Camille et JB fuient les autorités françaises à bord d'un sampan. Le bateau les a amenés jusqu'à Ninh Binh. Trois hommes vietnamiens les trouvent, dont un vêtu comme un personnage mythologique.	La baie d'Along et Ninh Binh	* JB * La voix de ED	* Camille * Un personnage fantastique * Deux hommes
Scène 13 (01:48:50 - 01:49:53)	Guy et ED discutent dans la rue. ED décrit sa douleur et son désespoir de ne pas être avec sa fille Camille.	Une rue de Saïgon	* ED * Guy (chef de la police française)	* Des personnages autour de l'action principale
Scène 14 (2 :00 :00 - 2 : 10 : 20)	Jean Baptiste a été arrêté, il est dans un marché pour trouver une femme capable de nourrir Étienne.	Un marché	*JB * Étienne * des officiers français	* Étienne * Des personnages autour de l'action principale

Dans ce film, le Vietnam est montré sous un imaginaire précis. Souvent représenté comme un territoire fabuleux. On retrouve l'idée d'un certain mythe d'une Asie secrète et mystique. Il faut savoir que ce film a été tourné dans plusieurs lieux : en France, au Vietnam et en Malaisie. La maison des Devries se trouve par exemple sur l'île de Penang (Malaisie). Beaucoup de séquences ont été filmées à Ninh Binh (Vietnam) et dans la baie d'Along, notamment la scène 12. Exceptionnellement, le gouvernement vietnamien a autorisé un tournage dans le palais impérial de Hué. Le mariage de Tanh et Camille se déroule dans ce lieu. Enfin, certaines scènes ont été tournées en studio à Boulogne comme la scène de la rue de la scène 13³⁵⁹. Pourtant toute l'intrigue en Asie survient en Indochine. Les images montrées sont des signifiants associés à des signifiés bien précis qui créent ce mythe de l'Indochine alors même que le signifiant n'est pas le Vietnam. Prenons la scène 12 dans laquelle ED décrit la baie d'Along. Elle dira :

« Ils sont partis vers le labyrinthe de la baie d'Along. C'est un endroit sacré pour tous les Annamites. Les montagnards, les paysans du sud du delta, les pêcheurs du golfe du Siam, tous connaissent son existence sans l'avoir jamais vu. Ils savent la malédiction qui plane sur ces îles. Quand j'ai appris que c'est là que Camille et JB ont disparu dans leur fuite, j'ai lu tous les livres tous les récits que j'ai pu trouver. Ils disent la même chose : que l'on n'a jamais revu ceux, qui assez fous ou trop audacieux, ont bravé la malédiction. »

³⁵⁹ Jean-Pierre Lavoignat, « Reportage exclusif sur le tournage d'"Indochine" », *Studio Magazine*, 1992.

Nous avons dans cet extrait le vocabulaire du mystère et de l'aventure qu'on peut rattacher au mythe d'une Indochine secrète et impénétrable. Le film montre plusieurs fois des personnages d'opéra et de théâtre, ceci renforce l'aspect lyrique du film. Plusieurs scènes ressemblent à des tableaux comme c'est le cas pour les Figures 2 et 3.



Figure 3. Scène 12 (Indochine). Un personnage mythique apparait dans une réalité onirique.



Figure 4. Scène 12 (Indochine). La baie d'Along est présentée sous un aspect mythologique.

La Figure 3 appartient au fabuleux et donc au mythe. En effet, on y voit un personnage merveilleux s'approcher du sampan. Il est observé par deux hommes qui n'ont pas l'air de s'étonner de sa présence. Ce décalage intensifié par la brume crée également un topo onirique. Dans cette scène, on distingue aussi une jonque qui traverse la baie d'Along. Cette image est un lieu commun. C'est un thème récurrent dans les représentations sociales de l'Indochine. Durant tout le film, la brume sera souvent utilisée pour figurer un univers mystique et secret. La scène 1 présente les premières images du film. Cette scène d'enterrement expose les traditions funéraires vietnamiennes. On observe un nombre important d'éléments appartenant au domaine de la croyance : les tenues en chanvre sont blanches, les couronnes de fleurs sont présentes, des éléments de la religion bouddhiste (l'ombrelle, les lotus, les drapeaux, etc.), le portrait des morts, la maison des esprits, le bateau qui conduit l'âme, les lanternes, des panneaux en soie, les instruments de musiques, etc. Ces croyances ne sont pas familières aux Occidentaux. Elles sont montrées sans qu'il y ait une volonté de les faire comprendre. Ceci renforce l'aspect « étrange » de la scène et par conséquent son attraction exotique par sa charge mystique.



Figure 5. Scène 1. (Indochine). Enterrement qui expose de nombreux symboles assignés à l'Asie.

La scène 4 entre également dans cette représentation sociale du Vietnam. Dans cette scène, Jean-Baptiste parle de l'Asie. Il dit : « *Personne ne me volera ma tête, pas même l'Asie éternelle* ». Le mythe d'une Asie mystérieuse et dangereuse est une nouvelle fois utilisé. De plus, le mot « éternelle » renvoie à l'image d'un territoire figé. Ce qui montre que l'imaginaire en jeu ici est cloisonné dans certaines représentations de ce territoire. Toujours dans l'image onirique de l'Asie, l'opium est une drogue plusieurs fois présente dans le film. Par exemple, dans la scène 4, les Vietnamiens arrêtés sont des marchands d'opium. Au cours d'une scène, ED et JB vont également fumer cette drogue. Le spectateur voit comment l'opium est préparé. De plus, la caméra se concentre sur les traits du visage de ED, on voit l'effet d'apaisement que cela lui procure. Notons que le personnage qui concocte l'opium est qualifié par ED de « *vieux fantôme de la maison* ». Il est vieux, il a une longue barbe blanche et il est habillé de noir. Tout au long du film il ne parlera pas, mais le spectateur comprend qu'il espionne pour ED. Le qualificatif de « fantôme » appartient au registre du mythe. Son aspect surnaturel entre dans cette mystique du mythe asiatique. Nous retrouverons ce personnage plusieurs fois au cours de notre étude sur les représentations sociales du Vietnam et de l'Asie. C'est une typologie socioculturelle.

Dans ce film, nous avons également plusieurs autres personnages. Dans la scène 2, Hoa est présentée comme la « *congaï* ». Les congaï sont des jeunes filles appartenant aux couches « inférieures » de la société qui s'unissent de manière éphémère à des blancs. Elles sont considérées comme des concubines³⁶⁰. Hoa n'est pas appréciée des autres Vietnamiens de la maison. La gouvernante, Mme Shen, la trouve « *avide* » et « *vaniteuse* ». On ne voit quasiment pas Hoa et Émile Devries ensemble. Elle donne presque l'impression d'être un remède thérapeutique à la tristesse de l'homme. Notons que leur différence d'âge est importante. Dans la scène 10, c'est le personnage de Camille qui rend compte d'une représentation sociale dont les femmes vietnamiennes sont l'objet. Dans cette scène, Camille tombe amoureux de Jean-Baptiste au premier regard. Elle dit même à sa mère « *si c'est pas lui que j'épouse je mourrais* », « *ma vie est à lui* ». De plus, JB apparaît comme un sauveur et un protecteur. Il

³⁶⁰ Roger Duchet, *Métis et Congaïas d'Indochine*, Paris, Hachette Livre - BNF, 2019.

correspond aux normes classiques de virilité. Notons aussi que Camille est encore une adolescente et que l'homme est bien plus vieux qu'elle. Camille est aussi le seul personnage dans tout le film que l'on voit nu. On observe également des éléments qui font référence à la perte de la virginité : le sang et le chemisier blanc qu'on lui retire. Dans la scène 3, les rameurs vietnamiens sont décrits avec un vocabulaire animal : « *pour ramer, il faut des bêtes de labour* » (l'amiral). Ils sont aussi dévalorisés : « *Comme dit Raymond les Indochinois ça n'a pas la carrure* » (Yvette). Les Vietnamiens sont également perçus par les Français avec beaucoup de distance : « *il ne faut pas leur donner des idées de victoire à ces gens-là* » (Amiral). L'expression « *ces gens-là* » montre que l'amiral ne se considère pas du même groupe que les Vietnamiens. De plus, cette expression semble empreinte d'un certain mépris. Dans la scène 7, la mère de Tanh est montrée comme une femme de pouvoir. Elle est la matriarche de la famille. Elle décide de tout dans son foyer même du mariage de son fils. C'est une commerçante qui possède une entreprise. Elle dirige une affaire de médicaments. Lorsqu'un homme lui demande de lui faire crédit, elle refuse rétorquant qu'il joue et par conséquent qu'elle fera seulement affaire avec sa femme. Sa maison est somptueuse. Le culte des ancêtres est aussi présent. La mère de Tanh explique l'importance des générations qui se côtoient. Elle affirme l'intérêt des alliances et du lien familial. Dans cette scène, les femmes apparaissent comme les organisatrices de la vie familiale et économique.



Figure 6. Scène 7 (Indochine). ED contraste avec les couleurs du décor.

Les Français de l'époque d'Indochine sont également montrés à travers des représentations sociales précises. On observe leur rapport avec les Vietnamiens. Dans la scène 5 et dans le film en général, les Vietnamiens sont souvent représentés en groupe. Ils sont vêtus et agissent de la même façon. Ils sont habillés de haillons sales et suants. A contrario, les blancs sont toujours propres et soignés. Dans cette scène, un homme se fait battre en remerciant ED de l'avoir puni et le garçon que Jean-Baptiste pense avoir tué baisse les yeux et résiste peu. Les Vietnamiens sont montrés comme étant soumis. Au contraire, le personnage ED est confiant et autoritaire. Elle semble être respectée et crainte de ses employés. ED décrit son rapport avec ses travailleurs comme étant celui d'un parent avec un enfant : « *Tu crois qu'une mère aime battre ses enfants* ». L'employé répond : « *Tu es mon père et ma mère* ». Cela les fait apparaître comme des êtres immatures.

La scène montre également une plantation d'hévéas, le spectateur suit le processus pour extraire le liquide de l'arbre qui servira à faire du caoutchouc. La brume est une nouvelle fois présente. Dans la scène 9, l'attitude entre les Français et les Vietnamiennes est une nouvelle fois très différente. Dans cette scène, les ouvriers aident à éteindre le feu, mais ils refusent de se remettre au travail par peur d'une bombe cachée. Cette séquence s'interprète de différentes façons. On peut voir les Vietnamiens comme des individus prudents qui ne veulent pas prendre des risques inconsidérés. Au contraire, lorsque ED entre dans l'entrepôt, elle incarne une certaine forme de flamboyance et de courage. On ne peut s'empêcher de comparer sa bravoure avec la passivité des travailleurs. Ils sont plutôt perçus comme peureux. Ce contraste est d'autant plus renforcé par l'aspect des protagonistes. ED est habillée en robe de soirée colorée, avec des bijoux et des talons. Elle se tient debout et droite. Les Vietnamiens, sont assis, en masse, sale, la mine austère. De plus, autour d'eux, on voit des blancs avec des fusils (les communistes qui ont allumé l'usine sont peut-être parmi eux). On ne peut donc pas leur faire confiance. Mais lorsque ED reprend le travail (à leur place), ils suivent son mouvement. Cette scène valorise beaucoup les Français et donne une image assez négative des Vietnamiens. Tout au long de film, les Français sont au centre de l'intrigue, par exemple par leurs histoires d'amour. Les événements et les tourments qui marquent leur vie personnelle rappellent le genre romanesque.



Figure 7. Scène 9 (Indochine). L'attitude et l'esthétique entre Français et Vietnamiens sont une nouvelle fois très contrastées.

Dans la scène 6, le spectateur observe la vie nocturne animée d'un casino de l'époque d'Indochine (telle qu'elle est imaginée par le film). Les blancs sont au centre de la pièce et jouent aux cartes. Des Vietnamiens les regardent de l'étage du dessus et font des paris. Les autres Vietnamiens de la pièce travaillent. Les hommes sont croupiers ou barmans et les femmes sont des travailleuses du sexe. Certains ont des tenues traditionnelles, d'autres portent des habits de mode occidentale. Lorsqu'un soldat va proposer à JB d'avoir une relation sexuelle avec une travailleuse du sexe vietnamienne, il lui demande s'il souhaite « *une petite rêverie* ».

Les scènes de vie journalière en arrière-plan de la trame principale sont nombreuses. Dans cette perspective, les scènes 10, 11, 13 et 14 sont semblables. La scène 11 montre une

gare, dans la scène 10 et 13 c'est une rue et dans la scène 14 un marché. Le procédé est le même. La caméra se focalise sur les personnages de l'intrigue et le spectateur ne fait que percevoir brièvement le quotidien des Vietnamiens autour. Leurs noms sont très peu connus et ils sont souvent montrés comme un groupe homogène. Ils ont des réactions attendues et des personnalités sans trop de profondeur.

Enfin, on remarque également que ce film contient énormément de contrastes. Souvent entre les Français et les Indochinois. C'est le cas dans la scène 9 et 7 comme il est possible de s'en apercevoir avec les photos ci-dessus. Notons que toutes les tenues utilisées pour le personnage de Catherine Deneuve proviennent de Gabriella Pescucci, une couturière du luxe³⁶¹. L'opposition de ces tenues avec celles très simples des Vietnamiens dénote. Dans la scène 13, on voit en fond du dialogue entre ED et Guy, la vie saïgonnaise. Il y a : des tuk-tuks, des vendeurs de chapeaux coniques, des joueurs de go ou d'échec, des personnes qui mangent... Cette scène donne l'impression d'une vie de rue bouillonnante. Un décalage s'effectue entre la discussion calme entre ED et son interlocuteur et le climat de la rue.

Dans la scène 8, Les Devries sont invités à la « *la fête de la tranquillité* ». On remarque des objets symboliques de croyances bouddhistes comme on peut l'observer sur la photo ci-dessous. La foule est dense, des enfants jouent avec des pétards. Le spectateur peut entendre la voix de ED qui explique : « *Comme chaque année, nous sommes les seuls Européens invités par le Mandarin* ». Ils sont donc les uniques témoins occidentaux de cette cérémonie bouddhiste. Cela fait ressortir le mythe d'une Asie secrète et impénétrable. On observe un triple contraste chez les personnages : le mandarin et sa cour dans des habits traditionnels riches, ED et son père dans des costumes occidentaux soignés et la foule de Vietnamiens dans des tenues très simples et pauvres.



Figure 8. Scène 8 (Indochine). Les Devries sont les uniques témoins occidentaux d'une cérémonie religieuse.

³⁶¹ Allociné, *Indochine, secrets de tournage*, [https://www.allocine.fr/film/fichefilm-7309/secrets-tournage/#:~:text=Dans%20un%20num%C3%A9ro%20de%20Premi%C3%A8re,dire%20bonjour%2C%20clac%20!](https://www.allocine.fr/film/fichefilm-7309/secrets-tournage/#:~:text=Dans%20un%20num%C3%A9ro%20de%20Premi%C3%A8re,dire%20bonjour%2C%20clac%20!,), (consulté le 22 mai 2020).

La scène 11 commence par la scène du mariage chez l'empereur. Le décor est faste, les tenues sont cérémonielles. Les personnages bougent peu, le spectateur voit les traits de personnages et les différents éléments d'architecture. La scène suivante est l'exact opposé. Tous les protagonistes sont en mouvement. Ils vendent, mangent, transportent des objets... La caméra passe vite, le spectateur n'a pas le temps de détailler et de comprendre les diverses actions. Il en ressort une ambiance de dynamisme. Le contraste est une nouvelle fois dans la tenue des personnages des deux scènes (simple et luxuriant). De plus, les lieux sont également en opposition. D'un côté, nous avons la sérénité d'un temple et de l'autre le désordre et l'animation d'une zone de passage qu'est la gare.



Figure 10. Scène 11 (*Indochine*). Cérémonie de mariage fastueuse.



Figure 9. Scène 11 (*Indochine*). Impression de masse et de pauvreté à la gare.

B. *L'amant* (1992), Jean-Jacques Annaud

Le film *L'Amant* réalisé par Jean-Jacques Annaud est inspiré du roman *Barrage contre le Pacifique*, de Marguerite Duras publié en 1984. Il retrace une histoire d'amour passionnelle entre un Chinois fortuné de 32 ans et une adolescente française âgée de 15 ans en Indochine dans les années 1930. La jeune femme entretient une relation explosive avec sa famille qui habite à Sa Dec. Sa mère est ruinée et marquée par une vie de cicatrices. Son frère aîné est cruel. Le cadet est plus calme et sensible aux tensions présentes au cœur du foyer. Son école est à Saïgon où elle vit en pensionnat. Elle rencontrera son amant sur le « bac » qui la conduit à Vinh Long. Ils entretiendront une relation continue. Leur amour est impossible du fait de plusieurs facteurs moraux, économiques et culturels. Le mariage du Chinois et le retour en France de la jeune femme les sépareront. Jean-Jacques Annaud n'en est pas à son premier film « récit de voyage ». En effet, en 1976, il tournait : *La Victoire en chantant*. Cette œuvre puise dans tout un imaginaire exotique pour traiter de l'Afrique. Cinq scènes qui rendent compte des représentations sociales employées pour décrire le Vietnam dans ce film ont été sélectionnées. Nous tâcherons de les utiliser dans notre recherche.

	Résumé	Lieu	Personnages français/chinois	Personnages vietnamiens
Scène 1 (10:35 - 13:20)	La jeune femme prend le « bac » pour traverser le fleuve pour rentrer à son pensionnat à Saïgon	Dans la baie des oiseaux entre Sa Dec et Vinh Long	* La jeune femme * Le Chinois	* Des figurants sur le bateau et sur le port
Scène 2 (26:11 – 26:52)	La jeune fille et Hélène discutent en mangeant	La cantine du pensionnat à Saïgon	* La jeune femme * Son amie Hélène	* La direction du pensionnat * Les élèves du pensionnat
Scène 3 (34:00 - 34:50)	Les deux amants marchent vers leur garçonnière	Une rue de Cholon (un quartier de Saïgon)	* La jeune femme * Le Chinois	* Des figurants dans la rue
Scène 4 (50:01 - 51:15)	Les deux amants vont manger au restaurant	Une rue puis un restaurant de Saïgon	* La jeune femme * Le Chinois * Des figurants mangeant au restaurant	* Des figurants dans la rue et dans le restaurant
Scène 5 (1:24:00 – 1:28:00)	La jeune femme emmène le Chinois sur l'ancienne concession dans laquelle sa mère s'est ruinée	Une plaine à la campagne au bord d'un fleuve	* La jeune femme * Le Chinois	

Une première observation que l'on peut faire de ce film est que les Vietnamiens ne sont pas présents dans l'intrigue. Aucun personnage vietnamien n'a de nom. La seule personne identifiée comme Vietnamiennne qui s'exprime clairement dans ce film est une des responsables du pensionnat dans la scène 2. On l'entend lire une page en français. Il s'agit probablement d'un règlement intérieur du pensionnat. Dans le reste du film, les Vietnamiens ont davantage une fonction figurative. On constate qu'ils constituent souvent des masses homogènes. À cet égard, les scènes 1, 3 et 4 se ressemblent. Beaucoup d'éléments stéréotypés sont présents : les chapeaux coniques, les palanches, les buffles, le tuk-tuk, etc. Ce qui va plonger véritablement le spectateur dans l'atmosphère indochinoise est l'ambiance. Le spectateur voit des Vietnamiens vaquant à leurs occupations journalières. Ces décors forment des lieux communs du film. Les agissements des Vietnamiens sont convenus. Le

répertoire de geste et d'attitude qu'ils adoptent permet de s'immerger dans une ambiance sans pour autant comprendre ce qu'ils font réellement. Pour ces trois scènes, la caméra va se déplacer avec le ou les personnages principaux et au fond apparaissent les Vietnamiens. Dans la scène 4, l'animation nocturne des rues est forte. Les personnages principaux parviennent à peine à passer, en fond sonore règne un brouhaha. Dans la scène 3, l'ambiance est moins intense, néanmoins le spectateur voit une rue toujours très dynamique dans laquelle les Vietnamiens vivent et évoluent. On ne sait pas si les protagonistes parlent vietnamien. Dans tous les cas, ils ne se mêleront jamais à la population. Elle leur est invisible. Le Vietnam et ses habitants servent de décor à l'intrigue. Cette impression de masse va souvent les mettre en avant par le fait qu'ils contrastent avec elle et s'en détachent. On peut s'en rendre compte dans la Figure 12 dans laquelle la jeune fille assiste à la même scène que la population. Tous sont spectateurs, néanmoins elle est au centre avec de l'espace alors que les Vietnamiens sont attroupés et serrés tout autour.



Figure 12. La jeune fille se détache du groupe.



Figure 11. Scène 3 (L'Amant). Mise en scène de la vie de rue.



Figure 14. Scène 5 (L'Amant). Paysage contemplatif qui permet au spectateur de s'immerger dans l'ambiance du film.



Figure 13. Scène 5 (L'Amant). Le barrage détruit montre l'hostilité de la nature vietnamienne.



Figure 15. Scène 4 (*L'Amant*). Mise en scène du quotidien vietnamien.

Dans la scène 5, la jeune femme raconte l'histoire de sa mère au Chinois. Ils sont à la campagne devant les restes d'une concession. Elle montre un barrage détruit par le fleuve. La scène se déroule durant un coucher de soleil. À cause de l'hostilité de la nature : « *L'eau salée couvrit tout, elle perdit tout* » mais également du fait des mensonges des agents du bureau du cadastre, sa mère est ruinée. Elle adopte un discours nostalgique en regardant les montagnes au lointain. L'Indochine semble lui évoquer si ce n'est une certaine souffrance, du moins une désillusion : « *dans ce vaste désert, dans ce décor* ». Cette séquence comporte une charge méditative : « *Nous nous asseyons ici avec ma mère et mon petit frère à contempler le ciel de Siam, là-bas derrière les montagnes* ».

On observe que l'intrigue du film a lieu régulièrement aux mêmes endroits : la concession de Sa Dec, le pensionnat, le lycée, la garçonnière, le restaurant. Les Vietnamiens sont le plus souvent montrés lorsque les personnages se déplacent entre ces différents lieux à pied ou en voiture. Ces scènes de la vie quotidienne apparaissent à chaque fois en toile de fond de l'histoire. C'est elles qui permettent au spectateur de s'immerger dans l'ambiance coloniale et exotique du film. Grâce à ces scènes de transitions, le spectateur peut apprécier les paysages du Vietnam. Plusieurs scènes donnent un effet de peinture ou de carte postale (voir ci-dessous). Souvent, elles seront la première image utilisée pour introduire une scène. L'intrigue se déroule à la campagne (Sa Dec) et à la ville (Saïgon). Néanmoins, ces scènes de trajets permettent de mettre en évidence des paysages de jungles et de rizières même si ces lieux n'interviennent pas dans l'intrigue.



Figure 18. Scène de trajet dans le centre-ville de Saïgon.



Figure 19. Scène contemplative à Sa Dec le crépuscule.



Figure 17. Scène de trajet entre Saïgon et Sa Dec.



Figure 16. Scène contemplative à Sa Dec le jour.

Une constante du film est l'eau. Elle est présente à chaque instant du film par la mer de Chine, le Mékong, la pluie, la boue. Mais elle est également vidée par terre pour le ménage et versée dans la voiture pour la faire marcher. De plus, les personnages sont continuellement en sueur du fait de la chaleur ou de leur activité sexuelle. L'humidité du Vietnam semble faire écho à la moiteur du sexe. Cette persistance de l'eau et la chaleur rendent cette moiteur presque palpable. Il y a dans ce procédé, un appel aux sens du spectateur et par ce fait à ses ressentis.

L'opium est également un thème qui revient régulièrement. Le plus grand frère de la famille est dépendant à cette drogue. Lorsque le Chinois comprend que sa séparation avec la jeune femme est imminente, il souhaite mourir d'amour en fumant l'opium (1:37:12). Le père du Chinois, fume l'opium lorsqu'il a une conversation avec son fils (1:21:00). Cette substance est présente dans une discussion entre la jeune femme et son amie (1:01:00). Elle est montrée comme une drogue de bien être qui apaise et permet de s'évader, mais aussi comme un poison qui rend dépendant et léthargique.

Enfin un des thèmes du film qu'il a semblé important de soulever est la présence du plaisir. Le plaisir sexuel est évidemment central. Les scènes de sexe constituent en tout 25 minutes du film. Les scènes de séductions et de tensions sexuelles n'ont pas été comptabilisées. À cause de cet aspect très explicite, le film a par ailleurs été censuré au Vietnam. Il n'a donc jamais été diffusé dans ce pays. Beaucoup de lieux dans le film représentent le plaisir et le divertissement : le restaurant, le dancing, la fête sur le paquebot. Ce sont finalement les endroits qui sont montrés de Saïgon et donc qui représentent cette ville.

Chapitre XI. Chanson : l'imagerie du Vietnam à travers le temps et l'histoire

A. *La petite tonkinoise* (1906), Henri Christiné

Cette chanson fut écrite en 1906 par Henry Christiné. Vincent Scotto en a composé l'air (d'abord pour la première version : *El Navigatore*). Polin fut le premier à l'interpréter³⁶². Elle a connu un très grand succès en France et dans le monde. Il existe deux versions de cette chanson, une pour chanteur et l'autre pour chanteuse. Les paroles changent légèrement. Dans la version pour chanteur, un homme installé en Indochine raconte sa relation avec son amante vietnamienne. Dans l'autre version, les chanteuses incarnent cette femme vietnamienne. Le Vietnam en 1906 était encore un territoire français (jusqu'en 1954). Afin que le lecteur puisse avoir une idée plus précise de l'époque de l'Indochine, nous l'invitons à se référer en Annexe 1 à la synthèse sur le sujet.

Pour cette chanson, nous ne nous limiterons pas à une analyse de texte comme ce sera le cas pour les autres. *La Petite Tonkinoise* a déjà été étudiée par de nombreux penseurs. Nous nous appuyerons sur leurs travaux pour observer les représentations sociales du Vietnam à cette époque.

Pour Jean de la Guévière, ancien journaliste au quotidien *Le Monde* et auteur de *Indochine, l'envoûtement*, cette chanson : « correspondait [...] à des sentiments authentiques » ressentis par des Français « sentimentaux »³⁶³. Pour Emmanuelle Radar, ce livre est : « un essai nostalgique de l'Indochine française »³⁶⁴. L'autrice critique la vision de la Guévière. Pour elle : « N'en déplaie à Jean de la Guévière, c'est une chanson gaillarde et paillard ; il s'agit avant tout de faire rire et non pas d'exprimer ou de susciter le

³⁶² Emmanuelle Radar Marie-Anne, Françoise, Marguerite, « Putain de colonie ! » : *anticonialisme et modernisme dans la littérature du voyage en Indochine (1919-1939)*, Amsterdam School for Cultural Analysis, Amsterdam, 2008, p. 164.

³⁶³ Jean de La Guévière, *Indochine, l'envoûtement*, Paris, Seuil, 2006, p. 202.

³⁶⁴ E. Radar Marie-Anne, Françoise, Marguerite, « Putain de colonie ! » : *anticonialisme et modernisme dans la littérature du voyage en Indochine (1919-1939)*, op. cit., p. 164.

“sentimentalisme” des garnisons »³⁶⁵. En effet, lorsqu’on lit les paroles son point de vue semble avoir du sens : « *Ah ! quel beau pays, mesdames/C’est l’paradis des p’tites femmes* », « *L’soir on cause d’un tas d’ choses/Avant de se mettre au pieu* », « *C’est pour ça qu’sur sa poitrine/Elle a deux p’tites mandarines* », « *Peu gourmande, elle ne d’mande/Quand nous mangeons tous les deux/Qu’une banane c’est peu coûteux/Moi j’y en donne autant qu’elle veut* ». Cette histoire est pleine d’allusions sexuelles. Pour Maryse Bray et Agnès Calatayud, effectivement cette chanson : « *abonde en sous-entendus paillards où un mot en suggère un autre plus osé, ce qui est très à la mode à l’époque* »³⁶⁶. Emmanuelle Radar rejoint Alain Ruscio lorsqu’il explique que cette chanson vise à « *faire s’esclaffer nos aïeux aux dépens des “indigènes”* »³⁶⁷. Néanmoins, elle ne nie pas qu’il soit « *possible que certains militaires aient été amoureux de leurs conquêtes* »³⁶⁸. Pour Ruscio : « *Le Français quitte sans regret sa “tonkiki” après en avoir abondamment profité* »³⁶⁹. Il note le nom « Mélaolis » donné à la jeune femme de la chanson. Il précise que ce nom : « *s’il n’a rien de vietnamien, résume parfaitement à quelle fonction première était destinée la femme colonisée aux yeux des colonisateurs* »³⁷⁰. Il continue son analyse de la chanson en déclarant : « *Dans beaucoup de chansons, la femme tient une place prépondérante. La jeune femme colonisée est souvent ridiculisée* » et « *rarement les fantasmes de l’homme blanc auront été étalés avec autant de complaisance* »³⁷¹. Pour Marie-Lise Trần Đình Hòe :

« *La petite Tonkinoise [...] est assez révélatrice de la représentation française des femmes indochinoises. Ainsi, dans la première phase de la colonisation, la plupart des hommes étaient célibataires et succombèrent vite aux charmes de l’Indochine. Mais souvent ce n’étaient que des aventures éphémères, qui ne débouchaient que très rarement sur un mariage. En effet, la femme était alors considérée comme une indigène et devait se soumettre au colon* ». ³⁷²

Enfin Ruscio note les amalgames faits dans cette chanson par rapport aux différentes nations colonisés par la France. Il relève le paradoxe de voir Joséphine Baker qui est afro-américaine, interpréter cette musique : « *Signe supplémentaire de la confusion qui a longtemps régné dans les esprits et reflet des discours officiels associant les “indigènes” en un tout que l’esprit populaire a ingéré dans l’idée que, finalement, les “non-Blancs” se ressemblaient tous peu ou prou* »³⁷³.

³⁶⁵ *Ibid.*, p. 165.

³⁶⁶ Maryse Bray et Agnès Calatayud, « La chanson populaire en France au temps des colonies : de l’insouciance à la contestation », *Remembering Empire: A Publication of the Society For Francophone Postcolonial Studies*, 2002, p. 4.

³⁶⁷ Alain Ruscio, « Littérature, chansons et colonies » dans *Culture coloniale 1871-1931*, Paris, Autrement, 2003, p. 78.

³⁶⁸ E. Radar Marie-Anne, Françoise, Marguerite, « *Putain de colonie !* » : *anticonialisme et modernisme dans la littérature du voyage en Indochine (1919-1939)*, *op. cit.*, p. 166.

³⁶⁹ A. Ruscio, « Littérature, chansons et colonies », art cit.

³⁷⁰ *Ibid.*

³⁷¹ *Ibid.*

³⁷² Marie-Lise Trần-dinh-Hoè, *Dragon en éveil*, Paris, Éditions LC., 2019, p. 92.

³⁷³ A. Ruscio, « Littérature, chansons et colonies », art cit.

B. *Opium* (1931), Marcel's

Cette chanson est composée en 1931 Guy d'Abzac et Charlys, elle sera ensuite chantée par Marcel's. Elle fut adoptée par la marine française lors de la guerre d'Indochine. Aujourd'hui, elle est considérée comme un chant militaire adopté par bon nombre de chorales militaires. Par exemple, on note que cette chanson fait partie du carnet de chants des parachutistes de Thierry Bouzard³⁷⁴. Elle a également été interprétée par des chanteurs et chanteuses comme Jacques Dutronc et Bamboo (1997), Anouk Aïata (2013). D'après Bray et Calatayud, il est révélateur de voir qu'une chanson écrite dans les années 30 en pleine période coloniale peut faire l'objet d'un succès dans les années 2000³⁷⁵.

La chanson traite d'un personnage qui fume de l'opium par nostalgie pour la métropole. Le rapport que ce personnage entretient avec cette drogue montre un certain topos onirique associé au Vietnam. Le personnage explique que, lorsqu'il inhale de l'opium, il entre dans un monde chimérique : « *Opium, poison de rêve* », « *C'est toi qui nous élève/Aux paradis artificiels* ». L'amour est aussi un thème présent : « *Le fumeur se représente/Les plus beaux rêves d'amour* », « *Je vois le doux visage/Les yeux de mon aimée* ». Le Vietnam est également montré comme un territoire inhospitalier que doit fuir le personnage (peut être un soldat). Dans la chanson, on parle d'une « *jonque chinoise* » qui est une personnification des Vietnamiens. Ces derniers sont décrits comme des personnes « *Mystérieuses et surnoises/Qu'on ne connaît pas de nom* ».

C. *Saïgon* (1948), Suzy Solidor

Suzy Solidor est une Française à la fois chanteuse, actrice, romancière, directrice de cabaret. Elle est un symbole « des années folles ». Son répertoire comporte une soixantaine de titres qu'elle interprète dans des music-halls ou dans des cabarets. La chanson *Saïgon* en fait partie. Les paroles furent écrites par Jean-Louis Marlotte³⁷⁶. Lorsque cette chanson fut écrite, l'Indochine existait encore. Le Vietnam en 1948 était un territoire français (jusqu'en 1954). Afin que le lecteur puisse avoir une idée plus précise de l'époque de l'Indochine, nous l'invitons à se référer en Annexe 1 à la synthèse sur le sujet.

Cette chanson laisse entrevoir, en premier, que Saïgon est perçue comme une ville française. On observe plusieurs références au romantisme. Le champ lexical de l'amour est présent : « *je t'aime* », « *l'escale de l'amour* », « *des poèmes* », « *doux baisers* ». Saïgon semble donc être une ville de passions. Elle est aussi une ville d'inspirations. On explique notamment qu'il y « *nait une floraison d'amour et de chanson* ». Cette hyperbole montre que l'art y a sa place. De plus, elle paraît avoir un potentiel esthétique important : « *dans les plus beaux*

³⁷⁴ Thierry Bouzard, *Carnet de chants des parachutistes*, Paris, Diffusia, 2019, p. 81.

³⁷⁵ M. Bray et A. Calatayud, « La chanson populaire en France au temps des colonies : de l'insouciance à la contestation », art cit, p. 8.

³⁷⁶ Jacqueline Strahm, *Montmartre : beaux jours et belles de nuit*, Coudray-Macouard, Cheminements, 2001, p. 215.

décors ». On sent aussi dans ces paroles la volonté d'exprimer que la présence occidentale est la bienvenue. Les femmes vietnamiennes (« *moussmée* ») s'inscrivent dans ce romantisme et cette esthétique : « *et les moussmées ont dans leurs yeux bridés des poèmes* ». Les hommes vietnamiens sont également inclus dans cette atmosphère sensualité et de désir : « *car les garçons savent si bien murmurer je t'aime* », « *Ying /Un beau souvenir parfumé/Longtemps rêvé/Car dans un pouss'pouss' un soir d'été/Je lui ai volé un doux baiser* ». Outre ces éléments qui évoquent une acceptation de la présence française et son adhésion à sa culture, la chanson fait aussi référence à l'architecture coloniale : « *de tes vertes maisons* ». La résistante et journaliste Brigitte Friang, qui a réalisé des reportages de l'Indochine dans les années 50, décrit Saïgon comme une ville ayant « *le charme français des colonies françaises* ». La chroniqueuse de France Inter, Stéphanie Duncan, explique dans l'émission du 17 juin 2011 qu'en Indochine française à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, le Français qui débarque à Saïgon « *n'est pas dépaysé* ». Elle raconte également que dans l'exposition coloniale de 1889 on déclara : « *Saïgon est aujourd'hui digne de la France, qui s'est donné la mission de transplanter sa civilisation et ses arts [...] on l'appelle : le Paris de l'extrême orient* ».

Le deuxième thème qui ressort est l'association de l'Indochine au voyage. D'après les historiens, l'Indochine n'était pas une colonie de peuplement d'habitation. Les voyageurs n'y restaient pas. La chanson décrit Saïgon comme étant « *une escale* », « *où l'on vient quelques jours* ». Voyager en Asie n'est donc pas un phénomène contemporain, il date. Notons aussi que cette région semble être hors du temps : « *mais on y reste toujours* ». En plus du probable clin d'œil politique signifiant la volonté de la France de rester en Indochine, on peut y voir l'impact que l'Indochine et, plus largement le voyage, ont sur l'individu de passage. Le voyageur est coupé de son quotidien. Certains attributs stéréotypés sont également présents comme les « *pouss' pouss'* ».

Le troisième thème est l'ignorance et la confusion présentes dans cette chanson. Elle évoque, par exemple, le « *joli prénom chinois* » de l'homme en pouss' pouss' qu'elle a séduite. Il s'agit de l'Indochine et non pas de la Chine. Les différentes nationalités en Asie semblent être confondues. Gabriel Bonvalot, un expert des colonies sous la troisième république, cité dans une émission de France Inter (2013), explique que la France à l'époque se désintéressait totalement des réalités de la vie sur place et plus généralement, elle n'éprouvait que très peu de désir d'acquérir des connaissances sur ce territoire :

« *Quant à la partie éclairée de notre nation, qui prétend avoir le souci de la chose publique, elle soupçonne à peine l'existence d'une question coloniale. De même que le reste de nos compatriotes, elle ignore presque tout ce qui concerne nos lointaines possessions, et, jusqu'à nouvel ordre, elle paraît se complaire dans son ignorance. Les Français ne daignent pas lire les ouvrages où les questions coloniales sont abordées* ».³⁷⁷

³⁷⁷ Jean Lebrun, « Les Français en Indochine en 1945 ».

Le mot « mousmées » est utilisé. D'après le CNRTL (centre national de ressources textuelles et lexicales), une mousmée est à la base un terme japonais. Il décrit « une fille » au sens de la filiation. Outre cette confusion, on peut donc y voir aussi une infantilisation des femmes vietnamiennes.

D. *Quand Vietnam s'appelait Indochine* (1974), Anne Vanderlove

Anne Vanderlove est une auteure-compositrice-interprète française d'origine néerlandaise. D'abord chanteuse de cabaret, elle fut nommée la « Joan Baez française ». Sa chanson est politique et engagée comme le montrent des titres tels que : *Tears of guns* ou *la Grèce*. Elle a reçu plusieurs distinctions et nominations pour son travail : le grand prix de l'Académie de la chanson française, le prix de la Rose d'Or d'Antibes, l'Oscar de la Chanson Française, et le titre de Chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres³⁷⁸.

La chanson *Quand Vietnam s'appelait Indochine* a été écrite créée en 1974 et fait partie de l'album *La folie au bout du quai*. On retrouve également cette chanson en 2005 dans la compilation : *Ses plus belles chansons*.

Cette chanson critique sévèrement les conflits au Vietnam et de façon plus globale toutes les formes de guerre. Elle prône le pacifisme et la paix : « *Si l'on posait les armes à terre/Si tous les hommes étaient frères/Les enfants de toutes les couleurs/Feraient comme un bouquet de fleurs* ». Dans cette chanson, on retrouve deux types de personnages : des enfants et une mère. Leur portrait montre des individus qui subissent la guerre : « *Et des enfants, le cul par terre/Tous nus, en larme, dans la poussière/Pleuraient sur toutes les photos/Dans les journaux* », « *J'ai entendu une maman/[...]/chanter en berçant son petit/[...]/Il y a toujours eu la guerre/ton héritage est une terre/d'ossements et de trous pleins d'eau/Voilà ton lot* », « *Elle chantait au bord d'une route/[...]/Hanoi, Saïgon, la déroute/[...]/Son enfant mort serré contre elle/Des avions déchirent le ciel/Le soleil se couche, il fait beau/Dit la radio* ». La représentation sociale des Vietnamiens est celle d'un peuple affligé et souffrant qui endure la douleur et la mort. Les enfants et les femmes semblent être le visage de cette désolation. Le territoire du Vietnam est décrit comme : « *une terre d'ossements et de trous pleins d'eau* ». Cela fait référence aux charniers et aux impacts d'obus. On a donc un paysage défiguré par le conflit. Un autre élément qu'il nous faut analyser, est la présence des « *journaux* » et des « *photos* ». La guerre du Vietnam a été un conflit extrêmement montré par des images, des photos et des vidéos. Énormément de journalistes sont déployés sur place. Leurs reportages vont beaucoup influencer l'opinion publique³⁷⁹. Cet outil de propagande est utile pour justifier la guerre et valoriser l'action des soldats sur le terrain. On note d'ailleurs toute l'attention du cinéma américain prompt à prôner l'effort de guerre. Néanmoins, certains reportages comme celui de Morley Safer (CBS News) sur l'attaque du village de Cam Ne au Sud Vietnam dans le cadre

³⁷⁸ « La chanteuse Anne Vanderlove est morte en Bretagne », *Ouest-France*, 4 juill. 2019.

³⁷⁹ Maxime Coupeau, Lucas Cressini et Gauthier Valetoux, « La guerre du Viêtnam et les médias », *Historia*, 19 juin 2017, 19 juin 2017.

de l'opération *search and destroy*, montre un portrait très négatif des Américains au Vietnam. L'horreur de la guerre s'imisce dans le salon, dans l'intime des familles américaines, mais aussi françaises. On comprend que ce conflit a dû être un sujet très présent autant dans l'actualité que dans le quotidien des Français.

E. *Un air de liberté* (1975), Jean Ferrat

Jean Ferrat est un artiste français engagé. Il est communiste, il ne s'en cachera jamais. Certaines de ses chansons en rendent d'ailleurs compte : *Ma France, A Santiago, Les Guérilleros, Pauvres petits c..., Cuba Si*. Ferrat a écrit *Un air de liberté* à la suite d'un éditorial du 2 mai 1975 écrit par le directeur du *Figaro* de l'époque, Jean d'Ormesson³⁸⁰. Dans cet éditorial, l'éditorialiste déplore la victoire des communistes en Asie du Sud-Est. Comme nous l'indique un article de *Slate*, la chanson de Ferrat fait scandale. Elle a même été censurée la même année par Antenne 2, dans l'émission spéciale « Le Grand Echiquier » de Jacques Chancel³⁸¹. Cette décision a d'ailleurs valu un nombre de protestations importantes au sein de la presse française³⁸². Sur le plateau d'Antenne 2, Ferrat explique ses motivations à écrire cette chanson :

*« Quand j'ai lu son éditorial, j'ai eu une réaction passionnelle. Tout à coup, ont défilé devant moi 30 années de ma vie et surtout 30 années du peuple du Viêt Nam qui a subi une agression atroce et un génocide épouvantable. On a vu une génération d'hommes et de femmes complètement sacrifiée, des enfants élevés dans les abris et étudiants sous les bombes. J'ai vu moi-même une jeune vietnamienne de 17 ans qui était rose comme une pêche et qui avait déjà tué 10 Américains. Alors, après toutes ces misères, après tout ce sang, regretter que ça soit fini, je trouve ça vraiment affreux ».*³⁸³

Dans sa chanson, il y a finalement peu d'éléments de représentations du Vietnam. Ferrat décrit surtout la violence de la guerre : « *Après trente ans de feu de souffrance et de larmes/Des millions d'hectares de terre défoliés/Un génocide vain perpétré au Viêt-Nam/Quand le canon se tait vous vous continuez* ». Il parle des Vietnamiens comme « *un peuple luttant pour son indépendance* ».

Dans ce texte, Ferrat critique les guerres coloniales en général et particulièrement celle du Vietnam. Il critique sévèrement la presse conservatrice qui, selon lui, a continuellement été en faveur de la guerre coloniale : « *Les guerres du mensonge, les guerres coloniales/C'est vous et vos pareils qui en êtes tuteurs/Quand vous les approuviez à longueur de journal/Votre plume signait 30 années de malheur* ». Un air de liberté rend compte des divisions de la société française et des enjeux de luttes de l'époque autour de thématiques comme le colonialisme,

³⁸⁰ Jean Ormesson, « La chute de Saïgon, un échec sanglant », *Le Figaro*, 2 mai 1975.

³⁸¹ Claude Askolovitch, « L'histoire de la chanson censurée de Jean Ferrat contre un édit de Jean d'Ormesson », *Slate*, 5 déc. 2017.

³⁸² *Ibid.*

³⁸³ *Ibid.*

le socialisme, l'adhésion à de nouvelles valeurs. Rappelons qu'une partie de la guerre du Vietnam a eu lieu en même temps que les événements de mai 68. La situation au Vietnam a été un sujet central puisqu'elle soulevait des questions faisant écho aux débats animant le paysage politique français dans les années 70. La population française est accablée d'images de la guerre. Nous pensons par exemple à l'offensive de Têt qui a eu lieu fin janvier 68 et qui a fait le tour des télévisions du monde entier. Pour en savoir plus sur l'historique de la guerre du Vietnam, nous invitons le lecteur à lire la synthèse en Annexe 1 qui a été réalisé sur le sujet.

F. *La sécheresse du Mékong* (1983), Indochine

En 2020, à partir d'un sondage réalisé par l'institut de sondage YouGov, le site de musique riffx.fr a créé un baromètre classant les artistes préférés des Français. Indochine est en deuxième position³⁸⁴. Le groupe a vendu plus de 13 millions d'albums. D'après le groupe radio Nostalgie, ce sont les musiciens qui ont vendu le plus de disques en France³⁸⁵. Indochine est le premier groupe de rock français à remplir le Palais Omnisports de Paris-Bercy (2003) et le Stade de France (2010)³⁸⁶.

Dans une interview pour le parisien, le chanteur et fondateur du groupe Nicolas Sirkis explique pourquoi le groupe porte le nom Indochine :

*« C'est grâce à Marguerite Duras dont j'étais un grand fan. Elle ressentait les mêmes choses que moi et a vécu en Indochine. Ses livres étaient sensuels, charnels, décadents, avec une puissance poétique. Ça nous correspondait bien au début du groupe en 1981. Mais ça a été chaud. C'est comme si on s'était appelé Algérie française. Un collectif d'anciens paras d'Indochine était révolté parce que nous étions maquillés. Certains profs se plaignaient que l'on connaisse plus l'Indochine par le groupe que par l'histoire ».*³⁸⁷

Nous étudierons deux chansons du groupe. La première est *La sécheresse du Mékong* de l'album *Péril Jaune* enregistré en 1983 est *Un singe en hiver* de l'album *Paradize* sorti en 2002.

La sécheresse du Mékong fait partie de l'album dédié à l'Asie du Sud Est : *Péril Jaune*. L'expression « péril jaune » a été inventée en 1895 par Guillaume II (« *Gelbe Gefahr* ») pour construire une opposition entre l'Europe chrétienne et l'Asie bouddhiste et plus tard justifier l'intervention des puissances occidentales dans le partage de l'Empire chinois³⁸⁸. L'empereur

³⁸⁴ RIFFX, *Baromètre RIFFX by crédit mutuel 2020 : les 100 artistes préférés des français*, <https://riffx.fr/barometre-riffx-by-credit-mutuel-2020-les-100-artistes-preferes-des-francais/>, 2020, (consulté le 2 mars 2021).

³⁸⁵ Nostalgie, *Indochine, le groupe qui collectionne records et récompenses*, <https://www.nostalgie.fr/artistes/indochine/actus/indochine-le-groupe-qui-collectionne-records-et-recompenses-70216354>, 2 janvier 2020, (consulté le 5 juin 2021).

³⁸⁶ Christian Eudeline, *Jean-Louis Aubert intime : portrait d'un enfant du rock*, s.l., 2016, p. 47.

³⁸⁷ « Nicola Sirkis : "Je ne crois plus en Dieu depuis la mort de mon frère " », *Le Parisien*, 12 déc. 2014.

³⁸⁸ Bruno de Perthuis, « Le péril jaune à travers la caricature selon René Pinon », *Sociétés & Représentations*, 2009, vol. 27, n° 1, p. 249-265.

allemand présente un imaginaire de menaces autour de ce péril jaune dans le but de fédérer les puissances européennes³⁸⁹. Voici, par exemple, un tableau peint par Hermann Knackfuss sur commande de Guillaume II :



Figure 20.
Völker Europas, wahrt eure
heiligsten Güter! Hermann
Knackfuss, 1895.

Le péril jaune désigne tout à la fois les dangers militaires, religieux, mais aussi migratoires. Cette idéologie a eu des conséquences très concrètes pour la population asiatique. Par exemple, au Canada le 6 mai 1882, le *Chinese Exclusion Act*, prohibe pour 10 ans l'immigration chinoise. Cette interdiction ne sera en réalité levée qu'en 1943³⁹⁰. Pour Marion Gaspard, l'expression désigne également un danger économique venant d'Asie :

« Comme si les flux économiques étaient le média d'un danger plus grand, suggéré à demi-mot : celui du pouvoir "civilisationnel" et politique que pourrait donner à la Chine la suprématie économique, celui d'un déclin "blanc", adjectif que l'on oppose consciemment, ou non, à "jaune" ». ³⁹¹

On observe donc que cette expression possède une connotation raciste. Le groupe Indochine utilise pourtant cette tournure comme titre de son album. Les musiciens du groupe n'ont pas pour réputation d'être xénophobes, bien au contraire, ils se sont illustrés par leur engagement politique en faveur de populations minorisées. On pense notamment à *Un été français* contre le racisme, *Suffragette BB* en faveur du féminisme ou encore *Collège boy* contre l'homophobie. On remarque que cet album est associé de manière assez incohérente à plusieurs mots clefs et images de l'Asie. Dans certaines chansons plusieurs villes et nationalités sont d'ailleurs mélangées ce qui donne un effet de confusion et de méconnaissance. Citons *Razzia* dans laquelle on retrouve les mots : « *Thaïs* », « *A Canton, à Macao* », « *Docteur Tseu* ».

³⁸⁹ *Ibid.*

³⁹⁰ Marion Gaspard, « Péril chinois et déclin de l'Europe. Analyses économiques en France au tournant du XXe siècle », *Revue économique*, 2015, vol. 66, n° 5, p. 933-966.

³⁹¹ *Ibid.*

La chanson *La sécheresse du Mékong*, parle d'un groupe d'hommes enlevé pendant une dizaine de jours par des cannibales de la région du Mékong. Ils sont libérés à la fin.

Le fleuve du Mékong passe par de nombreux pays, mais des indices nous permettent d'affirmer que la chanson se passe au Vietnam : « *d'escale à Saïgon* », « *des rizières Kao-Bang* ». Le Vietnam est montré comme une région mystérieuse et impénétrable : « *Partis pour explorer/Une forêt vierge/La région inconnue* ». Nous comprenons que ce sont des aventuriers qui sont faits prisonniers. Le pays est également décrit comme une région hostile : « *Truffées de fauves féroces/Et d'anthropophages* ». Les anthropophages sont sans doute des locaux vivant au Vietnam. Ils sont décrits comme des « *sauvages* », « *brutes sans foi ni loi* ». Les personnes qui viennent secourir ce groupe d'explorateur sont qualifiées : « *d'hommes vaillants* ».

G. Plus près des étoiles (1984), Gold

Gold est un groupe à succès de rock français. Sur le site de leur éditeur de disque, on peut lire que Gold a vendu plus de quatre millions d'exemplaires (singles et albums confondus). Le 22 novembre 1986, le groupe est élu « meilleure révélation de la variété » aux Victoires de la musique³⁹². L'album *Le Train de mes souvenirs* sort en 1984, *Plus près des étoiles* en fait partie. En juillet 1985, ce titre entre au Top 50 où il reste classé 24 semaines, occupant à 3 reprises la deuxième place au classement³⁹³. On peut donc en déduire que plus de 900 000 personnes ont écouté cette chanson.

Cette chanson a pour thème les *boat people*. La dénomination « *boat people* » ne concernait pas uniquement les Vietnamiens, mais aussi les Cambodgiens exilés. Sans les nommer, à chaque fois le pronom « *ils* » est utilisé. Dans la description du paysage, les éléments suivants sont énumérés : « *leurs champs de fleurs* », « *les rizières* ». De plus, on observe la présence de l'eau : « *jusqu'au grand fleuve salé* », « *les yeux mouillés de pluie* », « *un cerf-volant s'est posé sur la mer* ».

En ce qui concerne les objets qui représentent la culture vietnamienne (ou cambodgienne) on retrouve : « *leurs dragons de papier* », « *un cerf-volant* », « *leurs livres sacrés* », « *À l'ombre du sourire/Des Bouddhas de marbre blanc* ». Tous ces objets traditionnels font référence à la croyance et au sacré. En effet, le cerf-volant permet d'éloigner les esprits malfaisants et de chasser les maladies. Le bouddha est à la base de la religion bouddhiste et les dragons sont des animaux mythiques de l'Asie. Notons qu'une nouvelle fois le « *sourire* » est présent.

³⁹² France tv, *Palmares 1986 : 2ème cérémonie des victoires de la musique*, http://evenements.francetv.fr/emissions/les-victoires-de-la-musique/palmares-1986_568463, (consulté le 15 septembre 2020).

³⁹³ Lescharts, *GOLD - Plus près des étoiles*, http://evenements.francetv.fr/emissions/les-victoires-de-la-musique/palmares-1986_568463, (consulté le 17 mai 2021).

Dans cette chanson aussi, apparaissent des références à la guerre : « *les chenilles d'acier* », « *pour oublier les rivages brûlants* ». Les individus de la chanson semblent subir la guerre et en souffrir : « *Sans amour, sans un cri/Ils ont fermé leurs visages de miel* ». On trouve également beaucoup de descriptions de leurs yeux : « *les yeux mouillés de pluie* », « *refermés leurs paupières* », « *et dans leurs yeux mi-clos* ».

H. Viêt Nam, Laos, Cambodge (1988), Bérurier noir

Bérurier noir est un groupe de punk français. Ce groupe s'est fait connaître de 1983 à 1989 avant de se dissoudre et de se recomposer de 2003 à 2006.

Le titre *Viêt Nam, Laos, Cambodge*, est une chanson qui parle de la situation géopolitique en Asie dans les années 80. Le titre aborde la réalité des *boat people* cherchant à fuir des régimes communistes autoritaires d'Asie du Sud-Est entre 1970 et 1990. Ce titre s'inscrit dans un EP : *Opération sampan*, sortie en 45 tours. Les bénéfices de ce disque ont été reversés à des associations de réfugiés (*Handicap international, Enfants du Mékong ou encore Aide à l'enfance du Viêt Nam*).

Dans ce clip, plusieurs éléments font référence à la culture vietnamienne. On distingue le drapeau jaune à trois bandes rouges, qui représente le Vietnam du Sud (république du Vietnam) dissout en 1975 par le gouvernement du nord Vietnam. Pendant les premières secondes, un discours en vietnamien se fait entendre. Il parle de l'exil auquel est confrontée une partie de la population. La caméra dans le clip se concentre sur un groupe de personnes qui chantent les paroles tout en dansant. Le groupe Bérurier noir fait partie de ces personnes. Le décor est marqué par la culture punk. On voit également beaucoup d'images d'archive de la guerre du Vietnam. Le spectateur voit des scènes qui montrent la dureté de ce conflit et son impact sur la population. Lors du refrain, les chanteurs répètent en vietnamien la phrase : « *Nhân quyền* ». Cela signifie : droit de l'homme. Les personnages du clip portent des masques. Certains masques sont jaunes, d'autres présentent des caricatures de visages asiatiques. Le spectateur peut également observer un masque d'éléphant ainsi que des moustaches typiques du personnage de Fu Manchu. Beaucoup arborent le chapeau conique. Ces éléments peuvent être considérés comme des stéréotypes (comme le chapeau conique) voire même des préjugés (par exemple les moustaches, le masque jaune et le visage caricaturé). Il est étonnant de constater que, même dans un clip dont l'intention est de venir en aide à ces populations, l'on trouve des caractéristiques relevant du préjugé. On retrouve dans ce clip également des marqueurs de la culture asiatique comme le tigre, le dragon, des personnes qui pratiquent des arts martiaux. Peu d'éléments représentent spécifiquement la culture laotienne et cambodgienne.

Pour les paroles, nous nous concentrerons sur les aspects qui traitent du Vietnam. Néanmoins, certains éléments que nous allons énoncer peuvent également être associés à d'autres pays. À certains moments, il est difficile de savoir à quel pays se rapporte une parole. Dans cette chanson, plusieurs éléments font référence à la guerre : « *Que reste-t-il du Viêtnam/Après les tonnes de napalm ?* », « *Si le Mékong te parlait/Des horreurs, il témoignerait/Des cadavres qu'il a charriés* ». Ce chant parle également des *boat people* et de leur exil forcé : « *Les camps de rééducation ?/La fuite comme seule solution ?* », « *Des familles fuyant la guerre/De l'exode et de l'enfer* », « *Naufragés puis réfugiés/Parqués dans des barbelés/Terribles ghettos d'acier* ». Une autre représentation sociale que l'on distingue dans le texte se rapporte aux jeunes femmes asiatiques. Elles sont décrites comme des victimes qui subissent beaucoup de souffrances. Le personnage incarné par le chanteur leur adresse des paroles de réconfort en endossant le rôle d'un grand frère protecteur : « *Une jeune fille aux yeux d'amande/Violée par des pirates thaïs/A tenté d'se suicider : Elle ne veut plus endurer !* ». Puis : « *Oh petite vietnamienne/Qui galère dans les rues/Dans la vie comme dans tes rêves/Tu cherches le dragon perdu/Oh petite Vietnamienne/Je suis eurasien de cœur/Écoute-moi parce que je t'aime/Tu seras ma petite sœur* ». L'on note également une référence aux ethnies minoritaires : « *Des tribus de montagnards/Qui résistent dans la nuit noire* ».

I. Vietnam vet (1989), Johnny Halliday

Johnny Halliday est une figure majeure du rock français. Le titre *Vietnam Vet*, est sortie en Face B du 45 tours du titre *Cadillac*. Il a également été utilisé comme bande originale dans : *Le dernier rebelle*. Dans ce film, Johnny Hallyday parcourt l'Amérique en moto.

Le chanteur incarne un vétéran américain de la guerre du Vietnam « *Je suis ce Vietnam vet* » qui revient au pays et qui se remémore sa vie au Vietnam.

La phrase « *qui revoit dans sa tête, les hélicos qui passent* » pointe le souvenir que le soldat raconte de son passage au Vietnam. À la fin de chaque strophe sera répétée : « *T'es juste un détail* » ou « *Je suis juste un détail* ». Cette phrase peut rendre compte d'une critique du conflit et du peu de considération des politiciens pour la vie humaine. Elle exprime aussi le sentiment d'abandon de la part de la population américaine par rapport aux vétérans de guerre : « *Je suis ce Vietnam vet. Remords de l'Amérique* ». On peut également y déceler la formulation de symboles et de valeurs qui transcenderait l'individu : « *Je suis le rêve qui reste. Je suis l'émigré le mythique* ». Johnny Hallyday tente de faire un parallèle entre ce personnage du vétéran de la guerre du Vietnam et la figure du motard. Leur dénominateur commun est la liberté et de solitude : « *Cinquante-sept ans tout seul. Sur le bord d'une high-way. Tu te chantes happy birthday. Ta came ça s'appelle liberté. Tu grimperais des montagnes. T'as pas de rides au cœur* ». Ce personnage est un mythe au sens de Roland Barthe. Le signifiant à savoir le vétéran énonce des signifiés qui sont la liberté, la solitude, la virilité et sans doute la marginalité. Un héros socioculturel qui incarnerait cette figure pourrait être John Rambo, interprété par Sylvester Stalone.

Cette chanson parle également d'une femme à laquelle s'adresse le vétéran : « *Tu es la fille du bar* ». Elle est décrite comme étant une travailleuse du sexe : « *des filles à G.I* ». Il a peu de considération pour elle : « *Tu te la joues Marilyn/T'es restée à la gare/T'as jamais crevé aucun screen/ Star de New Orléans/T'es sûr de ton talent/T'es juste un détail/ Au musée des faux-semblants* »

J. Saïgon (1991), Bernard Lavilliers

Bernard Lavilliers est un auteur-compositeur-interprète français. Il a à ce jour 22 albums à son actif dont 8 sont certifiés « disque d'or » par le SNEP³⁹⁴. *Saïgon* est un titre qui fait partie de l'album *Solo*. Dans une interview au journal télévisé de France 2 en 1991 avec Henry Sannier³⁹⁵, Bernard Lavillier déclare qu'il a fait cet album, car il est : « *très attiré par les mystères de l'Asie* ». Il a apprécié « *leur distance et leur sourire indéfini* ». Le chanteur explique qu'avant ce projet musical, il est resté six mois en Asie. Ce n'est pas la première fois que le chanteur écrit un album à la manière d'un récit de voyage. Par exemple, l'album *A gringo* provient d'un voyage en Amérique du Sud.

Le clip est une suite de photos, de vidéos, de dessins et de peintures du Vietnam. Il est entrecoupé de moments où l'on voit Lavilliers chanter dans une tente éclairée d'une lampe à huile, parfois allongé sur une natte de bambou à même le sol. Il est habillé d'une chemise kaki. Il donne l'impression de vouloir donner l'image d'un aventurier au mode de vie très vétuste. Le clip illustre de manière assez exacte les paroles. La chanson parle d'un homme mélancolique et en errance à Saïgon. La première partie de la chanson montre la rudesse du pays. La deuxième partie traite des femmes vietnamiennes.

Dans la première partie, il décrit une nature dense et imposante, presque écrasante. Les différents éléments qu'il énumère laissent à penser qu'il se trouve à la campagne : « *Un bateau blanc - la jungle verte/Voix chuchotées - bruits des insectes/Palmiers géants noirs sous la lune d'ici* ». Effectivement, le clip montre un bateau sur le Mékong et une peinture de jungle où le vert domine. Néanmoins dans toute la chanson, le personnage dit être dans la capitale : « *Le ciel est lourd sur Hô Chi Minh City* ». Hô Chi Minh - ville est la plus grande agglomération du Vietnam. C'est aussi la capitale économique. On peut difficilement l'associer à la campagne. Le refrain montre que le personnage de la chanson ne sait pas pourquoi il est à Saïgon « *Mais qu'est-ce que je fous à Hô Chi Minh City/Qu'est-ce que je fais/Mais qu'est-ce que j'écris* ». Le personnage semble s'interroger sur sa place dans ce pays. C'est reconnaissable notamment à la façon dont il parle des colons puis des locaux. Pour lui, les colons sont dépassés, ils appartiennent à une époque révolue : « *Deux faux anglais/Trois vieux colons* ». « *Faux* » et « *vieux* » sont des termes peu valorisants. Dans la suite, il explique : « *Je perds ma vie à retrouver des hommes/Ceux qu'on oublie - qu'on abandonne [3 fois]* ». Pour illustrer ces

³⁹⁴ SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique), *Les certifications*, <https://snepmusique.com/les-certifications/?interprete=lavilliers>, (consulté le 3 mars 2021).

³⁹⁵ Bernard Lavilliers "faits divers" album *Solo*, s.l., France 2, 1991.

propos, le clip fait défiler des photos anciennes de portraits de groupes d'hommes fiers, parfois armés, probablement d'une autre époque (au vu de leurs habits). Certaines de leurs tenues laissent à penser que ces individus sont issus d'ethnies minoritaires vietnamiennes. Leur corps et leurs traits sont usés. On peut supposer que ces photos proviennent de la période de l'Indochine ou de la guerre du Vietnam. À la fin, le personnage affirmera cependant : « *Le monde entier est mon abri* ».

La deuxième partie de la chanson commence avec Lavilliers torse nu en train de se laver dans une baignoire. Puis des photos ou des dessins de femmes vietnamiennes apparaissent. Les paroles suivent : « *Celles qu'on oublie - qu'on abandonne* ». Sur les dessins, les femmes vietnamiennes sont nues. Les paroles sont les suivantes : « *Celles qu'on devine et qui ne donnent/Qu'un goût amer déjà vécu ailleurs/Qu'une maladie déjà connue, d'ailleurs* ». Il est fort à supposer à l'aide du texte et du clip, que le personnage de Lavilliers parle d'amour ou d'attraction sexuelle. En tout cas, il désire ces femmes. Par la suite, il révèle qu'elles sont associées à l'interdit. Elles paraissent inaccessibles : « *Et dans les yeux de la femme impossible/Mais qu'est-ce que tu veux/Le couteau ou la cible* ». Le mot « *cible* » se réfère à lui. Il demande à une femme de faire le choix : le tuer ou le séduire. Il semble être attiré par le danger lié aux Vietnamiennes. Le clip montre des portraits de trois femmes en chapeau conique. Elles sont probablement en train de travailler. Leurs traits sont fermés et sérieux. Elles ne sourient pas. La caméra opère des ralentis et des zooms sur leurs bouches et leurs yeux. Une scène de leur vie quotidienne se transforme en scène sensuelle.

La chanson se termine par : « *Et dans dix ans je ne serais plus personne/Si toi aussi tu m'abandonnes* ». « Tu » est le Vietnam. L'abandon provient des différents éléments, que nous avons énumérés, de représentations sociales incarnant le pays. Le chanteur explique finalement que sans ces représentations, lui-même disparaîtrait. Nous pouvons supposer qu'il parle du personnage qu'il incarne, à savoir cet aventurier vagabond et viril, qui s'ajuste à la rudesse de ce pays. Nous voyons ici une figure de fantôme qui ne peut que continuer à exister si les objets de fantasmes (les représentations sociales) perdurent dans l'imaginaire.

K. *Fille du Vietnam* (1995), Molodoi

Molodoi est un groupe de punk français actif de 1990 à 1996. Il a enregistré six albums. *Fille du Vietnam* fait partie de l'album *Tango Massai*. Il a pour thématique le voyage. Le groupe n'invite pas à la détente et aux vacances. Au contraire, dans chaque titre ils critiquent, dénoncent et proposent une lecture politique d'événements ou de situations dans différents pays.

Fille du Vietnam est peut-être la chanson la moins revendicatrice de tout l'album. Elle s'adresse à une femme vietnamienne qui incarne plusieurs personnages. Finalement, cette femme devient un « indéfini spécifique » qui traduit une sorte d'idéal de « la » femme vietnamienne. En effet, tous les attributs associés à cette figure qu'on peut qualifier de

typologie socioculturelle, engagent la spécificité dans laquelle ce personnage de « la femme vietnamienne » occupe une fonction de sujet. Ce personnage est très contrasté tout en faisant figure d'absolu. Elle est absolue parce qu'elle est partout dans l'espace et dans le temps : « À Saïgon, Huê ou à Hanoi/Da-Nang, Dalat, en pays Moi/Fille du Dragon et Immortelle ». Cette femme a plusieurs attributs contraires qui se répondent : « Fleur des villes ou des campagnes/Fille des plages, fille des montagnes/Moderne ou plus traditionnelle », « Dans les villages, sur les marchés/Dans les rizières comme sur la Terre/Et dans la paix comme à la guerre ». On lui associe également certains accessoires : « une noix d'arec et du bétel », « pliée sous le poids du balancier » (palanche), « Est-ce le charme du chapeau conique ?/Ton doux visage de hoa mai/La blancheur de ton ào dãi ? » (le Hoa mai est une fleur, le ào dãi un vêtement) », « en scooter comme une amazone ». On trouve également tout un champ lexical relatif au pouvoir pour décrire cette femme : « Tu es la puissance du pays/La force même de ta vie », « Tu portes quelque chose d'impérial », « amazone ». Enfin dans le texte l'homme qui s'adresse à cette femme est visiblement attiré par elle : « Tu restes toujours la plus belle », « Tu hantes parfois nos rêves la nuit », « Tu portes quelque chose de magique ». À la fin de la chanson, le personnage finit par verbaliser son souhait de fréquenter cette jeune femme. Nous pouvons supposer que ce serait dans la perspective de la séduire. On note également une référence au sourire : « Est-ce le sourire des paysannes/ Qui fait s'enfuir tous les fantômes ? »

L. Viêt kieu (1997), La souris déglinguée

La souris déglinguée est un groupe de rock alternatif français. Il a enregistré 14 albums. Le leader du groupe est de nationalité franco-vietnamienne. Beaucoup de ses chansons sont en lien avec le Vietnam. On pense notamment à son album Mékong sorti en 2005. Dans cette étude, nous analyserons la chanson : *Viêt kieu* de l'album *Granadaamok !* commercialisé en 1997.

Le titre *Viêt Kiêu* fait référence à la diaspora vietnamienne. On appelle *Viêt Kiêu* les personnes vivant en dehors du territoire du Vietnam. Ce terme a une connotation négative³⁹⁶. La chanson parle d'un homme vietnamien qui quitte son pays après la guerre : « *Viêt-Kiêu depuis 75* ». La première chose qu'on observe est que cette chanson est composée d'éléments de d'histoire et de la culture vietnamiennes extrêmement précis. Par exemple, elle parle des « *poussière de vie* », l'expression vietnamienne qui caractérise les orphelins. Le texte cite aussi « *le drapeau des trois Ky* », symbole du Sud Vietnam et des « *fantoches* », expression péjorative décrivant le gouvernement de Saïgon mis en place par les Occidentaux, à la suite des accords de Genève (20 juillet 1954). On remarque également que la chanson se positionne contre le gouvernement communiste vietnamien : « *Le drapeau des trois Ky/Flotte dans ton esprit/Faut dire que l'autre est tellement moche/Que t'as choisi celui des fantoches* », « *Alors*

³⁹⁶ Hartmut O. Rotermund, *L'Asie orientale et méridionale aux XIXe et XXe siècles. Chine, Corée, Japon, Asie du sud-est, Inde*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, 1999.

armé d'une carabine à plombs/De la théorie t'es passé à l'action/Bang bang, tu descends la vitrine/Du restaurant pro Hô Chi Minh ». Les représentations des Vietnamiens dans cette chanson sont variées et nuancées. Pour décrire les *Việt Kiều* le groupe utilise les mots suivants : « *Enfant de la guerre et de l'amour/Poussière de la vie ou fils de Prince* ». La chanson explique donc que les Vietnamiens exilés peuvent être de milieux sociaux différents. De plus, la guerre est associée à l'amour ce qui affiche des réalités de vie plus complexes que l'image misérabiliste donnée par d'autres chansons sur la guerre du Vietnam. Ce texte aborde aussi les émotions des Vietnamiens qui ont quitté leur pays : « *Ta nostalgie est permanente* ». La Souris Déglinguée utilise également l'expression : « *Niakland* », qui vient du mot Niakoué : « *Il m'a dit qu'dans les gratte-ciels du ghetto de Niakland/A Helsinki, à Tokyo, il y a des cœurs à prendre* ». Ce mot est une insulte. Il provient du vietnamien *nhà quê*, qui est employé comme stéréotype pour désigner un campagnard rustre manquant de culture, au point de vue simpliste et superficiel. Dans *Việt Kiều* les femmes asiatiques sont aussi un thème de la chanson. Néanmoins, les éléments à notre disposition ne suffisent pas à faire des constats clairs. Nous ne ferions que des suppositions, ce que nous souhaitons éviter.

M. *Un singe en hiver* (2002), Indochine

Pour connaître la présentation du groupe, se référer à la chanson suivante : *La sécheresse du Mékong* (1983)

Cette chanson évoque un soldat du Vietnam qui revient dans son pays. Dans le clip, on voit le chanteur d'Indochine errer dans une forêt enneigée avec une veste aux couleurs militaires. Autour de lui, des singes évoluent. Plusieurs thèmes semblent marquer la chanson. On pense évidemment à la guerre du Vietnam. Sur une page de fans, on trouve une autre explication³⁹⁷. Pour eux, la chanson raconte l'histoire du groupe. La preuve en est donnée par plusieurs clins d'œil à des chansons des musiciens : « *Bob Morane est étendu, Brigitte Béjot entendue...* ». Le titre de la chanson est également éloquent. Il fait référence au film d'Henry Verneuil du même titre qui traite d'un difficile retour en France après une guerre en Asie.

Dans cette chanson, on retrouve plusieurs représentations du Vietnam. La guerre est symbolisée par les hélicoptères : « *J'entends plus les hélicoptères* » et par une référence aux soldats communistes : « *En l'honneur du Vietminh j'aurais fumé* ». Notons néanmoins que le groupe confond guerre d'Indochine et guerre du Vietnam. Le Viêt-Minh a disparu en tant qu'organisation indépendante en 1951, alors que les hélicoptères de combat ont été massivement utilisés pendant la guerre du Vietnam qui débute en 1955 (Annexe 1). Il énonce aussi la « *la piste Ho-Chi-Minh* ». Ce nom de piste a été employé par le Viêt-Cong seulement durant la guerre du Vietnam.

³⁹⁷ Guillaume Tilleau et Vincent Lallier, *Un singe en hiver*, <https://indo-clips.net/un-singe-en-hiver-2003/>, 2003, (consulté le 25 novembre 2020).

Le personnage de la chanson ramène dans son pays : « *des dahlias et du jasmin* ». Il fait également référence à une moto : « *J'y ai laissé ma jeunesse et ma moto* ». On pense ici à la mythique moto Minsk importée depuis les années 60 d'URSS et toujours très populaire aujourd'hui au Vietnam (surtout chez les touristes). Ces motos sont associées à tout un imaginaire d'aventuriers ainsi qu'à des valeurs de libertés.

N. *Bonjour Vietnam* (2006), Pham Quynh Anh

Nous analyserons cette chanson en tenant compte du fait que l'auteur de son texte Marc Lavoine, a été socialisé en France. Dans un article du *Vietnam News*, Lavoine explique qu'il a créé cette musique pour la chanteuse Pham Quynh Anh. À l'époque celle-ci n'avait jamais vu son pays d'origine³⁹⁸. La chanson aborde l'histoire d'une personne nostalgique d'un pays qu'elle n'a jamais visité, mais dont elle a entendu parler. Elle s'adresse au Vietnam comme s'il s'agissait d'un être humain. La chanson devient très vite célèbre au Vietnam ; elle sera même traduite en anglais. Le gouvernement ou certaines entreprises comme *Vietjetair* ont d'ailleurs repris la musique dans leur communication.

Cette chanson fait des allers-retours entre des attributs physiques et identitaires du personnage, tout en décrivant certaines images du pays. Les attributs physiques et identitaires sont les suivants : « *Raconte-moi ce nom étrange et difficile à prononcer* », « *Raconte-moi [...] le trait de mes yeux bridés* », « *Raconte-moi ma couleur, mes cheveux et mes petits pieds* ». Nous reconnaissons les marqueurs d'un regard occidental. En effet, plusieurs descriptions semblent orientées par un ethnocentrisme extérieur qui sert de référentiel. Par exemple, certains jugements de valeur tels que « *étrange* », « *difficile* » sont formulés. Dans la même logique, on note certaines descriptions qui proviennent d'une comparaison avec un attribut qui serait perçu comme neutre. Les phrases suivantes : « *yeux bridés* », « *ma couleur* », « *mes petits pieds* », sous-entendent que les yeux ronds, des pieds de plus grande taille, une autre couleur que celle d'une Vietnamienne sont considérés comme normaux.

En ce qui concerne les images appliquées au Vietnam, plusieurs thèmes peuvent être relevés. Le sujet de la guerre est présent : « *Je ne sais de toi que des images de la guerre/Un film de Coppola, des hélicoptères en colère* ». Cette phrase montre une nouvelle fois les hélicoptères comme symbole de la guerre du Vietnam. De plus, on note le fait que ces images proviennent pour elle de films. L'imaginaire autour du Vietnam a fortement été influencé par le cinéma. D'autres images viennent nourrir ce portrait du Vietnam : « *le vieil empire* », « *Raconte-moi ta maison, ta rue, raconte-moi cet inconnu/Les marchés flottants et les sampans de bois* », « *Les temples et les Bouddhas de pierre pour mes pères/Les femmes courbées dans les rizières pour mes mères* ». Nous avons ici des objets et des individus. Les paroles décrivent un Vietnam ancien et traditionnel marqué par ses croyances. Les marchés et les temples présentent deux lieux qui font partie de l'imagerie du Vietnam. La femme de la

³⁹⁸ Thanh Liem et Lien Bach, « *Bonjour Viet Nam, a gift to the homeland* », *Viet Nam News*, 26 févr. 2006.

campagne qui travaille dans une rizière citée dans la chanson est caractéristique des stéréotypes sur le Vietnam, elle peut être considérée comme une figure de typologie socioculturelle.

O. Hanoï (2015), La Grande Sophie

La Grande Sophie est une auteurice-compositrice-interprète française. À ce jour, elle a publié neuf albums. Le titre *Hanoï* provient de son septième album : *Nos histoires*.

La chanteuse explique qu'elle a écrit la chanson *Hanoï* après y être restée plus longtemps que prévu à cause de concerts reportés par des événements inattendus (le deuil lié à la mort du général Giap ainsi qu'un typhon)³⁹⁹.

Cette chanson dresse un portrait de la ville d'Hanoï aujourd'hui. La chanteuse s'adresse directement à la ville comme s'il s'agissait d'une personne. Le clip est composé d'une succession de plans de Hanoï et de sa population. Le spectateur va à la rencontre de divers individus. La caméra s'attarde sur des visages et des lieux précis. La chanteuse apparaît à certains moments sur des écrans dans le décor. Dans une interview, elle déclare son intention derrière ce projet musical : « *J'espère que cette chanson donnera envie de voyager en Asie, et jusqu'à Hanoï. Moi je ramènerai des sourires de là-bas, et ça fait du bien !* »⁴⁰⁰. Elle explique également : « *En rentrant, j'ai tout de suite pris ma guitare et j'ai essayé de retranscrire toutes les sensations qui m'avaient parcouru au long de ce voyage* »⁴⁰¹. Son but est donc aussi de retranscrire ce qu'elle a vécu en tant que voyageur.

Lorsqu'on visionne le clip, une trentaine de portraits se succèdent. Ils sont très diversifiés. On voit : des écoliers, des jeunes à moto, des vendeuses, des couples, des personnes âgées chez elles, des hommes qui jouent aux cartes, des femmes en train de prendre le café, des groupes qui font du sport, des ouvriers, un homme qui fume, une jeune fille qui rit avec ses amies... Leur tenue passe parfois du chapeau conique et palanche à des tailleurs de cadres d'entreprises. Les lieux sont également différents. La caméra parcourt les rues, des boulevards, des parcs, l'intérieur de maisons ou de commerces. A travers ce visuel, on perçoit une volonté de montrer des contrastes. Par exemple, les scènes alternent entre accélérations et ralentissements. La chanteuse dit à ce propos dans une interview : « *Ce que j'aime dans le clip c'est cette proposition d'accélération et de ralenti, qui montre cette ville à la fois dans la tradition, mais où tout va vers le futur quand même* »⁴⁰². Il y a donc le souhait de rendre compte d'une dichotomie entre tradition et modernité et entre sérénité et effervescence. Dans les paroles aussi, la chanteuse montre ce contraste : « *Sous la jungle électrique, j'perds*

³⁹⁹ Liligo, *La Grande Sophie* : « *J'espère que la chanson "Hanoï" donnera envie de voyager en Asie* », <https://www.liligo.fr/magazine-voyage/la-grande-sophie-hanoi-asie-35623.html>, 2016, (consulté le 3 février 2021).

⁴⁰⁰ *Ibid.*

⁴⁰¹ *Ibid.*

⁴⁰² *Ibid.*

mon chemin [...] / Sur l'eau verte Tes marionnettes / Dansent une autre vie ». Elle fait référence ici à deux éléments. D'abord, les pylônes électriques de Hanoï débordant de câbles qui laissent une impression de désorganisation. Ensuite, elle parle des célèbres spectacles de marionnettes aquatiques d'Hanoï. Cette pratique, datant du X^e siècle (dynastie Ly), était courante dans les villages à la campagne : elle permettait de se raconter actualités et contes. Une autre association opérée par que La Grande Sophie est la suivante : « *Un monde qui bouillonne / Devant moi un tableau* ». Nous avons d'un côté l'image d'une société en mouvement et de l'autre une société figée. Effectivement, il y a une certaine dissonance entre ces couples d'éléments. Ces binômes forment une dialectique complémentaire dans laquelle ces éléments de contrastes se répondent pour composer un type de représentation sociale particulière du Vietnam. Il s'agirait ici d'un topos qui narre une ambiance à partir de cette dichotomie.

La chanteuse tente aussi de rendre compte des sensations qu'elle a éprouvées sur place. En effet, dans le texte, l'on trouve des indicateurs qui montrent comment ce pays a stimulé ses sens : « *Je me souviens / Ton visage, ton parfum, tes ruelles aussi* », « *Autour du lac j'entends comme / Des bruits qui résonnent* », « *ton sourire, ta vie dehors, tes couleurs aussi* ». Par ce procédé, le spectateur est davantage immergé dans le récit.

L'interview de la chanteuse nous apprend que ce qui l'a particulièrement marquée au cours de son voyage ce sont les motos et le fait que les personnes vivent dehors : « *Là-bas les gens vivent dehors, ils sont beaucoup accroupis dans la rue, la cuisine se fait aussi beaucoup dans la rue, et je voulais retrouver cette sensation. Au départ, j'avais aussi été très impressionnée par toutes ces mobylettes* »⁴⁰³. Dans sa chanson, des éléments qui font référence à ces images sont présents. Pour la circulation : « *des vagues de motos* », « *ton cœur qui klaxonne* ». La vie en extérieur : « *sous ton regard accroupi* », « *ta vie dehors* ».

Par ailleurs, les sourires des Vietnamiens sont une nouvelle fois énoncés : « *ton sourire, ta vie dehors, tes couleurs aussi* ». Cependant dans le clip peu de personnes sourient. En effet sur les 31 personnes que nous avons comptées, seulement 11 sourient.

P. Hanoï Café (2016), Bleu Toucan

Bleu Toucan est un duo de deux hommes qui jouent de la musique électro. Leur premier album est enregistré en 2014. Ils se sont fait connaître par la chanson *Hanoï Café* sortie en 2016 dans leur EP *Origami*. Sur la pochette de l'album, une montagne qui ressemble au mont Fuji est dessinée. Dans une interview, ils expliquent l'idée derrière cet album :

« C'est le récit de notre voyage en Asie. Le premier EP, Salade de Fruits, c'était le résumé de notre voyage en Amérique du Sud. Ce voyage a été très mouvementé, on a beaucoup

⁴⁰³ *Ibid.*

*fait la fête et perdu notre âme bleue. On a dû faire une sorte de quête philosophique en Asie pour récupérer le modjo bleu ».*⁴⁰⁴

Le thème central de l'œuvre de ce groupe est le voyage, comme le note un journaliste musical : « *Leur musique est une invitation au voyage, à la détente accompagnée d'amis et de cocktails bien frais* »⁴⁰⁵.

Le clip présente une femme qui interprète la chanson dans un karaoké. Autour de ce personnage, le spectateur distingue des lampions rouges. Elle lit les paroles sur un écran. Derrière les paroles, on suit un clip qui crée une mise en abîme différente. Sur ce nouveau clip, plusieurs personnes asiatiques font du tai-chi-chuan (ou du Qi gong) en tenue blanche. La scène se joue dans un restaurant aux lumières tamisées et aux guirlandes de couleurs. Il y a peu de monde. Le public en tenue de soirée mange des pâtes ou boit des cocktails. Le restaurant semble chinois. En effet, dans plusieurs plans, des phrases écrites en calligraphie chinoise apparaissent. Ce restaurant karaoké diffuse une ambiance branchée. Le public se compose majoritairement de personnes qui paraissent être occidentales.

Peu de choses ressortent finalement de l'écoute des paroles de la chanson dont le style est très poétique et abstrait, mais quelques éléments peuvent être relevés. D'abord, on note une ambiance onirique. La phrase « *Rendez-vous aux rêves* » est présente à chaque début de strophe. On trouve peu de marqueurs spécifiques au Vietnam, mise à part l'expression « *Hanoi Café* ». Néanmoins, une allusion au Japon est à souligner : « *Là où le soleil se lève* ». On remarque donc une confusion entre les divers éléments de culture présentés qui ne renvoient pas à une culture spécifique mais à plusieurs cultures de pays asiatiques différents.

Chapitre XII. Le Documentaire : un cadre d'expérience ambigu

Dans cette partie, nous nous intéresserons au film documentaire. Contrairement aux autres supports étudiés, le Vietnam n'est pas seulement représenté et scénarisé. Dans le genre documentaire, les représentations sociales ne sont pas aussi reconnaissables en tant que telles. Les images montrant le quotidien au Vietnam peuvent passer pour objectives. Nous le verrons, ce n'est pas aussi simple. Nous avons donc choisi de ne pas nous limiter à décrire les éléments que nous observons, mais d'effectuer une analyse sur l'organisation du réel dans ce genre cinématographique. Nos recherches ont permis de mettre en évidence que la notion de documentaire est floue, imprécise et recouvre quantité de formats vidéo. D'après le dictionnaire de l'Académie française, c'est un « *film destiné à instruire ou à informer, dont les images montrent la réalité sans y mêler de fiction* ». Ce genre semble s'opposer au cinéma de fiction, et montrer une réalité authentique (objective). Pourtant le caractère instructif sous-entend une vocation didactique et par conséquent un point de vue. Plusieurs documentaristes

⁴⁰⁴ Bleu Toucan, « Bleu Toucan, la musique au service d'une cité idéale ».

⁴⁰⁵ *Ibid.*

tels que Frederick Wiseman ou Chris Marker assument que le documentaire manipule la réalité. Par exemple par la présence d'une caméra. Filmer le monde c'est forcément le modifier et le réduire. D'après Jacques Rancière : « *Un film documentaire n'est pas le contraire d'un film de fiction. Il n'oppose pas le parti pris du réel à l'invention fictionnelle. Simplement, le réel n'est pas pour lui un effet à produire. Il est une donnée à comprendre* »⁴⁰⁶. Le genre documentaire montre effectivement des situations objectives que Erving Goffman nommera « expérience ». La théorie de Goffman considère que pour une expérience il y a plusieurs « versions » qu'il appelle les « cadres »⁴⁰⁷. Dans le Chapitre IV, nous avons pris le temps d'expliquer sa théorie sur les cadres de l'expérience. Dans ce chapitre, nous allons étudier les représentations sociales dans le genre documentaire à travers la pensée de Goffman. Les cadres permettent plusieurs perceptions pour une situation. Ils procurent aux individus la sensation que ce qu'ils voient est normal et réel. Les représentations sociales de l'Autre et donc l'exotisme sont une « version » d'une expérience. La citation de Rancière pointe le fait que le genre documentaire est particulier. Il donne l'impression d'exposer le réel alors qu'évidemment le regard du documentariste s'inscrit dans un cadre. Pour le spectateur, le paradoxe est le suivant : la situation est objective, mais la version montrée est subjective. De plus, les cadres de l'expérience peuvent être ambigus, défailants et même stratifiés, ce qui rend le cadre d'autant plus difficile à reconnaître. La subjectivité de l'exotisme peut se confondre avec l'objectivité de la situation. Comment le réel s'articule-t-il à travers différents cadres d'expériences ? Dans quels types de cadres se trouvent les acteurs du documentaire et les spectateurs ? Enfin, nous continuerons notre travail sur les représentations sociales du Vietnam en étudiant l'imagerie utilisée dans ces documentaires.

A. Saïgon l'intrépide

Une émission « Thalassa », produit par France 3, diffusée sur France 3 et TV5 Monde, 2013, 1 h 56

Ce documentaire se coupe en plusieurs parties. Nous étudierons les deux premières :

- *Saïgon la jeune : découverte du quotidien d'une famille saïgonnaise*
- *Couleur Indochine : croisière à bord d'un bateau du nom de « l'Amant » qui part sur les traces de la vie de Marguerite Duras.*

Au début de l'émission, le présentateur expose l'objectif des différents reportages : « *C'est un Vietnam résolument dynamique que nous avons choisi de vous montrer* ». Le premier documentaire est introduit par les paroles suivantes : « *6 h du matin, sur la rivière Saïgon, c'est l'heure où s'évaporent en douceur les rêves de mystère d'Orient et de parfum d'opium. L'imaginaire va faire place à la réalité. Saïgon est une ville de tradition et de*

⁴⁰⁶ Barbara Métails-Chastanier, « Ceci n'est pas une fiction » dans Alison James et Christophe Reig (eds.), *Frontières de la non-fiction*, s.l., Presses universitaires de Rennes, 2014, p. 129-140.

⁴⁰⁷ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit.

modernité ». Nous relevons les mots suivants : « *douceur* », « *rêves* », « *mystère* », « *parfum d'opium* ». Ils renvoient à un certain topos onirique reconnaissable pour le spectateur. Les imaginaires des représentations sociales du topos sont marqués par la *Fantasia* (au sens de Ricœur⁴⁰⁸). L'individu crée des images à partir d'une ambiance. La voix off révèle néanmoins que ces termes sont de l'ordre de l'illusion, et que le documentaire s'attachera à montrer le Vietnam de manière « réel ».

Dans la première partie, le documentaire suit une famille saïgonnaise dans son quotidien. Ils parlent quasiment tous français. Cela donne l'effet d'une moindre distance entre ces personnages et le spectateur. La famille saïgonnaise semble s'adresser directement à la caméra. Outre la langue, cette famille paraît à l'aise et assurée. Cet effet confère l'impression que ces Vietnamiens orientent le récit et maîtrisent leur image. La caméra les accompagne dans leurs activités respectives. La voix off se fait à peine entendre. Saïgon est une immense agglomération, on observe cette famille de citoyens aller à l'école, au travail, manger, dans les transports, etc. Pour un regard occidental, ce quotidien semble familier. On distingue certes des différences (par exemple la circulation), mais elles ne sont pas accentuées. La caméra ne s'y attarde pas. Le spectateur voit un ordinaire de l'ailleurs. On note tout de même la musique d'ambiance du reportage qui mélange morceaux électroniques et sons traditionnels asiatiques.

Le deuxième reportage relate l'attraction touristique de monsieur Le Tuan Linh. Cet homme d'affaires a créé une croisière de voyage qui a pour principe de suivre les traces de Marguerite Duras. Le bateau s'appelle *l'Amant* comme le film de Jean Jacques Annaud. L'œuvre cinématographique est centrale durant le séjour. Dans le documentaire, on apprend que le film a été interdit au Vietnam (pour incitation à la pornographie). Les voyageurs à bord en parlent et le regardent sur le pont le soir venu. Tout au long du documentaire, la musique du film résonne. Le spectateur est lui aussi replongé dans l'atmosphère de *l'Amant*. Le Tuan Linh explique « *surfer sur la vague de la nostalgie* ». Le thème du récit du circuit semble être l'Indochine française : la voix off énonce un « *voyage aux accents coloniaux* », « *Linh a su s'adapter à cette nouvelle demande de nostalgie* ». La clientèle est exclusivement française. L'entreprise de Linh est un succès. L'homme d'affaires utilise l'univers du mythe indochinois dans sa démarche commerciale : « *Il [Linh] tente de faire renaître une Indochine perdue et parvient même à transposer le film dans des décors à peine modifiés* ». Les mythes immobilisent un monde en dehors d'un contexte ne retenant que les signifiés. Effectivement, ce circuit fige le temps : « *à peine modifié* ». Les signifiés du mythe indochinois semblent être les suivants : romantisme, aventure, sensualité, exploration, extraordinaire, poésie, plaisir. Le mythe donne à l'expérience un certain cadre. Une situation, en l'occurrence un bateau sur le Mékong naviguant au crépuscule dans un paysage de campagne, devient par le cadre de la représentation sociale du mythe un « décor » au sens « d'ornements » ou « d'agencements ». Nous sommes dans un cadre « transformé » par modalisation, car la situation acquiert une signification différente de celle qu'on pourrait imaginer dans un cadre primaire. Les clients se

⁴⁰⁸ Voir le chapitre : *analyser l'imaginaire par la philosophie*.

rendent compte qu'ils ont affaire à une « copie » et pas au « modèle ». Ils savent qu'ils ne sont pas en Indochine, mais ils jouent tous le jeu. Le mot « décor » est par ailleurs utilisé. Les matins suivants, la voix off explique que les clients de la croisière se réveillent dans « *un décor colonial* ».

B. le Vietnam et le pays des animaux sacrés

« Les trésors de l'Asie du Sud-Est », Épisode 5. Un film de Christian Schidlowski, produit par Story House Production (pour la ZDF) en collaboration avec ARTE, diffusé sur ARTE, 2015.

43 min

Le documentaire commence avec une introduction qui adopte un angle mythologique et folklorique : « *La baie d'Along dans le nord du pays. Deux mille pains de sucre jaillissent du Tonkin, un paysage de conte de fées, auquel sont rattachées de nombreuses légendes. L'une d'elles raconte que ces roches karstiques étaient à l'origine des bijoux qu'une famille de dragons aurait crachés dans la baie* ».

Ici aussi, le documentaire donne l'angle qu'il souhaite adopter et l'objectif qu'il s'est fixé « *Nous sommes bien décidés quant à nous, à profiter de ce voyage, pour chercher à mieux comprendre les habitants de cette partie du monde* ».

Tout au long du documentaire, on ne manquera pas de rappeler la présence des Français au Vietnam et l'Indochine : « *Lorsque les Français conquièrent le pays au milieu du XIX^e siècle pour en faire une partie de l'Indochine française, ils se heurtent à un monde totalement étranger et dont ils ne comprennent ni la culture ni le mode de vie et qu'ils ont tendance à sous-estimer* » (4:20), « *Autre particularité de la ville, son mélange des styles asiatiques et européens. Dans l'architecture notamment, l'influence française est encore très présente* » (5:38), « *La présence française est encore palpable dans cette agréable ville de montagne* » (32:32), « *Ici aussi les Français ont laissé leur empreinte, suivi par les Américains* » (35:36). Le cadre de l'expérience s'oriente vers des perceptions reconnaissables.

Ce documentaire se compose de beaucoup d'éléments stéréotypés et de-typologies socioculturelles. Citons par exemple la scène à Ninh Binh où l'on nous montre un vieux gardien à barbe blanche sur le perron « *d'un des plus vieux temples du Vietnam* » en habits traditionnels en train de jouer un instrument typique vietnamien : le dan boa (20:27). Ou encore le portrait d'une femme d'un certain âge, qui pagaie avec ses pieds dans sa barque (19:08). Énormément de paysages se succèdent. Beaucoup d'images sont filmées en hauteur sans doute grâce à un drone. La même musique aux résonances épiques se fait entendre à chaque fois. Les paysages associés à la musique laissent une impression de « grandiose ».

Le reportage passe de ville en ville. En moyenne, chacune est traitée en 4 minutes. Durant ce temps, un portrait est réalisé d'un habitant. Ce format rapide montre une multitude d'esthétiques et de personnages. Le documentaire se découpe en plusieurs parties : les rizicultures de Mai Chau et ses paysans, la cuisine de Hoi An, les cyclos de Hô Chi Minh-Ville,

les villages flottants de la baie d'Along, le théâtre de marionnettes flottant de Hanoï, la réserve de primates de Ninh Binh, l'artisan de cerfs-volants à Hué, la photographie de mariage de Dalat, les pêcheurs de Da Nang, les marchés flottants de la baie du Mékong. Le thème du documentaire est les animaux sacrés. En effet, on observe ces animaux dans plusieurs contextes : les marionnettes d'eau, les cerfs-volants, la réserve de primates, etc. Le documentaire montre les animaux suivants : serpents, buffles, dragons, phœnix, tortues, singes, poissons, paons, papillons. Les différentes scènes sont concises. Le spectateur ne peut pas rentrer de manière approfondie dans les environnements qu'il voit. La présentation de chaque lieu se limite à sa réputation courante. Hué est la cité des empereurs, Hoi An la cité de la gastronomie, Dalat la cité au style européen, Saïgon la cité à la croissance économique fulgurante, etc. Cette organisation relate des évidences et ne rentre pas dans la complexité de la réalité. Le spectateur voit des tableaux simples à appréhender, facile à se projeter. Rappelons que l'objectif énoncé du documentaire était le suivant : « *Chercher à mieux comprendre les habitants de cette partie du monde* ». Cet objectif est difficile à comprendre. Il est assez abstrait. À Dalat, la photographe interviewée avoue être mal à l'aise devant la caméra : « *J'ai souvent eu affaire à des couples qui n'avaient jamais été photographiés. Ils étaient tout tremblants devant l'objectif comme moi devant votre caméra* » (32:17). La caméra entre les deux interlocuteurs semble rajouter une difficulté de plus à leur rencontre et leur interaction. De plus, le format dense empêche le spectateur de comprendre le mode de vie de cette personne.

Pour conclure, on peut affirmer que le documentaire raconte des histoires agréables et entraînantes. Il dresse de beaux tableaux dans une ambiance calme, sereine et relaxante. Le format appelle plus à la contemplation qu'à un travail analytique.

La dernière phrase du documentaire est la suivante : « *Ce qui nous a le plus fascinés tout au long de ce périple au-delà de ces paysages fabuleux, ce sont les Vietnamiens qui réussissent à combiner des traditions ancestrales et une marche irréversible vers la modernité* » (42:01). On observe donc une représentation sociale qui dresse le portrait d'un pays qui incarne une dualité entre modernité et tradition.

C. Les sourires du Vietnam

« Échappées Belles », produit par BO Travail !, diffusé sur France 5, 2016, 1 h 30

Le documentaire débute par un animateur sur un cyclo, conduit par un Vietnamien. Il traverse des rizières au coucher de soleil, la caméra se concentre sur des buffles dans l'eau et des enfants en uniforme scolaire. On l'observe traverser un village et s'arrêter pour voir un groupe de femmes en train de construire des chapeaux coniques. Elles expliquent que ce chapeau sert aux paysans pour se protéger de la pluie et du soleil. Il en met un sur lui, rit, le rend aux femmes qui ont un air surpris et en marchant vers la caméra il introduit le

documentaire avec les mots suivants : « *Des grandes villes aux villages, des rizières aux plages, je veux vous présenter un Vietnam authentique donc sortir des sentiers battus et partager le quotidien des Vietnamiens, voilà ce que je vous propose* » (1:55). Dès le départ, l'animateur se met en scène et pratique des attractions touristiques connues : le cyclo et le chapeau conique. On distingue plusieurs représentations sociales dans ces paroles. La dualité ville et campagne est présente. On retrouve également des rhétoriques de voyageurs « *sortir des sentiers battus* ». Cela nous donne un indice sur le cadre d'expérience qui sera adopté. Ici aussi, les panoramas grandioses défilent, l'animateur dira les paroles suivantes : « *Le Vietnam est un artiste, le Vietnam est un deux roues, le Vietnam est un sourire qui s'offre et qui se partage, le Vietnam est une déclaration d'amour* » (2:30). Cette personnification présente le Vietnam sous une personnalité unique. Elle montre la représentation sociale d'un topos romantique et des stéréotypes du sourire vietnamien ainsi que des motos et des scooters.

Ce qui rend ce documentaire particulier, c'est le rôle de l'animateur. On note qu'il est très présent tout au long du documentaire, on le voit beaucoup. Il tient une fonction active. Il va discuter avec les locaux, il va manger de la méduse, il va regarder des paysages... Le spectateur le voit s'émerveiller, s'étonner, rire, se régaler, se ragaillardir, parfois même pleurer. L'animateur partage ses émotions. Le format cherche à transmettre des sensations stimulantes au spectateur. Le cadre est intimiste. Par exemple à la fin lorsque l'animateur se sépare d'une famille de paysans (1:28:40). L'instant est bouleversant, ils se disent qu'ils souhaitent se revoir et se prennent dans les bras en sanglotant. Ce n'est plus la réalité d'un pays qui est montré, mais une rencontre entre un personnage qui incarne un voyageur et les locaux. Cette technique a aussi la particularité de plonger le spectateur dans l'action qui se passe. Un documentaire qui serait plus informatif aurait plutôt tendance à créer une distance. Le recul permet d'ouvrir la réflexion et de casser le processus d'identification. Ici, le procédé est contraire. Il invite davantage au divertissement.

L'animateur va à la rencontre de plusieurs habitants du Vietnam, des Français et des Vietnamiens. Il va à Hué chez un tailleur de vêtements de mariage, dans la citadelle et les temples de la ville. Puis il va à Hoi An sur la route mandarine à moto jusqu'à Da Nang. Dans cette ville, on suit un homme vietnamien qui lui fait visiter la plage et le pont du dragon. Il y fait la rencontre de Réhahn, un Français qui aime photographier les visages des personnes âgées. Puis avec le Français ils vont à Prao découvrir un village d'une ethnie minoritaire gérée par un Américain. Après, il retourne à Hoi An dans le restaurant d'un Vietnamien. Ensuite, il va à Saïgon explorer un parc, la cathédrale, la place de la commune de Paris, dans un magasin de moto avec une étudiante qui lui fait également voir la vie nocturne branchée de la ville. Enfin, il ira dans le Delta du Mékong à Vinh Long. Dans cette ville, il partagera le quotidien d'une famille de paysans et visitera une clinique spécialisée dans les serpents venimeux. Le documentaire terminera par un marché flottant.

À Da Nang, il suit un photographe professionnel français : Réhahn. Rappelons le titre du documentaire : *les sourires du Vietnam*. Le fait qu'on associe le sourire aux Vietnamiens est un stéréotype. Réhahn qui se fait appeler le photographe du sourire (notamment à cause

d'une photo qui a fait sa célébrité) raconte ses motivations : « *Ce qui me touche, c'est vraiment le sourire malgré la vieillesse, malgré la pauvreté, malgré tout* ».

Durant le reportage, l'animateur et le photographe vont à Prao, pour voir l'ethnie minoritaire des Co Tu. Il rencontre un chef d'entreprise américain qui a fait construire des bungalows, dans le village Co Tu, censé accueillir des touristes dans une optique de tourisme solidaire. Pour décrire son projet, il explique « *Quand les touristes viennent ici, ils constatent que tout le monde semble si heureux alors qu'ils n'ont rien. Cela provoque des changements des deux côtés. Ça peut montrer aux Occidentaux que leur vie ne devrait pas être aussi stressante et aussi montre au Co Tu qu'il y a un monde en dehors du village* » (35:29). La rareté des Co Tu est mise en avant. On apprend notamment qu'ils ne sont plus que 60 000 et qu'ils constituent la 27e ethnie minoritaire sur 53. En plus de cette rareté explicitée dans la représentation sociale de cette ethnie minoritaire, une certaine pauvreté leur est rattachée ainsi « qu'une vie simple » (34:27). Ce mode de vie semble être idéalisé par le chef d'entreprise. L'animateur demande si le risque de recevoir des touristes ne va pas faire « perdre son âme » à ce village. Les images montrent le quotidien de Co Tu. Ils mangent, se lavent, cuisinent, font le ménage, jouent au ballon, étendent leur linge, etc.

Une autre séquence sur laquelle s'est portée notre attention est la scène ci-dessous :



Figure 21. Un photographe et des vacanciers encerclent un Vietnamiens pour prendre des clichés.

On voit une personne âgée assise sur la plage. Elle est chétive et en habits usés. Elle est entourée de canettes et de bouteilles vides. Surement pour les vendre à des usines de recyclage. Ce métier est généralement pratiqué par les populations pauvres. Autour de cette personne des Occidentaux en maillot de bain avec des verres de vin à la main en train de prendre des photos avec leur portable. Réhahn le photographe souhaite aussi avoir un cliché. L'animateur semble gêné.

Dans ces documentaires l'immersion et l'expérimentation semblent être centrales. L'aspect informatif est peu présent. L'intention est d'être proche du « réel » et même *dans* le

« réel ». Le spectateur ne va pas seulement regarder ce qui se passe ailleurs, il y est, il s'évade. Dans le format documentaire, on peut montrer des situations dans lesquelles l'animateur incarne un rôle de personnage et les locaux leur propre rôle sans que cela soit considéré comme une fiction. Pour Goffman la vie sociale est un théâtre⁴⁰⁹ de manière générale, mais la spécificité du documentaire est qu'il brouille les pistes. Le théâtre de la vie sociale se confond à un théâtre plus classique, scénarisé. Le spectateur ne sait plus dans quel cadre d'expérience il se trouve. En début de documentaire, les intentions suivantes sont formulées : *C'est un Vietnam résolument dynamique que nous avons choisi de vous montrer* », « *Nous sommes bien décidés quant à nous, à profiter de ce voyage, pour chercher à mieux comprendre les habitants de cette partie du monde* », « *je veux vous présenter un Vietnam authentique donc sortir des sentiers battus et partager le quotidien des Vietnamiens* ». Le cadre d'expérience du documentaire ne peut pas être primaire, il est transformé. Bien que les situations présentent des ressemblances avec ce qui se déroule normalement dans le cadre primaire, l'intervention de la caméra change le cadre. Les actes du quotidien dans le cadre primaire n'auront pas la même signification dans le cadre transformé qu'impose le genre documentaire. Les personnes conscientes d'être filmées ne vont pas agir de la même façon que lorsqu'elles ne sont pas filmées. Des enjeux de représentativité et de performativités seront par exemple beaucoup plus présents. Même si les personnes ne sont pas conscientes d'être filmées, la sélection des images et la perspective adoptée orientent le cadre. Il ne peut pas être primaire. L'intention exprimée ne prend pas en compte ces données. Ce qui a pour conséquence que le cadre n'est pas modalisé, mais transformé. Les documentaires expliquent vouloir rencontrer les habitants, dépeindre l'authenticité d'un pays, être dans le « réel ». Il n'est pas clairement affiché que les expériences montrées seront des copies et pas le modèle. La transformation du cadre échappe au moins à une partie des participants à savoir les spectateurs. Ils croient être en présence du modèle et sont en fait confrontés à la copie. Cela n'est pas forcément délibéré. Les documentaristes n'ont pas toujours conscience que leur regard est orienté. La fabrication est une transformation qui se cache derrière la nature du genre documentaire. La nature « réaliste » du documentaire donne l'illusion d'un cadrage clair. Le documentaire guide les perceptions des individus et par conséquent les comportements futurs des voyageurs ce qui peut créer des malentendus résultant de ces erreurs de cadrage.

⁴⁰⁹ GOFFMAN, Erving. *Les cadres de l'expérience*. Paris : de Minuit, 2009.

Chapitre XIII. Marketing des produits alimentaires : l'exotisme vendeur

Dans cette partie, nous allons voir de quelle façon le Vietnam est représenté dans la grande distribution. Le secteur de la grande distribution nous a paru être un terrain d'étude cohérent dans l'analyse de l'imagerie française sur le Vietnam. En effet, ces lieux sont régulièrement fréquentés par un très grand nombre de Français. D'après la fédération du commerce et de la distribution, en 2019, 70 % des achats alimentaires des Français se font dans les enseignes de la grande distribution⁴¹⁰. De plus, pour la même année, l'étude montre que le territoire français compte 44 000 points de vente alimentaires généralistes⁴¹¹. Ces lieux commercialisent différents produits que les Français vont acheter. Ces marchandises vont être mises en avant de différentes manières pour les rendre

attractifs auprès du consommateur. Nous allons également expliquer les divers éléments affichés pour savoir s'ils sont effectivement liés au Vietnam. De plus, nous allons essayer de savoir de quels types de représentations sociales il s'agit. Un des critères pour le choix du produit a été sa commercialisation dans les grandes surfaces et pas seulement dans des enseignes spécialisées. Dans cette perspective notre choix s'est porté sur le nem. Nous avons rencontré ce produit dans la plupart des grandes surfaces alimentaires françaises. Il semble être le produit alimentaire de la culture vietnamienne le plus courant dans les enseignes de grandes distributions. À part les nems, nous n'avons pas trouvé d'autres produits provenant de la culture vietnamienne, qui soient présents dans toutes les enseignes majeures de la grande distribution. Dans cette étude, nous allons analyser les emballages de nems indifféremment de leurs recettes (poulets, porcs, légumes, crevettes, mini). En effet, lorsqu'une marque propose des recettes différentes le marketing sur l'emballage sera la même. Le choix d'une recette a donc peu d'importance. De plus, nous avons restreint cette enquête aux nems des marques de distributeurs (MDD). Les MDD ont représenté 33 % des



⁴¹⁰ *Evolutions du commerce et de la distribution : Faits et Chiffres 2019*, Paris, Fédération du Commerce et de la Distribution, 2019, p. 5.

⁴¹¹ *Ibid.*

parts de marché en France en 2018⁴¹². Pour que cette étude soit représentative, nous avons examiné les nems des MDD les plus présentes en France. Pour cela, nous nous sommes basés sur une étude réalisée en 2020 par Statista Global Consumer Survey auprès de 12 000 résidents français qui montre les enseignes les plus fréquentées. Nous analyserons donc les emballages de nems de MDD des 12 enseignes dénommées sur le graphique.



Figure 22. Six emballages de nems de MDD.

⁴¹² Ibid., p. 47.

Sur les 12 emballages étudiés, 10 présentent le produit sur une assiette. Elles sont carrées, rondes, noires, blanches, roses, vertes, en bois, en céramique, etc. Sur toutes les assiettes mise à part celle de Cora le plat est vendu avec une sauce. Notons que cette sauce est de couleur différente en fonction des emballages. 10 boîtes indiquent qu’elles contiennent de la sauce Nuoc-Mâm. Les deux autres produits proposent aussi une sauce, mais sans information complémentaire. Les illustrations des nems sont accompagnées de salade verte (3), de menthe (4) ou des deux (3). Sur l’emballage Picard il n’y a ni salade ni menthe, mais des tiges de légumes qui ressemblent à de la citronnelle. On observe également que sur 6 emballages il y a des baguettes posées ou utilisées pour attraper des nems. Notons que sur l’emballage de Monoprix il n’y a pas d’images de baguettes, mais une référence écrite y est faite. En effet, on peut lire l’inscription suivante : « *Menez-les à la baguette* ».

Sur ces emballages, plusieurs symboles associés à l’Asie sont représentés. Sur le produit de E. Leclerc et de Auchan on distingue le caractère *Shou*. Ce signe provient de la pratique chinoise du Feng Shui et plus généralement du culte des ancêtres. Traditionnellement, ce caractère est utilisé pour souhaiter des vœux de longévité. Un autre symbole présent est le dragon. On retrouve cet animal mythologique sur l’emballage de Auchan et celui de Aldi. D’après Stéphane Callens, de l’Université d’Artois, les dragons sont des créatures extrêmement positives dans les folklores asiatiques. Cet animal associé à l’eau est valorisé dans les cultures d’aspirations hydrophiles comme l’Asie⁴¹³. Les mythologies des différents pays d’Asie sont pleines de dragons célèbres. Par exemple Tian Long, le dragon céleste chinois qui garde les portes du ciel ou le Phaya Naga du Mékong protecteur du Laos. Le nem est un produit vietnamien. Dans ce pays, le dragon est central. En vietnamien, le dragon se dit « *Long* » en vietnamien traditionnel et « *rồng* » en vietnamien actuel. Des lieux tels que la baie « *Ha Long* » (le dragon plongé) ou encore la rivière « *Cuu Long* » (les neuf dragons) montrent à quel point cet animal marque l’imaginaire de ce pays. De plus, les Vietnamiens se nomment : « *Con Rong chau Tien* », ce qui signifie : « les enfants du dragon et de la fée ».

Sur ces emballages, on peut s’intéresser aux typographies utilisées. Sur la boîte de Carrefour, Lidl et E. Leclerc les typographies sortent de l’ordinaire. Pour celle de E. Leclerc les traits sont rectangulaires et formés de barres qui dépassent les points de jonction. Cela donne un effet bâton, un peu rugueux et brut. Les typographies de Lidl et Carrefour montrent des traits rapides et épais à certains endroits comme si les lettres avaient été dessinées au pinceau. Ces traits rappellent des styles de calligraphies utilisées en Asie. Nous avons réussi à identifier la police du produit de Carrefour. Il s’agit de *Mandarin*TM. Elle a été créée par les graphistes de *Types Founders of Chicago* en 1883⁴¹⁴. Dans le magazine de Design : *PRINTmag*, les auteurs déplorent que cette typographie ne respecte pas la structure et l’équilibre traditionnel de la calligraphie chinoise. Pourtant cette typographie serait très largement

⁴¹³ Gilles Ferréol, Laboratoire C3S et Université de Franche-Comté (eds.), *Récit et objectivation*, Louvain-la-Neuve, EME éditions, 2019, p. 179.

⁴¹⁴ « Stereo Types », *PRINTmag*, 17 juin 2009, 17 juin 2009.

utilisée pour un grand nombre de restaurants et de produits asiatiques aux USA⁴¹⁵. Ils expliquent que cette célèbre typographie n'a rien à voir avec la Chine et l'Asie. Pour le magazine de Design, elle permet d'identifier la culture chinoise en dehors de la Chine. Cette typographie a été employée pour une affiche de 1899 sur le Chinatown de San Francisco qui a été largement diffusée pour attirer les touristes dans le nouveau *Chinatown* reconstruit après les tremblements de terre de 1906 : « *Le nouveau chinatown était flamboyant, théâtralement "chinois" arborant toit de pagode et autres détails stylisés exagérés* »⁴¹⁶ (traduction propre).

Outre les photos de nems, certains emballages déploient également d'autres images. Le produit de l'enseigne Carrefour montre un coucher de soleil rouge avec une statue de Bouddha. La figure du Bouddha provient de la religion bouddhiste, une croyance présente au Vietnam et en Asie de manière générale. D'après les indicateurs démographiques du Fonds pour la population mondiale de l'ONU (chiffres trouvés dans l'ouvrage : *le bouddhisme*⁴¹⁷), 85 % de la population vietnamienne serait bouddhiste. Cette photo donne un certain topos associé aux cultes bouddhistes. Les topos retranscrivent des narrations et des ambiances récurrentes. Dans cette perspective, on peut avancer que l'image cherche à déclencher certaines thématiques de l'imaginaire occidental lié au bouddhisme par exemple une atmosphère de sérénité ou d'épanouissement, héritage de l'adaptation *new age* d'un bouddhisme occidental⁴¹⁸. Lionel Obadia dans son ouvrage : *Le bouddhisme en Occident*, parle d'une : « *fascination occidentale pour le bouddhisme* »⁴¹⁹, « *en cristallisant ou en se moulant dans les idéaux et utopies de l'Occident* »⁴²⁰. L'emballage de la marque *Intermarché* montre la photo d'une femme avec des traits asiatiques dans un costume traditionnel. Cette femme a deux points rouges sur les joues. Cette pratique est coréenne (habituellement il y en a aussi un sur le front). Les femmes portent ce type d'ornement lors des mariages. Il accompagne la tenue de la mariée que l'on appelle *Hanbok*. Notons qu'en sous-titre le produit affiche l'inscription suivante « *saveurs de Chine* ». Pourtant les nems appartiennent à la culture gastronomique vietnamienne. Ce produit semble confondre les cultures chinoises, coréennes et vietnamiennes. Cette confusion entraîne le préjugé d'une certaine homogénéité des pays d'Asie. La dernière photo concerne l'emballage de la marque *Casino*. Sur cette image, on aperçoit une personne de dos avec un chapeau conique qui pousse un chariot de fruits (notamment des bananes) dans les rues d'une ville. Nous pouvons identifier cette image comme étant une typologie socioculturelle. En effet, le personnage qui nous est montré n'est pas une personne spécifique, mais une figure abstraite chargée de différents attributs stéréotypés. Dans plusieurs emballages, on reconnaît également des images qui relèvent du stéréotype en arrière-plan. Sur l'emballage de *Cora* on distingue des lanternes rouges. Les

⁴¹⁵ *Ibid.*

⁴¹⁶ *Ibid.*

⁴¹⁷ Claude B. Levenson, « Répartition des bouddhistes dans le monde » dans *Le Bouddhisme*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, 2018, vol.4e éd., p. 120-121.

⁴¹⁸ *Ibid.*, p. 29.

⁴¹⁹ *Ibid.*, p. 1.

⁴²⁰ *Ibid.*, p. 107.

lanternes sont des objets d'artisanats présents en Asie. Au Vietnam, elles font la renommée de villes comme Hoi An ou Cam Chau. Sur celui de Aldi, on voit des bambous. Le bambou est une espèce de plante endémique de l'Asie (Annexe 7). Ils sont utilisés en Asie de plusieurs manières différentes : échafaudages, aliments, ornements, objets divers (instruments de musiques, meubles, ustensiles, etc.), sport, arts, etc. Enfin sur celui d'Intermarché, on reconnaît les tuiles fines et serrées des toits de pagodes, lieux de cultes de certaines croyances en Asie.

Les emballages comportent aussi bon nombre de logos. Sur le nem de la marque du distributeur Carrefour le titre du produit est dans une forme de pagode. Pour le produit de système U, un logo est placé au milieu de l'image. On voit une pagode au centre. Sur le logo est écrit : « *Inspiration – Asiatique-Chine* ». Nous pouvons faire la même observation que pour le produit Intermarché, les cultures chinoises et vietnamiennes sont confondues ce qui relève du préjugé. Le logo sur l'emballage Carrefour montre une carte du monde où il est rédigé « *taste of Asia* » (saveurs d'Asie). Sur le produit de Picard le logo affiche un avion dans lequel il est écrit : « *Cuisine évasion* ». Parfois, ce ne sont pas des logos, mais des sous-titres qui apparaissent. Pour le produit de Lidl on peut lire l'inscription : « *Cuisine du monde* ». Intermarché et Casino proposent les noms de gammes suivants pour leurs produits : « *Itinéraire des saveurs* » et « *Saveurs d'ailleurs* ». Ces accroches font référence aux voyages. Elles projettent le consommateur dans des imaginaires spécifiques.

Enfin, notons que sur tous les emballages à part ceux de Casino, Picard et Lidl, la couleur dominante est le rouge. De plus, nous constatons que lorsqu'une assiette est représentée et qu'elle est posée sur un support (nous n'estimons pas que ça soit le cas pour les produits Lidl, Intermarché et Système U), celui-ci sera toujours en bois. Qu'il s'agisse d'un sol, d'une natte ou d'une table, cette matière est présente. Dans le cas du produit Casino il n'y a pas de support, néanmoins l'assiette est en bois.

Si le lecteur s'intéresse à d'autres exemples de produits commercialisés se servant de l'exotisme comme outil marketing, nous l'invitons à consulter en Annexe 3 des photos de rayons de fruits tropicaux de divers magasins de grands distributeurs en France.

TROISIÈME PARTIE :

Dispositifs méthodologiques et présentation des données pour appréhender le comportement sensible et intelligible du voyageur

Pour ce travail de recherche, nous avons adopté plusieurs pratiques de terrains différentes : l'enquête quantitative par questionnaire, l'enquête qualitative par entretiens individuels et collectifs ainsi qu'une observation participante.

Nous avons fait le choix de faire quatre types d'enquêtes différents pour explorer notre sujet à travers quatre perspectives qui autorisent des types et des durées d'interactions variés entre la chercheuse et son terrain.

Ces différentes enquêtes permettent de produire des données qui viennent compléter nos recherches documentaires effectuées lors de la deuxième partie. Elles auront pour objectif d'appréhender le comportement à la fois sensible, mais aussi intelligible du voyageur/touriste.

Ces quatre types d'enquêtes sont rattachés à des spécialités distinctes des sciences humaines. À première vue, leurs approches et leurs formes particulières tendent à les opposer. On pense notamment au retrait du sociologue lors de l'enquête quantitative, qui diffère radicalement de la participation de l'anthropologue lors de ses enquêtes par observation. La première est pertinente parce qu'elle permet d'effacer au maximum les influences de la subjectivité, la deuxième l'est tout autant, car elle offre une meilleure compréhension cognitive et émotionnelle des événements. À cet égard il a semblé judicieux de commencer par l'enquête quantitative et de finir par l'observation participante. En effet, la rigueur du quantitatif réside dans le respect de son protocole, qui peut être préparé, organisé et retravaillé en amont alors que pour l'observation participante cette procédure n'existe pas. Les compétences de cette dernière s'appuient davantage sur un « *savoir-faire* »⁴²¹.

L'entretien qualitatif se situe entre les deux, c'est pour cette raison que nous avons réalisé ce type d'enquête en deuxième.

Chapitre XIV. Méthode quantitative par questionnaire : collecter des résultats par catégorie

En 1998 Martin Weiss puis en 2004 Herbert Popp réalisent des travaux sur les voyages d'études d'Allemands au Maroc. Tous les deux ont cherché à comprendre les représentations de la population étudiée sur le Maroc. Leurs résultats montrent que les participants des enquêtes possèdent une image très sélective de ce pays. La collecte des données sur les motivations des voyageurs a révélé que les envies attachées à la découverte de la culture (visiter des villes historiques, connaître l'histoire, etc.) étaient aussi fortes que les attentes liées à l'exotisme : « *expérimenter le désert* », « *voir des paysages étranges* », « *ressentir l'essence de l'Orient* ». L'étude de Weiss montre que même si les entretiens laissent apparaître une tendance à vouloir construire une image réaliste du pays, la persistance de certaines représentations sociales (comme le préjugé) reste vivace. Certaines projections avant le voyage

⁴²¹ Jean-Pierre Olivier de Sardan, « La politique du terrain : Sur la production des données en anthropologie », *Enquête*, 1 octobre 1995, n° 1, p. 71-109.

se sont en effet transformées au contact de la réalité pendant le séjour alors que d'autres au contraire se sont exacerbées.

Dans notre enquête, ce ne sont pas les Allemands au Maroc que nous avons étudiés, mais les Français au Vietnam. Les personnes interrogées sont des personnes de nationalité française ayant été touristes au Vietnam. Ce questionnaire a eu pour fonction de collecter les informations qui ont permis de répondre à nos axes de recherche. Nous avons voulu vérifier que les nouvelles caractéristiques de l'exotisme mises en avant dans notre champ théorique se confirment dans les réponses des participants. Notre objectif était également d'explorer de manière concrète les connotations et les potentialités de sens de ce terme.

A. Travail préparatoire de l'enquête

a) Méthode de conception du questionnaire

Nous avons construit notre questionnaire par rapport à une liste d'informations à recueillir découlant directement des problématiques de la thèse. En effet à partir de ces orientations nous avons décliné les interrogations-clefs en réalisant une série de questions. Le questionnaire s'est donc appuyé sur la partie des champs théoriques et des choix conceptuels. Ce questionnaire s'est également nourri de constatations provenant des recherches documentaires effectuées dans cette thèse (films, documentaires, chansons, couvertures des guides de voyage) qui ont mis en lumière certaines représentations sociales précises ainsi que leurs mécanismes. De plus, ayant habité en Asie pendant un an et au Vietnam pendant six mois, le vécu de l'auteure de cette thèse a permis des observations préalables qui ont facilité la formulation de questions de recherche en fournissant des indications sur le champ d'expériences et les préoccupations de la population étudiée.

Le questionnaire se structure en trois parties en fonction de la nature des informations. La première partie du questionnaire comporte des informations relatives aux caractéristiques signalétiques des répondants c'est-à-dire leur profil social. Ils ont communiqué leur âge, leur genre, leur niveau d'étude, leur CSP. Ils se sont ensuite exprimés sur des faits en lien avec leur « carrière » de voyageur au Vietnam. L'animatrice leur a donc demandé le nombre de leurs séjours au Vietnam ainsi que la durée de ces derniers. Enfin, une série de questions porte sur leurs pensées, leurs ressentis et leurs représentations. Cette dernière phase visait à appréhender l'état mental des individus par rapport à cette notion d'exotisme. Cette partie est la plus longue du questionnaire. Ces questions sont plus complexes parce qu'elles font intervenir un concept. Le risque, et cela a effectivement été le cas, est que la perception et la compréhension de ce terme ne soient pas les mêmes pour l'ensemble des répondants.

Le choix a donc été fait de proposer de questions fermées à plusieurs items. La liste des modalités s'est effectuée à partir : des études théoriques, des recherches documentaires ainsi que de l'expérience de l'auteure. Cette liste de questions fermées incite les répondants à réfléchir sur la notion d'exotisme en laissant apparaître une diversité de points de vue. Cela

explique notamment la dernière question de l'enquête qui vise à vérifier si les répondants changent d'avis sur l'exotisme après avoir mené une réflexion dessus.

Lebart et Salem ont montré que les questions fermées permettent plus facilement aux participants d'afficher des opinions minoritaires et réprouvées socialement. En écrivant une proposition, elle est considérée par les participants comme davantage « permise »⁴²². Cela nous intéresse particulièrement pour l'exotisme qui est un terme connoté et ambigu. Ce terme a des effets d'attraction ou de répulsion qu'il faut prendre en compte. De cette manière, les participants peuvent dire qu'ils recherchent l'exotisme durant leur voyage tout en estimant que ce concept est « un jugement de valeur condescendant ». De plus d'après Hervé Fenneteau cette méthode produit des informations uniformisées, ce qui permet une analyse statistique qui quantifie des phénomènes⁴²³.

Néanmoins, cette méthode comporte d'après Fenneteau certains inconvénients. Pour l'auteur, elles sont réductrices, car elles ne rendent pas compte de toutes les nuances de pensée des participants et par conséquent elles peuvent engendrer des biais comme des effets de suggestion⁴²⁴. Pour atténuer ces effets, nous avons décidé de proposer des questions fermées mixtes à choix multiples. D'après le sociologue, ce format permet d'ouvrir partiellement le questionnaire pour que les répondants puissent communiquer les précisions qu'ils souhaitent (la dernière modalité « Autre : » apporter cette liberté)⁴²⁵. Cette méthode a par ailleurs donné plusieurs indications sur la façon dont les participants ont compris la question et donc la notion analysée. Pour François de Singly, les questions à choix multiples sont efficaces lors d'études où la charge des stéréotypes est importante. Elles permettent d'éviter d'éventuelles dissimulations. En effet, les réponses valorisantes sont davantage choisies par les participants, mais la possibilité de plusieurs choix révèle certaines de leurs opinions plus marginales ou dévalorisées⁴²⁶.

b) Détermination du mode de collecte

Cette enquête de terrain s'est organisée de deux façons différentes : via internet et par l'action consciente de création des hasards de rencontres dans la réalité. Un questionnaire en ligne a été élaboré afin de le diffuser largement et de permettre aux personnes de le compléter plus facilement. Il a été envoyé sur plusieurs types de plateformes, notamment sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter). Ces outils numériques sont composés de « groupes » et de « pages » spécialisés sur des sujets précis. Une page ou un groupe Facebook rassemble une communauté d'individus intéressée par une thématique. Pour pouvoir entrer en contact avec des personnes parties au Vietnam, il a fallu identifier des notions-clefs pertinentes et donc se concentrer sur les groupes et les pages contenant la zone géographique qui importe : *Vietnam* ; *Asie du Sud-Est* ; *Asie*. Mais aussi des termes encore plus particuliers : *Hanoi* ; *Saïgon* ; *Da Nang*.

⁴²² Ludovic Lebart et A. Salem, *Statistique textuelle*, Paris, Dunod, 1994, p. 26.

⁴²³ Hervé Fenneteau, *Enquête : entretien et questionnaire*, 3^e éd., Paris, Dunod, 2015, p. 76.

⁴²⁴ *Ibid.*, p. 75.

⁴²⁵ *Ibid.*, p. 79.

⁴²⁶ François de Singly, *L'Enquête et ses méthodes : le questionnaire*, Paris, Armand Colin, 2012.

L'étape suivante a été de déterminer le type de personnes recherchées. Nous avons donc tenté de préciser des profils par des pages et des groupes avec ces mots : *touristes ; voyageurs ; backpackers*. Enfin, cette étude s'intéressant aux Français au Vietnam, il a été indispensable de s'adapter à ce paramètre en sélectionnant des pages et des groupes qui concernent les Français. Évidemment, écrire en langue française aide. Nous avons donc aussi cherché les groupes et pages contenant : français, francophone, France... après un certain temps, il est apparu que pour atteindre plus de personnes, il fallait restreindre encore plus le champ de recherche. Ce qui semble logique si on considère que ces groupes rassemblent des personnes qui ont besoin d'informations sur un sujet ou de partages d'expériences précises en fonction de leurs spécificités et/ou vécus. Par exemple leurs conditions, genres, statuts, caractères, hobbies... comme les femmes, les solitaires, les retraités, les étudiants... Enfin, 1 fois une liste de ces divers aspects établie, le jeu a été de les combiner. Voici donc certains des groupes dans lequel l'enquête a été diffusée : *voyageurs autour du monde ; We are backpackeuses ; femme backpackeuses ; voyageurs solos ; globetrotteurs retraités ; Vietnam voyage, le coin des francophones au Vietnam ; les Français à Saïgon ; Vietnam backpacker ; les amoureux du Vietnam ; stage à l'étranger ; conseil voyage Vietnam ; voyage sac à dos ; l'esprit du voyageur en Asie du Sud-Est ; Vietnam insolite voyage ; Vietnam et humour ; voyage et photo ; voyager au féminin en sac à dos*.

Mais ce réseau social a ses limites. En effet, Facebook est une plateforme avec un énorme flux d'informations. Une publication va très vite se perdre dans la multitude d'autres publications. Le questionnaire a donc été visible seulement sur une durée très courte.

Un autre réseau social utilisé est Twitter. Twitter a un fonctionnement très distinct de Facebook. Il marche sur la viralité d'une information alors que Facebook est davantage une plateforme de divertissement et de « relations humaines » (par exemple sur Facebook on peut mettre un « j'aime » sur une publication). Le public est différent sur Twitter. Il attire des professionnels en veille, qui proposent des promotions ou un partage de renseignements, d'actualités, d'événements. Le questionnaire a eu peu d'impact sur cette plateforme. La diffusion auprès des professionnels du tourisme a été sans grand succès. La raison pourrait être que ce type de publication n'entre pas dans leur logique marketing.

Outre les réseaux sociaux, nous nous sommes également tournées vers les forums sur le Vietnam, comme le site : Cap Vietnam. Les forums sont des espaces publics virtuels destinés à l'échange de messages sur un thème donné. Ces espaces regroupent souvent des passionnés sur un sujet. Cette façon de faire a été plutôt satisfaisante. De plus, elle a permis des discussions intéressantes avec les différentes personnes qui composent ces communautés.

De manière générale, la diffusion d'un questionnaire sur internet nécessite un effort quotidien de publication. Il a fallu le rendre vivant en le remettant sans cesse en avant par les divers moyens qu'offrent ces outils. Néanmoins, la diffusion de questionnaires en ligne a ses limites. En effet les auteurs d'une étude allemande ont constaté que le taux de réponse aux questionnaires en ligne est inférieur de 11 % en moyenne par rapport aux résultats obtenus par

d'autres procédés⁴²⁷. Les raisons invoquées par l'étude sont : le nombre de personnes non familiarisées avec les nouvelles technologies, la méfiance par rapport à l'anonymat et la lassitude des individus face aux nombreuses sollicitations de questionnaires en ligne. Cela a justifié le fait que nous utilisions une formule mixte de collecte d'informations. Nous avons donc également distribué des questionnaires physiques. Pour que nos rencontres soient basées sur le hasard, pendant trois dimanches des enquêtes ont été réalisées sur le marché de Wazemmes à Lille par la distribution de questionnaire en version papier. Stratégiquement, il a été choisi d'interpeller un public aux alentours d'un traiteur itinérant vietnamien. Contrairement aux questionnaires en ligne auto-administrés, les questionnaires physiques ont été menés en face à face. En effet, il faut savoir que la file d'attente derrière ce traiteur vietnamien est longue. Cela a permis d'interroger les personnes pendant qu'ils attendaient. Le fait d'être en face à face a eu plusieurs avantages. Le contrôle exercé par l'animatrice était plus fort. Cela a permis notamment de détecter certaines émotions ou incompréhensions engendrées par certaines questions. Cette tactique a bien fonctionné, néanmoins elle a été très éprouvante. En moyenne, on note deux questionnaires remplis par heure.

c) Difficultés rencontrées

En tout, 241 questionnaires ont été retenus. Cette méthode pour traiter de l'exotisme a ses limites, même si elle a permis de démontrer la pertinence d'une recherche sur cette notion. En effet, l'enquête a révélé que beaucoup de personnes ont eu du mal à répondre et à comprendre les questions. Il semblerait que la disparité des définitions autour de l'exotisme soit énorme. Beaucoup de personnes ont montré des attitudes de défense face à la remise en question de l'exotisme. Une hypothèse est que certains répondants se sont sentis attaqués personnellement dans leur conception du voyage et leur perception de l'ailleurs. Durant les entretiens physiques, huit personnes ont exprimé l'idée que le fait d'étudier ce sujet tendait à critiquer l'action de voyager. Pour eux, il était évident que l'exotisme est positif parce que voyager est indiscutablement bénéfique. Il semblerait que certains aient associé le voyage à un trait de leur personnalité ou qu'ils aient idéalisé le voyage comme mode de vie.

Une autre difficulté a été de bien faire comprendre aux répondants que nous nous intéressions ici aux touristes ayant séjourné au Vietnam, pas aux personnes vivant sur place, à savoir les expatriés. Beaucoup de personnes qui souhaitaient répondre appartenaient à cette catégorie.

Notons aussi une contrariété inattendue : le sexisme ordinaire. Lors de la diffusion du questionnaire, l'animatrice a eu à subir des commentaires et des remarques misogynes de la part de certains répondants. Ces comportements avaient deux formes principales : des allusions renvoyant directement au genre et des tentatives infantilisantes d'hommes (sans

⁴²⁷ Jessica Daikeler, Michael Bosnjak et Katja Manfreda, *Web surveys versus other survey modes – A meta-analysis comparing response rates*, s.l., 2016, p. 13.

aucune formation en sciences humaines), expliquant à quoi devrait ressembler un travail de sociologie (sans arguments réellement productifs ou de conseils de lecture).

Enfin, le traitement des données ne s'est pas fait par logiciel, mais à la main. Le fait de travailler sans programme a rendu cette tâche longue et minutieuse. Cette stratégie résulte d'un choix. La thèse est finalement l'occasion pour le chercheur de consacrer plusieurs années à un sujet. Elle offre donc l'opportunité de prendre le temps de comprendre la méthode de recherche en profondeur. Cet exercice a permis de tester au moins 1 fois cette technique d'analyse du travail empirique. De plus, cela a facilité la maîtrise du sujet en saisissant au fur et à mesure les tendances qui se dégageaient. Enfin, cela a accordé la possibilité de réfléchir à des stratégies de traitement de données. Entre autres : les catégories choisies, l'effectif minimum admis, l'explication des données, etc.

d) Synthèse du traitement des résultats de l'enquête

Caractéristiques de signalétiques : 241 réponses	Âge	239
	Genre	235
	Activité professionnelle	230

Catégories socio-professionnelles :	
Étudiants	69 (30%)
Employés	55 (24%)
Cadres	46 (20%)
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	16 (7%)
Professions intermédiaires	16 (7%)
Retraités	14 (6%)
Personnes sans activité professionnelle	12 (5%)
Ouvriers	2 (1%)

Âge :	
18-25 ans	104 (44%)
26-30 ans	47 (20%)
31-51 ans	47 (20%)
51-82 ans	41 (17%)

Genre :	
Femme	136 (58%)
Homme	94 (40%)
Autre	5 (2%)

Nombre de séjours au Vietnam 241 réponses		Durée totale des séjours 241 réponses	
1	125 (52 %)	1. Moins de 24h	0 (0%)
+5	46 (19 %)	2. Moins d'une semaine	7 (3%)
2	37 (15 %)	3. Moins d'un mois	77 (32%)
3	15 (6 %)	4. Moins de trois mois	51 (21%)
4	9 (4 %)	5. Moins de six mois	34 (14%)
5	9 (4 %)	6. Moins d'un an	41 (17%)
		7. Plus d'un an	31 (13%)

Recherche de l'exotisme pendant les voyages

241 réponses

Oui	186 (77%)
Non	55 (23%)

Définitions de l'exotisme perçues comme les plus justes
241 réponses

3. La rencontre avec l'altérité et le différent de soi	174 (72 %)
2. Une expérience immersive	151 (63 %)
7. Une émotion de l'ordre de la rêverie	105 (44 %)
5. Une esthétique de l'agréable et du plaisir	86 (36 %)
1. Un sentiment de nostalgie	40 (17 %)
8. Le produit d'un rapport de force en faveur de certains pays	22 (9%)
4. Une conséquence du colonialisme	22 (9 %)
6. Un jugement de valeur condescendant	6 (3 %)

Autre : un changement dans notre vie quotidienne, la différence, une aventure.

Éléments considérés comme exotiques

241 réponses

1. La cuisine	194 (81 %)
7. Les paysages	168 (70 %)
9. Les habitudes de la population locale	121 (50 %)
3. Les marchés	80 (33 %)
11. La population locale	72 (30 %)
2. Les temples	60 (25 %)
5. La météo	49 (20 %)
4. La circulation	49 (20 %)
8. L'architecture des villes	52 (22%)
6. L'artisanat local	36 (15 %)
10. Les échanges avec la population locale	24 (10 %)

Autre : le langage, les minorités ethniques, les modes de vie spirituels, la religion, «j'ai un peu de mal avec ce terme», l'ambiance, la diversité, les femmes, les animaux, les enfants, «je ne sais pas définir l'exotisme», la différence.

Impacts de l'EXOTISME sur les relations interculturelles :

241 réponses

1. Remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition	143 (59 %)
2. Créer une mise en scène de la culture locale	138 (57 %)
3. Simplifier la compréhension d'une culture	93 (39 %)
5. Garantir l'authenticité d'une destination	79 (33 %)
4. Véhiculer des stéréotypes, des clichés, des rumeurs	24 (10 %)

Autre : une découverte, tend à effacer les cultures locales, il remet en question un positionnement de privilège, l'envie d'aller découvrir l'autre, il fait voyager les foules, remet en question le niveau de vie des occidentaux, permet de relativiser, donne une comparaison entre soi et l'autre

De manière générale l'exotisme :

241 réponses

Simplifie les relations interculturelles	136 (56 %)
Complexifie les relations interculturelles	82 (34 %)
Ne sais pas	16 (7 %)
/	7 (3%)

Changement d'avis du répondant sur la notion d'exotisme :

241 réponses

Non	204 (85 %)
Oui	31 (13 %)
/	6 (3 %)

e) Résultats par catégories différenciées

CATÉGORIE D'ÂGE	NB DE SÉJOURS	DURÉE SÉJOURS	EXOTISME	CHGMT *	REL. INTERC.	ÉLÉMENTS EXOTIQUES	DÉFINITION	IMPACTS
18-25 : 104 (44%)	1-71 (68%) 2-21 (20%) 3-3 (3%) 4-2 (2%) 5-2 (2%) +5-5 (5%)	1-0 (0%) 2-3 (3%) 3-52 (50%) 4-17 (16%) 5-17 (16%) 6-6 (6%) 7-9 (9%)	OUI-76 (73%) NON-28 (27%)	NON-81 (78%) OUI-19 (18%) /-4 (4%)	SIMP.-52 (50%) COMP.-44 (42%) NSP-8 (8%)	1-85 (82%) 2-34 (33%) 3-33 (32%) 4-24 (23%) 5-28 (27%) 6-8 (8%) 7-71 (68%) 8-10 (10%) 9-52 (50%) 10-3 (7%) 11-29 (28%)	1-16 (15%) 2-68 (65%) 3-70 (67%) 4-13 (12%) 5-40 (38%) 6-2 (2%) 7-40 (38%) 8-7 (7%)	1-59 (57%) 2-62 (60%) 3-39 (37%) 4-10 (10%) 5-24 (23%) 6-3 (3%) 7-7 (7%)
26-30 ans : 47 (20%)	1-24 (52%) 2-7 (15%) 3-5 (11%) 4-3 (7%) 5-2 (4%) +5-5 (11%)	1-0 (0%) 2-2 (4%) 3-11 (23%) 4-18 (38%) 5-7 (15%) 6-8 (17%) 7-1 (2%)	OUI-38 (81%) NON-9 (19%)	NON-44 (93%) OUI-3 (7%)	SIMP.-26 (56%) COMP.-14 (30%) NSP-4 (8%) /-3 (6%)	1-40 (85%) 2-9 (19%) 3-17 (37%) 4-10 (22%) 5-9 (19%) 6-12 (26%) 7-37 (78%) 8-21 (44%) 9-28 (59%) 10-3 (7%) 11-10 (22%)	1-3 (15%) 2-9 (65%) 3-17 (67%) 4-10 (12%) 5-9 (38%) 6-10 (2%) 7-37 (78%) 8-5 (11%)	1-30 (63%) 2-26 (56%) 3-17 (37%) 4-7 (15%) 5-17 (37%) 6-3 (7%) 7-1 (2%)
31-51 ans : 47 (20%)	1-26 (56%) 2-3 (7%) 3-3 (7%) 4-0 (0%) 5-2 (4%) +5-21 (44%)	1-0 (0%) 2-2 (4%) 3-9 (19%) 4-4 (9%) 5-6 (13%) 6-15 (32%) 7-11 (23%)	OUI-42 (89%) NON-5 (11%)	NON-42 (89%) OUI-5 (11%)	SIMP.-30 (63%) COMP.-14 (30%) NSP-0 (0%) /-2 (4%)	1-37 (78%) 2-7 (15%) 3-12 (26%) 4-3 (7%) 5-17 (37%) 6-3 (7%) 7-37 (78%) 8-14 (30%) 9-16 (33%) 10-5 (11%) 11-12 (26%)	1-10 (22%) 2-37 (78%) 3-21 (44%) 4-3 (7%) 5-19 (41%) 6-0 (0%) 7-30 (63%) 8-3 (7%)	1-14 (30%) 2-21 (44%) 3-22 (46%) 4-1 (3%) 5-17 (37%) 6-0 (0%) 7-3 (7%)
51-82 ans : 41 (17%)	1-7 (18%) 2-6 (14%) 3-4 (9%) 4-0 (0%) 5-2 (5%) +5-22 (54%)	1-0 (0%) 2-0 (0%) 3-5 (12%) 4-12 (29%) 5-3 (7%) 6-11 (27%) 7-10 (24%)	OUI-28 (68%) NON-13 (32%)	NON-37 (100%) OUI-0 (0%)	SIMP.-30 (73%) COMP.-7 (18%) NSP-3 (6%) /-1 (3%)	1-32 (77%) 2-9 (23%) 3-17 (17%) 4-11 (27%) 5-2 (5%) 6-13 (32%) 7-23 (55%) 8-7 (18%) 9-25 (60%) 10-11 (27%) 11-9 (23%)	1-11 (27%) 2-24 (59%) 3-37 (90%) 4-4 (9%) 5-11 (27%) 6-2 (5%) 7-11 (27%) 8-6 (14%)	1-30 (73%) 2-23 (55%) 3-15 (36%) 4-6 (14%) 5-19 (46%) 6-0 (0%) 7-0 (0%)

CATÉGORIE DE CSP	NB DE SÉJOURS	DURÉE SÉJOURS	EXOTISME	CHGMT *	REL. INTERC.	ÉLÉMENTS EXOTIQUES	DÉFINITION	IMPACTS
Etudiants : 69 (30%)	1-48 (70%) 2-14 (20%) 3-2 (3%) 4-3 (4%) 5-1 (1%) +5-3 (5%)	1-0 (0%) 2-1 (2%) 3-20 (29%) 4- 18 (26%) 5-12 (17%) 6-15 (22%) 7-3 (4%)	OUI-48 (70%) NON-21 (30%)	NON-55 (80%) OUI-12 (18%) /-2 (2%)	SIMP.-33 (48%) COMP.-28 (40%) NSP-7 (10%) /-2 (2%)	1-55 (80%) 2-23 (33%) 3-24 (35%) 4-21 (30%) 5-12 (18%) 6-9 (13%) 7-48 (70%) 8-6 (8%) 9-31 (45%) 10-6 (8%) 11-21 (30%)	1-10 (15%) 2-44 (63%) 3-24 (70%) 4-9 (13%) 5-14 (20%) 6-6 (8%) 7-28 (40%) 8-9 (13%)	1-41 (60%) 2-37 (53%) 3-26 (38%) 4-7 (10%) 5-16 (23%) 6-4 (5%) 7-4 (5%)
Employés : 55 (24%)	1-30 (56%) 2-7 (13%) 3-3 (6%) 4-2 (3%) 5-3 (6%) +5-9 (16%)	1-0 (0%) 2-0 (0%) 3-21 (38%) 4-19 (35%) 5-6 (11%) 6-7 (13%) 7-2 (4%)	OUI-48 (87%) NON-7 (13%)	NON-43 (78%) OUI-12 (22%)	SIMP.-36 (66%) COMP.-15 (28%) NSP-4 (8%) /-2 (3%)	1-45 (81%) 2-18 (32%) 3-36 (66%) 4-5 (9%) 5-15 (28%) 6-7 (13%) 7-41 (75%) 8-15 (28%) 9-31 (56%) 10-3 (6%) 11-12 (22%)	1-2 (3%) 2-45 (81%) 3-36 (66%) 4-5 (9%) 5-24 (44%) 6-0 (0%) 7-23 (41%) 8-5 (9%)	1-38 (69%) 2-33 (59%) 3-23 (41%) 4-89 (16%) 5-19 (34%) 6-0 (0%) 7-2 (3%)
Cadres : 46 (20%)	1-17 (36%) 2-12 (26%) 3-3 (7%) 4-0 (0%) 5-2 (4%) +5-12 (26%)	1-0 (0%) 2-3 (7%) 3-18 (39%) 4-3 (7%) 5-4 (9%) 6-10 (22%) 7-8 (17%)	OUI-36 (78%) NON-10 (22%)	NON-44 (96%) OUI-2 (4%)	SIMP.-27 (59%) COMP.-15 (33%) NSP-2 (4%) /-2 (4%)	1-43 (93%) 2-10 (22%) 3-5 (11%) 4-5 (11%) 5-9 (19%) 6-7 (15%) 7-38 (82%) 8-19 (41%) 9-24 (52%) 10-2 (4%) 11-27 (59%)	1-10 (22%) 2-27 (59%) 3-38 (82%) 4-0 (0%) 5-19 (41%) 6-0 (0%) 7-20 (44%) 8-3 (7%)	1-17 (37%) 2-34 (74%) 3-5 (11%) 4-5 (11%) 5-17 (37%) 6-0 (0%) 7-2 (4%)
A,C,CE : 16 (7%)	1-4 (22%) 2-4 (22%) 3-2 (11%) 4-0 (0%) 5-0 (0%) +5-7 (44%)	1-0 (0%) 2-1 (6%) 3-6 (38%) 4-2 (13%) 5-1 (6%) 6-2 (13%) 7-4 (25%)	OUI-13 (78%) NON-4 (22%)	NON-16 (100%) OUI-0 (0%)	SIMP.-11 (67%) COMP.-4 (22%) /-2 (11%)	1-14 (89%) 2-2 (11%) 3-7 (44%) 4-0 (0%) 5-5 (33%) 6-5 (33%) 7-13 (78%) 8-2 (11%) 9-4 (22%) 10-0 (0%) 11-11 (66%)	1-2 (22%) 2-13 (59%) 3-14 (82%) 4-0 (0%) 5-2 (41%) 6-0 (0%) 7-7 (44%) 8-0 (0%)	1-13 (78%) 2-11 (67%) 3-5 (33%) 4-2 (11%) 5-9 (56%) 6-0 (0%) 7-0 (0%)

Nous n'avons pas fait apparaître les résultats pour les catégories *Ouvriers* et *Sans Activité professionnelle*, parce que nous n'avons pas trouvé assez d'individus pour exploiter les données les concernant. Respectivement, 2 et 12 personnes appartiennent à ces catégories.

CATÉGORIE DE GENRE	NB DE SÉJOURS	DURÉE SÉJOURS	EXOTISME	CHGMT *	REL. INTERC.	ÉLÉMENTS EXOTIQUES	DÉFINITION	IMPACTS
Femme : 136 (58%)	1-91 (67%) 2-20 (15%) 3-5 (4%) 4-5 (4%) 5-7 (5%) +5-10 (7%)	1-0 (0%) 2-3 (2%) 3-53 (39%) 4-34 (25%) 5- 20 (15%) 6- 18 (13%) 7-8 (6%)	OUI-107 (78%) NON-30 (22%)	NON-109 (80%) OUI-26 (19%) /-4 (3%)	SIMP.-69 (51%) COMP.-52 (38%) NSP-8 (6%) /-7 (5%)	1-117 (86%) 2-33 (24%) 3-49 (36%) 4-23 (17%) 5-30 (22%) 6-15 (11%) 7-106 (78%) 8-29 (21%) 9-11 (48%) 10-10 (7%) 11-33 (24%)	1-20 (15%) 2-79 (58%) 3-95 (70%) 4-10 (7%) 5-41 (30%) 6- 4 (3%) 7-56 (41%) 8-12 (9%)	1-87 (64%) 2-83 (61%) 3-45 (33%) 4-12 (9%) 5-37 (27%) 6-15 (11%) 7-4 (3%)
Homme : 94 (40%)	1-34 (37%) 2-14 (15%) 3-8 (9%) 4-4 (4%) 5-2 (2%) +5-32 (35%)	1-0 (0%) 2-3 (3%) 3-21 (22%) 4- 17 (18%) 5-14 (15%) 6-18 (19%) 7- 21 (22%)	OUI-73 (78%) NON-21 (22%)	NON-90 (96%) OUI-2 (2%) /-2 (2%)	SIMP.-56 (60%) COMP.-30 (32%) NSP-8 (9%)	1-71 (75%) 2-24 (26%) 3-26 (28%) 4-26 (28%) 5-9 (9%) 6-18 (19%) 7-59 (63%) 8-21 (22%) 9-51 (54%) 10-10 (11%) 11-39 (41%)	1-14 (15%) 2-70 (74%) 3-73 (78%) 4-9 (9%) 5-28 (30%) 6- 2 (2%) 7-45 (48%) 8-10 (11%)	1-51 (54%) 2-53 (56%) 3-37 (39%) 4-12 (13%) 5-33 (35%) 6-2 (2%) 7-4 (4%)

Nous n'avons pas fait apparaître les résultats pour la catégorie *Autre* (des personnes qui ne s'identifient pas dans la binarité de genre homme ou femme) parce que nous n'avons pas trouvé assez d'individus pour exploiter les données les concernant. 5 personnes appartiennent à cette catégorie.

B. Compréhension critique et hypothèses à expérimenter

De manière générale, ce questionnaire a établi quelques trajectoires d'expérimentations qui nous ont permis une articulation entre le travail empirique et la réflexion théorique.

La tranche d'âge la plus représentée dans cette enquête se situe entre 18 et 25 ans (44 %), les femmes incarnent 58 % des individus interrogés et l'on note qu'étudiants et employés (respectivement 30 % et 24 %) sont les catégories socioprofessionnelles les plus présentes. En ce qui concerne les séjours, on observe que la majorité des participants à l'enquête est partie seulement 1 fois au Vietnam (52 %). Néanmoins, les personnes qui sont allées plus de 5 fois dans ce pays représentent tout de même 19 % de l'effectif. 32 % des individus ont séjourné en tout entre une semaine et un mois au Vietnam. 17 % des répondants ont séjourné au Vietnam entre six mois et 1 an.

77 % des interrogés ont déclaré rechercher l'exotisme lors de leurs voyages. Au Vietnam, les trois éléments considérés comme les plus exotiques sont : *la cuisine* (pour 81 %

des répondants), *les paysages* (70 %), *les habitudes de la population locale* (50 %). On constate que pour 30 % des individus *la population locale* est perçue comme exotique. Dans les définitions qui étaient présentées dans le questionnaire, 72 % des personnes ont choisi que pour elle, *l'exotisme est la rencontre avec l'altérité et le différent de soi*, 63 % ont répondu que l'exotisme était *une expérience immersive* et 44 % ont sélectionné l'affirmation : *une émotion de l'ordre de la rêverie*. En ce qui concerne les impacts de l'exotisme sur les relations interculturelles, deux propositions ont été choisies à plus de 50 % (59 % pour la première et 57 % pour la deuxième) : *remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition* et *créer une mise en scène de la culture locale*. On constate également que la majorité des personnes ayant répondu au questionnaire pensent que l'exotisme simplifie les relations interculturelles (56 %). Enfin, 85 % des individus interrogés n'ont pas changé d'avis après avoir complété l'enquête. Cependant, on peut affirmer que le fait que 13 % des répondants aient changé d'opinion est tout de même significatif.

Regardons maintenant le détail de l'enquête en observant les nuances d'après trois différentes classifications : le genre, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle.

Notons que les catégories en dessous de 15 effectifs n'ont pas ou ont été partiellement traitées.

a) Des catégories spécifiques voyageant plus longtemps et fréquemment au Vietnam

On remarque que les personnes les plus jeunes sont parties moins de fois que les individus les plus âgés de l'enquête. Seulement 5 % des 18-25 ans sont partis plus de 5 fois au Vietnam, alors que 68 % d'entre eux sont partis seulement une fois. Au contraire, les 51-82 ans sont 54 % à être partis plus de 5 fois.

Au niveau du genre, les femmes qui ont répondu à l'enquête sont 67 % à avoir voyagé 1 fois au Vietnam, seulement 7 % ont voyagé plus de 5 fois. Les hommes sont pour leur part 37 % à avoir voyagé plus de 5 fois. Les hommes ont donc voyagé plus fréquemment que les femmes au Vietnam.

Lorsqu'on regarde l'activité professionnelle des interrogés, il semble que ce sont les Artisans, commerçants et chefs d'entreprise (A, C, CE) (44 % plus de cinq fois) ainsi que les retraités qui sont souvent retournés au Vietnam (50 % plus de cinq fois). Les répondants issus des catégories étudiants (70 %) et professions intermédiaires (63 %) ont pour la majorité, séjourné seulement 1 fois au Vietnam.

En ce qui concerne la durée totale des séjours au Vietnam, on observe que plus les personnes sont âgées plus cette durée est longue. En effet alors que 50 % des 18-25 ans sont restés au Vietnam moins d'un mois, 24 % des 51-82 ans sont restés dans ce pays plus d'un an.

Pour les CSP, on remarque que les cadres représentent l'échantillon le plus important à être parti moins d'une semaine au Vietnam (7 %). On peut émettre l'hypothèse que ces courtes périodes de mobilité sont liées à leur profession.

Enfin, la plus grosse différence est à observer selon le genre. Alors que les hommes sont 22 % à avoir voyagé plus d'un an au Vietnam, les femmes ne sont que 6 %. De plus, alors que 56 % des hommes ont voyagé plus de six mois au Vietnam, ce chiffre ne s'élève qu'à 34 % pour les femmes. On observe donc que leurs durées de séjour au Vietnam sont beaucoup moins importantes que les hommes.

b) Les populations des deux extrêmes recherchent le moins l'exotisme.

Les plus âgés de l'enquête sont ceux qui recherchent le moins l'exotisme, seulement 68 % des 51-82 ans (pour rappel, ce chiffre s'élève à 77 % si on considère l'ensemble des répondants). Ce ne sont pas les plus jeunes qui souhaitent le plus l'exotisme. En effet, les 18-25 ans sont 73 % à vouloir de l'exotisme. Chez les étudiants (cette population peut être considérée comme jeune), ce nombre baisse pour atteindre les 70 %. Ce sont les 31-50 ans qui recherchent le plus l'exotisme avec un score de 89 %.

Entre hommes et femmes, il n'y a pas de différence pour cette question.

Les retraités sont la catégorie socioprofessionnelle qui poursuit le moins l'exotisme (50 %). Ce sont les professions intermédiaires (89 %) et les employés (87 %) qui recherchent le plus l'exotisme.

c) Une différenciation de l'exotisme en fonction du CSP

De manière générale, c'est *la nourriture* et *les paysages* qui ont été considérés comme étant les éléments les plus exotiques, toutes catégories confondues. On remarque tout de même qu'avec l'âge *la nourriture* est de moins en moins perçue comme exotique (les chiffres baissent : 82 % pour les 18-25 ans, 85 % pour les 26-30 ans, 78 % pour les 31-50 ans et 77 % pour les 51-82 ans).

86 % des femmes ont choisi *la nourriture* comme étant un élément exotique, alors que pour les hommes la part est de 75 %. Pour *les paysages*, 78 % des femmes ont sélectionné cette option, pour les hommes ce chiffre atteint seulement les 63 %. En revanche, les hommes ont davantage choisi les *habitudes de la population locale*. En effet, les hommes sont 54 % à avoir choisi cette possibilité, les femmes sont 48 %. Les hommes sont aussi plus nombreux à penser que *la population locale* est un élément exotique (41 % pour les hommes et 24 % pour les femmes).

Lorsqu'on observe les différentes catégories socioprofessionnelles, quelques nuances apparaissent. Les cadres sont 93 % à avoir choisi *la nourriture* comme élément exotique. Ce chiffre est également important chez les A, C, CE qui sont 89 % à affirmer la même chose. Au contraire, les personnes issues des professions intermédiaires ayant répondu au questionnaire

considèrent seulement à 56 % *la nourriture* comme étant exotique. Globalement, les résultats de cette catégorie sont assez nuancés (56 % ont nommé *les paysages*, 56 % *les temples*, 56 % *les habitudes de la population locale*, et 67 % *la météo*). On peut s'interroger sur le fait que cette catégorie regroupe seulement 16 individus. Peut-être ce nombre ne permet-il pas de mettre en relief certaines tendances.

Par ailleurs, on observe que les différentes catégories socioprofessionnelles ont certaines inclinations. Les employés ont par exemple été plus que les autres (66 %) à choisir *les marchés*. Les étudiants sont 45 % à penser que *les habitudes de la population locale* sont exotiques. Les cadres et les A, C, CE confirment encore leurs similitudes, ils sont respectivement 59 % et 66 % à avoir sélectionné *la population locale* comme élément exotique. On constate aussi certaines données basses dans certaines catégories socioprofessionnelles. Comme l'élément : *architecture de la ville* qui atteint 8 % chez les étudiants, alors que chez les employés ce chiffre est 28 % et chez les cadres il va même jusqu'à 41 %. Les cadres estiment pour 11 % d'entre eux que *les marchés* sont exotiques, tandis que chez les A, C, CE, ce nombre est à 44 % et, nous l'avons vu, chez les employés il arrive à 66 %.

d) Rencontre, expérience, émotions : une stimulation positive ou neutre de l'exotisme

On observe plusieurs variations significatives dans les définitions choisies de l'exotisme par rapport aux différentes catégories choisies. De manière générale, les propositions qui ont été les plus retenues sont : *la rencontre avec l'altérité et le différent de soi, une expérience immersive, une émotion de l'ordre de la rêverie*.

La définition qui a été la plus choisie (67 %) chez les 18-25 ans est *la rencontre avec l'altérité*. On s'aperçoit que seulement 38 % des personnes de cette catégorie pensent que l'exotisme peut être considéré comme : *une émotion de l'ordre de la rêverie*. Au contraire, cette définition a beaucoup plus de succès chez les 26-30 qui sont 78 % à avoir opté pour elle. Cette catégorie a également choisi massivement la définition : *la rencontre avec l'altérité et le différent de soi* (93 %). Les 31-50 ont été majoritaires (78 %) à dire que la meilleure définition de l'exotisme était *une expérience immersive*. Dans cette tranche l'option *une émotion de l'ordre de la rêverie*, a tout de même séduit (63 %). On note que l'affirmation *la rencontre avec l'altérité et le différent de soi* a reçu un faible score (26 %). Dans la catégorie 51-82 ans, on constate que 90 % des répondants voient l'exotisme comme *la rencontre avec l'altérité et le différent de soi*. Cette tranche d'âge a un faible score (27 %) pour *une émotion de l'ordre de la rêverie*. On observe cependant une plus grande tendance (14 %), et c'est aussi le cas pour les étudiants (13 %), à affirmer que l'exotisme est *le produit d'un rapport de force en faveur de certains pays*.

À l'échelle du genre, les femmes (70 %) et les hommes (78 %) ont majoritairement choisi : *la rencontre avec l'altérité et le différent de soi*. On constate néanmoins une variation chez les hommes qui ont un résultat fort (74 % alors que les femmes 58 %) pour la définition : *une expérience immersive*.

On observe que les définitions les plus retenues d'une catégorie socioprofessionnelle à l'autre ne sont pas les mêmes. La proposition qui vient en tête chez les étudiants (70 %), les cadres (82 %), les A, C, CE (82 %) est *la rencontre avec l'altérité*. Les employés (81 %) et les professions intermédiaires (67 %) ont d'abord choisi *une expérience immersive* (chez les professions intermédiaires, cette définition est *ex æquo* avec *une esthétique de l'agréable, du plaisir*).

63 % de l'ensemble des personnes interrogées ont répondu que l'exotisme était *une expérience immersive*. Cette affirmation pose la question de ce qu'est une expérience immersive. Après quelques recherches, plusieurs choses se dégagent de cette expression. Elle est relative à l'action d'immerger ou de s'immerger. Ce qui sous-entend la volonté d'un sentiment de présence, d'être « là ». L'intensité et un ressenti sensoriel fort, semblent être importants. L'immersion paraît être une occupation active, et non contemplative comme la *rêverie*. L'immersion modifie la distance à l'objet, la proximité est forte. Pourtant la distance permet l'objectivation. L'immersion peut également être vue comme une manière de comprendre l'Autre en se projetant *dans* l'Autre. L'apprentissage se fait au travers de la dimension émotionnelle. D'après nos recherches, l'expression « expérience immersive » apparaît beaucoup dans le domaine de la réalité virtuelle. L'immersion semble s'épanouir dans l'illusion. Il serait intéressant, dans la suite de cette étude, de vérifier à quel point ces deux termes sont liés par l'exotisme dans le domaine du tourisme. Une réalité virtuelle est une création. Il serait aussi important d'approfondir nos recherches sur les créateurs de ces illusions. Dans le Chapitre I, nous avons parlé de Pierre Loti, le célèbre « collectionneur d'impressions ». Dans ses romans, l'immersion sert sa subjectivité. Ses aventures sont fictives, elles le mettent en avant. Nous avons constaté qu'exotisme et égocentrisme sont liés. Dans la suite de cette étude, il semblerait pertinent d'approfondir la relation entre immersion et égocentrisme.

72 % des personnes ont choisi la définition : *l'exotisme est la rencontre avec l'altérité et le différent de soi*. Les individus qui ont complété le questionnaire ne paraissent pas penser que l'exotisme qualifie des destinations précises. Dans l'enquête qualitative, nous nous efforcerons de creuser cette affirmation et de vérifier sa cohérence par des exemples concrets. Pour les individus qui tiennent ce discours, serait-il par exemple envisageable de considérer des pays comme la Russie ou le Groenland comme exotiques ?

e) Conserver une forme de culture même au prix de la mise en scène

Nous avons vu que les deux impacts de l'exotisme qui ont globalement été les plus choisis sont les suivants : *remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition* et *créer une mise en scène de la culture locale*. On retrouve ces préférences dans les catégories suivantes : 18-25 ans (57 % et 60 %), 26-30 ans (68 % et 56 %), 51-82 ans (78 % et 55 %), les femmes (64 % et 61 %), les hommes (60 % et 56 %), les étudiants (60 % et 53 %), les employés (69 % et 59 %), les professions intermédiaires (78 % et 66 %). Les 31-50 ans et les A, C, CE ont d'abord sélectionné la deuxième affirmation, mais beaucoup moins la première,

favorisant l'expression *Simplifier la compréhension d'une culture*. Les cadres, eux, ont été 74 % à choisir la deuxième proposition, alors que la première (*Remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition*) n'a obtenu que 37 %. Dans cette catégorie, la possibilité *Simplifie les relations interculturelles* a également un score très bas (11 %).

À première vue, les deux propositions majoritairement choisies par les participants paraissent antinomiques. « *Remettre en lumière* » est une formulation simple pour exprimer l'action de montrer et d'expliquer. L'idée derrière cet item du questionnaire est finalement de dire que l'exotisme perpétue une culture en l'affichant à des perceptions extérieures. L'objectif de la culture se transforme de son sens anthropologique et sociologique communément admis. En effet, la culture ne sert plus dans ce cas de liant collectif à une population d'individus. La mise spectacle de la culture permet de la faire perdurer. Cela expliquerait les raisons pour lesquelles les individus ont également choisi la proposition : *créer une mise en scène de la culture locale*. Pour Goffman la vie sociale est un théâtre⁴²⁸. Ce sociologue a étudié les formes et les contextes des interactions, plutôt que leur contenu. Pour Goffman, les interactions ne sont pas à voir de manière individualiste et intersubjective, elles sont à observer à travers un regard holiste. Sa définition de la culture diffère de celle que nous avons admise. Selon lui, la culture se fonde par un système d'interactions. La création culturelle se déplace. Au lieu de se développer par les interactions des personnes appartenant au même groupe culturel, elle se construit par l'interaction entre le voyageur [extérieur à la culture] et l'exotisé qu'il perçoit.

f) L'exotisme simplifie les relations interculturelles

Plus les personnes sont âgées, plus les individus interrogés ont l'air de penser que l'exotisme simplifie les relations interculturelles. En effet, les 12-25 ans sont 50 % à dire que l'exotisme simplifie les rapports interculturels, les 26-30 ans sont 56 %, les 31-50 ans sont 63 % et les 51-82 ans sont 73 %.

Les hommes sont 60 % à croire que l'exotisme facilite les relations interculturelles, tandis que les femmes sont 51 %.

Au niveau des catégories socioprofessionnelles, les employés (66 %) et les A, C, CE (67 %) sont ceux qui affirment le plus le fait que l'exotisme simplifie les relations interculturelles. Les étudiants, quant à eux, sont ceux qui estiment le plus que l'exotisme complexifie les relations interculturelles (40 %).

⁴²⁸ E. Gardella, « Goffman fait de notre vie quotidienne un théâtre », art cit.

g) Peu de changement d'opinions sur l'exotisme, surtout chez ceux qui voyagent le plus

Les 18-25 ans (18 %), les femmes (19 %), les étudiants (18 %) et les employés (22 %) ont été les plus nombreux à changer d'avis.

Les 26-30 ans (93 %), les 51-82 ans (100 %), les hommes (96 %), les cadres (96 %), les A, C, CE (100 %) et les retraités (100 %) sont ceux qui ont le moins changé d'avis.

Il est intéressant de constater que les personnes qui ont le moins changé d'avis sur l'exotisme au cours du questionnaire sont celles qui ont le plus voyagé. En effet, notre étude a montré que les hommes, les plus âgés et les A, C, CE sont ceux qui voyagent fréquemment et le plus longtemps.

Notons néanmoins que 13 % ont changé d'opinion. Ce pourcentage n'est pas négligeable. Ceci met en évidence le fait que ce terme reste flou, abstrait et mal défini dans l'imaginaire collectif. On peut même avancer qu'il existe une tendance à s'en méfier.

Chapitre XV. Méthode qualitative par entretien : les prénotions des touristes à l'épreuve de leurs expérimentations

La sociologue Françoise Régnier a réalisé une enquête sur la gastronomie exotique. Elle a pour cela étudié plus de 9700 recettes présentes dans des magazines féminins français et allemands. Elle constate que le terme « exotisme » est rattaché à des territoires précis. Entre la France et l'Allemagne, les pays associés à l'exotisme sont différents. Pour l'autrice, cela s'explique par une histoire singulière des deux pays en tant que puissance coloniale. D'après elle, l'expansion coloniale : « *aurait amorcé la vogue de l'exotisme et son importante diffusion* »⁴²⁹. Selon la sociologue, l'adjectif « exotique » est quasiment 2 fois plus utilisé dans les magazines allemands que français. Son étude montre que les Allemands ont un intérêt beaucoup plus marqué que les Français pour les recettes de cuisines de pays étrangers venant de territoires voisins européens (Europe Sud, USA, Scandinavie, Europe occidentale) ou de régions assez proches culturellement (USA). La France accorderait plus d'importance à la gastronomie des pays lointains et surtout celles des îles⁴³⁰.

Comme Régnier, nous avons analysé quels territoires une population spécifique associe à l'exotisme. Nous avons pris connaissance de la situation ambiante. C'est-à-dire que nous avons fait un premier travail d'observation générale de l'exotisme tout en notant certaines tendances à partir des problématiques de l'étude. Nous avons aussi vite compris que cette méthode avait besoin de données complémentaires. L'exotisme étant une notion encore floue avec des définitions, interprétations et utilisations diverses selon les personnes. La recherche,

⁴²⁹ Faustine Régnier, « Histoire de l'exotisme culinaire » dans *L'exotisme culinaire*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, 2004, p. 10.

⁴³⁰ *Ibid.*, p. 19.

à ce stade, était incomplète. Ce travail qualitatif a donc permis d'étudier le concept en analysant des points de vue singuliers. Les orientations relevées durant la phase quantitative ont permis de collecter des informations détaillées portant sur des phénomènes précis dans la phase qualitative. Certaines similarités ont été mises en lumière alors que la personnalité et le profil des personnes interrogées sont radicalement différents.

A. Caractéristiques de l'échantillon

Le premier enjeu de la recherche, au regard des personnes à interroger, fut de trouver des profils différents (âge, profession, genre, milieu social, lieu d'habitation, perspectives...). Globalement, cet objectif a été atteint. Les voyageurs ont de 21 ans à 65 ans. Pour les entretiens individuels, il y a 15 femmes et 7 hommes et dans les entretiens de groupe il y a 1 fois, 3 femmes et 1 fois, 2 femmes. Les professions sont aussi très diverses : restauratrice, étudiante en biologie, fonctionnaire, agent de recouvrement, zoologiste, sans-emploi, assistante sociale, éducatrice spécialisée, professeure d'anglais, conseillère technique dans l'éducation nationale, étudiantes en tourisme, rappeuse, retraité dans le domaine de l'imprimerie, manager interculturel, étudiant en école de commerce, chargée des relations internationales, coordinatrice des programmes d'échange en Europe, retraitée, professeure de français, documentariste en Asie du Sud-Est sur le travail du sexe, chargée de communication web, blogueuse voyage, étudiant en école d'ingénieur, assistante relations donateurs à l'institut catholique de Paris, agent de transit, chargée de mission à l'Institut français de Dakar.

B. La méthode de l'échantillon raisonné

Notre échantillon est raisonné. En diversifiant les lieux virtuels et physiques, nous avons tenté de composer un échantillon formé de profils très différents. L'intention était de ne pas cibler un même réseau de personnes. Néanmoins, nous avons saisi l'occasion, lorsque certains répondants nous ont mis en lien avec des connaissances qui pouvaient nous intéresser pour cette enquête. Nous avons également fait un appel par mail aux individus qui ont complété le questionnaire quantitatif. Enfin, le fait de rendre visible et de parler autour de nous du sujet de cette thèse a permis d'attirer des personnes ayant voyagé au Vietnam et en Asie du Sud-Est. De cette manière et au gré des rencontres, nous sommes parvenues à trouver des personnes qui ont bien voulu participer à cette enquête.

Ce type d'échantillon n'est bien sûr pas représentatif de la population française ayant voyagé au Vietnam et en Asie du Sud-Est. Quatre années de travail sur ce sujet avec les seuls moyens alloués pour cette recherche n'autorisent pas à faire une enquête sur un échantillon représentatif. Nous avons donc composé avec le temps qui nous était imparti pour rendre compte d'un échantillon raisonné.

C. Tableau récapitulatif du profil des répondants de l'enquête

Personnes	Âge	Genre	CSP	Lieu de vie
P1	21 ans	Femme	Étudiante en biologie	Dijon (21000)
P2	59 ans	Homme	Responsable administratif de la fonction publique	Strasbourg (67000)
P3	22 ans	Homme	Étudiant en ingénierie mécanique	Strasbourg (67000)
P4	32 ans	Gender fluide ⁴³¹	Artiste rap	Lille (59000)
P5	25 ans	Femme	Chargée de mission à l'étranger	Dakar (Sénégal)
P6	58 ans	Femme	Chargée de communication web/bloggeuse voyage	Montpellier (34000)
P7	26 ans	Femme	Assistante relation donateurs	Paris (75006)
P8	38 ans	Femme	Assistante sociale/documentariste	Lille (59000)
P9	29 ans	Femme	Professeure de Français	Shen Yang (Chine)
P10	28 ans	Homme	Agent de transit	Gagny (93220)
P11	60 ans	Femme	Retraitée	Vientiane (Laos)
P12	25 ans	Femme	Chargée des relations internationales	Paris (75006)
P13	65 ans	Femme	Retraitée	Chuelle (45220)
P14	23 ans	Femme	Manager interculturel	Lille (59000)
P15	21 ans	Homme	Étudiant	Daegu (Corée du Sud)

⁴³¹ Définition : une identité de genre fluide ou plurielle et qui ne se limite pas à la frontière entre masculin et féminin.

P16	39 ans	Femme	Agent de recouvrement	Tarbes (65000)
P17	60 ans	Homme	Retraité	Villejuif (56661)
P18	57 ans	Femme	Conseillère technique	Le Mans (72000)
P19	36 ans	Femme	Educatrice spécialisée	Lille (59000)
P20	27 ans	Homme	Sans emploi	Lille (59000)
P21	28 ans	Femme	Restauration	Aix-en-Provence (13080)
P22	23 ans	Homme	Sans emploi	Reims (51100)

D. Difficultés rencontrées lors de l'enquête

Partir en vacances au Vietnam n'est pas une chose atypique, beaucoup de personnes vont dans ce pays. De façon logique, nous aurions pu nous attendre à trouver facilement des individus qui acceptent de raconter leur séjour lors d'un entretien. Pourtant, ce fut assez difficile de convaincre des voyageurs de contribuer à l'enquête. Une des raisons étant qu'ils avaient du mal à voir que leur expérience avait de l'intérêt.

Néanmoins, parler des vacances est un sujet « facile », rapidement les participants se sont confiés sur leurs expériences. D'après Ghiglon et Matalon cités par Fenneteau, dans la première étape de l'entretien, les participants ont tendance à évoquer des évidences et des banalités pour évacuer leur stress⁴³². Pour prendre en compte cette réalité et afin d'aller au-delà des réponses superficielles, nous nous sommes basés sur les travaux de Carl Rogers⁴³³. D'après lui, il faut montrer une attention positive inconditionnelle, une attitude empathique et de la congruence, pour encourager l'interviewer à aller au-delà de discours conventionnels. L'animatrice a utilisé plusieurs stratégies d'interventions au cours de l'entretien pour motiver le répondant et récolter plus aisément des informations. Dans l'intention d'atténuer la dysmétrie de la relation sociale entre les répondants et l'animatrice de l'entretien, nous avons adopté certains procédés expliqués par Pierre Bourdieu dans son enquête : *La misère du monde*. Nous avons par exemple cherché à reprendre certaines techniques de l'entretien comme la « conversation ordinaire ». Pour Bourdieu :

*« Le sociologue peut obtenir de l'enquêté le plus éloigné de lui socialement qu'il se sente légitimé à être ce qu'il est s'il sait lui manifester, par le ton et surtout par le contenu de ses questions que, sans feindre d'annuler la distance sociale qui le sépare de lui [...] il est capable de se mettre à sa place en pensée ».*⁴³⁴

⁴³² H. Fenneteau, *Enquête*, op. cit., p. 19.

⁴³³ André De Peretti, « Carl Rogers ou les paradoxes de la présence », *Etudes*, 1967, vol. 326, n° 1, p. 147-165.

⁴³⁴ Pierre Bourdieu, *La Misère du monde*, Le Seuil., Paris, 1993, p. 910.

Ce procédé a été pertinent dans la mesure où l'animatrice a des caractéristiques en communs avec la population étudiée : elle est Française et a voyagé au Vietnam. Pour Bourdieu : « *Cette participation par laquelle on s'engage dans la conversation, engageant ainsi son interlocuteur à s'y engager* »⁴³⁵. Cette technique offrait donc un sérieux avantage, elle a donné envie au répondant de contribuer à l'enquête. Plusieurs fois, l'animatrice a incité le répondant à clarifier ou à approfondir son discours par des encouragements ou de la reconnaissance. Hervé Fenneteau recommande plusieurs outils que nous avons utilisés, qui facilitent la conversation entre animateur et participants : la répétition en écho (la reproduction d'un mot ou d'un segment de phrase), le reflet de personnalité (faire référence à la personne du répondant en reprenant la formule utilisée), la reformulation résumée (une courte phrase dans laquelle l'animatrice explique ce qu'elle a compris), la complémentation (en formulant des hypothèse et anticipation que le répondant confirme ou non) et l'interrogation spécifique (réaction de l'animatrice sur une réponse)⁴³⁶.

Notons également qu'il a été proposé au cours de l'entretien deux exercices. Le premier a cherché à définir quels pays le sujet percevait comme non-exotiques. Le deuxième s'est efforcé d'analyser les impressions sensorielles spontanées retenues, relative au voyage au Vietnam du sujet. Pour le premier exercice, nous avons observé que pour certaines personnes il a pu être dérangent, car leurs réponses sont entrées en contradiction avec leurs affirmations à la question précédente, autour de leur définition de l'exotisme. Certains répondants ont fait évoluer leur explication en fonction de l'association qu'ils faisaient envers des pays spécifiques ou par rapport à des destinations qu'ils ne combinaient pas au mot exotisme. Certaines personnes ont au contraire maintenu leur premier positionnement. Leur démarche a été d'adapter les différentes régions nommées à la définition qu'ils/elles avaient donnée. De ce fait, certains ont pu dire que la Russie était une contrée exotique. On peut se demander s'il en aurait été de même si une définition de l'exotisme n'avait pas été posée avant. Le deuxième exercice a permis d'étudier l'imaginaire sensoriel retenu par les participants. Cette phase de l'entretien a fréquemment relancé la discussion. Les sujets ont pris plaisir à partager leurs expériences de voyage. Cela a notamment montré que les individus ne se sont souvent pas rendu compte qu'ils étaient les sujets de l'enquête et que leur expertise sur les pays visités n'était pas le sujet de l'interview. Pour beaucoup, ce fut important de raconter un maximum d'éléments sur les destinations plutôt que d'exposer leurs impressions, émotions, compréhensions ou interprétations. Notons aussi que les participants ont eu à cœur de prouver leur légitimité en tant que voyageurs.

Les réponses obtenues étaient parfois superficielles. Cela n'a pas été problématique dans la mesure où notre enquête visait, en partie, à repérer les associations mentales spontanées des individus à l'évocation de certains phénomènes. Néanmoins pour chaque question une fraction significative des réponses s'est avérée inutilisable. Certaines réponses

⁴³⁵ *Ibid.*, p. 916.

⁴³⁶ H. Fenneteau, *Enquête*, *op. cit.*, p. 20-23.

n'ont pas été prises en compte dans l'analyse de données. Elles étaient difficiles à exploiter avec notre méthodologie parce qu'elles étaient trop floues, peu claires ou hors sujet.

E. Méthodes d'entretiens et techniques d'analyse

Dans le cadre de cette recherche, nous avons réalisé 22 entretiens individuels. Nous avons choisi de mener des entretiens directifs avec un degré de directivité assez souple. Nous avons conçu le guide d'entretien de sorte que l'individu commençait à réagir à plusieurs questions simples qui ne nécessitaient pas de développement. Cela permettait au répondant de se mettre à l'aise et d'abandonner petit à petit ses mécanismes de défense. Au cours de l'entretien, les questions étaient de plus en plus ouvertes pour que l'animatrice puisse explorer plus amplement l'univers mental des répondants. Nous avons également organisé les questions en six grands thèmes qui ont été énoncés en début d'entretien pour que le répondant puisse se projeter plus efficacement dans ses réponses. L'entretien directif nous a permis de guider le discours du répondant dans le cadre défini par les questions. Par ce procédé, nous avons pu avoir des informations précises sur des sujets identifiés. Cela a réorienté le discours des participants parfois hors sujet ou de développer certaines réponses. Cette méthode nous a permis d'organiser l'ensemble des réactions par rapport aux différentes questions durant l'étape de l'analyse des données. Notons que nous avons analysé les réponses par rapport aux thématiques. À part lorsque cela a été précisé, les réponses étudiées ne proviennent pas des autres thématiques. Nous avons traité les réponses par un procédé de post-codage. D'après Hervé Fenneteau, cette méthode repose sur un travail de classification⁴³⁷. Les réponses ont été regroupées en tendances. Selon le chercheur : « *Les résultats s'apparentent à ce que l'on obtient avec une question fermée ; la question est en quelque sorte fermée a posteriori* »⁴³⁸. Cette méthode nous a permis d'avoir des résultats synthétiques. Néanmoins, elle possède des inconvénients. Il y a une part de subjectivité dans ce travail de catégorisation⁴³⁹. De plus, les réponses originales ou complexes ne peuvent pas être intégrées dans une catégorie. Le premier défaut peut difficilement être évité. Pour le deuxième, nous avons choisi de traiter à part les données singulières pour les incorporer à l'analyse générale.

Même si les questions de l'entretien ont été dirigées, les interviewés ont répondu librement. À part à de rares exceptions, aucune modalité de réponse ne leur a été proposée. Pour certaines questions, certains répondants se sont exprimés longuement. Nous avons fait des entretiens physiques, mais également virtuels. L'ensemble des entretiens virtuels s'est fait par téléphone. Conduire un entretien par téléphone est différent de conduire des entretiens en face à face. Les entretiens virtuels étaient donc moins longs (maximum 1 h 30). L'avantage de ce procédé, en plus d'avoir l'intérêt de proposer un ciblage géographique très étendu, a été le caractère plus naturel et intime des conversations par téléphone.

⁴³⁷ *Ibid.*, p. 66.

⁴³⁸ *Ibid.*

⁴³⁹ *Ibid.*

D'après Fenneteau, le cadre de l'entretien doit être pensé pour éviter les biais qui orienteraient le discours du répondant⁴⁴⁰. L'horaire a été systématiquement choisi par le répondant pour qu'il soit pleinement disponible. Pour garantir un lieu neutre, les entretiens physiques se sont déroulés en terrasse de café. Ce lieu offre un cadre moins formel qui facilite la parole. Les questions de l'entretien concernant le voyage, l'atmosphère d'un café convenait au sujet. Néanmoins, il a semblé important de porter une attention particulière sur l'aspect contractuel de l'entretien pour limiter un engagement trop actif de l'animatrice et du répondant tout en continuant à utiliser la méthode de la « conversation ordinaire » de Bourdieu⁴⁴¹. Une certaine neutralité est indissociable de la position du chercheur. De plus, le répondant n'est pas naïf, il sait qu'il ne se trouve pas dans un cadre amical et que l'animatrice cherche à répondre à la problématique de son objet d'étude en posant des questions. De fait, l'entretien amène à une asymétrie de la relation, car l'animatrice mène la discussion. Le respect de la neutralité permet une mise à distance qui encadre l'aspect intrusif inévitable d'un entretien.

Tous les entretiens ont commencé de la même façon. En ce qui concerne les entretiens à distance, les répondants se trouvaient dans le lieu de leur choix. Après les présentations, l'animatrice a informé le participant de la finalité de l'étude. Dans cette phase, le mot « exotisme » n'a jamais été évoqué. L'animatrice a expliqué aux participants qu'elle était intéressée par leurs souvenirs et habitudes de voyages au Vietnam ainsi que les représentations qu'ils avaient de ce pays et de sa population. La stratégie a été de montrer l'utilité de leur témoignage, sans que l'énonciation du mot « exotisme » active chez eux une remise en question et donc une méfiance vis-à-vis de ce terme. Ensuite, le répondant et l'animatrice ont eu pour tâche de se mettre d'accord sur une durée maximale de l'entretien (les entretiens ont duré entre 45 minutes et 2 heures). Puis l'animatrice demandait au répondant si elle pouvait recourir à un dictaphone pour enregistrer l'ensemble de l'entretien. Dans cette enquête, l'usage du dictaphone a été nécessaire pour retranscrire l'ensemble des entretiens en verbatim. Ce corpus a été utilisé pour réaliser une analyse de réponses. Enfin, l'animatrice s'est exprimée sur ce qu'elle attendait du répondant. Dans le cadre de l'entretien directif, il s'agissait d'expliquer que l'animatrice posera une série de questions organisée par thème, mais que le répondant pouvait s'exprimer librement sans être limité dans la longueur de sa réponse.

À la suite des retranscriptions d'entretiens, les thèmes et les questions ont été codifiés pour travailler plus efficacement sur le corpus. La deuxième étape a consisté à élaborer un codage pour reconnaître les différentes personnes de l'enquête (voir le tableau récapitulatif ci-dessus). Les personnes ayant participé aux entretiens individuels ont reçu un numéro et la lettre « P » pour « Personne » (ce qui justifie que des pronoms féminins sont utilisés pour désigner les sujets).

Pour cette thèse, nous avons également effectué deux entretiens de groupe.

⁴⁴⁰ *Ibid.*, p. 14.

⁴⁴¹ P. Bourdieu, *La Misère du monde*, *op. cit.*, p. 910.

Le premier a été réalisé pour développer plus amplement le chapitre sur l'étude de l'exotisme dans les programmes de master universitaires (cf. Chapitre XXI). Pour cela, deux étudiants du master tourisme de Lille ont été interviewés. L'idée derrière le choix de l'entretien de groupe était d'interroger des personnes spécialisées et concernées par la thématique de l'exotisme dans une situation précise. En tant que futurs professionnels du tourisme, ayant suivi un programme de master sur le tourisme, leurs réactions et leurs représentations permettaient de compléter cette enquête. Le lieu décidé pour cet entretien a été une salle de conférences à l'Université de Lille.

Le deuxième entretien de groupe était semblable à la structure et la méthode des entretiens individuels. En effet, le guide d'entretien était le même. L'intérêt d'avoir utilisé cette méthode était de provoquer des interactions entre les participants sur le sujet. L'idée derrière cet entretien a été de choisir des personnes avec un profil similaire pour saisir des nuances de points de vue. Les trois personnes interrogées sont des voyageurs d'habitudes ayant eu des durées de séjour assez longues.

Le lieu décidé pour cet entretien a été une salle de réunion dans une médiathèque.

Dans ces contextes, l'autrice de cette thèse a été animatrice plutôt qu'enquêtrice. Avant même de réagir à des questions, l'entretien de groupe a permis d'instaurer davantage un cadre de discussion où l'animatrice était en retrait. Les individus étaient plus spontanés dans leur façon de répondre, moins vigilants et méfiants par rapport au fait que leurs paroles sont l'objet d'une étude. La dynamique des interventions dans le groupe a eu pour avantage de pousser tous les membres à s'exprimer.

F. Conception du guide d'entretien

Nous avons organisé les questions du guide d'entretien en six grands thèmes. La base d'analyse regroupe les questions qui nous ont permis de commencer l'entretien par des questions simples et de comprendre l'univers mental et les cohérences des répondants. Ce thème montre comment les répondants définissent l'exotisme et de quelle façon il apparaît dans leur environnement. Le deuxième thème rassemble les questions qui ont permis d'identifier les représentations exotiques. Cet exercice proposait des associations entre l'exotisme et certaines caractéristiques géographiques ou sociales. Les répondants ont exprimé leur accord ou leur désaccord par rapport à certaines associations proposées. Le troisième thème concerne les représentations spécifiques au Vietnam. L'idée était de comprendre les images projetées des participants avant leur séjour puis les images qu'ils ont retenues de leur passage sur ce territoire. Ce thème a été complété par un autre : l'exercice de souvenir sensoriel. Dans cet exercice il a été demandé aux répondants de nommer une odeur, image (tableau), un son et un goût qu'ils ont mémorisé de leur voyage. Joël Candau a travaillé sur la mémoire olfactive. Pour l'anthropologue : « *Dans le domaine des odeurs comme dans bien*

d'autres, nos représentations et notre mémoire sont éminemment sélectives »⁴⁴². Ce constat de la sélection de l'information sensorielle peut être élargi aux autres sens. Il nous importe pour ce travail de comprendre quels éléments ont été retenus et comment ils construisent la représentation exotique d'un pays. Nous avons également deux autres grands thèmes dans ce guide d'entretien que nous n'avons pas pu exploiter par manque de temps. Le premier thème concerne la façon de voyager des individus (Forme du séjour). Il avait pour but d'explorer les habitudes de voyages des répondants ainsi que la représentation qu'ils avaient des autres touristes. L'autre thème regroupe des questions qui ont permis aux répondants de faire des comparaisons avec la France. Par cette catégorie nous aurions pu faire une analyse comparative entre des situations au Vietnam transposables ou non en France. De plus, certaines sous catégories n'ont pas été analysées pour les mêmes raisons (comme BA8 ou V2).

Thèmes	Code
Base d'analyse	BA
Exercice d'élaboration de critères afin de distinguer les pays exotiques et non-exotiques	ENE
Représentations du Vietnam	V
Comparatif avec la France/lien avec la France	F1
Exercice de souvenir sensoriel après un voyage au Vietnam	ES
Forme du séjour	S

Base d'analyse (BA)
BA1 : Pays d'Asie du Sud-Est où la personne est allée
BA2 : Temps et nombre de séjours
BA3 : Association ou non des pays nommés à l'exotisme
BA4 : Description des éléments exotiques
BA5 : Les synonymes de l'exotisme
BA6.1 : Jugement de la notion : positive, neutre, négative
BA6.2 : Justification de la réponse précédente

⁴⁴² Joël Candau, *Mémoire et expériences olfactives*, Kindle., s.l., Presses universitaires de France, 2000, p. 1.

BA7 : Utilisation de ce terme dans le langage courant du répondant
BA8 : Évolution du terme par rapport à l'histoire coloniale
BA9 : Circonstances où ce mot a déjà été rencontré
BA10 : La mise en scène de la culture
Exercice d'élaboration de critères afin de distinguer les pays exotiques et non-exotiques. (ENE)
ENE1 : Est-ce que vous diriez qu'un pays froid peut être exotique ? (Exemple : Groenland, Russie, Sibérie)
ENE2 : Est-ce que vous diriez qu'il faut une certaine distance géographique nécessaire ? Une distance symbolique ? (Exemple : Marseille, Portugal, Roumanie, Hongrie, Irlande)
ENE3 : Est-ce que vous diriez qu'il y a une corrélation entre les pays dits « en développement » et l'exotisme ?
ENE4 : Est-ce que vous diriez qu'il faut un bord de mer pour qu'un pays soit exotique ?
Représentations du Vietnam
V1 : Esthétique projetée du Vietnam avant le séjour
V2 : Opinion du répondant sur le comportement des locaux.
V3 : Lieux visités au Vietnam
V4 : Choix du Vietnam et différence par rapport aux autres pays d'Asie du Sud-Est
Lien avec la France (F)
F1 : Comparatif avec la France
F2 : Possibilité de l'exotisme de renvoi et l'exotisme à l'envers. Le répondant pense-t-il que l'Occident peut être exotique ? Le répondant s'est-il senti exotisé au Vietnam ?
Exercice de souvenir sensoriel après un voyage au Vietnam (ES)
ES1 : Image
ES2 : Son
ES3 : Odeur
ES4 : Goût

Forme du séjour (S)
S1 : La façon de voyager des répondants
S2 : Opinion sur les autres touristes côtoyés et avis général sur le tourisme.
S3 : Souvenirs matériels rapportés du séjour au Vietnam ou habitudes adoptées lors du retour en France.
S4 : Poster des photos de voyage sur les réseaux sociaux/raconter son voyage.
S5 : Motivations à voyager

G. Analyse des données qualitatives

a) Base d'analyse

	BA1	BA2	BA3	BA6.1
P1	Vietnam	1 fois, 2 semaines	Oui	Négatif
P2	Vietnam	2 fois, 2 semaines et 3 semaines	Oui	Positif et négatif
P3	Vietnam	1 fois, 2 semaines	Oui	Neutre
P4	Vietnam, Inde, Thaïlande	1 fois (V), 2 semaines, 1 fois (I), 2 semaines, 1 fois (T) 10 jours	Non	Négatif
P5	Vietnam, Thaïlande	1 fois (T), 2 semaines, 1 fois (V), 3 mois	Oui	Neutre
P6	La plupart des pays d'Asie du Sud-Est	1 fois (ASE), 6 mois dont 1 fois (V), 2 semaines	Oui	Positif et négatif
P7	Vietnam	1 fois, 3 mois	Oui	Neutre
P8	Thaïlande, Cambodge, Laos, Myanmar, Vietnam	2 fois (T), 1 mois et 1 mois 2 fois (C), 1 semaine et 3 semaines 1 fois (L), 3 semaines 1 fois (M), qq jours 1 fois (V), qq jours	Oui	D'abord Positif mais opinion changée en négatif au cours de l'entretien
P9	Vietnam	1 fois (V), 4 mois	Oui	Négatif

P10	Thaïlande, Cambodge, Vietnam	2 fois (V), 2 semaines et 10 jours. 1 fois (T), 10 jours 1 fois (C), 10 jours	Oui et Non	Positif et négatif (cela dépend du point de vue)
P11	Vietnam, Laos, Cambodge	+5 fois (T) +5 fois (C) +5 fois (L) 1 fois (V), 10 jours	[Oui]	Positif
P12	Vietnam, Thaïlande	1 fois (V), 3 mois 1 fois (T), 1 semaine	NSP	Négatif et positif
P13	Laos, Vietnam	3 fois (L), courte période 3 fois (V), courtes périodes	[Oui]	Neutre puis négatif
P14	Vietnam	1 fois (V), 1 semaine	Oui	Positif (mais avec une réserve)
P15	Vietnam	2 fois (V), 3 mois et 2 mois	Oui	Positif et négatif
P16	Vietnam	4 fois (V), 3 semaines (x3) et 15 jours	Oui	Positif
P17	Thaïlande, Laos, Birmanie, Vietnam, Cambodge	+5 fois (T) +5 fois (L) +5 fois (V) +5 fois (C) 2 fois (B), 1 mois	Oui	Positif
P18	Vietnam, Thaïlande, Cambodge, l'Indonésie, Birmanie	+5 fois (V) +5 fois (T)	Oui	Négatif
P19	Thaïlande, Cambodge, Vietnam, Laos	+5 fois (T) 1 fois (L), 2 mois 1 fois (C), 1 mois 1 fois (V), 1 semaine	Oui	Positif [dans son sens]
P20	Vietnam, Laos, Thaïlande	1 fois (V), 4 mois 1 fois (L), 6 mois 1 fois (T), 4 jours	Oui	Positif et négatif
P21	Vietnam, Philippines, Inde	1 fois (V), 3 mois 1 fois (P), 2 semaines 1 fois (I), 3 semaines	Oui	Positif
P22	Vietnam, Thaïlande, Indonésie	1 fois (V), 3 semaines 1 fois (T), 3 semaines 1 fois (I), 3 semaines	Oui	Positif

TR	<p>S : Thaïlande, Cambodge, Laos, Indonésie, Timor</p> <p>A : Thaïlande, Vietnam, Bali</p> <p>M : Thaïlande, Vietnam, Laos, Cambodge</p>	<p>S :</p> <p>+5 fois (T)</p> <p>3 fois (C), 2 mois et 1 mois (x2)</p> <p>3 fois, 1 mois</p> <p>1 fois (L), 1 mois</p> <p>1 fois (T), 2 semaines</p> <p>A :</p> <p>1 fois (T), 2 mois</p> <p>1 fois (V), 2 mois</p> <p>1 fois (B), 2 mois</p> <p>M :</p> <p>1 fois (T), 1 mois</p> <p>1 fois (V), 4 mois</p> <p>1 fois (L), 5 mois</p> <p>1 fois (C), 2 semaines</p>	Oui, oui, non	Négatif, neutre puis négatif, négatif
----	--	--	---------------	---------------------------------------

Pour les besoins de ce tableau, certains répondants ont été contactés pour de plus amples précisions.

Pour voir les extraits de verbatim se référer à l'Annexe 3

On note que la grande majorité des répondants n'est allée qu'une fois au Vietnam. Une personne de l'entretien de groupe n'a jamais séjourné au Vietnam. La moitié des individus qui sont allés au Vietnam sont aussi allés en Thaïlande. Environ un tiers des voyageurs ont également été au Laos.

On remarque aussi que les personnes ayant été dans d'autres pays d'Asie que le Vietnam se sont concentrées sur la partie « *terrestre* » de l'Asie du Sud-Est (Cambodge, Birmanie, Laos...) et moins sur les territoires constitués en archipel (Timor, Indonésie, Malaisie...)

On observe que la moitié des voyageurs est partie 2 semaines (ou 10 jours), mais qu'une autre moitié est tout de même restée quelques mois au Vietnam.

En ce qui concerne l'exotisme, les résultats n'ont rien de surprenant au vu de l'enquête quantitative : la grande majorité trouve que le Vietnam est exotique, deux personnes ne le conçoivent pas, une personne ne sait pas et une autre pense que oui et non. Néanmoins lorsqu'on étudie les réponses, plusieurs choses apparaissent. Les expressions « *par réflexe [oui]* » ou « *spontanément [oui]* » montrent qu'instinctivement, c'est-à-dire sans passer par une réflexion, associer les pays d'Asie du Sud-Est à l'exotisme semble aller de soi. On relève aussi une certaine réserve au travers de tournures telles que : « *il faudrait définir* », « *ça pose question* », « *c'est compliqué* », etc. Les individus interrogés ont l'air de ne pas être sûrs de la définition du terme. La réponse de P9 : « *C'est dur comme question. Si tu prends la définition qui vaut pour le commun des Occidentaux, on va dire que oui* » montre même que la personne a pensé en termes d'usage collectif plutôt qu'en termes d'interprétation individuelle.

Des évidences exotiques remises en question et des éléments qui s'affirment (BA4)

Dans cette étape du guide d'entretien, il a été demandé aux répondants de donner des éléments considérés comme exotiques du Vietnam. Lorsqu'on effectue un comparatif entre les éléments exotiques choisis dans l'enquête quantitative et les éléments exotiques décrits dans l'enquête qualitative, on trouve certaines similitudes qui nous permettent de développer les tendances dégagées par le questionnaire, mais également certaines différences qui nécessitent d'être explorées par d'autres analyses.

La cuisine, qui était pourtant une composante citée par 81 % des répondants du sondage, apparaît de manière beaucoup plus nuancée durant les entretiens. Dans leurs paroles, on découvre les mots suivants en lien avec l'alimentation : « *manger* » (2 fois), « *mangue* », « *papaye* », « *gastronomie* », « *riz* », « *nourriture* » (5 fois). Le verbe « *manger* » a été associé avec « *papaye* » et « *mangue* », mais dans le contexte dans lequel ces expressions ont été nommées, ces éléments font partie de la richesse de la végétation pour les répondants. L'élément exotique est donc plus le paysage que la nourriture. Le mot « *riz* » décrit également plus souvent un élément de décors plutôt qu'une notion de gastronomie. Étonnamment, lorsqu'on observe l'utilisation du mot « *nourriture* », par 3 fois il a été énoncé pour signaler que justement cet élément n'est pas ou plus exotique : « *La nourriture et les temples c'est pas ce qui m'a le plus dépaylée. Chez nous, on en a aussi des temples et de la nourriture asiatique* » (P1), « *C'est un peu comme la nourriture. Au départ, il y a des choses surprenantes puis après on s'en fiche parce qu'on en prend l'habitude* » (P20). 1 fois, le terme a été utilisé pour affirmer que c'est l'unique chose qu'il était possible de voir comme exotique : « *La nourriture pour moi c'est peut-être le seul truc que je dirais exotique* » (M).

En revanche, le paysage, qui dans l'enquête quantitative représente 70 % des réponses, est très présent dans l'enquête qualitative. Ce mot est employé 17 fois au cours des 25 entretiens (en comptant les entretiens de groupe). On retrouve aussi beaucoup de vocables autour de son champ lexical : « *nature* » est utilisé 1 fois, « *montagne* » 3 fois, « *végétation* » 3 fois, « *brume* » 2 fois, « *couleurs* » 2 fois, « *plage* » 2 fois. P20 explique que l'exotisme est un concept utilisé par les autres : « *Lorsque je vois quelque chose je pense que je me dis : je pense que les gens trouvent ça exotique* ». Elle critique l'exotisation des populations et l'usage de typologies socioculturelles. Néanmoins, elle considérera l'exotisme « *de paysage* » comme acceptable : « *Après ce que moi-même je pourrais trouver exotique, c'est plus des paysages* ». La personne décrit le topos de l'Asie mystérieuse que nous avons déjà relevé dans l'analyse d'*Indochine*. On remarque une scénarisation du paysage : « *des images de montagne avec de la brume autour, comme dans les films* ». Son affirmation montre qu'elle cherche à imiter des perceptions qu'elle a déjà expérimentées à travers ses référentiels (ici les films). Dans son affirmation, l'exotisme de paysage est le seul qui persiste après plusieurs voyages. P20 explique l'impression que lui procure la contemplation de paysages : « *À chaque fois que je vois un paysage, je me prends une grosse claque* », « *Devant certains paysages je vais être scotché* ». P20 décrit les impressions que l'esthétisme des paysages a sur elle : « *Je vais être en train de fantasmer sur ce que je vois. Sur le fait que c'est beau, sur le mélange des couleurs* ». Pour P20,

les émotions sont fortes parce qu'elles correspondent à des images particulières. Elle reconnaît les paysages des films et cela la bouleverse.

Le quotidien de la population locale est un élément exotique pour 50 % des personnes de l'enquête quantitative. Le terme « *habitude* » est utilisé 4 fois. Des mots proches comme : « *coutume* », utilisé 1 fois et « *traditionnel* », employés 3 fois. Néanmoins pour deux individus ce mot est utilisé pour décrire un éloignement par rapport à leurs propres habitudes. « *Coutume* » pour la seule fois où il est prononcé, est présent pour évoquer les coutumes des répondants. Le vocable « *traditionnel* » expose souvent des éléments imprécis ou généraux : « *les personnes habillées en jeans et celles habillées en tenue traditionnelle. Là le mélange entre moderne et traditionnel est plus visible* » (P13), « *Il y a une culture traditionnelle qui reste* » (P15)

Les marchés ne sont pas mentionnés dans l'enquête qualitative alors qu'ils se situent en quatrième place dans le classement des composants exotiques dans l'enquête quantitative.

Au cours des entretiens, il est beaucoup question de la population. « *Gens* » est prononcé 9 fois (seulement 1 fois pour décrire les touristes), « *population* » est employée deux fois. On note que les locaux sont nommés parfois de manière directe et d'autres fois plus indirectement. Lorsque les Vietnamiens sont évoqués de manière indirecte on trouve des expressions telles que : « *en immersion avec la population* » (P6), « *les maisons des gens* » (P2), « *la façon dont les gens se comportent* » (P5), « *c'est un travail de titan fait par les gens* » (P11), « *on prélevait des morceaux de foie pour vendre aux gens qui pensent que ça va dynamiser leur vie sexuelle* » (P13), « *les gens dans leur culture* » (P2). De manière plus directe, les répondants citent des typologies socioculturelles : « *Il y a la femme habillée en Ao Dai et son chapeau conique* » (P18), « *C'est le raffinement des dames au Vietnam* » (P11).

De manière générale, on retrouve certains éléments déjà énoncés dans l'enquête quantitative : les temples (mentionnés 4 fois), l'architecture (cité 3 fois), le climat (prononcé 2 fois)

L'exotisme unique ou multiple, une notion à plusieurs facettes (BA5)

Il a été demandé aux participants de l'enquête de citer des synonymes d'exotisme. Deux différentes catégories se dégagent que nous avons séparées en deux groupes. La première colonne montre les synonymes perçus positivement par les répondants et la deuxième colonne liste les mots perçus négativement. Cette liste présente seulement les mots qui ont été utilisés lors de la demande explicite de donner un ou des synonymes d'exotisme. Notons que ces termes peuvent apparaître de nombreuses fois au cours des différentes questions.

Valorisé		Fréquence
Altérité	<i>La différence</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	<i>Dépaysement</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	<i>Le décalage</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>L'autre monde</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Le Changement</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La nouveauté</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Le hors cadre</i>	
	<i>Eléments jamais rencontrés</i>	
	<i>A l'extérieur</i>	
	<i>extraordinaire</i>	
<i>Change du quotidien</i>		
Emotions	<i>Bouleversements</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La claque</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La contemplation</i>	
	<i>La béatitude</i>	
	<i>L'admiration</i>	
	<i>Le plaisir</i>	
<i>La détente</i>		
L'interaction socioculturelle	<i>La façon de pensée des autres</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La façon de vivre des autres</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Les relations humaines/ sociales</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La culture des autres</i>	
Campagne	<i>Paysages</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>La nature</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Un mode de vie rurale</i>	
Exploration	<i>La découverte</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Le rare</i>	
	<i>L'immersion</i>	
	<i>L'aventure</i>	
	<i>La curiosité</i>	
	<i>Une notion assez légère</i>	
	<i>La nourriture</i>	

Non Valorisé		Fréquence
Illusion	<i>Artifice</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Superficiel</i>	
Shématisation	<i>Le folklore</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Stéréotype</i>	
	<i>cliché</i>	
Standardisation	<i>Le tourisme de masse</i>	
	<i>Le Club Med</i>	
	<i>La colonisation</i>	<input type="checkbox"/>
	<i>Voyeur</i>	

Dans ce tableau, on remarque que les synonymes de l'exotisme qui ont été le plus cités sont liés au vocabulaire de l'altérité. Le mot « différence » a été le plus mentionné. Souvent, il a été accompagné d'adverbes tels que « *fondamentalement* » ou « *radicalement* ». Certaines personnes ont exprimé des émotions liées à l'exotisme plutôt que des synonymes. On remarque qu'elles sont nombreuses. Aucune n'est désagréable. Elles sont soit neutres soit positives. Une caractéristique de l'exotisme qui semble être valorisée aux yeux des participants est le fait qu'il favorise les interactions socioculturelles. Il paraîtrait également que l'exotisme soit associé à des environnements de campagne. Nous identifions ce mot en opposition à la ville qui est quasiment absente des projections exotiques. En outre, les participants ont évoqué

un certain nombre d'expressions liées à l'exploration. Cela montre une volonté de mieux connaître le pays. Néanmoins, ces termes traduisent également un certain imaginaire associé à l'expérience d'évènements singuliers et hors du commun qui peuvent être contradictoires avec un travail de connaissance. On peut se demander si cette volonté d'exploration appartient au domaine du développement personnel et à une certaine forme de fantasme plutôt qu'une volonté d'approfondissement et de rencontre d'un territoire.

La colonne des perceptions négatives montre que plusieurs participants associent ce terme à la colonisation. Certains aspects de l'exotisme gênent les participants. On constate un vocabulaire qui critique la standardisation, la schématisation et l'illusion que peut porter la notion.

Les entretiens montrent que soit les répondants jugent (positif ou négatif) l'exotisme en tant que perception unique, soit ils distinguent plusieurs exotismes différents. P6 et P9 ou encore A. de l'entretien de groupe différencient les exotismes. D'un côté, on retrouve un exotisme « classique » qui serait « *colonial* » et « *superficiel* », « *paradisique* » et donc négatif. De l'autre côté, les répondants mettent en avant un exotisme « *dépaysant* » qui serait positif.

Enfin une personne, P1 a du mal à se positionner dans la définition de ce terme ce qui engendre des réponses contradictoires. En effet, P1 va d'abord expliquer que l'exotisme c'est tout ce qui est « *cliché* » et « *folklorique* » puis plus tard dans l'entretien, elle précise que l'exotisme est quelque chose de : « *dépaysant* », « *bouleversant* », ainsi qu'une : « *remise en question des a priori* ». Cela montre que la réponse émotionnelle ne correspond pas forcément à la réflexion que le répondant a menée autour de ce terme. Enfin, P22 ne parvient pas à donner des synonymes, néanmoins elle explique que c'est une notion qu'elle applique à un ressenti. Elle affirme qu'aux yeux des locaux elle avait l'impression d'apparaître comme exotique.

Des définitions plurielles de l'exotisme pour les mêmes pratiques collective (BA6.1 et BA6.2.)

Les participants ont été invités à dire s'ils jugeaient la notion d'exotisme de manière positive, négative ou neutre. Cette question consiste à inviter la personne qui parle à approfondir son discours en dévoilant son opinion ou ses sentiments. Elle a pour but de détacher le répondant d'un discours impersonnel ou d'évacuer les idées convenues.

Pour P2, P5, P9, P19 et P20 cela a été compliqué d'émettre un jugement du fait de la difficulté à définir l'exotisme.

P2, P5, P6, P7, P9, P12, P18, et deux personnes de l'entretien de groupe ont expliqué qu'elles prenaient leur distance avec un type d'exotisme particulier. Ce type d'exotisme est assez similaire chez toutes ces personnes. Elles décrivent une « *image d'Épinal* », « *la caricature d'une culture* », « *la carte postale* » (P2), « *un spectacle de l'autre* », une injonction pour l'Autre à être dans « *la tradition* », « *le folklore* ». L'exotisme serait « *une image biaisée* » (P5), une représentation « *cadree* » (A), « *un cliché* » (P20), une image « *paradisique* » (P9). P5 explique également qu'elle a travaillé Dakar et que des Français qu'elle a rencontrés recherchaient une

image misérabiliste et primitiviste du Sénégal : « *Ils me disent qu'ils sont déçus par Dakar. Parce que c'est pas des personnes qui vivent dans leur case avec trois noix de coco, il y a pas de femmes nues avec des enfants à chaque sein* ». P6 critique le fait de ne pas s'immerger dans la culture du pays. Par exemple : « *Au Vietnam c'est mieux de manger comme les Vietnamiens* ». Elle utilise l'expression : « *Voyage c'est pas aller au Club Med* » pour critiquer les individus qui pratiquent cet exotisme. P18 explique qu'elle se méfie de ce mot. Elle dit : « *Ça a un côté un peu surfait, connoté, qui a une vision d'annonce flash et qui ne s'attache pas à tout le reste* ». Elle rejoint la perspective de P6 lorsqu'elle dénonce un exotisme qui refuse de « *s'imprégner des gens et de l'ambiance* ». Une personne de l'entretien de groupe (S) affirme également que « *[ne] pas parler aux locaux* » fait partie de cet exotisme négatif. P7 explique qu'avant son séjour, elle avait certaines images illusoires du pays. Elle décrit ces images en utilisant des représentations sociales incarnées par des typologies socioculturelles : « *en chapeau pointu, avec leur tenue traditionnelle dans les rizières* ». Sur place, elle explique qu'elle ne s'attendait pas à voir des Vietnamiens avec des Iphone et de grosses voitures. Pour elle, l'image exotique n'est pas réelle ce qui peut prêter à confusion. Néanmoins, elle note que ces représentations attirent le touriste ce qui est un aspect positif de ce processus. Pour P20, l'exotisme est également associé à des typologies socioculturelles : « *[un] fermier avec sa femme qui tirent leur charrette dans la rue ou alors des mecs sur leur moto avec quinze mille cages* ».

P6, P5, P8 et P19 avouent qu'ils ont donné leur propre sens à la notion d'exotisme. Ils se réapproprient le concept en leurs propres termes. Selon P6 l'exotisme peut être l'immersion et les échanges avec la population locale, mais il existerait aussi un : « *exotisme de paysages* ». Cependant le reste de sa réponse est contradictoire avec cette affirmation de l'échange et de la rencontre. En effet, elle décrit l'immersion comme un service auquel elle aurait le droit en entrant dans un pays. Elle reproche par exemple aux Thaïlandais « *qu'aujourd'hui sur l'accueil, c'est les derniers* ». Au contraire, elle soutient que la Malaisie ou le Vietnam sont des pays « *faciles* », car ils seraient « *curieux* » et « *demandeurs* » de contact avec les Occidentaux. Pour P5 et P19, leur conception de l'exotisme serait : « *la découverte de l'inconnu et de nouvelle culture* », le « *hors cadre* », « *des choses que je ne connais pas* ». P19 parle également « *d'une envie de partage* ». P5 rajoute que l'exotisme est la même chose que l'altérité, mais avec un aspect « *magique* » et « *beau* ». Pour P8 l'exotisme s'active lorsqu'on « *s'en prend plein les yeux* ». Elle parle aussi d'un aspect sensitif et impressif : « *les odeurs, la chaleur, la moiteur, la surprise* », « *cette bouffée qui te prend aux tripes quand tu sors de l'avion* ».

Pour P3 et P14, le terme exotisme est mal utilisé. Selon elle, il faut s'attacher à respecter la définition du dictionnaire et l'étymologie du terme. Pour P14, ce terme est mal employé dans le domaine du tourisme, par exemple par les agences de voyages. Pour P3, la vision de ce mot est « *biaisé* ». Elle explique qu'il ne faut plus percevoir ce terme comme des impressions, mais comme des faits. Elle défend une vision de la différence qui serait objective et pas orientée par la subjectivité des individus.

On remarque que trois personnes ont changé d'avis au cours de l'entretien. P8, P13 et une personne de l'entretien de groupe (A) sont passées d'un avis positif ou neutre à un avis négatif. Pour P8, ce changement s'est effectué quand elle s'est rendu compte que sa définition ne marchait pas. Dans les synonymes qu'elle a donnés de l'exotisme, elle expliquait que : « *C'est tout ce qui est à l'extérieur de ses propres coutumes* ». Elle a cité pour exemple des fruits qui sont introuvables sur son territoire. Puis, lorsque la question des circonstances où elle a rencontré ce mot lui est posée, elle répond le rayon « *fruits exotiques* » des supermarchés. À ce moment-là s'opère une prise de conscience. Elle se rend compte que les bananes sont un fruit qu'on trouve dans ce type de rayon alors même qu'elles poussent sur un territoire Français et qu'elles font partie de son quotidien. Elle en déduit qu'en réalité le terme est attaché à un jugement de valeur et qu'il n'est pas positif. Pour elle, cela signifie que l'exotisme « *est connoté domination blanche sur tout ce qui n'est pas blanc en fait* ». Il révélerait donc un « *aspect de domination* ». Elle évoque finalement l'idée que l'exotisme est l'expression d'un pouvoir basé sur l'asymétrie d'un regard purement impressif. Pour P13, ce changement d'opinion s'est effectué après qu'elle a demandé le contexte historique de ce mot pour mieux le comprendre. Avant ces informations, elle avait affirmé que l'exotisme était pour elle « *une notion légère* », un synonyme de « *différent* ». Mais elle avait déjà explicité des réserves (« *impression superficielle* »). Suite aux explications données par l'animatrice de l'entretien, P13 répond qu'elle pense que depuis l'époque coloniale le terme n'a pas beaucoup évolué. En effet pour elle, les Vietnamiens qui sont exotiques ne sont pas ceux avec des revenus importants vivant dans les villes, mais des personnes pauvres vivant à la campagne. A. de l'entretien de groupe a d'abord expliqué qu'elle préférerait le mot « *dépaysement* » au mot « *exotique* ». Au cours des échanges avec le groupe, A. se rend compte que le mot dépaysement est plus « *politiquement correct* ». Elle rattache le terme d'exotisme à « *la consommation, un peu Club Med, les palmiers, les machins* », « *tu viens profiter que de la carte postale et tout le reste tu t'en fiches* ».

P9, et S. de l'entretien de groupe, suspectent un aspect condamnable de l'exotisme. Pour P9 c'est un terme qui est utilisé par des personnes qui voyagent peu, par ignorance. Néanmoins, elle affirme que s'il est utilisé par des individus qui voyagent beaucoup, ce terme est très négatif. Elle avoue que ce mot la met « *mal à l'aise* ». Elle suspecte une forme de « *racisme* ». Plus tard, elle critiquera l'aspect « *village humain* » utilisé encore actuellement comme « *argument commercial* ».

P12 critique la distance qui fait naître l'étrange. Pour elle, l'exotisme est positif quand « *quelque chose sort de l'ordinaire et nous fait sortir de nos habitudes* ». Néanmoins, elle note qu'il devient négatif lorsque les personnes émettent des jugements de valeur tout en recherchant « *l'anormal* ». Pour elle : « *C'est comme si on souhaite rester ignorant pour s'étonner du bizarre* ». Ces personnes resteraient dans leur référentiel et interpréteraient les événements avec un filtre pour confirmer leur présupposé et pour que l'Autre reste le *stranger* (cf. Chapitre I). Cela créerait des injonctions d'images chez les personnes considérées comme exotiques.

Dans la réponse de P21, on constate également un décalage entre la définition de l'exotisme que le répondant souhaiterait adopter et celle qu'il emploie réellement. P21 tente de se détacher de l'exotisme « *carte postale* » tout en réutilisant ses marqueurs. En effet, P21 va d'abord présenter le dépaysement comme synonyme d'exotisme. Pourtant elle expliquera plus tard, que certains pays comme la Russie ou la Suède ne sont pas exotiques, ce qui semble incohérent si l'exotisme est effectivement un synonyme de « *dépaysement* ». Elle exprime le fait qu'elle associe l'exotisme à certaines images (« *soleil, chaleur...* »). Ceci semble davantage correspondre à un exotisme « *carte postale* ».

Cette analyse sur les répondants prenant leur distance avec un certain type d'exotisme particulier nous permet de faire certains constats. D'abord, cela confirme qu'il y aurait plusieurs exotismes. Notamment deux tendances : Un exotisme de « *dépaysement* » et un exotisme « *carte postale* ». On note que les personnes qui tentent de se réapproprier le terme ont une propension à avoir le même regard : un exotisme dépayçant, de choc qui a pour objectif l'immersion. L'exotisme « *carte postale* » est quant à lui une perception fréquente, étendue et contrainte de l'exotisme qui est critiqué. Les aspects qui sont condamnés sont une vision caricaturale, un manque de contact réel avec les locaux, une quête de l'esthétisme, une recherche malsaine du bizarre, un côté outrancier, relâché, attendu, superficiel, simpliste, biaisé. Finalement, les répondants critiquent une certaine vision stéréotypée de ces pays, ce que Lippmann nommait les « *Pictures in our heads* »⁴⁴³. On observe que les interviewés connaissent ces images et ces impressions. Ils sont capables de les décrire, mais souhaitent immédiatement s'en détacher. Ils ne perçoivent pas les stéréotypes pour ce qu'ils sont, à savoir des « *raccourcis cognitifs* » et des grilles de compréhension, mais ils les associent à des perceptions d'individus extérieurs. Comme Amossy et Hirschmann le notaient déjà, le stéréotype est marqué par une condamnation morale⁴⁴⁴. Les individus préfèrent s'attacher à l'étymologie et la définition du dictionnaire, plutôt que d'inclure dans leur définition la vision stéréotypée qu'ils connaissent et qu'ils énoncent. Il y a un profond gouffre entre le sens voulu du mot et ses utilisations effectives. Outre le stéréotype, on peut également voir une prise de distance de ces personnes avec une certaine « *idée reçue* » de l'exotisme et du Vietnam. Rappelons la définition d'Amossy et Herschberg au sujet de ce concept : « *Elles sont le prêt-à-dire, prêt-à-penser, prêt-à-faire, prescrits par le discours social* »⁴⁴⁵. Ces idées reçues sont soit rejetées, soit acceptées. Notre analyse expose que pour ces personnes elles sont fortement rejetées. Au contraire du stéréotype l'idée reçue comme le préjugé est liée au domaine émotionnel et affectif. Cette distanciation immédiate, alors qu'elle ne leur était pas demandée, montre un certain engagement émotionnel. Par le refus d'imiter cette perception, ils s'opposent à un certain modèle de l'exotisme. Les modèles sont par définition des schémas dominants. Il s'agirait de déterminer si l'exotisme « *carte postale* » est une convention sociale propre aux idées reçues ou si cet exotisme n'est tout simplement pas l'affirmation de stéréotypes.

⁴⁴³ W. Lippmann, *Public opinion*, op. cit., p. 1.

⁴⁴⁴ R. Amossy et A. Herschberg-Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, op. cit., p. 51.

⁴⁴⁵ *Ibid.*, p. 27.

Analysons maintenant les réactions des personnes qui considèrent un exotisme unique et positif.

Pour P22 l'exotisme : « *c'est ni plus ni moins que la différence* ». Pour ce répondant, la définition de ce mot est uniquement dans son étymologie. P22 ne comprend d'ailleurs pas pourquoi l'animatrice lui demande son impression sur ce mot : « *Il y a pas de jugement autour de ce mot* ». P17 ne semble pas non plus remettre en question la notion. Le répondant part du principe que l'exotisme c'est la différence. Pour lui, le Vietnam est exotique. Il explique qu'il utilise quotidiennement le mot exotisme et même qu'il n'y : « *fais même plus attention, je suis intégré à l'exotisme moi. Même je suis exotique pour eux* ». Selon cette perspective, la notion n'est pas liée à un imaginaire spécifique. Elle ne serait qu'un synonyme de l'altérité. P16 ne cherche pas non plus à distinguer différentes sortes d'exotisme. Pour cette personne l'exotisme est évidemment positif parce qu'il : « *nous ouvre l'esprit à d'autres cultures, ce qui nous enrichi, la connaissance de l'autre* ». Plus que la différence, l'exotisme semble être pour cette personne un apprentissage de l'altérité qui a des répercussions positives sur l'individu. Pour P11 l'exotisme est incontestablement positif, car « *c'est beau, ça fait rêver* ». Sa réponse montre que la notion mobilise chez elle un imaginaire particulier. P11 associe l'exotisme avec Tahiti : « *Tahiti, ça me fait toujours rêver. Ces femmes avec ces colliers de fleurs, ces pagnes, ces façons de danser. Ces femmes lascives, charnues* ». Elle explique qu'elle connaît une personne qui habite à Tahiti qui « *l'a emmené dans ses contes* ». Sa réaction expose une valorisation de l'imagerie exotique et des sensations qu'il procure. Sa réponse spontanée et jouée montre qu'elle n'a pas de méfiance autour de ce terme. Elle ne cherche pas à le nuancer ou à en faire différentes catégories.

Enfin, voyons la réaction des personnes qui ne pensent pas que le Vietnam soit exotique et qui considèrent ce terme comme négatif.

P4 et les trois participantes de l'entretien de groupe expliquent que pour elles ce terme a une connotation négative. P4 associe spontanément ce terme au racisme et la colonisation. Elle parle d'un tourisme de masse occidentale : « *qui arrive et qui vient justement trouver un ailleurs, quelque chose qui les fait se transporter, mais pas nécessairement dans le bon sens* ». Elle explique qu'en discutant avec des habitants en Inde, elle a appris que : « *les circuits qui sont créés où les locaux donnent une image que les Occidentaux ont envie de voir et où tous ont les mêmes photos. Cette image elle est construite en faite, pour vendre* ». P4 décrit aussi ses expériences dans l'humanitaire. Elle y a relevé des décalages entre les aspirations et les envies des Occidentaux et les besoins des populations sur place du fait de représentations sociales exotiques.

Dans l'entretien de groupe, c'est M. qui a spontanément émis un avis négatif sur la notion. Elle a tenu une posture de leader et a exprimé des avis tranchés alors que les deux autres personnes étaient plus hésitantes. Elle a mis des arguments en avant ce qui a eu pour effet de rallier peu à peu les deux autres personnes à son avis. Pour M. l'exotisme est d'emblée associé « *aux grands explorateurs* » et à la conquête. Au début de l'entretien, A. et S. ont qualifié leur séjour au Vietnam « d'exotique » (en comparant ce mot avec celui de

« *dépaysement* »). Pourtant elles émettent un avis négatif à la suite de l'entretien lorsqu'on leur demande un jugement de valeur personnel. L'aspect négatif de l'exotisme ne provient pas toujours de la colonisation, S. souligne sa connotation consumériste et superficielle. A. se joindra instantanément à l'avis de S. en ajoutant une critique sur le voyeurisme des touristes ainsi qu'un avis négatif sur les voyages *all inclusive* (la référence du Club Med sera beaucoup utilisée). La dynamique de groupe a finalement mis en lumière de nombreux aspects négatifs de l'exotisme.

Utilisation ou rencontre avec l'exotisme, un terme usagé, mais toujours d'usage (BA7 et BA9)

De manière générale, on remarque que ce terme est peu employé par les répondants. P7 et P14 l'utilisent parce qu'il est pratique pour faire référence à un imaginaire spécifique. P7 explique que les membres de sa famille ne voyagent pas beaucoup. Lorsqu'elle cuisine un plat vietnamien, elle parle de cuisine exotique plutôt que de faire référence à un plat précis d'une ville précise : « *C'est vrai que si je leur disais, je fais des Banh Xeo de Hue, si tu y es jamais allé, ils ne vont pas comprendre. Alors que si je dis que j'ai fait un plat exotique, ça va très vite résonner* ». Elle explique que le mot « exotisme » exprime des références communes surtout lorsque les personnes n'ont que peu été à l'étranger. P7 l'utilise comme synonyme de folklore. Elle avoue que : « *Quand je pense exotisme, j'ai un imaginaire fleuri qui me vient en tête* ». P1 explicite qu'elle ne recourt pas à ce terme, car il est « *ringard* », pour P2 ce terme est « *démodé* », mais elle l'utilise quand même. Pour P9, P12 et P13, la notion semble assez quelconque, presque inintéressante. P17 indique en user quotidiennement tout en précisant que c'est n'est pas un terme important. P12 et P13 expliquent qu'elles l'emploient pour parler des fruits. Pour P21, ce mot sert à décrire l'attrance des autres pour l'exotisme ou alors pour dire un synonyme de dépaysement.

Pour P15, ce mot est raciste : « *ça sonne un peu : exotique donc différent de nous, donc parfois même inférieur à nous...* ». Le répondant rattache ce terme aux colonies : « *c'était vraiment les Français fascinés par le Vietnam* ». De plus, ce terme semble évoquer chez cette personne une sexualisation des femmes asiatiques.

Lorsqu'on s'intéresse aux circonstances dans lesquelles ce terme a déjà été rencontré, trois catégories se distinguent : les produits alimentaires et l'argument commercial, le monde du voyage, et l'ethnocentrisme.

Dans les entretiens, la notion de « *fruits exotiques* » apparaît 8 fois. Les répondants assimilent également l'exotisme à la gastronomie étrangère. P13 et P8 énoncent les supermarchés. P8 parle d'une organisation particulière pour mettre un produit en avant (par exemple les bananes). Dans l'Annexe 3, le lecteur pourra voir plusieurs rayons exotiques photographiés dans des supermarchés Français.

Dans les réponses de l'enquête, on peut se rendre compte qu'effectivement l'exotisme sert d'argument commercial parce qu'il est porteur d'un imaginaire. Les publicités vont notamment recourir aux raccourcis cognitifs que leur offre l'exotisme. Les publicités des

boissons aux fruits Oasis (P19) et les publicités de l'agence de voyages Fram (A) sont citées pour illustrer l'utilisation commerciale de la notion (Annexe 3). Les deux répondants expliquent que lorsqu'ils ont pensé au mot exotisme, ces publicités leur sont venues en tête. P20 signale qu'elle a rencontré ce terme sur une affiche de spectacle asiatique. Ce procédé semble aussi s'appliquer aux restaurants et aux épiceries qui vendent des produits qui ne proviennent pas de France.

Plusieurs personnes ont par ailleurs fait remarquer que ce terme servait à qualifier des éléments considérés comme « *hors de France* ». C'est le cas pour P1 qui parle de : « *tout ce qui est fruits ou plats qui sont pas français* ». Pour P16 aussi : « *pas quand on parle de la France* ». Pour P7 l'exotisme peut être utilisé comme une figure de style qui cache une critique raciste. Elle donne l'exemple d'un commentaire entendu dans des quartiers dans lesquels la mixité sociale est forte : « *ah ben dis donc c'est exotique ici* ». Pour elle, cela critique le fait que le quartier n'est plus Français : « *un peu une manière de dire, on est plus chez nous* ». P12 explique comment sa propre expérience a marqué son rapport à ce mot : « *Le Bénin, un pays qui est proche de moi, quand j'en parle, je vais entendre des gens dire : Ah, le Bénin c'est exotique, ce n'est pas la France* ». Lorsque l'animatrice lui demande si elle perçoit cette remarque de façon négative, elle explique que : « *C'est forcément négatif parce que tu as l'impression que la France c'est la normalité, la vie que tout le monde devrait avoir, et le Bénin pas du coup* ». Le répondant met en avant le fait que l'exotisme cache un ethnocentrisme. La norme d'une perspective particulière est perçue comme un idéal universel. Dans la suite de l'entretien, elle explique qu'elle a l'impression que ce terme ne peut pas être traduit dans d'autres langues, car il est relatif à l'Occident. P8 parle aussi d'une figure de style, mais pour qualifier des personnes « *en marge de ce qu'on a l'habitude de voir* ». L'idée de norme est donc aussi présente. Elle relève que cette manière de faire est stigmatisante. Ces circonstances de rencontres de la notion laissent apparaître un jugement de valeur par rapport à une norme.

Enfin, la notion semble être fortement rattachée au monde du voyage. D'après les répondants, l'exotisme contient un réservoir d'images d'une part de destinations spécifiques et d'autre part de vacances. Les destinations énoncées sont : « *L'hémisphère Sud* » (P9), « *au Vietnam, à Da Nang et Hoi An c'était vendu comme exotique* » (P11) (on note le mot « *vendu* » qui confirme l'utilisation commerciale de la notion), « *quand j'étais à l'île de la Réunion* » (P13), « *destinations vues comme des endroits où il fait beau, chaud, etc.* » (P14), « *Je le verrais plus sur des îles, des plages magnifiques... l'exotisme, ça serait plus assimilé à ces images-là* » (P17), en parlant de la publicité Oasis : « *en fait à chaque fois c'est perroquet, grenade, machin* » (P19), « *les belles plages, la chaleur, le sable blanc... le cliché* » (P21), en parlant de la publicité de FRAM : « *Parce que pour le coup dans leur communication c'était que plage et cocotier. Tahiti, les Dom Tom, c'étaient des territoires que tu associais directement aux images exotiques* » (A). Plusieurs répondants énoncent le fait qu'ils ont rencontré la notion d'exotisme dans les médias. Nous avons déjà cité les publicités. Les participants énoncent aussi : les documentaires (P9, P15), les reportages (P1, P2, P9), les magazines (P2) et les livres (P10). Ils expliquent qu'ils associent ce mot avec les vacances. Ce mot est évoqué quatre fois. On note que les vacances sont rattachées à des émotions positives : « *rester dans la détente, sans contraintes* » (P21).

Cette question sur les circonstances de rencontres du mot exotique permet aux répondants d'utiliser des termes tels que : « *j'ai entendu* », « *j'ai vu* » ou encore des expressions telles que : « *Quand les gens veulent partir en vacances, j'ai l'impression qu'ils sont à la recherche de l'exotisme que je te décrivais* » (P21). Parfois, le conditionnel est employé. Cela montre une anticipation des éléments qui sont considérés comme étant exotiques par des regards extérieurs. De fait, cela témoigne de leur propre regard exotique. Un élément survenu plusieurs fois est l'affirmation que l'exotisme est utilisé par des individus qui n'ont pas l'habitude de voyager : « *Chez des gens qui ont pas forcément l'habitude de voyager aussi, et qui vont te dire qu'ils recherchent une destination exotique. [...] tu sais exactement ce qu'ils ont en tête en fait* » (P9), « *justement ce mot je l'entends dire par des gens qui ne voyagent pas beaucoup, qui ont beaucoup d'a priori et qui jugent très facilement* » (P15). Dans un autre cas de figure, la personne parle d'elle-même, lorsqu'elle avait peu d'expérience de voyage : « *C'est quelque chose que je devais penser il y a plusieurs années* » (P19). Notre étude montre que la perception de ce terme n'a que peu de lien avec l'expérience de voyage des sujets. En effet des individus comme P11, P16, P17 considèrent l'exotisme comme positif alors que ces personnes sont celles qui ont le plus voyagé dans notre échantillon de personnes interrogées. Néanmoins, à part P17 les autres avouent ne jamais utiliser ce terme dans leur langage courant. Ce décalage peut être expliqué pour ces trois personnes par leur définition unique de l'exotisme qui valorise l'esthétique et l'imaginaire. Leurs réponses à la question BA6 n'ont pas cherché à nuancer ce terme. S'ils ne l'ont pas remis en question spontanément c'est que la normalité de ce mot leur semble évidente. Ce terme fait donc partie de leur système de référence même s'ils ne l'utilisent pas consciemment dans leur langage courant. D'autres circonstances de rencontre ont également été énumérées. P10 parle de « l'art exotique » et d'évènements historiques comme les grandes découvertes. P3 cite les animaux exotiques comme les serpents et les lézards.

b) Exercice d'élaboration de critères afin de distinguer les pays exotiques et non-exotiques (ENE)

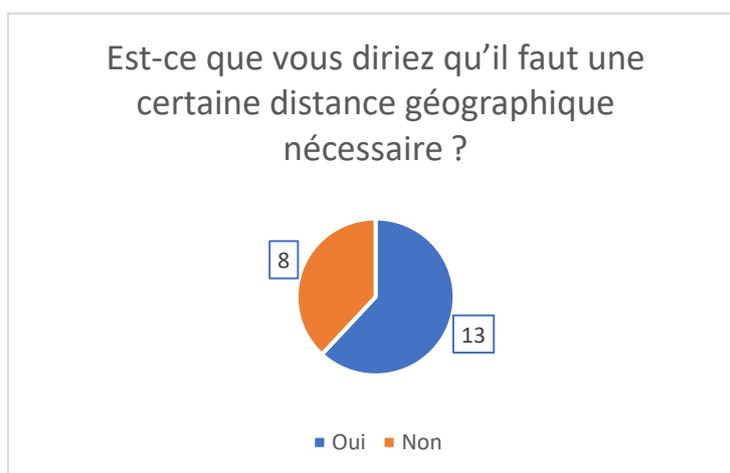
L'argument du « paradisiaque » contre celui de l'altérité (ENE1)



Les individus ayant répondu par la négative à cette question ont eu plusieurs réactions différentes. P4, P5, P10, P11, P13, P22 et deux personnes de l'entretien de groupe ont instantanément fait remarquer qu'elles associent la notion d'exotisme à des images précises. Ces images se rapportent à la chaleur, le soleil, les plages, les palmiers, les fruits tropicaux, la moiteur, les femmes. Un terme qui a été utilisé est : « paradisiaque ». Une des justifications est que le pays froid demande en effort de lutte contre les éléments alors que les pays chauds inviteraient davantage à la détente. P8 et P3 se rendent compte au moment où la question leur est posée que cela leur semble incohérent d'associer l'exotisme à un pays froid. P5 et une personne de l'entretien de groupe (A.) ont réagi en évoquant le fait que les images rattachées à l'exotisme sont suggérées par des acteurs extérieurs. Les structures de diffusions sont la publicité et la télévision. Pour A. il est plus difficile de définir d'où ces images proviennent. P9, P19 et P20 ont du mal à répondre à la question. Ils semblent confus par le fait que l'exotisme devrait être un synonyme de l'altérité, mais reconnaissent que ce n'est pas le cas dans la réalité. Ils notent que l'étymologie du mot ne correspond pas à son usage.

Les individus ayant répondu positivement à cette question ont eu deux types de réactions. P6 et P7 affirment de manière claire qu'un pays froid peut être exotique. Leur justification est que les pays froids comme la Sibérie (P7) offrent également un dépaysement, une différence de milieu ainsi qu'une possibilité d'immersion. P2, P14 et P18 semblent vouloir se rattacher à la définition et l'étymologie du terme même s'ils avouent que les premières images qu'ils associent à ce mot n'incluent pas les pays froids. Ils se réapproprient le mot selon la cohérence étymologique même si cela entre en contradiction avec l'imaginaire surgissant spontanément.

Un éloignement géographique ou culturel inhérent à l'exotisme (ENE2)

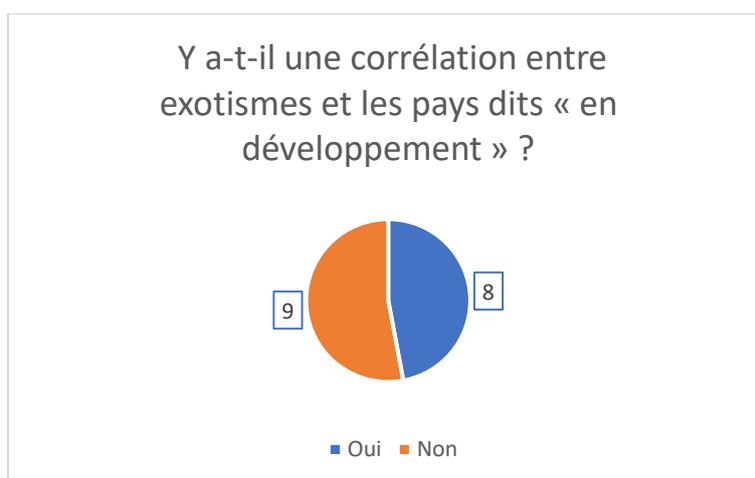


Pour la majorité des voyageurs, la distance est importante puisque grâce à elle ils s'éloignent des choses familières : habitudes, environnements (paysages, climat, etc.). D'après les individus ayant répondu positivement, de l'éloignement géographique découle une distance culturelle. Moins la culture de la destination se rapproche de la leur, plus celle-ci semble exotique à leurs yeux. Pour une des personnes, l'éloignement est nécessaire, parce que les

images exotiques (chaleur, cocotiers, sables...) ne suffisent pas à elles seules. P21 soutient qu'un trajet en avion a pour conséquence d'amplifier l'exotisme. Une répondante différente explique que pour qu'il y ait exotisme il ne faut pas pouvoir accéder facilement à sa destination.

Les personnes ayant déclaré qu'une distance géographique n'est pas importante justifient leur affirmation par le fait que c'est la distance culturelle qui est déterminante. Il faut que la culture visitée soit différente de la leur. Pour P7 ou S. de l'entretien de groupe, il est possible de trouver de l'exotisme en France (Marseille et Paris sont cités). Les raisons évoquées étant l'immigration et le multiculturalisme qui entraînent des variations culturelles considérées comme exotiques. Pour P13 et P6 au-delà de la distance géographique c'est le fait qu'une destination soit reculée et inconnue. De ce fait, un petit village en France peut être exotique. D'après elles, si ces lieux sont « époustouflants » et ont la capacité « d'émerveiller » ils sont exotiques. P6 cite le Kirghizistan, parce que ce pays est encore peu connu de l'industrie touristique. Certains des répondants ne pensent pas qu'une distance soit un gage de différences culturelles importantes. C'est le cas pour P12 qui estime que l'Islande ou la Nouvelle-Calédonie sont pareillement exotiques.

L'étiquette « du développement » qui favorise une trajectoire de pensée (ENE3)

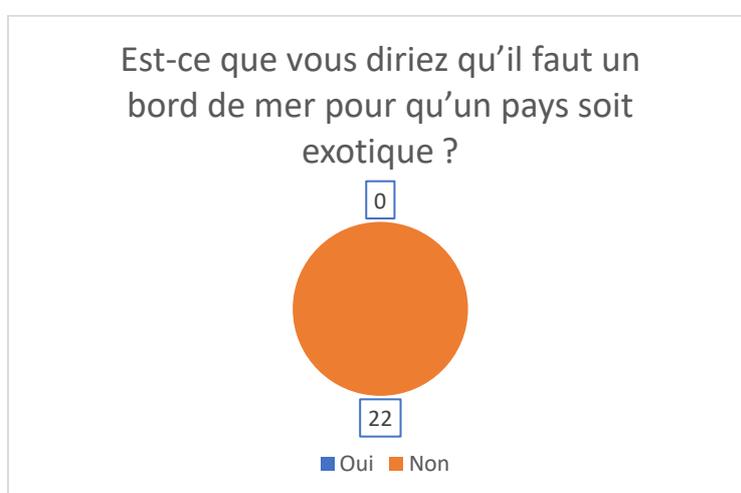


Pour certains individus, il y a effectivement une corrélation entre exotisme et pays dits « en développement ». Pour P3 par le fait du « hasard » les pays « en développement » sont lointains. Par conséquent, ils sont davantage exotiques du fait de leur éloignement que du fait qu'il soit en développement. Néanmoins, cette théorie est nuancée. P3 dit que l'Australie ou la Corée ne sont pas exotiques alors que ces pays sont éloignés. Pour P9, le fait que les pays dits « en développement » sont exotiques est dû, non pas à leur géographie, mais au fait que leur mode de vie est tout simplement différent du leur. En effet, ces pays ne seraient pas encore touchés par la mondialisation. Les inégalités de richesse sont aussi un motif d'exotisme. S de l'entretien de groupe, raconte qu'en tant que personne occidentale, avoir un pouvoir d'achat plus important sur place permet de consommer plus librement l'exotisme. P7 parle d'un « mépris » plus accepté dans les pays dits « en développement » par exemple en incarnant le fantasme de l'aventurier qui part explorer des contrées inconnues. À l'inverse, P10 avoue que

cette différence de niveau de vie lui permet de sortir de son propre confort matériel. De plus, voir des personnes heureuses avec peu de moyens, lui donne une impression d'humilité et d'humanité qu'elle recherche. Dans les pays dits « en développement », on retrouverait donc une authenticité que nous n'avons plus en Occident d'après ses dires. P20 explique ne pas supporter cet état d'esprit justement présent chez les touristes dans les pays dits « en développement ». Il émet l'hypothèse que l'exotisme se joue davantage dans les pays dits « en développement », car ces derniers l'utilisent comme argument commercial pour faire venir les touristes et par ce biais bénéficier de ses retombées économiques importantes. Enfin pour une personne les images de l'exotisme ne fonctionnent pas avec les pays dits « développés », parce que la trajectoire de pensée que nous avons pour ces territoires n'est tout simplement pas la même.

Pour les personnes qui conçoivent que l'exotisme n'a aucun lien avec les pays dits « en développement », on retrouve l'argument que c'est l'éloignement géographique qui compte. En effet, pour ces personnes l'exotisme est présent dans les territoires lointains parce que les différences seraient d'autant plus accentuées avec l'éloignement. Ces disparités sont culturelles (encore d'après la logique plus nous vivons loin de l'Autre, moins nous avons de choses en commun), mais aussi environnementales (plus nous vivons loin, plus notre climat, nos paysages sont différents). Pour P2 l'exotisme n'est pas une question sociale. Pour ce répondant, l'exotisme est positif, on ne peut donc pas le rattacher à un aspect négatif tel que la pauvreté. Naturellement, la réponse à cette question dépend de la définition de l'exotisme des personnes. Par exemple pour P5 il représente une « *claque* » culturelle, un choc qu'elle retrouve dans des pays dits « développés » comme la Corée ou le Japon. Pour P4, l'exotisme concerne un certain type de paysages plutôt qu'un stade de développement. En effet pour P4 à part les marchés, les villes ne sont pas exotiques. Ce concept se porte plutôt sur les campagnes, la végétation et les animaux. Pourtant lorsque l'animatrice demande au répondant s'il a vu ses images, il lui déclare que non, car durant son séjour il est resté dans la ville d'Hanoï.

Le bord de mer n'est pas obligatoire à l'exotisme (ENE4)



Toutes les personnes ayant répondu à cette question pensent que non, le bord de mer n'est pas obligatoire pour qu'il y ait exotisme. Beaucoup sont d'avis que cela constitue tout de même un plus, mais que cela ne suffit pas. Par exemple, Monaco pourtant en bord de mer ne l'est pas. P21 vit déjà au quotidien en bord de mer. Elle estime que c'est secondaire pour elle. P8 et P3 disent qu'ils considèrent la jungle ou des arbres tropicaux comme plus exotiques que la mer. P3, P9 et P11 identifient immédiatement certains pays tels que le Laos ou l'Afrique centrale comme des territoires exotiques alors que ces pays se trouvent dans les terres. Pour P10, l'image de la plage comme étant exotique correspond plus à des valeurs « Club Med ». Enfin, P7 émet la théorie qu'initialement on pouvait facilement rattacher la mer et les îles à l'exotisme, mais qu'aujourd'hui avec la mondialisation, on le retrouve dans des endroits plus reculés, comme chez les peuples des montagnes au Vietnam.

c) Les représentations du Vietnam : Contradiction entre les attentes et la réalité (V)

Esthétique avant le séjour : des images d'un Vietnam traditionnel (V1)

Thèmes	Eléments cités	Fréquence
Les paysages	<i>Baie d'Along</i> <i>Rizières</i> <i>Paysages sauvages non domestiqués par l'Homme</i> <i>Pas de ville</i> <i>Mobyettes</i> <i>Verdure ; Espace vert ; jungle ; ruralité ; brume ; ciel bleu ; marché ; plages ; villages perchés dans les montagnes ; villes ; campagne ; maison sur pilotis</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
La population	<i>Chapeaux coniques</i> <i>Les jeunes filles en tenue traditionnelle ; les habits ; les sourires ; les artisans ; accueillants ; gentils ; les commerçants rusés et filous avec le sens des affaires ; gens très volontaire ; communiste ; bosseur ; un peuple déterminé et fière</i>	<input type="checkbox"/>
La guerre d'Indochine et la guerre du Viet-nam	<i>La guerre du Vietnam</i> <i>La guerre d'Indochine</i> <i>La forêt et les Viet Cong ; les pièges ; les manifestations aux Etats-Unis ; histoire ; les cours de géopolitiques sur les conflits d'Indochine ; la famille partie combattre en Indochine ; la colonisation française</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Les médias	<i>Le film « Indochine »</i> <i>Les films</i> <i>Les documentaires</i> <i>Le film « L'Amant » ; livres</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Autres	<i>Bouddhisme</i> <i>Comme les autres pays d'Asie du Sud-Est</i> <i>Pauvreté</i> <i>Traditionnel (pas aussi moderne)</i> <i>Nourriture ; gastronomie ; nems ; différences ; peu d'hygiène ; calme ; pauvreté ; vacances ; Beauté ; sagesse ; tuk-tuk ; récits de vacances</i>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Aucune image avant de partir		<input type="checkbox"/>

Ce tableau réunit les termes évoqués par les participants de l'étude, lorsqu'il leur a été demandé de décrire l'esthétique du Vietnam, qu'ils avaient avant d'y aller. Ces réponses ont été rassemblées en cinq thèmes. La baie d'Along a été la plus citée. De manière générale, les répondants avaient des images de paysages en tête. Ceci n'est pas étonnant au vu des résultats de l'enquête quantitative. Rappelons que 70 % des personnes interrogées considèrent que le paysage est un élément exotique d'un pays. On s'aperçoit que ce paysage est précis, l'image de campagne ou de jungle domine. Ces images semblent montrer un Vietnam vierge de toute modernité. Plusieurs personnes ont par ailleurs spécifié que la ville ne faisait pas partie des représentations en tête. Certains répondants sont lucides comme P9 qui explique avoir des présupposés de ruralité concernant le Vietnam, mais par son expérience de voyage sait que ces images sont « *inconsistantes* ». P10 dit également : « *Je savais que ça ne ressemblerait pas du tout à ce que j'avais dans la tête* ». Une figure socioculturelle est évoquée au sujet de la population : « *la jeune fille en tenue traditionnelle* ». D'autres stéréotypes apparaissent. Les Vietnamiens sont qualifiés de « *fiers* », « *déterminés* », « *volontaires* », « *filous* », « *rusés* ». On leur associe plusieurs métiers et allégeances politiques : « *artisans* », « *commerçants* », « *communistes* ». Le fait que l'image des rizières et des personnes en chapeau conique soit si récurrente montre que les métiers de l'agriculture occupent une place importante dans l'imaginaire des voyageurs.

Les références à la guerre d'Indochine et la guerre américaine sont nombreuses. P2 et P11 ont respectivement 59 et 60 ans. Tous deux expliquent que la guerre américaine était très présente dans leur quotidien à une certaine époque. P2 dit : « *On nous a tellement balancé des images exotiques de ce pays à une époque* », « *On nous en a mis plein les oreilles de ce pays, pour ma génération c'était énorme. On voyait des directs à la TV. D'ailleurs je me souviens qu'on nous faisait envoyer des dessins pour là-bas, quand j'étais ado'* ». P2 a donc vu des images du Vietnam à son adolescence. P2 évoque la télévision comme outil de diffusion. Le souvenir des dessins laisse penser que ce pays a marqué l'émotionnel de la personne P2. Pour P11, cette question a également mobilisé des images de la guerre du Vietnam : « *Les photos de la guerre aussi. À une époque, on voyait le Vietnam tous les jours à la télévision. J'ai toujours vu les Vietnamiens comme un peuple déterminé et fier. Ils en ont bavé quand même* ». Elle énonce la télévision, mais également des photos. Elle insiste sur le caractère quotidien de la présence de ces images.

P3, P12, P13 et S. expliquent que leurs images proviennent de films et de documentaires qu'ils ont vus sur le Vietnam. L'œuvre cinématographique *Indochine* est évoquée à plusieurs reprises, *L'Amant* à une reprise. P13 nomme les livres dans lesquels elle s'est forgée des images sur le Vietnam. P20 et P13 expliquent que leurs images se sont forgées avec les souvenirs de personnes qui ont raconté leur voyage ou alors avec des photos de vacances qu'on leur a montrées.

D'autres éléments sont à noter. Le bouddhisme est cité trois fois. Il est associé au mot « *calme* » et au mot « *sagesse* ». Deux fois des répondants ont précisé qu'ils imaginaient le Vietnam « *comme les autres pays du Sud-Est* ». P12 et P10 énoncent une image de pauvreté :

« Tu t’imagines que tu vas être la plus riche sur place » (P10). Pour P12, cette pauvreté s’est confirmée sur place. P10 au contraire a été soulagée qu’elle se soit trompée. Elle explique que l’étiquette de « pays en développement » a été trompeuse pour elle : « En fait ce mot, il te crée des images de pays qui sont dans le besoin. Peut-être au niveau financier ou dans les campagnes, mais il faut faire attention par l’image qui est véhiculée par ces termes. [...]. Je pense qu’on les sous-estime. » P22 s’est aussi rendu compte qu’elle avait des présupposés du même ordre : « Eh bien je ne m’attendais pas à ce que ce soit si moderne des fois ». P12 a une explication à ce décalage entre l’attendu et la réalité : « Tu vas voir des choses en te disant : “mais non ça ce n’est pas possible”. Et en même temps, tu as envie que ça se passe de voir ces choses pas possibles. Faut se remettre en question, je pense, sur ces choses-là ».

Lieux visités et activités au Vietnam : les aires urbaines au centre des séjours (V3).

Personnes	Lieux	Activités
P1		Trekking (faune), Temples, marché (voir la population dans son quotidien)
P2	Nord et Sud, pour voir les décors et la baie d’Along	
P3	Hô Chi Minh-Ville (pour voir l’impact colonial), sinon la nature, baie d’Along	Trekking dans la nature
P4	Hanoï	Musée (une volonté de comprendre l’histoire, la guerre, la place des Français)
P5	Da Nang, Hoi An, Hô Chi Minh-Ville, Hanoï, Da Lat	
P6		
P7	Da Nang, Hoi An, Hue, Saïgon	
P8		
P9	Haïphong, Cat Ba, Baie d’Along, Da Nang, Hoi An, Hô Chi Minh-Ville	
P10	Ha Chi Minh, Hue, Da Nang, Hoi An, Da Lat, Baie d’Along, Hanoï	
P11	Hanoï, Baie d’Along, Da Nang, Hoi An	Temples, Musée, spectacles de Marionnettes, lac de l’épée restituée, la rue des peintres (Hanoï), la mer (Da Nang)
P12	Hô Chi Minh-Ville	Shopping, musées (sur la guerre)

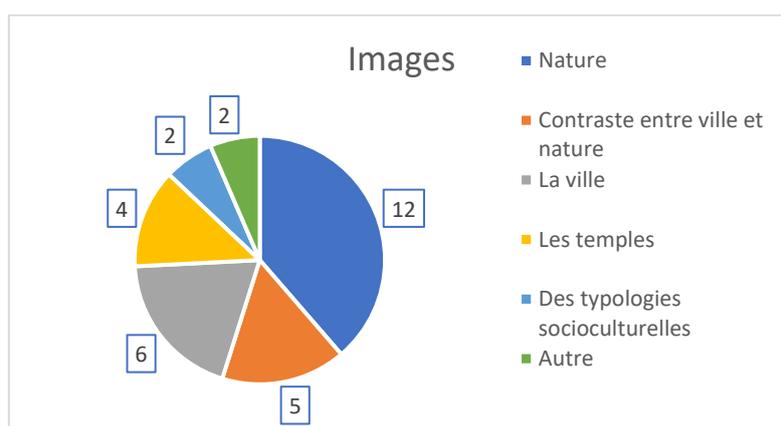
P13	Hanoï, Baie d'Along, Hoi An	
P14	Hanoï, Ninh Binh, Tam Coc	Temples
P15	Hanoï	Musées
P16		
P17		<i>« La ou mon père est allé pendant la période d'Indochine »</i>
P18	Hô Chi Minh-Ville, Ben Tre, Can Tho, Vung Tau, Hanoï, Halong, Can Gio. Mais surtout au Mékong.	
P19		
P20	Hô Chi Minh-Ville, Delta Du Mékong	
P21	Hô Chi Minh-Ville, Phu Quoc, Delta du Mékong, Cu Xi	
P22		La fête, les bars, la musique

On remarque que beaucoup de lieux reviennent : Hanoï, Hô Chi Minh, Da Nang, Hoi An et la baie d'Along. Ceci semble étonnant au vu de la question précédente. En effet, beaucoup de répondants ont avoué n'avoir pas d'images de villes en tête. Ils évoquaient des paysages, de campagne, de jungle et de montagnes. Pourtant ces réponses montrent que ces voyageurs sont allés dans des grandes villes. Notons que parfois les personnes interrogées n'ont pas donné de lieux précis, mais plutôt des activités qu'elles ont fait : *« la fête, les bars, la musique »*. Cela peut induire que ce ne sont pas les espaces qui sont importants, mais plutôt pourquoi elles y sont allées. Par exemple comme P17, qui explique être allée au Vietnam pour réaliser un travail de mémoire pour son père parti en Indochine. Pour P15, les localités n'ont pas grand intérêt. Ce qui lui importe c'est de voir la vie des Vietnamiens. On note que certains sites, même réputés très touristiques comme la baie d'Along, restent incontournables pour les répondants. L'explication, d'après P2, est que chaque voyageur a envie de cocher une liste de lieux à voir dans un pays. De plus, cela semble important pour P2 de dire qu'elle a visité ces lieux incontournables à son retour.

Au niveau de la construction de leurs itinéraires, les personnes, qui n'avaient pas un but précis derrière leur séjour, annoncent : avoir fait beaucoup des recherches sur internet (forums, blog voyage, Facebook, Instagram), avoir demandé à d'autres voyageurs avant ou sur place, avoir consulté des guides de voyages (le Routard, le Petit Futé...), être passées par des agences de voyages, avoir téléchargé des applications smartphones, etc.

d) Le sensoriel à l'épreuve d'une subjectivité socialisé (ES)

D'après David Le Breton : « *Le corps est non seulement une matière de sens, mais l'instrument premier pour appréhender le monde* »⁴⁴⁶. Dans cette étude, nous verrons comment certains stimulus entrent dans le champ de conscience des individus pour activer une perception qui ouvre à une sensation et à des émotions. Selon Vincent Battesti, l'organisation des sens est sociale⁴⁴⁷. D'après Joël Candau, la combinaison des signaux transmis par l'univers sensoriel produit une correspondance qui développe des imaginaires. L'auteur insiste sur la dimension synesthésique de la perception. Traiter les sens de manière individuelle mène inmanquablement à une épistémologie réductrice. Néanmoins, l'auteur spécifie aussi qu'il est compliqué de procéder autrement⁴⁴⁸. Nous nous attacherons donc à relever les éléments cités par les répondants. Ces résultats nous serviront plus tard dans notre analyse. Nous constaterons également dans ce chapitre les particularités de chaque sens afin de comprendre leur rôle dans le processus exotique. Pour cela nous allons adopter une démarche pluridisciplinaire en nous servant d'analyses anthropologiques. Notons que nous n'avons pas traité du toucher. En effet, il ne nous semblait pas pertinent pour cette étude de demander au répondant quelle sensation de toucher ils avaient retenue du Vietnam.



Durant cette étape de l'entretien, il a été demandé aux répondants d'imaginer un tableau qui représenterait l'esthétique de leur voyage au Vietnam qui leur venait spontanément à l'esprit. Les résultats montrent que les répondants ont tendance à se rappeler davantage de la nature. En effet, 12 personnes expliquent qu'elles ont ce type d'images en tête. Dans leurs réponses, on trouve les éléments suivants : « *les montagnes* » (5 fois) « *le Mékong* » (4 fois), « *les rizières* » (3 fois), « *les plages de Da Nang* » (2 fois), « *l'eau* » (2 fois), « *les pics karstiques* », « *la baie d'Along terrestre* », « *les dunes des sables de Mui Ne* », « *le monde rural* ». La baie d'Along côtière a été citée 2 fois, mais seulement pour dire que ce n'est pas cet endroit qui a été retenu. P13 expliquera que les rizières lui rappellent la guerre du Vietnam. Elle exprime de la compassion envers les soldats qui étaient complètement inadaptés au terrain. Un autre élément qui ressort de cette analyse est la présence des couleurs : « *dunes de sables*

⁴⁴⁶ David Le Breton, *La saveur du monde : une anthropologie des sens*, Paris, Métailié, 2006.

⁴⁴⁷ Vincent Battesti, « "L'ambiance est bonne" ou l'évanescent rapport aux paysages sonore au Caire » dans *Paysages sensoriels*, s.l., Editions du Comité des travaux historiques et scientifiques, 2013, p. 75.

⁴⁴⁸ Joël Candau, *Mémoire et expériences olfactives*, Kindle., s.l., Presses universitaires de France, 2000, p. 30.

blancs ou rouges », « *montagnes ocres* », « *beaucoup de vert, très verdoyant, des couleurs très chaudes, très fortes, très ocre* », « *ses marchés très colorés* », « *moi c'est vraiment la couleur des rizières. Parce que vraiment il y a un vert, mais qui est pas uniforme, qui est très changeant, magnifique* », « *la jungle verte* ». La ville va souvent être associée à la couleur grise. P14 rattachera la pollution au gris de Hanoï. P3 fera un contraste entre la « *ville grise* » et la « *jungle verte* ». On retrouve d'ailleurs dans beaucoup de réponses une opposition entre la ville et la campagne. En effet, cinq personnes ont décrit un tableau avec d'un côté la ville et de l'autre la nature. En ce qui concerne la ville les répondants relèvent son dynamisme qui garantit une ambiance recherchée, mais également un climat anxiogène. P11 qui va d'abord donner une image de « *monde rural* » parlera ensuite de la ville en ces termes : « *La foule grouillante, compacte, stressante, tu te demandes si tu vas réussir à traverser* ». P12 se satisfera au contraire de cette activité : « *J'aime l'ambiance des rues, mais pas forcément les rues du centre-ville. Tu vois les gens qui dorment, des restaurants de fruits de mer ouverts tard* ». La circulation semble par ailleurs avoir marqué les répondants : « *toutes ces motos dans tous les sens* », « *la circulation dense, complètement folle* ». M. de l'entretien de groupe relèvera l'ingéniosité de l'architecture des villes. La présence du bouddhisme et plus globalement des temples est nommée dans quatre réponses différentes. Deux personnes décrivent deux typologies socioculturelles que nous avons déjà constatées : « *une Vietnamiennne âgée qui sourit et qui est dans une barque sur le Mékong* » et « *un Vietnamienn sur une barque* ». En plus de ces deux figures, un répondant parle également des « *chapeaux coniques* ». Enfin P5 explique que durant son séjour elle a noté l'importance de la famille au Vietnam et la présence du communisme. Par conséquent, son tableau comporterait le portrait de Hô Chi Minh ainsi qu'une maison dans laquelle se côtoieraient cinq générations sous le même toit. En analysant ces résultats, il semble évident que le paysage visuel est le sens qui a le plus stimulé les répondants.

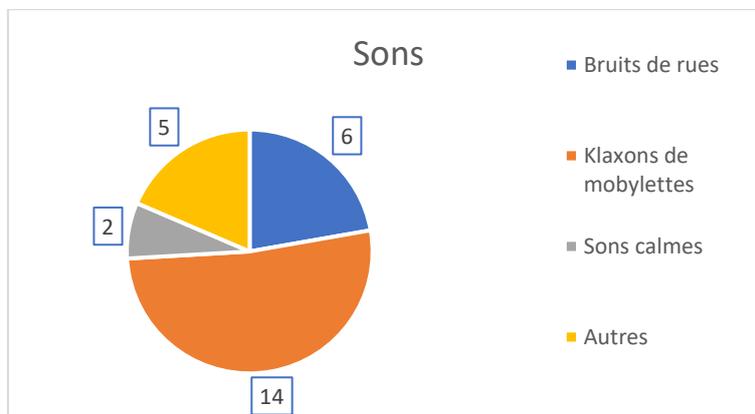
Lorsqu'il a été demandé aux répondants une odeurs, un son et un goût les réponses étaient très succinctes et factuelles. Pour l'image, les participants développent plus amplement leurs réponses. Les compositions mentales sont plus complexes. Pour Candau et le Gonidec, il y a plusieurs raisons qui permettent d'expliquer pourquoi la vision possède un statut aussi fort. La première est que : « *Quelque chose qui se donne à voir reste, demeure* »⁴⁴⁹. Cette stabilité n'est pas le cas des autres sens (par exemple il est très difficile de diffuser et d'enregistrer l'olfactif et le gustatif). Les auteurs relèvent également que la vision est le seul sens avec l'audition à apparaître de manière « autonome » dans la perception des individus. De plus, les anthropologues soulignent le fait que la vision est l'un des seuls sens capables de susciter une attention permanente⁴⁵⁰.

Les moyens techniques, mais également, avouons-le, notre conditionnement à favoriser la vision, a eu pour conséquence le fait que nous traitons tout au long de cette thèse, de manière détaillée, les représentations visuelles du Vietnam. Nous n'analyserons donc pas plus

⁴⁴⁹ Joël Candau (ed.), *Paysages sensoriels. Essai d'anthropologie de la construction et de la perception de l'environnement sonore*, Paris, CTHS, 2013, p. 216.

⁴⁵⁰ *Ibid.*

en détail cet aspect dans ce chapitre. Nous préférons nous concentrer sur les autres sens qui auraient peut-être mérité une place plus importante pour comprendre l'exotisme dans les représentations sociales du Vietnam.



D'après notre analyse, le son que les participants de l'enquête ont le plus retenu est le klaxon de scooter. Cela représente tout de même 50 % des personnes interrogées. Ces sons de klaxons ne sont pas forcément rattachés à l'environnement urbain. P16 dit que dans les campagnes aussi, ils se font entendre. Les répondants ont également noté les bruits de la ville. A. de l'entretien de groupe déclare : « *En ville, une espèce de bordel sonore* », pour P4 ces bruits sont associés aux : « *sons des villes qui ne dorment jamais* ». P14 dit de ces klaxons : « *Vraiment, j'en pouvais plus, je voulais juste que ça s'arrête* ». Pour deux participants, le Vietnam est rattaché à des sons calmes. P1 dira qu'elle entend par là : « *des sons de nature et d'animaux* ». Elle dira également que ces sons incluent : « *les sons du quotidien qui font naturels comme le marché* ». Pour P2 ces sons calmes sont associés aux temples. Les autres bruits énumérés par les participants sont : « *les singes hurleurs* », « *le bruit des restaurants* », « *les oiseaux en cage* », « *la langue vietnamienne* ».

Le livre *Paysages sensoriels*⁴⁵¹, nous fournit certains outils conceptuels nécessaires pour observer ces données. Dans l'introduction, Joël Candau et Marie-Barbara Le Gonidec différencient une perception holiste et analytique de l'environnement sonore⁴⁵². Dans le premier cas, l'individu reconnaît une séquence de son spécifique et dans le deuxième cas un paysage sonore que les auteurs définissent comme un :

« Ensemble de stimuli auditifs perçu comme tel, c'est-à-dire perçu comme une totalité dotée d'une essence (peu importe, en l'affaire, que celle-ci soit réelle ou imaginaire) et dont la représentation mentale est traduite en langue par des expressions telles que "ambiance sonore", "milieu sonore" ou "environnement acoustique" ». ⁴⁵³

Dans notre étude, nous rencontrons ces deux situations. Lorsque les répondants évoquent le bruit des mobylettes, ils ont retenu un « *stimulus sonore particulier* » alors que

⁴⁵¹ J. Candau (ed.), *Paysages sensoriels*, op. cit.

⁴⁵² *Ibid.*, p. 14.

⁴⁵³ *Ibid.*, p. 9.

lorsqu'ils parlent des sons de la ville, ils sont « *immergés dans un flux de sons perçus comme homogènes* »⁴⁵⁴.

Les répondants P1 et P2 ont également mémorisé ce que Bernie Krause⁴⁵⁵ cité dans *Paysages sensoriels* et appelle la biophonie (des sons de source animale) et la géophonie (des sons de source naturelle, mais non animale)⁴⁵⁶. On peut d'ailleurs s'étonner que les sons de marchés et les sons du quotidien des Vietnamiens, qui sont des productions humaines, soient rattachés à ces catégories de sons « naturels ».

Pour analyser ces divers constats mis en lumière par ces outils, nous nous servons de la théorie de Joël Chételat qui associe la spatialité du paysage sonore avec le concept d'identité. Il explique que : « *L'identité spatiale renvoie à la particularité d'un lieu identifiable comme tel et dans la manière dont il contraste avec son voisinage* »⁴⁵⁷. D'après lui, cette perspective fait apparaître deux dimensions. La première est que l'identité montre des relations entre les individus et les différents espaces et par conséquent l'intégration de significations dans et par ces espaces qui se traduisent par des pratiques sociales⁴⁵⁸. La deuxième est que l'individu va percevoir ces espaces à travers des représentations idéalisées :

« [l'espace] repose à la fois sur la reconnaissance d'éléments de mémoire personnels et collectifs [...]. Ainsi, à l'usage réel des lieux vient s'ajouter une dimension idéalisée, nourrie de l'imaginaire et des mythes qui définissent le rapport d'intimité entre un individu et son territoire ».⁴⁵⁹

Il lie cette théorie au sujet qui nous intéresse en expliquant que le son est dépendant d'un contexte spatial et social spécifique.

La pensée de Vincent Battesti va par ailleurs en ce sens lorsqu'il affirme que pour lui la distinction entre un paysage sonore et un environnement sonore est précisément que « *le paysage sonore [...] est un environnement sonore qui signe un lieu et un moment qui est identifiable* »⁴⁶⁰. Le « *bordel sonore* » du Vietnam décrit par un participant constitue une signature sonore du Vietnam. En effet, alors qu'à Paris ces sons pourraient être qualifiés de *pollution sonore* insupportable, ces mêmes sons dans cette situation n'ont pas eu l'air de déranger la plupart des participants (P14 à tout de même fait part de son rejet pour ces sons). Au contraire, ils apparaissent comme quelque chose d'acceptable qui relève d'un désordre dépaysant en rupture avec leur référentiel quotidien. Dans cet espace le cadre social définit cette production sonore comme normale. Les grandes villes du Vietnam comme Saïgon, Hanoï

⁴⁵⁴ *Ibid.*, p. 14.

⁴⁵⁵ Bernie Krause, *The great animal orchestra: finding the origins of music in the world's wild places*, London, Profile, 2012.

⁴⁵⁶ J. Candau (ed.), *Paysages sensoriels*, op. cit., p. 12.

⁴⁵⁷ Joël Chételat, « La cartographie sonore comme révélateur de l'identité urbaine » dans *Paysages sensoriels*, s.l., Editions du Comité des travaux historiques et scientifiques, 2013, p. 201.

⁴⁵⁸ *Ibid.*, p. 202.

⁴⁵⁹ *Ibid.*

⁴⁶⁰ V. Battesti, « "L'ambiance est bonne" ou l'évanescent rapport aux paysages sonore au Caire », art cit, p. 85.

ou Da Nang sont caractérisées par ces ambiances sonores qui révèlent des « *cartes postales sonores* »⁴⁶¹ attendues par les voyageurs. La signification des sons est subjective, elle dépend des représentations acquises par l'individu. Pour Battesti : « *L'appareil d'écoute n'est pas "neutre" aussi parce que nos instruments des sens et des perceptions ont été formés, ont une histoire* »⁴⁶².

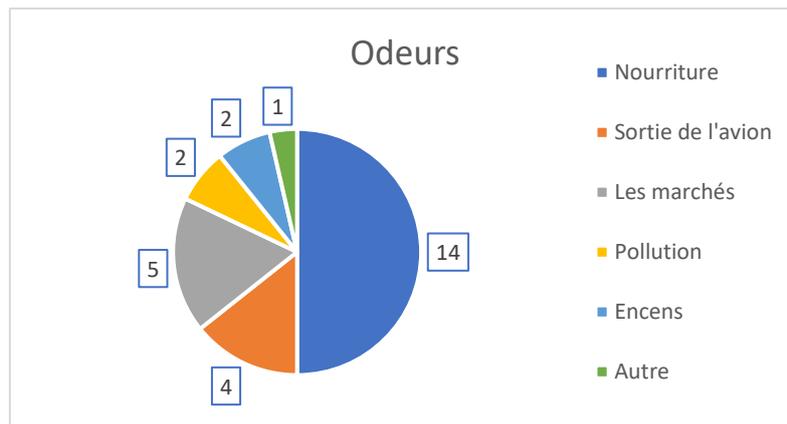
Ces approfondissements permettent de comprendre comment des univers sonores attachés à des représentations mentales justifient la confusion entre des sons anthropologiques et des sons biophoniques ou géophoniques. P1 associe les sons « naturels » avec les bruits des animaux autant qu'avec les bruits des marchés et ceux du quotidien des Vietnamiens. On peut sans doute opposer ces sons « naturels » aux sons « artificiels ». Nos analyses dans la première partie de cette composition révèlent que l'artificiel est considéré comme étant le contraire de l'authentique. Pour l'Occident, les sociétés modernes ont perdu leur authenticité et c'est dans les sociétés de l'Ailleurs qu'elle peut être retrouvée. Dire que le marché et les sons du quotidien sont des sons « naturels » au même niveau que les sons d'animaux, fait appel aux représentations relevant du « bon sauvage ». Nous ne reviendrons pas sur toutes les caractéristiques de cette figure que nous avons déjà énoncées. Néanmoins, cette association montre que les sons sont attachés à des signifiés qui proviennent d'un imaginaire exotique. De la même manière, on peut analyser la présence des sons d'animaux dans les réponses (singe hurleur et oiseaux dans les cages). P3 a cité les singes hurleurs parce qu'elle en a rencontré au cours d'un trekking dans la jungle. P20 a retenu le son des oiseaux parce que son voisin à Saïgon possédait cet animal. Évidemment, ces séquences de sons particuliers sont plus marquantes, car moins diffuses et omniprésentes que le paysage sonore urbain global. Néanmoins, on peut tout de même s'étonner que ce soient elles qui aient été nommées. À nouveau on peut se demander si la mémoire sonore n'a pas retenu les sons qui appellent à des imaginaires précis. D'après Candau et le Gonidec en citant Bonnet⁴⁶³ : « *Au cours de notre histoire évolutive, notre sens de l'écoute s'est ancré dans une sensibilité aiguë à des sons naturels [...] qui pouvaient être annonciateurs de dangers pour l'être humain* »⁴⁶⁴. Le fantasme de la nature hostile fait partie de la représentation exotique du Vietnam. Dans cette conception, l'Occidental tient le rôle de l'aventurier qui lutte contre la nature dangereuse. L'imaginaire exotique semble donc influencer les perceptions du voyageur sur l'environnement qu'il découvre. Cependant, il nous faut nuancer cette affirmation. Notre étude montre tout de même que 50 % des répondants ont retenu les sons des moteurs et klaxons des mobylettes. Cela paraît cohérent avec le fait qu'en étudiant les lieux où ils sont allés nous nous sommes rendu compte que les voyageurs interrogés résidaient principalement dans les villes.

⁴⁶¹ J. Chételat, « La cartographie sonore comme révélateur de l'identité urbaine », art cit, p. 207.

⁴⁶² V. Battesti, « "L'ambiance est bonne" ou l'évanescent rapport aux paysages sonore au Caire », art cit, p. 75.

⁴⁶³ François J. Bonnet, *Les mots et les sons: un archipel sonore*, Paris, Éditions de l'éclat, 2012.

⁴⁶⁴ J. Candau (ed.), *Paysages sensoriels, op. cit.*, p. 18.



Majoritairement, les participants ont décrit des odeurs de nourriture. Plusieurs plats ont été évoqués : « *les fruits* » (4 fois), « *les soupes* » (2 fois), « *le Banh Mi* » (2 fois), « *le riz* », « *le durian* », « *la sauce poisson* », « *le Bun Cha* », « *les épices* », « *le café* ». Cinq participants ont nommé les marchés. Ils ont précisé que l'odeur était marquante. Certains ont émis un jugement de valeur en spécifiant que les marchés ne sentaient pas bon. Quatre répondants ont expliqué se souvenir de l'odeur qu'ils ont sentie en sortant de l'avion. P18 parle « [d'] une odeur liée à la chaleur, à l'humidité qu'on reconnaît, mais qui est difficile à décrire ». Deux personnes ont retenu l'odeur d'encens des temples et deux autres celle de la pollution des villes.

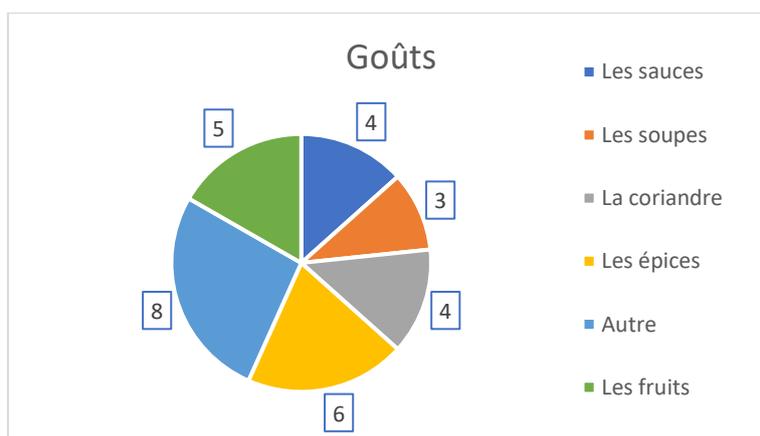
Joël Candau explique que les individus ont un rapport ambigu avec le sens olfactif. En effet tout en rappelant une certaine animalité inconfortable, il rend l'environnement de l'individu palpable. Il cite Leroi-Gourhan qui affirme que la perception olfactive permet de ressentir la réalité avec une plus grande profondeur et intensité. Il serait d'après Candau, un moteur émotionnel puissant qui n'appartient pas au domaine réflexif⁴⁶⁵. L'anthropologue défend l'idée selon laquelle les « sens de proximité » comme l'odorat seraient toujours présents et déterminants dans nos sociétés. Il refuse l'idée d'un « silence olfactif ». Notre étude montre qu'effectivement les individus ont retenu des odeurs bien précises de leur voyage. Les marchés, la sortie de l'avion, la nourriture, sont trois groupes olfactifs qui ressortent de notre analyse. Il est par ailleurs évocateur que les voyageurs expriment la première odeur qu'ils respirent à leur sortie de l'avion, comme souvenir sensoriel spontané. La première odeur qu'ils ont sentie à leur arrivée dans un pays étranger les a marqués. On peut imaginer que le premier stimulus du voyageur lorsqu'il parvient à destination est olfactif. Cette odeur à la sortie de l'aéroport les répondants l'ont décrite comme « *humide* » et « *chaude* ». On pourrait presque parler d'une odeur géographique. Notons que parce que l'odorat est un sens de proximité, il peut potentiellement relever de l'intime. Se faisant, on peut supposer que les répondants ont retenu bien d'autres odeurs du Vietnam qu'ils n'ont pas confié lors d'un entretien sociologique.

Il serait maladroit et simpliste d'affirmer que la perception des odeurs serait entièrement conditionnée par la culture. La culture offre effectivement un cadre de perception ainsi que des filtres d'attention sélective, néanmoins comme le souligne Candau, les odeurs sont liées à un contexte affectivo-perceptif dont il est difficile de savoir s'il découle de la

⁴⁶⁵ J. Candau, *Mémoire et expériences olfactives*, op. cit., p. 9-11.

génétique, du culturel ou de l'environnemental⁴⁶⁶. Candau cite le syndrome de Proust qui montre que les odeurs ont « pour spécificité de faire époque »⁴⁶⁷. La mémoire va stocker les informations olfactives. Le fait de sentir à nouveau cette odeur déclenchera un signal émotionnel très puissant. On peut émettre l'hypothèse que la perception exotique des autres sens peut être apprise à l'individu par son environnement alors que le sens olfactif ne peut qu'être rappelé. En effet, la mémoire olfactive s'active à partir d'un souvenir. Les odeurs par la mémoire ont un pouvoir d'évocation⁴⁶⁸. D'aucuns opposera que tous les sens ont un pouvoir d'évocation, néanmoins comme le souligne Candau il est difficile de nommer et de décrire des odeurs autrement que par leur appréciation⁴⁶⁹. En ce sens les odeurs se différencient des autres sens. Un individu peut plus facilement expliquer les sons de Hanoi à une personne qui n'y a jamais été. Il sera moins confortable d'en exprimer les odeurs de cette ville. Plusieurs répondants de l'enquête ont d'ailleurs exprimé leur difficulté à décrire les odeurs : « *une odeur liée à la chaleur, à l'humidité qu'on reconnaît, mais qui est difficile à décrire* » (P18). De plus, les sens de proximité comme le goût et les odeurs ont cette particularité d'être moins accessibles que les sens distants. Par exemple il est plus facile d'avoir accès à un documentaire sur le Vietnam que d'aller dans un restaurant vietnamien pour sentir les odeurs et goûter les saveurs.

Dans le cadre du voyage, l'odeur participe à la jouissance du séjour. Même lorsqu'elles sont jugées mauvaises, elles entraînent des émotions positives parce qu'elles rappellent au voyageur qu'il n'est pas dans son monde profane. Les stimulus olfactifs ont une fonction cognitive. Ils rendent l'environnement du voyage plus intense et donc plus réel. Elles sont plus difficiles à transmettre, car moins accessibles et complexes à nommer. Elles sont également plus personnelles, car plus profondément rattachées à des souvenirs. Le sens olfactif possède un pouvoir émotionnel extrêmement puissant qui va provoquer chez le voyageur un engagement intime.



⁴⁶⁶ *Ibid.*, p. 29.

⁴⁶⁷ *Ibid.*, p. 83.

⁴⁶⁸ *Ibid.*, p. 109.

⁴⁶⁹ *Ibid.*, p. 67.

D'après David Le Breton : « *A l'inverse des autres sens, le goût exige l'introduction en soi d'une parcelle du monde. Les sons, les odeurs, les images naissent hors du corps. La gustation d'un aliment ou d'une boisson implique l'immersion en soi* ». Breton rejoint Candau lorsqu'il affirme que le goût est en partie nourri par l'odorat. Les participants ont tous cité des éléments du domaine de la nourriture quand l'animatrice leur a demandé un goût. Ce qui n'est pas étonnant au vu de l'enquête quantitative effectuée. Rappelons que pour 81 % des personnes la nourriture est exotique. Néanmoins, on aurait également pu aussi s'attendre à des saveurs qui ne relèvent pas de la nourriture, comme le goût de la peau de l'Autre ou le goût de la pluie.

Peu de répondants expriment le fait qu'ils ont été marqués par de nouvelles saveurs. Il n'y a finalement que P1 qui fait une remarque de cet ordre tout en spécifiant également qu'elle se souvient aussi de saveurs connues : « *Il y avait les épices et les nouveaux fruits que j'ai goûtés. Des fois, c'était de la découverte et des fois c'était vraiment de la surprise* ». Il est à noter que les plats ou les ingrédients que les répondants ont retenus tels que les sauces, les soupes, la coriandre sont des éléments très présents dans la gastronomie vietnamienne. Dans les autres goûts qui ont été cités, on trouve : « *les rouleaux de printemps* », « *le riz* », « *le thé* », « *le Bun Cha* », « *le piment* », « *les fruits de mer* », « *le Banh Mi* ». Ce qui surprend dans cette liste est qu'il y a beaucoup d'éléments reconnaissables, c'est-à-dire d'aliments qui font partie du quotidien des Français. Le riz et le thé en sont un exemple. Il est étonnant de voir que des aliments présents en France se retrouvent dans un souvenir que les individus rapportent du lointain. On remarque également que des saveurs qu'ils connaissaient déjà ont pu être décuplées. Cela est vrai pour les fruits, certains répondants affirment qu'ils ont « *redécouvert* » la saveur des fruits au Vietnam. P13 dira cependant le contraire. Pour elle, rien n'est exotique au niveau des saveurs parce que : « *Maintenant on mange ça partout* ». Elle se dit être « *blasée* » et que de manière générale plus grand-chose ne l'étonne.

De plus, les éléments cités peuvent pour la plupart être classés dans des appréciations positives. Les répondants ont eu l'air d'aimer le goût des saveurs qu'ils ont cités. Il n'y a que P14 qui se souvient de la coriandre parce qu'elle ne l'aime pas. Comme l'odorat, le goût est d'après Breton, « *un sens de la différentiation* ». Le goût relèverait à la fois du domaine cognitif et affectif. Il ne peut être perçu avec indifférence comme c'est le cas pour la vue, le toucher et l'ouïe⁴⁷⁰. D'après l'auteur, les préférences de goûts seraient en partie construites. Elles seraient « *affaire de convention* ». Son étude souligne l'importance de l'appartenance culturelle des individus dans le domaine du goût : « *Le goût n'est pas une valeur mathématique, mais discriminative et symbolique, il est étroitement soumis aux variations du goût (entendu au sens moral)* »⁴⁷¹. Il cite en exemple les différences de goût dans l'espace, mais également dans le temps. Il explique par exemple que le goût entre le moyen-âge et l'époque contemporaine sur un même territoire s'est transformé. Son analyse montre à quel point la perception du goût est conditionnée par la culture, néanmoins. Il ne s'agit pas ici d'affirmer que le goût relève seulement de la culture. Nous ne souhaitons pas non plus marquer une différence entre l'inné

⁴⁷⁰ David Le Breton, « 8. Du goût en bouche au goût de vivre : une gustation du monde » dans *La saveur du monde*, Paris, Éditions Métailié, 2006, p. 329-387.

⁴⁷¹ *Ibid.*

et l'acquis du goût. Pour Claude Fischler qui s'inscrit dans une pensée bioculturelle : « *Dans l'acte alimentaire, homme biologique et homme social sont étroitement, mystérieusement, mêlés et intriqués* ». Pour l'auteur, les multiples approches (biologie, psychologie, sociologie, etc.) qui permettent d'étudier le goût ne devraient pas former une juxtaposition de regards autonome, mais un tout complémentaire⁴⁷².

Pour Le Breton, la cuisine imprime un sentiment d'identité. Son analyse montre qu'il est difficile pour l'individu de se défaire des saveurs envers lesquelles il a été conditionné ou qui lui servent de référence identitaire : « *Dans le fait de se nourrir, il y a toujours cette racine qui nous fait trouver dans la cuisine quelque chose de plus que du nutritif, un reliquat de mémoire qui se réactive à chaque fois que nous mangeons* »⁴⁷³. Effectivement, ce fait se retrouve dans mon expérience personnelle. Lorsque je suis allée faire un stage au Vietnam, mon directeur de formation m'a prévenu à quel point le manque de la nourriture occidentale est extrêmement difficile pour les stagiaires qui partent à l'étranger. Il m'a plusieurs fois raconté l'histoire de stagiaires français au Vietnam qu'il aurait vu pleurer devant un steak-frites à leur retour.

Certains éléments cités par les répondants appartiennent à des répertoires alimentaires conventionnels, comme le riz ou le thé. D'autres, sont plus rares comme les rouleaux de printemps ou les soupes phô. Il suffirait pour un Français d'aller au marché ou dans un restaurant pour en trouver. Encore une fois, la rareté n'est pas affaire de fréquence ou de nombre d'exemplaires, mais comme un « sortir de l'ordinaire ». Même si ces aliments n'appartiennent pas aux références culturelles de l'individu ils sont identifiés comme relevant d'un référentiel reconnu et reconnaissable. En d'autres termes, se souvenir de la saveur des rouleaux de printemps après son voyage au Vietnam a du sens. Ces aliments sont associés au Vietnam dans l'imaginaire que les Français ont de ce pays. La lecture du monde à travers des raccourcis cognitifs se matérialise dans le réel. Cela pourrait expliquer pourquoi P13 ne relie pas de saveur exotique au Vietnam. Elle justifie le fait que plus rien n'est exotique parce que « *on trouve ça partout* ». Ces aliments ne sont plus rattachés à un imaginaire de l'ailleurs, mais à son référentiel alimentaire.

⁴⁷² Claude Fischler, « La nourriture. Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation », *Communications*, 1979, vol. 31, n° 1, p. 1-3.

⁴⁷³ D. Le Breton, « 8. Du goût en bouche au goût de vivre : une gustation du monde », art cit, p. 329-387.

Chapitre XVI. Méthode par observation participante : étude de l'exotisme dans un même espace culturel

A. Entre observation ethnologique participative et observation sociale de distance

En 1965, Georges Condominas écrit l'ouvrage : *L'exotique est quotidien*. Ce livre est une monographie du village de Sar Luk dans le pays de Mnong Gar au Vietnam. Pendant deux ans Condominas a vécu avec cette population des montagnes pour son enquête. Il apprend la langue et collecte des informations sur l'histoire de ce peuple, mais aussi sur leurs croyances, leurs pratiques, leurs relations avec le gouvernement central du Vietnam, les détails de leur vie quotidienne. L'étude est présentée sous une perspective ethnologique, mais le récit croise des données anthropologiques avec des récits personnels. Son livre expose une implication émotionnelle qu'il ne cache pas. Le travail de Georges Condominas montre l'engagement qu'implique l'observation participante. Cette technique de recherche relève de l'anthropologie, mais elle est aujourd'hui courante pour le sociologue qui multiplie ses stratégies d'enquête. Lors de l'observation participante que nous verrons dans ce chapitre, la sociologie et l'anthropologie se traversent. La sociologie accorde une distance d'objectivation alors que l'anthropologie engage l'observateur. Contrairement à Georges Condominas, l'observatrice de l'enquête ne parle pas la langue de la population étudiée. Cela a eu pour conséquence d'établir une distance tout en tenant le rôle de participante. Cette situation a permis de développer une double posture méthodologique : l'immersion et le recul. Cette enquête de terrain par observation participante a été réalisée sur 2 jours, au sud du Vietnam, le 3 et le 4 septembre 2018. Nous sommes partis à deux : M. Le Huu Khoa (directeur de thèse) et moi-même. Nous avons réservé un séjour auprès d'une agence de voyages de Saïgon du nom de The Sinh Tourist, qui propose des forfaits de séjours tout inclus. Ce séjour organisé s'adresse à un public vietnamien. En effet, l'ensemble de l'excursion s'est effectué en vietnamien. M. Le qui est de nationalité vietnamienne a eu l'amabilité de tenir le rôle de traducteur pour me permettre de comprendre et d'interagir avec les différents vacanciers présents. Durant ce circuit, nous étions complètement accompagnés et orientés. Un guide était toujours présent et les activités comportant : visites et repas, s'enchaînaient tout au long de la journée. Dès le départ, j'ai préféré indiquer au groupe mes intentions et la raison de ma présence. Cette mise à distance participante a cultivé une observation plus effacée. J'ai eu le sentiment que les personnes étudiées ne se sont pas senties observées. Leur comportement ne traduisait pas une gêne ou un changement d'attitude. Par ailleurs, je me suis sentie très vite admise et intégrée dans le groupe.

B. Étude de cas au Vietnam : l'exotisme national

Dans le cadre de notre enquête, nous avons observé un groupe de Vietnamiens citadins de Saigon, qui partaient en vacances à la campagne dans le sud du pays. L'objet de cette étude est d'analyser les interactions de cette population citadine de classe moyenne de Saigon avec le monde rural du Delta du Mékong. Cela comprend à la fois la population et l'environnement non-humain (au sens de Descola).

Durant ce circuit, nous avons pu remarquer que la population observée avait des représentations et des comportements très spécifiques envers le monde rural qu'elle venait visiter. La trajectoire du regard et certains mécanismes sont similaires à ceux observés dans l'exotisme *classique* entre deux pays. C'est pour cette raison que nous avons appelé ce concept : « L'exotisme national ». Nous avons choisi ce nom, parce que cet exotisme a la spécificité de se réaliser à l'intérieur d'un même territoire national sur des individus de même nationalité. Une autre différence notable vis-à-vis du reste de notre recherche est que cet exotisme n'implique pas un point de vue occidental, si ce n'est le regard de la chercheuse (qui est occidentale). L'intérêt de cette enquête est d'analyser les comportements et les représentations de la population étudiée pour relever les similarités et les différences par rapport à l'exotisme *international* et occidental. L'observation de cet exotisme spécifique nous aidera aussi à comprendre plus globalement la notion d'exotisme par son étude dans différents contextes. Notre chapitre se découpera en deux parties. Dans une première partie, nous tâcherons de faire un compte rendu de l'observation effectuée durant le circuit organisé. Puis dans une deuxième partie, nous analyserons les différentes observations menées en relevant les particularités de l'exotisme national.

C. Itinéraire et compte rendu de l'observation participante

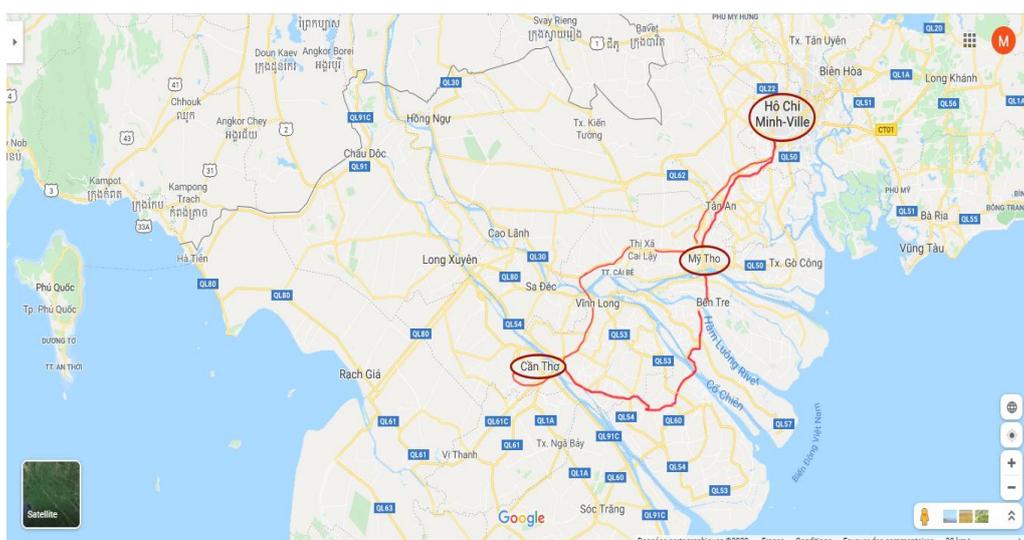


Figure 23. Itinéraire du circuit touristique.

JOUR 1 : Nous sommes cinquante à partir. Je suis la seule personne occidentale. Le groupe est principalement composé de familles. Ces familles au sens large peuvent regrouper jusqu'à trois générations différentes (enfants, parents, grands-parents). Parfois, les oncles et tantes sont aussi présents. Nous avons un guide, un chauffeur et un bus à notre disposition. Départ de Saïgon à 8h dans un bus décoré de façon faste avec des couleurs criardes et des matériaux voyants. Notre guide fait l'appel puis distribue à tout le monde des casquettes identiques. L'ambiance est conviviale. Les personnes rient ensemble, font connaissance, discutent fort. Sans comprendre ce qui se dit, je sens qu'une cohésion de groupe commence à se manifester. Les voyageurs ont le contact facile et sont curieux. Du fait que je ne parle pas la langue, je suis en retrait, mais cela me permet d'observer mon environnement plus aisément. Néanmoins, plusieurs fois au cours de ce séjour, des parents viendront me voir pour demander à leurs enfants d'échanger quelques mots en anglais avec moi. Le guide s'occupe de l'animation et il propose de chanter. Le bus est enthousiaste, plusieurs suggestions se font déjà entendre. Je suis très étonnée de reconnaître des classiques français comme « La vie en rose » d'Édith Piaf ou « Tu t'en vas » d'Alain Barrière, interprété en langue vietnamienne. Pendant 2 heures, les passagers s'amuseront ensemble à faire des quiz, des blagues, raconter des histoires... Tout le monde à l'air de très bonne humeur. Je profite du trajet pour demander à quelques personnes ce qu'elles attendent du séjour. Il semblerait que la découverte de la gastronomie soit un des objectifs principaux. Les personnes interrogées sont aussi très intéressées par la découverte du fleuve. On observe que dans leurs réponses la thématique de l'eau et la philosophie autour de cet élément sont également très importantes. C'est d'ailleurs la thématique centrale mise en avant par l'agence de voyages : l'eau et la visite du Delta du Mékong.

Nous faisons un arrêt dans un relais routier. L'endroit semble être neuf. Il y a foule. On peut compter une dizaine de bus sur le parking. Les vacanciers profitent des espaces et des diverses attractions disponibles. Le lieu fait davantage penser à un parc à thème qu'à un relai routier. On y trouve plusieurs restaurants, des aires de détente, des boutiques souvenirs, des jeux d'extérieurs... Le relais est constitué de nombreuses petites cabanes entourées d'une végétation luxuriante et de ruisseaux. Vraisemblablement, tout est artificiel, rien ne semble être d'origine. Le mélange des genres est saisissant. D'un côté, on identifie un imaginaire d'aventure avec le décor d'une jungle impénétrable qui lui est associé. Et de l'autre, on retrouve toutes les infrastructures d'agrément nécessaires aux vacances. Les cabanes en bois de bambou et en toit de branchages se mêlent au chemin en brique. Tout est très propre et disposé méthodiquement. Même les nénuphars sur l'étang central semblent avoir été comptés et posés de manière calculée. Il est clair que l'endroit est à destination des vacanciers. Ici, on joue à traverser des ponts constitués d'un simple palmier sans toutefois prendre trop de risques. L'esthétique du relais routier rappelle la thématique du voyage : l'eau et le Mékong. Partout, on verra de petits étangs et rivières. Les autres participants de notre séjour achètent déjà quelques produits, principalement de la nourriture. Quand je leur demande ce qu'ils ont acheté, je vois des aliments sucrés industriels. Monsieur P. m'explique qu'ils sont là pour se faire plaisir lui, sa femme et leurs deux filles. La population présente sur le site est dans l'ensemble vietnamienne, mais on trouve également quelques touristes occidentaux. Les familles vietnamiennes prennent

beaucoup de photos. À certains endroits il y a même une file d'attente pour pouvoir faire des clichés en famille.

Après cette halte, le bus repart. Seulement quelques minutes plus tard nous arrivons à destination. À croire que le relais routier n'était pas juste une pause, mais une étape du voyage. Nous nous rendons à pied à un centre d'information sur le Mékong dans la ville de My Tho. Des cartes des différentes îles sont présentes et un marché semi-couvert est également sur les lieux. Il y a énormément de monde, nos casquettes nous aident à nous reconnaître dans cette foule désordonnée et à ne pas perdre de vue notre guide. On nous explique que ces 3 prochaines heures nous allons découvrir différentes îles via des bateaux.



Un pont en bambou sur le relais routier pour traverser d'une berge à l'autre.



Les visiteurs prennent de nombreuses photos d'eux dans des décors de végétation. La plupart des visiteurs ont un téléphone à la main.

La première visite se fait sur l'île de Thoi Son (littéralement l'île de la licorne). Immédiatement, nous nous asseyons parmi d'autres vacanciers, pour savourer un thé au miel et au pollen. Les voyageurs ont la possibilité d'acheter les différentes choses qu'ils dégustent : du miel de fleurs de longaniers, du pollen, des gâteaux, des tisanes. Autour de nous, il y a du monde en permanence. Surtout des familles, de rares jeunes couples et quelques groupes d'amis (plutôt des étudiants). Il y a aussi des moines bouddhistes. Je suis très surprise de voir des moines faire du tourisme. Il m'a toujours semblé que le bouddhisme privilégiait une vie « du

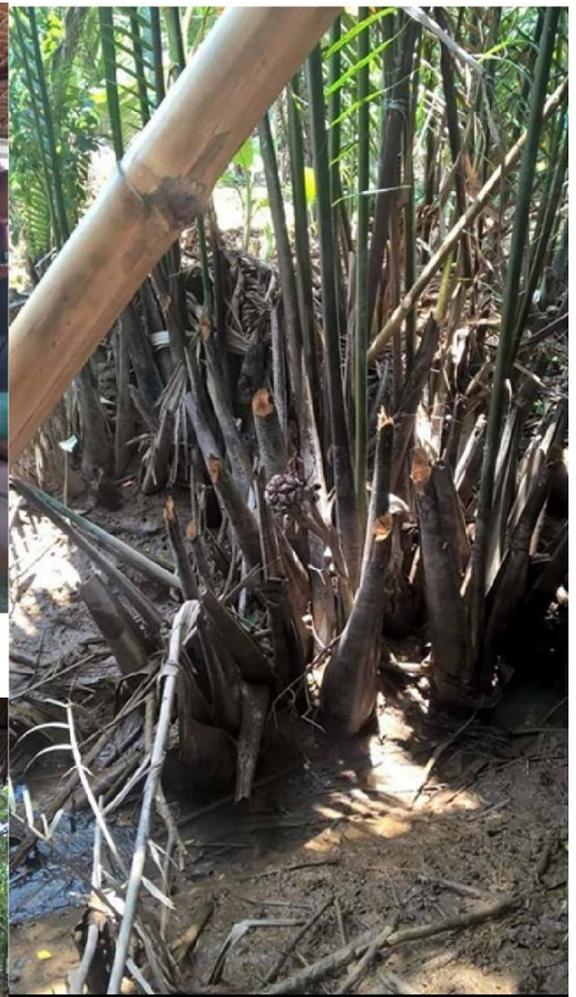
milieu » rejetant certains plaisirs des sens qui conduisent à l'attachement et donc à la souffrance. Je demande au professeur Huu Khoa Le, spécialiste des cultures d'Asie du Sud-Est, ce qu'il en est. M. Le, me raconte qu'au Vietnam, certains moines s'enrichissent personnellement et qu'il y a un vaste réseau de corruption dans l'institution bouddhique actuelle. Autre fait marquant, la présence d'animaux sur le site. Des serpents (qui me semblent être des pythons) et des abeilles dans leur rayon de miel sont là pour divertir le public qui se presse pour faire des photos souvenirs avec les animaux. J'apprendrais plus tard que le reptile vient d'une ferme aux serpents à quelques kilomètres de là. Les bêtes sont apathiques et réagissent peu. Les visiteurs ont l'air eux très satisfaits de leur expérience immersive.

Notre assemblée quitte le lieu pour arriver sur un autre site à quelques secondes de marche. Nous dégustons cette fois des fruits tout en assistant à un spectacle de chants traditionnels. Plusieurs femmes habillées en tunique vietnamienne, le *Ao Dai*, interprètent différents morceaux connus du groupe. Certains vacanciers leur amènent des fleurs avec des billets dedans. Les visiteurs n'attendent pas qu'elles aient fini de chanter pour faire des photos. Pendant leur représentation, certaines personnes viennent prendre des clichés en posant à côté d'elles. Le guide explique que ces femmes sont originaires de la région. On peut les reconnaître, car les femmes des îles du Delta sont beaucoup plus grandes que la moyenne. Une dame de la famille N. me dit qu'avant 1960, à part quelques ermites et religieux, personne n'habitait sur ces îles inaccessibles, que la forêt était peuplée par des singes, des crocodiles et même des tigres. Je m'aperçois donc que tout ce qui a été bâti ici est relativement récent. Ce n'est pourtant pas l'impression que j'ai du lieu. Je me demande si l'environnement n'a pas été construit de façon à laisser croire que des habitants vivent sur cette île depuis plusieurs générations. Nous continuons notre route. Nous marchons sur un chemin. Autour de nous, une mangrove qui semble sauvage. La végétation est épaisse et riche de nombreuses espèces de plantes.

L'île est réputée pour une de ses particularités gastronomiques. En plus du miel dont nous avons parlé, on y trouve aussi des noix de coco aquatiques. Ces noix de coco sont présentes dans toute la région. Mes camarades de voyage souhaitent d'ailleurs en manger.



Spectacle de chant proposé aux touristes. Pendant que les femmes chantent les visiteurs offrent des fleurs ou des billets en se faisant photographier avec elles.



Cocotier des marais, une des spécificités du Delta du Mékong.



Pendant que les artistes chantent, le public mange et boit dans un décor de jungle.

Sur notre chemin également, des petites échoppes vendent des fèves de cacao. Nous arrivons ensuite à un des moments forts du séjour, la balade en barque dans différents bras du Mékong au sein de la mangrove. Chaque bateau a de la place pour quatre touristes. Ces derniers sont invités à mettre des chapeaux coniques durant la promenade. Il fait en effet chaud et le soleil rayonne fort, mais la plupart des visiteurs présents ont une casquette et des lunettes de soleil. Le chapeau conique n'est plus un objet utilitaire, il a plutôt une fonction décorative. La densité de personnes sur le fleuve est très forte. Le cours d'eau est saturé, il y a de nombreux embouteillages. On observe qu'il y a peu de déchets jetés dans la nature. Lorsque je fais la remarque à notre guide, il m'explique que tous les matins des personnes viennent nettoyer les déchets des touristes.



Les visiteurs s'amuse à porter des chapeaux coniques et à se prendre en photos.



Sur chaque bateau, un guide pagaie. La plupart des visiteurs portent un chapeau conique.

Après cette balade, nous changeons d'île. Nous atteignons l'île de Con Phuong, littéralement l'île du Phœnix. À quai, nous sommes immédiatement pris en charge par des calèches (environ 4 à 6 places par calèche), tirées par de petits chevaux. Sur la route, nous croisons d'autres calèches. Je suis avec la famille de monsieur et madame P., leurs deux filles ont l'air ravies. Elles demandent au cocher s'il peut aller plus vite, ce qu'il fera. Après quelques minutes de trajet, nous arrivons à un restaurant dans un village qu'on pourrait qualifier « d'authentique ». Il est midi et depuis le début de notre excursion, c'est la troisième fois que nous mangeons. Autour de nous, la plupart des personnes dorment dans des hamacs. C'est sans doute l'étape de notre circuit où il y a le moins de monde. L'ambiance est calme. Nous prenons notre repas dans de petites habitations en bois de cocotier entourées de végétation et de chemins étroits à vocation plus pratique qu'esthétique. Moins artificiel, plus modeste, j'ai beaucoup moins l'impression d'être dans un décor, une mise en scène. Néanmoins, je n'oublie pas que je suis venue dans ce lieu en calèche. Cette transition d'un endroit à l'autre par ce moyen de transport correspond à des référentiels familiers. Utiliser une calèche tirée par des chevaux est un moyen de transport associé aux pratiques rurales anciennes. Arriver dans ce décor paisible et rustique au milieu de la jungle est cohérent pour mon imaginaire. Un certain mythe rural, qui transporte le vacancier dans une ambiance spécifique est à l'œuvre.

Les plats sont riches en spécialités de la région. On nous sert principalement des produits qui proviennent du fleuve.



On retrouve divers mets sur la table : carpe du Mékong, rouleau de printemps à faire soi-même, crevettes, épinards, lamelle de porc en sauce, soupe de poisson à la citronnelle...

Cafés chauds, froids ou glacés sont servis à la fin du repas. Mes camarades de séjours semblent réjouis et rassasiés.

J'apprendrais au cours de ce repas que la plupart des vacanciers présents ont très peu quitté Saïgon et la majorité visite le Delta du Mékong pour la première fois. Pourtant beaucoup m'ont avoué qu'une des raisons qui ont motivé leur voyage (qui représente un coût conséquent pour eux) est de revenir sur un territoire où vivaient leurs familles avant qu'ils emménagent en ville. Lorsque je leur ai demandé pourquoi cette migration, on m'a répondu que beaucoup de Vietnamiens ont dû abandonner la campagne pour des mobiles économiques, mais aussi à cause de la guerre américaine et de l'incapacité du gouvernement fantoche du Sud de les protéger à cette époque. Il est à noter que le 2 septembre est un jour férié au Vietnam (jour de la fête nationale). D'après le code du travail, les Vietnamiens ont le droit à au moins un jour de repos hebdomadaire, la plupart du temps ce jour est le dimanche (tous les bureaux et administrations publiques ferment ce jour-là). En 2018, le jour de la fête nationale tombe un dimanche. Au Vietnam, si un jour férié coïncide avec un jour de repos hebdomadaire, le salarié prend son congé le jour suivant. Beaucoup de personnes présentes ont donc le lundi 3 septembre comme jour de congé.

Le guide souhaite que nous poursuivions, mais tout le monde ne semble pas de cet avis. L'ensemble des vacanciers s'accorde pour négocier une heure de sieste. M. Le m'explique que nous aurions dû visiter un ancien temple de la secte religieuse du Dua, littéralement secte de la noix de coco, mais que les personnes préféreraient se reposer.

Puis nous quittons l'île en bateau, pour reprendre le car. Notre prochaine destination est l'agglomération de Can Tho. Cette ville universitaire en plein essor économique est la plus grande ville du Delta du Mékong. Pendant le trajet, nous faisons une pause dans une entreprise

spécialisée dans la fibre de cocotier. On nous sert un verre de thé puis nous sommes invités à nous asseoir dans une salle à carrelage propre blanc sur les murs et le sol. La lumière LED qui y règne est éblouissante. Une hôtesse nous fait une présentation, au casque à micro, de divers produits allant du torchon insalissable au plaid à mettre comme un tee-shirt. Ces articles sont proposés à la vente. Puis tout le monde est prié de passer par la boutique. Dans notre groupe, certains ont fait des achats. La marchandise qui a été la plus achetée est le torchon en fibre de noix de coco. Personnellement, je ne m'attendais pas à visiter un tel endroit lors d'un circuit touristique. J'ai été désorientée par le fait de passer d'une atmosphère rurale à une présentation aussi marketing et commerciale. Cela m'a donné l'impression d'assister à un télé-achat puis de faire une excursion dans un type de supermarché qu'on pourrait trouver en France.

À Can Tho, nous nous installons dans notre hôtel et nous avons droit à une heure de repos. L'établissement est imposant, la décoration est faite de pierre semblant être du marbre et les salles sont immenses. Avec le groupe, nous longeons les quais de Can Tho à pied. Beaucoup de militaires sont présents. Puis nous arrivons au lieu où le repas sera servi. Le restaurant est un bateau de croisière sur trois niveaux. À chaque étage, de longues tables sont disposées. Je comprends qu'il y a un premier service à 18 h puis un deuxième à 20 h. Nous attendons pour le deuxième service. Une foule compacte se presse aux grilles. Encore une fois, il y a beaucoup de monde. Je trouve ça presque dangereux. Le portail ouvre, nous nous rendons au deuxième étage. Lorsque tous les différents groupes sont installés, le bateau part pour une croisière d'une heure. Le repas est très copieux et riche en plats. On nous sert : du poisson blanc du Mékong, une salade de crevettes aux fleurs, des petits poissons des cocotiers, une fondue de crabes aux légumes, et bien entendu des rouleaux de printemps. Pendant que nous mangeons, il y a un spectacle. Dans une ambiance de cabaret, les artistes enchaînent les performances : chants, instruments de musique, représentations de magie, humoristes. À la fin, on propose aux personnes présentes de faire un karaoké. Après ce repas animé, le navire arrive à nouveau à Can Tho. Nous partons visiter le marché de nuit. Nous ne nous arrêtons pas aux différentes échoppes de souvenirs et d'artisanats, nous allons au marché aux desserts. Il est 21 h. Sur ce marché, nous avons l'occasion de goûter à une grande diversité de spécialités sucrées de la région comme le thé au lait de noix de coco et à la gelée tricolore, des gâteaux au miel, des bouchées vertes, vapeur, à la feuille de pandanus, des soupes sucrées de haricot noir, des bananes flambées, etc. Il y a peu de monde, ceci pourrait s'expliquer par l'heure considérée comme tardive au Vietnam.

JOUR 2 : Après un petit déjeuner à 6 h dans l'hôtel, nous visitons le marché flottant de Cai Rang à Can Tho. Nous nous installons dans un bateau en bois de couleur vive. Sur chaque siège, il y a un gilet de sauvetage. Les touristes vietnamiens sont très enthousiastes à l'idée de le mettre. Évidemment, cet objet est important pour la sécurité de chacun (il faut savoir que beaucoup de Vietnamiens ne savent pas nager), mais les réactions présentes laissent à croire que les personnes à bord se plaisent à penser qu'ils partent à l'aventure. En effet, les passagers rient, prennent des photos avec leur veste, font semblant de se pousser dans l'eau. Pendant que nous évoluons sur le Mékong à bord de notre embarcation, des marchands également en

bateau nous accostent pour nous vendre des fruits. Le moment est agité, les vendeurs manœuvrent habilement pour se coller à notre embarcation. On se bouscule poliment pour leur acheter des fruits. Les touristes vietnamiens, à ce moment-là, négocient peu. On sent qu'il y a une certaine concurrence entre les différents commerçants. En 30 minutes, une dizaine de personnes viennent à notre contact. Les vacanciers de notre groupe achètent beaucoup de fruits. Tout le monde met en commun ses denrées et nous les mangeons ensemble.



Les marchands accostent notre bateau pour vendre leurs fruits.



Nous sommes dans un bateau avec des gilets de sauvetage. La musique est très forte.

Nous visitons ensuite un verger à fruits. J'apprends que ce type de vergers est commun dans cette région fertile. Mes camarades vietnamiens font beaucoup de photos en famille dans des espaces pensés et agencés à cet effet. Certains espaces sont subtilement aménagés dans cette idée, d'autres sont bien plus explicites. Le lieu propose la vente de produits ainsi qu'une visite du site en autonomie. Au cours du parcours de visite, nous voyons de nombreuses plantes, fleurs et arbres. L'espace est organisé avec soin. Il met en valeur plusieurs éléments de nature remarquable comme des arbres imposants ou des fruits très esthétiques. Le verger est agencé de façon irrégulière, ce qui ne laisse pas d'impression de « domestication ». Les formes et les couleurs des végétaux sont variées. Ce jardin invite à la promenade et à la flânerie. Il est extrêmement riche et dense. Certaines zones offrent la possibilité au visiteur de sortir du sentier pour aller dans des espaces plus cachés. J'observe le comportement de mes camarades de voyage. Ils prennent quelques photos, mais ils auront tendance à marcher calmement dans

le parc en profitant de l'atmosphère. Beaucoup sont assis sur des bancs et font déambuler leur regard sur leur environnement. Les enfants jouent autour. Enfin, certains sont allés à la buvette se rafraîchir d'un jus ou d'une bière.

Nous nous rendons à un deuxième verger, il est plus grand, mais moins esthétique que le premier. Dans celui-ci, on nous propose de nous habiller en paysan si nous le souhaitons. Le costume est composé d'une tunique marron (le *Ao Ba Ba*, qui se distingue du *Ao Dai*) et d'un châle à carreaux noir et blanc. La plupart des personnes de notre groupe veulent vivre l'expérience. Aussitôt la tenue enfilée, tous prennent de très nombreuses photos. Cela semble beaucoup les amuser. Ici aussi, des structures ont été construites pour pouvoir faire des clichés. Par exemple, les visiteurs ont la possibilité de traverser un pont en bois solide et sobre qui aura la fonction utilitaire de faire passer d'une rive à l'autre. Juste à côté, un second pont, mais celui-ci est plus sommaire. Fabriqué en bambou, mis bout à bout et attaché avec des cordes, il aura plutôt vocation à être un lieu de photo. Je note que la mise en scène va si loin qu'une corde au-dessus d'un cours d'eau a été attachée pour que les visiteurs en accoutrement champêtre puissent s'y balancer et faire un cliché sensationnel. Ici, on joue au campagnard.

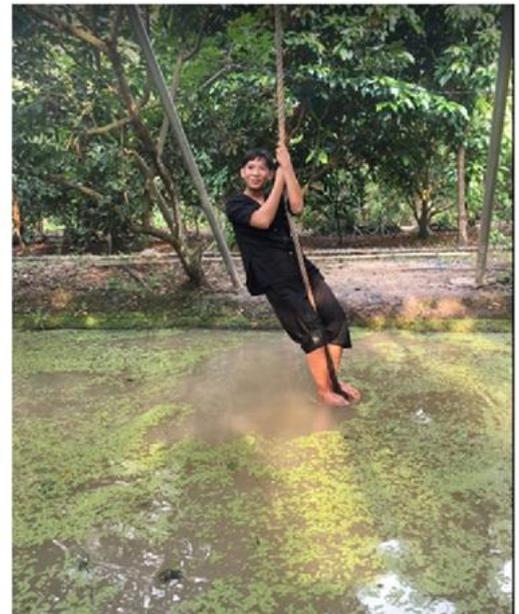


Dans le premier verger que nous visitons, un pont est construit avec une plateforme au centre. Plusieurs personnes attendront leur tour pour pouvoir faire une photo.

Dans le second verger la mise en scène permet au visiteur qui veut faire des photos de le faire sur une structure sommaire. Juste à côté un pont en bois a été construit à des fins bien plus utilitaire pour passer d'une rive à l'autre.



Dans le second verger, on propose aux visiteurs de s'habiller comme des campagnards.



Les visiteurs s'amuse à se photographier dans des situations qu'ils jugent typique de la vie de campagnard. Ils se servent aussi de la corde pour plonger dans l'eau.



Plus tard, nous nous arrêtons dans une confiserie de riz soufflé dans un village. La confiserie se trouve dans un petit hangar. Nous restons 20 minutes, c'est court. Nous avons seulement le temps de faire des photos d'un artisan qui manipule la pâte de riz servant à la confection de rouleau de printemps et de faire le tour de la boutique. L'installation n'est pas moderne, elle est même plutôt rustique. Les outils manipulés par l'artisan ont l'air anciens, mais de qualité. Le moment fort de la présentation se passe lorsque l'homme verse le riz dans un cylindre en métal chaud. De cette manière, le riz est soufflé ce qui provoque un bruit d'explosion comme un canon. Les enfants ont adoré cette performance, ils crient, rient et verbalisent le fait d'en voir davantage. Je comprends que l'artisan présent a pour fonction de montrer comment la pâte de riz était soufflée à une période antérieure. M. Le m'explique que la pâte de riz vendue dans la boutique est produite à une échelle industrielle et n'est plus artisanale.

Nous utilisons notre bateau pour nous déplacer d'un lieu à un autre. Finalement, nous remontons dans le bus pour aller prendre notre repas dans un restaurant spécialisé dans la cuisine de l'anguille. Notre menu se compose d'une soupe d'anguille, de poissons-coco (Périophthalmes) et de porc aux poivres du Mékong. Mes camarades de voyage m'expliquent que les habitants du Sud mangent cet animal lors d'occasions particulières. Le goût de l'anguille du Mékong est très fort, il semble que ce plat soit considéré comme très raffiné. Le tout est accompagné de riz et d'omelette. Après avoir déjeuné, nous sommes allés visiter le temple de Can Tho. Cette pagode bouddhiste construite en mai 2014 a été offerte par un riche milliardaire du pays à sa région natale. L'architecture est inspirée des temples du nord du Vietnam. Le style est proche de celui qu'on peut trouver en Chine. Le monastère se définit comme du mouvement zen japonais. M. Huu Khoa Le, expert en culture vietnamienne, me raconte que d'un point de vue de la mythologie et de la croyance bouddhique ce temple est d'une grande incohérence. Il associe des symboles du grand véhicule et du petit véhicule, deux courants différents de la religion bouddhiste. M. Le a notamment fait ce constat en observant les statues présentes. Leur composition mélange diverses spiritualités, époques et zones géographiques. Leur agencement n'a aucune cohérence religieuse. Beaucoup de personnes écoutent M. Le expliquer ces contradictions historiques, architecturales et mythologiques. Ils ont l'air intéressés, mais pas indignés. Je ne vois pas de moines. J'ai l'impression que ce lieu a pour fonction l'accueil de touristes plutôt que le culte. Ce sentiment est renforcé par le fait que plusieurs espaces agencés ont été mis en place pour proposer un décor beau à photographier. De plus, beaucoup de visiteurs se permettent de faire des clichés à côté de figures de Bouddha, ce qui est habituellement fortement réprouvé. Cependant cette dernière affirmation semble n'être plus totalement correcte, un camarade vivant à Dalat a expliqué lors d'un échange que les Vietnamiens (et même des moines) hésitent de moins en moins à se prendre en photo devant des statues religieuses.



Le temple de Cantho

Après seulement 20 minutes de halte, nous reprenons le chemin pour Saïgon. Durant tout le voyage de retour (4 h), nous regardons des clips de musique sur une télévision à l'avant du bus. Les mélodies font penser à une rumba vietnamienne. Un des clips diffusés me déconcerte à cause de la vision montrée du monde rural. Le titre est le suivant : *Ra Giêng Anh Cư Ới Em*. En français : « *Je me marierais avec toi en janvier* ». La chanson met en scène un homme et une femme de la campagne qui se séduisent. Le morceau est interprété par Hoàì Linh et Hương Lan, deux célébrités de la musique vietnamienne. Déplacement à vélo ou en pirogue dans la mangrove, récolte des nénuphars, plantation du riz, transport de lourdes charges sur le dos, tissage, lavage des vêtements... tout au long de ce clip, on suit le quotidien paysan de ces deux personnages. Leurs visages sont souriants, leurs habits sont simples, mais élégants. On note également qu'ils sont impeccablement coiffés et maquillés. Ce clip semble montrer la satisfaction de la vie humble et simple de la campagne.

D. L'exotisme national : construire le théâtre d'une distrayante nostalgie

a) Le paysage comme scène

Nous pouvons faire une première observation sur une habitude des touristes vietnamiens qui semble différente des touristes français : le rapport à la photographie. De manière générale, les vacanciers vietnamiens en prennent beaucoup. La tendance est telle qu'au cours de ce séjour, des haltes de 10 minutes sont régulièrement intégrées au programme pour permettre aux voyageurs de capturer des images. En 10 minutes, il est difficile de faire une visite, on peut donc imaginer que ces temps sont destinés à cette activité. De plus, la manière de faire des photos n'est pas la même. Les Vietnamiens auront tendance à prendre beaucoup de portraits d'eux-mêmes ou de leur famille en utilisant le lieu où ils sont comme arrière-fond. En discutant avec des personnes de notre groupe, j'ai compris qu'elles ne voyaient pas d'intérêt

à saisir seulement le paysage en photo. En Occident, on pourrait avancer que les touristes ont une inclination à prendre beaucoup de clichés des paysages sans forcément se placer eux-mêmes sur l'image. Par exemple, en photographiant un panorama qu'on pourrait trouver sur une carte postale. Il serait d'ailleurs intéressant de savoir si les vacanciers vietnamiens s'envoient des cartes postales de paysages entre eux. En Occident, le paysage semble pouvoir être le sujet d'une photo. Pour le sinologue François Jullien : « *La notion de paysage est une "affaire" européenne* ». Il explique que c'est très occidental de concevoir la nature telle une composition. Pour lui, l'Europe place à l'endroit du paysage une « substance » (c'est pour cette raison que l'expression provient du mot « pays »), alors que pour l'Asie, le paysage se réfléchit comme une pluralité de corrélations⁴⁷⁴. On peut donc comprendre qu'en Europe un paysage peut être plus facilement pris en photo parce que cette « substance » se suffit à elle-même. En Asie, Jullien explique que le paysage se compose de corrélations d'éléments. Ces éléments peuvent être des humains. En vietnamien, il y a deux mots pour parler de paysages. En vietnamien courant cela se dit : *phong cảnh*. En vietnamien académique cela se dit : *cảnh quan*. Le deuxième sera plus utilisé dans le monde touristique. La particule *cảnh* que l'on retrouve dans les deux mots veut dire : « scène ». On imagine qu'une scène a besoin d'acteurs. Le premier terme (courant) peut être traduit en « décor » et le deuxième mot (académique) en « vue ». Littéralement on obtient donc une « vue de scène » ou un « décor de scène ». Le sens attaché à ces vocables montre qu'effectivement le paysage est perçu différemment au Vietnam. Il n'a pas la même fonction. Cela permet de mieux comprendre pourquoi les Vietnamiens tout au long du séjour ont pris des photos en utilisant le paysage comme un lieu qui viendrait mettre en valeur une action de représentation. La photo est clairement au centre de l'expérience touristique vietnamienne.

b) Ruralité agencée

Pour répondre à cette tendance des Vietnamiens à faire des photos en famille avec un arrière-plan en fond, on remarque que dans les différents sites visités, des aménagements sont installés pour pouvoir faire des portraits de personnes avec le paysage autour. Pour notre étude, il faut donc être conscient que cette manière de faire dissemblable induira au minimum à une autre façon de montrer l'exotisme (s'il en est). Sinon cette pratique peut également être pensée comme une variable propre à l'exotisme national, caractéristique d'un exotisme national vietnamien (ou asiatique). Dans tous les cas, il est intéressant de se pencher sur la fonction du paysage dans le circuit observé. Dans certains cas, il est altéré par l'humain afin de faciliter la photographie ou simplement pour la rendre plus esthétique. Plus qu'un goût du beau, ces agencements donnent une ambiance choisie et particulière. On pense notamment à l'épisode des serpents sur les épaules des touristes ou encore à la corde pendue. Cette mise en scène procure un sentiment d'aventure, d'audace et même de dangerosité (toute relative, entendons-nous). Il est d'ailleurs à noter que ce sentiment d'aventure est très peu lié à l'effort physique. Durant ces 2 jours d'excursion, nous avons finalement très peu marché, mais utilisé beaucoup

⁴⁷⁴ François Jullien, « Du paysage, entretien avec François Jullien », *La croix*, 29 janv. 2017p.

de moyens de locomotions différents : calèche, bateau, bus... On peut également mettre en place une atmosphère traditionnelle ou folklorique lorsqu'on propose des accessoires comme les célèbres chapeaux coniques. *Retoucher* le panorama de cette façon interroge sur la fonction qu'on veut lui donner. Souhaite-t-on montrer une nature sauvage authentique ou un authentique paysage de vie à la campagne ? Les costumes, les accessoires (durant le séjour, les animaux ont finalement eu cette fonction), les complices (les chanteuses de Thoi Son, l'artisan de la confiserie de riz), la gestion des décors, la gestion des transitions (par les moyens de transport) permettent de créer le mythe campagnard de ce séjour. Le mythe a même eu un fond sonore (la chanson *Ra Giêng Anh Cưới Em*) pour permettre à l'individu d'entrer plus facilement dans cet imaginaire. Les complices sont des typologies socioculturelles. Ils donnent un visage à l'ambiance et à l'atmosphère que les vacanciers sont venus chercher. De plus, la production des métiers de la campagne (pêche, agriculture, artisanat...) s'est matérialisée lorsque nous avons pris un repas ou profité de dégustations. Par exemple, lorsque nous avons visité les mangroves du Delta la matinée et mangé une carpe du Mékong le midi. Les individus présents ont d'ailleurs clairement exprimé leur souhait de goûter aux spécialités de la région. Durant le séjour, tout a été orienté pour que les visiteurs soient plongés dans certaines représentations sociales afin qu'ils puissent jouir d'une atmosphère et d'une ambiance paysanne.

c) Esthétisme trompeur

Le temple est lui aussi sujet à discussion, quant à ce constat de mises en scène. Un monastère est en soi un lieu de culte, donc un endroit dans lequel se réunissent les pratiquants d'une religion pour prier ou célébrer une croyance, mais il semble que pour le temple de Can Tho, plusieurs mythologies et dogmes soient mélangés de manière décousue. La foi paraît ici secondaire. De plus, ce site semble difficilement convenir à la méditation et au recueillement (ce qui aurait été possible même sans cohérence mythologique). Beaucoup de touristes sont présents et les cars bondés de monde s'enchaînent. Même si quelques touristes prient et font des offrandes, la majorité d'entre eux font des photos à des endroits prévus à cet effet. Des figures sacrées comme Bouddha vont également servir de support photographique. La fonction de cet endroit s'avère davantage de l'ordre de l'attraction touristique que du lieu de culte. On peut se demander si ces lieux ont encore un sens. Aux yeux des voyageurs, il semble que oui. La simplification mythologique permet de centraliser diverses croyances et univers en un espace. Ces images renvoient à des symboles connus des touristes. Nous sommes dans une situation d'exotisme. Ça n'est pas la profondeur d'une religion ou d'une histoire qui est montrée, mais bien une variété mise à disposition. Nous sommes dans une consommation des symboles immédiatement accessibles et concentrés qui plonge le site dans une superficialité questionnante. L'exotisme est ici également imposteur, car il ne se révèle pas, le lieu étant identifié comme un monastère zen. Il porte un caractère trompeur et artificiel. Pour preuve, les visiteurs ne se rendaient même pas compte de ce vide de sens avant que M. Le explique les incohérences mises en lumière. Ce temple ne relève plus de la connaissance, mais du divertissement, le plaisir étant une autre caractéristique de l'exotisme. La réalité, pas toujours

désinvolte, et la connaissance, qui demande du temps et des efforts, se heurtent à un exotisme décoratif, agréable et superficiel.

Nous avons parlé d'une différence d'exotisme par rapport à la perception des paysages. Nous avons également mis en lumière deux types d'exotismes à l'aide des entretiens menés avec des personnes de nationalité française : l'exotisme carte postale (une authenticité constructiviste, des attentes de symboles, le folklore, le confort, la détente...) et l'exotisme de dépaysement (l'immersion, l'aventure, l'altérité, une authenticité existentielle, l'intensité...). Après ces premières analyses, nous avons ici plutôt un exotisme de paysage avec des aspirations et des projections qui ont pour source un référentiel culturel différent. En effet, les Vietnamiens ont l'air de rechercher des panoramas qui ne sont pas les mêmes que les touristes français. Évidemment dans ce type de séjour il y aura davantage des familles et des individus qui aiment les circuits organisés. On peut se demander s'il existe également un exotisme de dépaysement vietnamien (avec une famille ce type de motivation semble moins aller de soi), mais cette étude ne permet pas de le prouver. En tout cas, on peut tout de même supposer que les images exotiques des Vietnamiens ne sont pas les mêmes que ceux des Français. Par exemple, la vision de la campagne n'est pas la même. Pour un Français, la nature vietnamienne représente le ressourcement, l'Ailleurs authentique, une altérité, un déracinement, alors que pour ces Vietnamiens de la ville le mécanisme est contraire, la ruralité évoque leurs racines. Les Vietnamiens citadins expérimentent une nostalgie même si elle paraît de toute évidence fantasmée et mise en scène. Pour un Français l'image de la campagne vietnamienne est véhiculée par les documentaires, les histoires de voyage, les magazines, les films (voir BA9 dans l'analyse des données qualitatives). Pour un Vietnamien citadin, les images des campagnes semblent provenir d'autres origines. On pourrait hypothétiquement avancer : par les récits de famille, l'école ou même des chansons et de clips comme *Ra Giêng Anh Cưới Em*. Cette analyse nous pousse à penser que plusieurs « mondes » touristiques cohabitent dans un même pays. Cette observation montre que les Vietnamiens et les étrangers ne font pas les mêmes activités, ne vont pas aux mêmes endroits même quand ils vont aux mêmes destinations.

d) Jeu de rôle paysan

Cette image de la campagne est intéressante à étudier au-delà du paysage et de la mise en scène de l'environnement. L'incarnation paysanne semble aussi centrale dans ce circuit organisé. Par 2 fois durant ces 2 jours les touristes ont « joué » à venir de la campagne. La première fois au cours de la promenade en barque sur un bras du Mékong dans la mangrove et la deuxième fois dans le deuxième verger à Can Tho.

Au cours de l'activité en barque, il était proposé aux voyageurs de revêtir l'emblématique chapeau conique, le *nón lá* en langue vietnamienne. Les touristes vietnamiens ont adoré cette initiative. À l'origine, ce chapeau sert d'écran contre le soleil et la pluie ou d'éventail contre la chaleur. Cette coiffe est surtout portée par les campagnards pour le travail agricole. Ce chapeau en ville reste plutôt porté par des travailleurs de classe sociale basse : les vendeurs, les éboueurs, les ouvriers, etc. il est porté par des catégories de la population dont les touristes

présents ne font visiblement pas partie. De plus, ils possédaient déjà des vêtements pour se protéger de la météo (casquettes, lunettes de soleil, bobs...). La plupart des touristes portaient ce chapeau. Souvent, ils se prenaient en photo avec. On peut s'imaginer que revêtir cette coiffe rend l'expérience plus immersive et surtout plus divertissante. Ils font semblant d'être des habitants de la mangrove. On peut le voir comme un jeu qui permet réellement l'évasion de son quotidien, ce qui est une des caractéristiques de l'exotisme.

Au verger de Can Tho c'est pareil. Cette fois, les visiteurs ont eu l'opportunité de se déguiser intégralement en paysans. Si, sur le Mékong la composition photographique est la barque en bois, un chapeau conique et la mangrove, ici c'est le costume ainsi que la corde au-dessus de l'eau (voir photos). Pourtant, se balancer à une corde n'a pas grand-chose à voir avec le travail paysan ou même la vie paysanne. Ce qui semble être objet de fantasme ici est davantage l'allégorie des plaisirs simples de la campagne : la nature est complète, elle suffit pour mener une vie heureuse.

e) Muséification folklorique

Parlons aussi de la sortie en calèche sur l'île du Phoenix, avant de manger le repas de midi. Le trajet a duré seulement quelques minutes. Sur la route, nous avons croisé d'autres voitures à cheval du même type. Par ce moyen de transport, nous sommes projetés des années en arrière. Nous pensons ici au phénomène de muséification, dans le sens où on a pétrifié dans un temps du passé cette île et ses habitants. Philippe Dubé utilise la notion de « muséalisation » qui est, selon lui, la conséquence de la « patrimonialisation » (« *le fait de créer du patrimoine en attribuant le statut patrimonial à ce qui, au départ, n'en avait pas* »⁴⁷⁵). Contrairement à la muséification qui est un effet, la muséalisation est une décision dans le but de préserver un patrimoine. Les objets deviennent des objets de musée avec un caractère de référence et de mémoire, attribué par des individus. La muséification est la conséquence de certaines pratiques, notamment de la touristification. Certaines agglomérations comme Venise, Prague ou Paris dénoncent régulièrement ce phénomène dans lequel des lieux vivants se transforment en sites de visite métamorphosant ainsi une ville en décor. On peut se poser la question si cette calèche s'inscrit dans un processus de muséification ou une volonté de muséalisation. On peut se demander si ce moyen de transport est inhérent au patrimoine de cette île et si cette démarche cherche à le faire connaître. Mais Madame N. qui faisait partie des autres touristes ; nous a raconté qu'avant 1960 cette île était très isolée. Il nous faudrait approfondir l'histoire de cette région, mais à première vue le déplacement en calèche semble être davantage une mise en scène folklorique qu'un réel partage d'histoire. De plus, aucune explication ne nous a été donnée. Loin d'être un moment d'apprentissage, l'instant avait davantage pour but de stimuler le voyageur. Notons également qu'il n'y avait que les touristes qui utilisaient les calèches, les habitants/travailleurs de Lille recouraient à des moyens de transport moderne. Il semblerait que nous ayons affaire à un exotisme trompeur, vendeur et naïf.

⁴⁷⁵ Philippe Dubé, « Le musée dans ses états gazeux, vu sous l'angle de deux concepts : muséalité et communalité », *Sociétés*, 2011, vol. 114, n° 4, p. 83.

f) Rareté érotique

Une autre caractéristique de l'exotisme est la rareté. Nous retrouvons ce paramètre lors de la performance des interprètes de chants traditionnels sur l'île de la licorne. Dans le Chapitre II, nous avons expliqué que la rareté est une des caractéristiques de l'exotisme. Nous avons mis en avant que la rareté n'est pas à comprendre comme un élément qui existe en peu d'exemplaires, mais comme quelque chose qui sort de l'ordinaire. Évidemment, la compétition sociale impose la collection des biens (ou des représentations) les plus rares. Elle permet d'atteindre des rôles valorisés. Le physique de ces femmes et leur origine ont très clairement été mis en avant par le guide. De plus, les personnes présentes ont pris des photos avec elles alors même qu'elles chantaient. En effet, les visiteurs après leur avoir donné des fleurs avec des billets dedans semblaient être autorisés à faire des clichés avec elles. Photographier une femme d'une minorité ethnique est valorisant, cela prouve que l'individu voyage et qu'il a fait quelque chose qui sort de l'ordinaire. Sans cesser leur activité de chants, ces interprètes sont photographiées pour ce qu'elles représentent aux yeux de ces personnes : des femmes à la sensualité venue d'ailleurs inhabituelles et originales. Elles sont porteuses d'un fantasme comme le serpent ou les abeilles justes avant elles l'étaient aussi, même si ce fantasme est autre. Elles sont objet de photos. De ce fait, elles sont déshumanisées. Les individus qui se photographient avec elles ne se donnent plus la peine d'échanger quelques paroles avec elles avant de faire une photo pour un billet. Pourtant ils parlent la même langue. Leur performance artistique, la transmission orale d'un pan de leur culture est reléguée au second plan. Leur rôle dans cet environnement s'arrête à celui de trophée ex(r)otique.

En conclusion, on peut avancer que l'exotisme n'est pas un phénomène à appréhender en fonction des frontières nationales. Cette analyse montre que l'exotisme peut s'opérer aussi à l'intérieur d'un territoire. Il apparaît que la vision transculturelle prend ici tout son sens. D'après Fernando Ortiz Fernandez étudié par Erelis Marrero, cette théorie rejette l'idée de culture autonome et permet de penser plusieurs cultures croisées au sein d'une même nation⁴⁷⁶. Au-delà d'une culture vietnamienne, ou comme le propose la méthodologie transculturelle : une identité vietnamienne, on peut distinguer une identité citadine de ces personnes. Ce groupe social interagit avec un autre groupe social d'identité « rurale » ou en tout cas un environnement identifié comme rural. Il apparaît que ce groupe de citoyens exotise l'environnement rural. Il est d'ailleurs intéressant de se pencher sur cette dualité ville-campagne. Si on utilise l'analyse de Lévi-Strauss sur la notion de culture et son impossibilité de la voir en tant que concept isolé, on peut réfléchir au couple : culture de ville et culture de campagne, comme existant l'un par rapport à l'autre. Lévi-Strauss explique que la culture est un mot toujours fortement lié à son contexte (comme lorsqu'il définit la nature et la culture comme

⁴⁷⁶ Erelis Marrero León, « Transculturación y estudios culturales. Breve aproximación al pensamiento de Fernando Ortiz », *Tabula Rasa*, 2013, n° 19, p. 101-117.

des éléments interdépendants)⁴⁷⁷. Dans notre exemple, cette réciprocité s'illustre par le fait que la ruralité montrée dans notre étude existe seulement parce qu'une culture de ville existe. Il faut réfléchir à ce binôme, en termes d'oppositions, de continuations et de complémentarités. Toutes les différentes caractéristiques de l'exotisme que nous avons énuméré au cours de cette étude comme la mise en scène (le temple de Can Tho), la rareté (l'anguille), l'érotisation (les chanteuses de l'île de la licorne), la vie sauvage (les abeilles et les serpents), le sensationnel (le pont de bambou), la muséification (le cheval qui tire la charrette), la simplification (on se satisfait des plaisirs simples) et même parfois la caricature (les costumes) sont créés, construits et recherchés par le groupe social des citadins, même si cela semble en dehors de toute réalité. Pourquoi est-ce que les citadins fabriquent de toute pièce ce monde artificiel ? Pourquoi des Vietnamiens exotisent-ils d'autres Vietnamiens ? On peut avancer l'hypothèse suivante : parce qu'ils adoptent le rôle de touriste. D'après la théorie de Graburn (cf. Chapitre V) il y a une différence entre le monde profane (notre quotidien qui pose des contraintes et qui impose des responsabilités) et le monde sacré (nos vacances sont une parenthèse éphémère qui nous procure du plaisir et un « hors » de soi). Ces habitants de Saïgon étaient dans l'attente de divertissement, ils se situent dans ce monde sacré.

Certaines caractéristiques de l'exotisme « national » sont néanmoins différentes de l'exotisme que nous dirons « classique ». Si chez les Français nous avons établi que le voyage et les projections exotiques étaient du fait d'une volonté d'évasion du quotidien ; notamment à cause du fameux désenchantement du monde moderne de Max Weber et du postmodernisme (cf. Chapitre V, B.) ici l'attention est différente. Tout au long de ce circuit organisé, nous avons eu l'impression que ces vacanciers de Saïgon recherchaient le retour aux sources. Le dépaysement n'était pas un objectif, ils connaissaient les chants, la nourriture proposée, les spécialités de la région, etc. Les symboles leur sont familiers. Ces racines rurales sont associées à des valeurs de simplicité qui sont valorisées et respectées. On y voit là certains préceptes du confucianisme qui attache morale et vertu au monde rural⁴⁷⁸. Les voyageurs ne recherchaient pas une *claque culturelle*, au contraire ils semblaient à l'aise. On ne peut pas non plus dire qu'ils souhaitent l'immersion. Lorsqu'ils étaient en costume, ils n'ont pas ambitionné à se rapprocher au maximum de la vie d'un paysan (ce qui aurait demandé des efforts physiques bien loin d'une perspective de vacances). Ils ont plutôt « joué » à être des paysans. Le divertissement est central. Les imaginaires exotiques sont différents de ceux des Français parce que leur source est différente. Alors que les Français vont puiser dans les anciennes images de l'Indochine donc dans leur histoire coloniale, les Vietnamiens ont l'air d'appliquer (même si cela nécessiterait une étude plus approfondie) des mécanismes de nostalgie.

Un autre point sur lequel il nous faut réfléchir est la raison qui pousse le groupe social des citadins à exotiser le groupe social des ruraux. Nous avons déjà fourni des éléments de

⁴⁷⁷ Claude Lévi-Strauss, *Nature, culture et société : les structures élémentaires de la parenté, chapitres I et II*, s.l., 2015, chap. 1-2.

⁴⁷⁸ Nous utilisons ici des connaissances acquises dans le cours : *approche interculturelle de l'Asie du Sud-Est*, de Monsieur Le Huu Khoa donnés à l'Université de Lille au master : Relations Interculturelles et Coopérations internationales, en 2017.

réponse lorsque nous avons fait le lien entre vacances et exotisme. Quand nous avons expliqué les caractéristiques de l'exotisme (cf. Chapitre III), nous avons montré que ce phénomène était le produit d'un rapport de force entre deux groupes. Les citadins ont-ils un rapport de force en leur faveur ? Déjà, il semble que les citadins bénéficient de plus d'avantages économiques que les ruraux. Cela s'illustre par le fait qu'ils puissent partir en vacances. Depuis 1986, date à laquelle le Vietnam adopte une économie de marché, la croissance du pays n'a de cesse d'augmenter (en 2010, 6,5 %). « *En vingt ans, nous sommes passés de 70 % de pauvreté absolue à 11 %* », déclare Vo Tri Thanh, directeur adjoint de l'Institut national de recherche et de gestion économique (CIEM) de 2010 ⁴⁷⁹. D'un point de vue capitaliste, le Vietnam se porte bien. Néanmoins, cet article de *Le Monde* souligne les inégalités de richesses entre ville et campagne :

*« Une classe moyenne émerge dans les villes, alors que les campagnes restent très démunies. [...] À Hanoï et Hô Chi Minh-Ville, de grosses fortunes surgissent. Les nouveaux riches investissent dans l'immobilier, faute de pouvoir le faire ailleurs, la monnaie nationale, le dong, n'étant pas convertible. Un dong dans lequel la population n'a pas confiance, lui préférant le dollar et l'or. À intervalles réguliers, des agriculteurs dépossédés de leurs terres ou des ouvriers exaspérés par la modicité de leur salaire manifestent ».*⁴⁸⁰

Les citadins ont donc un pouvoir économique qui leur procure un plus grand pouvoir de mobilité que les ruraux. On peut également se poser la question de la valorisation sociale, même si la campagne semble être touchée par une certaine sacralisation. Le statut de fonctionnaire d'État n'est-il pas plus valorisé que celui de paysans ? Il semble aussi que les citadins soient des populations éduquées, à des postes de décisions forts qui leur donnent un pouvoir politique que les ruraux n'ont pas. En tout cas, nous nous situons donc bien dans une inégalité de rapport de force. Une nouvelle fois, on peut observer que le groupe dominant va exotiser le groupe dominé parce qu'il en a la possibilité économique, sociale et géographique. Pour Steven Lukes, le pouvoir n'a pas seulement la fonction de forcer un comportement, il façonne et oriente les préférences et les attitudes des individus⁴⁸¹. Cela explique pourquoi le groupe dominant va pouvoir projeter ses représentations sur le groupe dominé. Selon la théorie de Bourdieu, ils usent d'un capital symbolique qui devient une violence symbolique. Le groupe des citadins a des représentations de la campagne qui seront perçus comme légitimes. Le rapport de force est converti en rapport de sens. La vie rurale est finalement redéfinie par l'imaginaire des citadins qui l'interprète par leurs référentiels et selon leurs besoins. Dans l'exotisme, le groupe dominant ne se contente pas d'imposer son capital symbolique. Il s'approprie la culture d'un espace, transforme les imaginaires puis parvient à faire accepter cette vision.

Crédits photos : Auteur

⁴⁷⁹ Florence Bauge, « Le Vietnam marxiste découvre richesse et inégalités », *Le Monde*, 4 juin 2010.

⁴⁸⁰ *Ibid.*

⁴⁸¹ S. Lukes, *Power*, *op. cit.*

QUATRIÈME PARTIE :

Les acteurs de l'exotisme dans l'industrie du tourisme

Chapitre XVII. Les populations locales : une mise en scène envahissante et lucrative

On peut distinguer plusieurs types d'acteurs locaux qui participent au tourisme et au processus d'exotisation. Ces acteurs se composent de personnes seules ou d'individus qui se constituent en communauté (les communautés géographiques et les communautés d'intérêts). D'après Geoffrey Wall, de l'Université de York, les habitants souhaitent de manière générale voir le tourisme se développer dans leur territoire. Ils y trouvent plusieurs impacts positifs : l'emploi, des revenus plus élevés, une augmentation des recettes fiscales et de meilleures infrastructures (routes, éducation, hôpitaux, etc.).

Pourtant, ces retombées sont à prendre avec du recul. D'après Nathalie Fabry et Sylvain Zeghni: « *Une partie des recettes du tourisme sera dirigée vers l'étranger, ce qui engendrera des fuites pour l'économie locale* »⁴⁸². Ils citent plusieurs chiffres afin d'illustrer cette idée :

*« Selon Christie et Crompton (2001), les fuites représentent [...] 55 % des recettes touristiques perçues par l'ensemble des pays en développement. Diaz Benavides (2001) chiffre à 75 % les fuites liées à la captation des recettes touristiques par les pays émetteurs ».*⁴⁸³

Wall regarde avec prudence les impacts positifs du tourisme si souvent mis en avant. Ainsi, il note que depuis les années 70, le tourisme a plus de conséquences négatives que positives⁴⁸⁴, mais que les habitants sont prêts à accepter les effets indésirables pour pouvoir profiter des effets désirables que nous avons évoqués. Les impacts négatifs du tourisme sont à la fois économiques, environnementaux et socioculturels. Cette partie se concentre sur ce dernier paramètre. Le chercheur Dam Duy Long a effectué une enquête empirique dans la lagune de *Tam Giang — Cầu Hai* au Vietnam (TG-CH)⁴⁸⁵. Il a étudié les populations de pêcheurs vivant sur place et analysé la manière dont le développement touristique impactait la vie locale. Il a noté que :

« Le tourisme peut provoquer le surpeuplement des destinations d'accueil. Cette surpopulation peut être source de stress pour les touristes et les résidents. Là où le tourisme prend le relais en tant qu'employeur majeur, les activités traditionnelles telles que l'agriculture peuvent diminuer. Dans les cas extrêmes, les régions peuvent devenir trop dépendantes du tourisme. Les résidents peuvent trouver difficile de coexister avec les touristes qui ont des valeurs différentes et qui sont impliqués dans des activités de loisirs, tandis que les résidents sont impliqués dans le travail. Ce problème est aggravé

⁴⁸² Nathalie Fabry et Sylvain Zeghni, « Tourisme et développement local : une application aux clusters de tourisme », *Mondes en développement*, 2012, vol. 157, n° 1, p. 98.

⁴⁸³ *Ibid.*

⁴⁸⁴ Geoffrey Wall et Alister Mathieson, *Tourism: change, impacts, and opportunities*, 2nd ed., Harlow, England ; New York, Pearson Prentice Hall, 2006.

⁴⁸⁵ Duy Long Dam, *Developpement touristique et developpement local : La communauté lagunaire à Tam Giang - Cầu Hai, province de Thừa Thiên Huế, Vietnam*, Université de Franche Comté, s.l., 2017.

*quand le tourisme est une occupation saisonnière et les résidents doivent modifier leur mode de vie pour une partie de l'année ».*⁴⁸⁶

D'après ce que nous décrit Dam Duy Long, le tourisme semble altérer le rythme de vie et le quotidien des populations locales. Les activités traditionnelles vont rapidement changer d'objectif. Elles vont servir le tourisme au lieu de contribuer à la vie de la communauté locale. Dam Duy Long cite d'ailleurs l'exemple d'un pêcheur qui a transformé sa cabine de surveillance de cages à poissons en station d'observation pour touristes. Il explique que le pêcheur a finalement perdu des revenus et qu'il est souvent dérangé par les touristes qui viennent sans le prévenir. En changeant son activité professionnelle, le propriétaire a joué le jeu de l'exotisme. Le chercheur mentionne un autre exemple : l'attraction de la danse traditionnelle *Náp*. Cette danse est effectuée par les enfants du village pour les touristes qui veulent voir cet élément de folklore local. Il explique que ce service est très mal payé et qu'en plus les enfants réalisent ces spectacles pendant le temps scolaire. Ils vont donc privilégier une activité faiblement rémunérée plutôt que d'aller en classe. Par cet usage, le paysage devient un décor et la population des acteurs. Ce phénomène par lequel la population va s'adapter aux représentations sociales des touristes est appelé l'auto-exotisation par Nathalie Schon :

*« Dans ce cas de figure, l'indigène détourne le regard occidental à son profit, agit sur la représentation que l'Occident a de lui. Ceci dans le but principal de se conformer aux attentes touristiques et générer des revenus ».*⁴⁸⁷

L'auto-exotisation a un effet de muséification. Daniel Van der Gucht parle de « fable patrimoniale »⁴⁸⁸ qui permettrait au voyageur de préserver ses illusions de vérité et d'authenticité dans les sociétés du lointain ou du passé. Elle consiste à figer des cultures dans une esthétique marquée par une nostalgie des origines, une pureté de l'archaïsme, un mythe des sociétés de la nature et de la simplicité. Selon le philosophe ghanéen Kwame Anthony Appiah, ce procédé se heurte à une évidence : « *Les sociétés qui n'évoluent pas ne sont pas authentiques. Elles sont tout simplement mortes* »⁴⁸⁹ (Traduction propre). Melchisedek Chétima rejoint cette crainte. Pour lui, le risque est que les sociétés locales incorporent la mise en scène dans leur patrimoine culturel. Selon le travail de Anne Doquet⁴⁹⁰, reformulé par Chétima : « *La répétition d'une culture folklorisée peut aboutir à la sacralisation dans les mentalités* »⁴⁹¹. Lorsqu'une culture intègre la mise en scène dans son patrimoine, elle présente une forme sans fond. La mise en scène dissimule un sens artificiel qui adaptera ses contours aux faits historiques ou à des processus de valeurs. Le faux prend des formes vraisemblables, mais il reflète en réalité une authenticité orientée à satisfaire un imaginaire enclavé. De plus, la sacralisation instaure une distance infranchissable entre les individus. Pour Durkheim, le critère qui distingue le sacré du profane est leur hétérogénéité : « *Il n'existe pas dans l'histoire de la*

⁴⁸⁶ *Ibid.*, p. 24.

⁴⁸⁷ N. Schon, *L'Auto-exotisme dans les littératures des Antilles françaises*, op. cit.

⁴⁸⁸ D. Vander Gucht, « Le syndrome patrimonial et la société commémorative », art cit.

⁴⁸⁹ K.A. Appiah, « The Case for Contamination », art cit.

⁴⁹⁰ Anne Doquet, « Dans les coulisses de l'authenticité africaine », *Les Temps Modernes*, 2002, vol. 620-621, n° 4-5, p. 115-127.

⁴⁹¹ M. Chétima, « Par ici l'authenticité ! », art cit, p. 50.

pensée humaine un autre exemple de deux catégories de choses aussi profondément différenciées »⁴⁹². La fable patrimoniale passe aussi pour la duplication et la multiplication des faits culturels. C'est ce qu'une des participantes de l'enquête qualitative (S de l'entretien de groupe) a remarqué lors d'un séjour en Indonésie à Sumba durant le rituel du Pasola :

« C'est un rituel de passage où des personnes ramassent des vers luisants dans l'eau, et font des joutes à cheval ça s'étale sur 15 jours. Nous on n'y a pas été du coup, parce que quand on est arrivés tout était complet et on nous a proposé de rajouter des dates alors que c'est des rituels, une cérémonie, qui existait bien avant l'arrivée des touristes. »

D'aucuns diront que ce patrimoine transformé contribue à le faire vivre même si cela signifie passer par une esthétisation et une marchandisation. D'une certaine manière, cela permet aux héritiers de la culture locale d'assurer une forme de mémoire et de souveraineté sur leur folklore, de l'adapter en fonction de leurs besoins présents :

*« La notion de patrimoine remodelé ouvre ainsi la voie à la valorisation durable du patrimoine, car elle permet de rassurer les descendants qu'ils sont héritiers de quelque chose dont ils peuvent se servir, capitaliser, donner de la valeur ajoutée ou modifier en fonction des aspirations contemporaines ».*⁴⁹³

Néanmoins, toutes les populations considérées comme « authentiques » n'inscrivent pas la mise en scène dans leur identité. Chétima explique qu'un autre scénario est possible. Certaines cultures vont correspondre aux représentations exotiques tout en préservant leur identité culturelle. Il cite Nash et al.⁴⁹⁴ qui expliquent qu'en jouant le jeu de l'exotisme : *« L'authenticité mise en scène empêche la culture de la communauté d'accueil d'être perturbée par les touristes »*⁴⁹⁵. Par conséquent, la mise en scène devient un outil ponctuel pour les cultures qui peuvent exploiter le fantasme du traditionnel. Chétima donne l'exemple des maîtres de pluie Ouldémé au Cameroun qui ont créé un faux rituel pour les touristes : *« [Ils ont créé] un simulacre de la façon dont ils manient les pierres rituelles, non sans exagération. Cependant, lorsqu'ils se retrouvent dans leur vécu quotidien, le rituel s'effectue conformément à leur culture et tradition »*⁴⁹⁶. Sylvie Brunel donne elle aussi un exemple de ce phénomène qu'elle a observé dans la tribu Dogon :

*« Quand les Dogons organisent des danses "rituelles", ils ne supportent pas qu'une personne n'ayant pas payé sa participation y assiste, parce qu'ils se savent en représentation. Chacun des danseurs enlève ses Nike et son walkman avant de revêtir son pseudo-masque de cérémonie et aucun ne trouve déshonorant d'exécuter pour les touristes des danses qui n'ont pas, dans ce contexte, de signification sacrée ».*⁴⁹⁷

⁴⁹² Émile Durkheim, *Les Règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, 2013, p. 53.

⁴⁹³ Joseph Ronald Daustruche, « Tourisme culturel et patrimoine remodelé : Dynamique de mise en valeur du patrimoine culturel immatériel en Haïti », *Ethnologies*, 9 septembre 2014, vol. 35, n° 1, p. 145-161.

⁴⁹⁴ D. Nash et al., « Tourism as an Anthropological Subject [and Comments and Reply] », art cit, p. 17.

⁴⁹⁵ M. Chétima, « Par ici l'authenticité ! », art cit, p. 49.

⁴⁹⁶ *Ibid.*

⁴⁹⁷ Sylvie Brunel, « Tribus "authentiques" » dans *La planète disneylandisée*, Auxerre, Éditions Sciences Humaines, 2012, p. 120-121.

Se pose également la question de l'intégration des ethnies minoritaires dans ce jeu des représentations. Dans son ouvrage *La planète Disneylandisée*⁴⁹⁸, Sylvie Brunel analyse l'intégration des Aborigènes dans la société australienne. Elle explique que cette population est enfermée dans son rôle d'attraction touristique :

*« On constate l'absence quasi totale des natives dans la vie quotidienne, hormis sous l'angle du folklore : certes, de nombreuses boutiques vendent aux touristes des instruments aborigènes, tels les didgeridoos ou les boomerangs. [...] Mais, en dehors des réserves, on ne voit pratiquement jamais d'Aborigène qui occupe un emploi "normal" ».*⁴⁹⁹

Souvent, les minorités ethniques n'ont pas d'autres issues possibles que le tourisme. Si elles n'ont pas ou peu de pouvoir politique, elles subissent des politiques nationales cherchant à les invisibiliser, les assimiler ou à les rendre conformes aux imaginaires exotiques. Certaines ethnies minoritaires comme les Maoris de Nouvelle-Zélande ou les Aïnous au Japon ont lutté et ont réussi à créer des partis politiques, à avoir une existence légale, des droits particuliers, etc.⁵⁰⁰ Cela permet à ces populations de reprendre possession de leur image et de l'utilisation qui peut en être faite.

Pour Brunel, le tourisme est essentiel à la survie de ces ethnies minoritaires. La mondialisation réhabiliterait d'une certaine façon ces cultures menacées de disparition. Son analyse montre également que dans le jeu de l'exotisme, les acteurs ne sont pas naïfs :

*« Les Dogons, les Maoris ou les Aborigènes, tout comme les Yanomamis, savent parfaitement à quoi s'en tenir. Dans la relation entre le touriste et le "sauvage préservé", chacun joue son rôle et personne n'est dupe. Le touriste brandit son appareil photo ou son caméscope parce qu'il a envie de croire au spectacle de l'authenticité organisé pour sa venue. Mais il sait bien que cette authenticité est minutée, qu'elle s'inscrit dans le cadre d'une excursion organisée et qu'elle a donné lieu à paiement d'un droit d'entrée ».*⁵⁰¹

Lorsque Brunel évoque le secteur touristique, ses mots décrivent une industrie loin d'être idéale, voire même laide, mais elle paraît trouver encore plus méprisables les intellectuels qui « estiment que la vulgarisation touristique dégrade ceux qui en sont l'objet » et qui stigmatiserait le visiteur (« jugé forcément ignare ») et les locaux (« forcément victimes d'une folklorisation avilissante »)⁵⁰². Son point de vue critique l'élitisme et le misérabilisme (que nous comprenons au sens de Passeron) dont les autochtones sont souvent l'objet. Elle explique que les ethnies minoritaires n'ont pas le choix. Jouer la caricature de leur propre rôle est la seule profession qui leur est accessible, leur marge de manœuvre dans la société étant très limitée.

⁴⁹⁸ S. Brunel, « Tribus "authentiques" », art cit.

⁴⁹⁹ *Ibid.*

⁵⁰⁰ AFP, « Le Japon va reconnaître légalement les Aïnous comme peuple indigène », *Le Point*, 15 févr. 2019.

⁵⁰¹ S. Brunel, « Tribus "authentiques" », art cit.

⁵⁰² *Ibid.*, p. 119.

Cette lecture de la situation nous permet d'observer l'exotisme à travers une perspective pragmatique et non moralisatrice. Il invite à la prudence épistémologique et nous évite de tomber dans le piège du jugement de valeur. Sans exotisme, certaines populations ne toucheraient pas de revenus et des pratiques culturelles seraient oubliées (même si elles sont « disneylandisées »). La critique négative de l'exotisme est facile pour des individus non concernés par ses enjeux. Nous pouvons donc constater que c'est une posture privilégiée que de se permettre de vouloir la fin de l'exotisme.

Chapitre XVIII. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotisme

Les autorités locales jouent également le jeu de l'exotisme. D'une part, parce que cela engendre de gros bénéfices. Face à l'enjeu économique que représente le tourisme, quasiment tous les pays ont développé ce secteur. D'autre part, cela améliore l'image d'une nation à l'étranger. Qui sont les autorités locales ? Il s'agit du gouvernement, des autorités régionales ou départementales, des chefs de districts ou encore des chefs de villages.

Dans son étude de la communauté lagunaire de Tam Giang — Cầu Hai, Dam Duy Long a tenté d'analyser l'organisation du tourisme sur place et surtout le rôle des autorités locales. À la tête du village des pêcheurs qu'il a étudié demeure un chef. Dam Duy Long explique les conflits d'intérêts des chefs de village lors de projets touristiques. Effet, ils décident à la fois de l'aménagement du territoire et choisissent les propositions des acteurs privés : « *Après la proposition des entreprises, c'est souvent les chefs de village ou les chefs de l'association des pêcheurs (ou les deux) qui choisissent les fournisseurs, qui décident de mobiliser tant de personnes, d'investir tant pour réaliser la proposition des acteurs privés* »⁵⁰³. Dans son observation, il a constaté que les membres de la communauté qui participent activement au tourisme (« *les chefs de village, les chefs des associations [pêcheurs, paysans, femmes, jeunes...]* ») vont profiter de leur lien privilégié avec les acteurs privés. Ils vont notamment bénéficier : « *avant les autres des informations pertinentes au tourisme dans la région. Ils rénovent leur maison, leur bateau, ils investissent dans des services, pour accueillir les touristes* »⁵⁰⁴. Les autorités locales sont donc au cœur du mécanisme touristique. Ils font des choix pour toute la communauté, quitte à créer des tensions potentielles voire même des rivalités entre les différents membres. Ils tirent profit du tourisme et y tiennent une place privilégiée. Ils sont les premiers interlocuteurs des agences touristiques, ils ont une responsabilité si ces agences montrent aux touristes une représentation exotique des populations locales.

⁵⁰³ D.L. Dam, *Developpement touristique et developpement local : La communauté lagunaire à Tam Giang - Cầu Hai, province de Thừa Thiên Huế, Vietnam, op. cit.*, p. 137.

⁵⁰⁴ *Ibid.*, p. 141.

Bob Mc Kercher perçoit le tourisme comme une activité industrielle avec des réalités structurelles qu'il faut prendre en compte. En tant qu'activité industrielle le tourisme consomme des ressources et produit des déchets qui requièrent la construction d'infrastructures. Cependant, il explique qu'en tant que secteur privé, l'industrie touristique est basée sur des investissements qui visent le profit maximal immédiat. Il est donc beaucoup plus intéressant, pour les autorités locales, de s'impliquer dans des activités lucratives sur le court terme. Il cite l'exemple d'investissements locaux dans la création de parcs de loisirs (un parc d'attractions, par exemple), plutôt que dans des activités de coûts comme la construction d'un système d'épuration⁵⁰⁵. Bernard Schéou rejoint ce point de vue, il explique : « *Les gouvernements pèchent souvent par leur volonté d'augmenter les recettes touristiques, en maximisant le nombre des visiteurs au lieu de s'engager dans la recherche de formes de tourisme susceptibles de profiter à la population* »⁵⁰⁶.

La corruption va également influencer le développement du tourisme dans un pays. Elle engendrera une organisation incohérente du tourisme, non plus centré sur l'intérêt collectif, mais sur l'intérêt personnel de certains acteurs. Nicolas Jacquemet qui a étudié la corruption comme une approche contractuelle montre que les situations de corruptions engagent un pacte bilatéral entre un corrupteur et un agent⁵⁰⁷. Le professeur Le Huu Khoa expert de l'Asie du Sud-Est a travaillé sur la corruption au Vietnam, il explique que dans ce pays le PCV (parti communiste vietnamien) organise un système de corruption au niveau national, régional, local. Les dirigeants nationaux et des cadres locaux possèdent un réseau de corruption sur toutes les échelles de la vie sociale vietnamienne⁵⁰⁸. Dans cette disposition, on comprend que la population vietnamienne n'est pas acteur de son économie et *a fortiori* de son économie touristique. Les accords bilatéraux entre corrupteur et acteurs créent un processus touristique basé sur l'intérêt individuel. Le tourisme est une activité lucrative. Les agents de la corruption feront du profit sans tenir compte de l'intérêt global et sans considération pour la population. Cette dernière subira des projets qui ne font pas forcément sens. Dans ce contexte, on peut supposer le développement de projets basés sur des imaginaires facilement exploitables tels que l'exotisme qui offre des représentations illusives, mais efficaces et donc rapidement rentables.

Bob Mc Kercher explique également que le tourisme étant multifacette, il demeure impossible à maîtriser. On peut donc se demander si de manière générale, les autorités locales ne sont pas dépassées par le tourisme et ses conséquences. Finalement, les autorités locales sont, de façon indirecte, organisatrices de l'exotisme, car elles n'arrivent pas à le contrôler,

⁵⁰⁵ Bob Mc Kercher, « Some Fundamental Truths About Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts », *Journal of Sustainable Tourism*, janvier 1993, vol. 1, n° 1, p. 7.

⁵⁰⁶ Bernard Schéou, « Chapitre 4. Le tourisme diabolisé » dans *Du tourisme durable au tourisme équitable*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2009, p. 119-159.

⁵⁰⁷ Nicolas Jacquemet, « Micro-économie de la corruption », *Revue française d'économie*, 2006, vol. 20, n° 4, p. 158.

⁵⁰⁸ Huu Khoa Le, *L'Argumentation cognitive de la conscience*, Paris, Anthropol-Asie, 2020.

mais aussi organisatrices directes, car elles souhaitent son développement au vu des bénéfices personnels qu'elles peuvent en tirer.

Le gouvernement peut aussi de manière directe être organisateur de l'exotisme. Didier Urbain explique que la conversion des cultures en produits touristiques peut se faire par les gouvernements. Il cite l'exemple de Cuba et de la Tunisie :

*« Fidel Castro déclare que le peuple cubain est "Un peuple instruit, cordial et accueillant" et A. Smaoui, secrétaire d'État au Tourisme tunisien, rappelle "L'extraordinaire gentillesse de notre peuple" — comme s'ils parlaient de ressources naturelles [...]. L'autochtone, dans bien des cas, n'est pas maître de son image et de son attitude. Il est en représentation et doit être ce que disent de lui dirigeants et catalogues ».*⁵⁰⁹

Dans l'industrie touristique, c'est le client qui va jusqu'au produit et c'est sur place qu'il consomme ce qu'il a acheté. Dans un des entretiens de l'enquête qualitative, un répondant (P6) décrit lui aussi la population comme une ressource à acquérir. Ses mots révèlent un rapport marchand. La personne critique des pays en leur reprochant de ne pas correspondre à l'image qu'elle attend d'eux. Elle perçoit l'exotisme comme un service auquel elle aurait droit. Elle agit comme Loti, le collectionneur d'impression :

« Tu vois le Vietnam on entend toutes sortes de choses dessus et pourtant nous c'est le pays qu'on a préféré en termes d'échanges et d'immersions. C'est dû au fait aussi qu'ils sont hyper curieux, 70 % de la population a moins de 20 ans et ils sont hyper demandeurs. Ils veulent parler avec toi. Et la barrière de la langue c'est pas tant un obstacle que ça, parce qu'on arrive toujours à se débrouiller. Ce qui n'a pas été le cas par exemple sur l'exotisme en Thaïlande. Là-bas, tu auras plus un exotisme de paysage. C'est un pays qui accueille beaucoup de touristes depuis 30 ans et je trouve qu'aujourd'hui sur l'accueil, c'est les derniers. Par rapport à d'autres pays d'Asie, ils sont très loin. Là-bas, je me suis sentie comme un porte-monnaie sur pattes. Ça, tu le ressens beaucoup et c'est assez décevant. Après le pays est magnifique donc ça n'empêche pas d'y aller. Mais il ne faut pas s'attendre à un véritable accueil. Le pays du sourire, moi je l'appelle le pays du sourire coincé. »

Brunel fait la même lecture de la situation que Urbain. Elle explique qu'elle trouve douteux le fait que les autorités n'utilisent pas l'argent du tourisme pour améliorer le sort des ethnies minoritaires. Elle suspecte le fait qu'ils fassent en sorte de les faire perdurer dans leur rôle de « bon sauvage ». Elle suppose que les gouvernements ont besoin que les populations restent dans un mirage exotique qui les essentialise pour attirer le touriste et faire des bénéfices :

« On peut se demander dans quelle mesure le fait de maintenir à dessein les Massaïs, les Bushmen ou les Aborigènes dans leur inconfort et leur pauvreté, déléguant le soin d'atténuer leurs difficultés à quelques organisations caritatives, n'est pas en réalité un acte délibéré permettant d'entretenir l'illusion de la "peuplade authentique", qui vit comme à l'âge de pierre, faute de se voir reconnu le droit à l'eau potable, à la santé et à

⁵⁰⁹ Jean-Didier Urbain, *L'Idiot du voyage : histoires de touristes*, Repr., Paris, Payot, 2002, p. 61.

*l'électricité. Dans de nombreux pays, comme le Kenya ou la Namibie, les autochtones ne sont autorisés à rester dans les parcs naturels que s'ils acceptent de rester fidèles à leurs "traditions", en réalité à leur sous-développement ».*⁵¹⁰

Lionel Gauthier arrive aux mêmes conclusions. Dans une étude, il montre comment les autorités chinoises s'adaptent à la subjectivité de l'authenticité pour maintenir certaines populations dans un fantasme primitiviste. Il cite l'exemple de la ville de Pingyao, au nord-est de la Chine, inscrite au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1997 : « *Pour préserver ce témoignage du passé (et la manne financière qui en découle), il est interdit aux 47 000 habitants de moderniser leur ville afin d'améliorer leurs conditions de vie. Ainsi, tandis que l'électricité est un privilège rare, l'eau courante et le chauffage sont des mirages inaccessibles* »⁵¹¹.

Pour Brunel, le choix du tourisme devrait venir du bas, donc des populations locales. Il ne devrait pas être imposé par les gouvernements. On peut néanmoins reprocher à Brunel le lien qui est fait entre sous-développement et refus d'une modernité à l'occidentale. En effet, le développement est pluriel il ne s'oriente pas obligatoirement vers une modernité à l'occidentale. Mais évidemment les manœuvres du gouvernement pour faire du profit à court terme par la folklorisation est une réalité. Le documentaire : *Faut-il interdire le tourisme*⁵¹², relate certains aspects problématiques du tourisme. Il permet de voir de quelle manière les gouvernements promeuvent un folklore à touristes. Une partie de ce documentaire est tourné en Thaïlande. Au cours du reportage, le journaliste participe à une excursion dans le parc national des îles Surin. Ce territoire accepte chaque année un nombre très limité de personnes. Les touristes ont également l'obligation de partir avec un guide homologué. Ce type de tourisme se veut « hors des sentiers battus » et différent du tourisme de masse. Il présente le parc national comme un trésor de biodiversité, un des derniers endroits où vivent encore de façon semi-traditionnelle l'ethnie des Moken appelés « les gitans de la mer ». Dans le documentaire, l'animateur discute avec un membre du village Moken. Celui-ci lui apprend que son ethnie a été contrainte de se sédentariser en 2004 par les autorités. Il explique qu'aujourd'hui ils doivent s'adapter au tourisme. On suppose que le gouvernement ne leur a pas laissé le choix. Il raconte :

« Désormais il y a très peu d'endroits en Thaïlande qui permettent au Moken de vivre comme avant, c'est interdit, car ces lieux appartiennent aux parcs nationaux ou à d'autres investisseurs, notamment dans le tourisme. Nous n'avons même plus le droit d'amarrer les bateaux pour ramasser des coquillages ou pêcher. »

Dans une autre partie du reportage, on suit le journaliste dans l'univers du dressage d'éléphant. Il explique que le dressage des éléphants est encouragé par le gouvernement. Les Cornacs dont les animaux savent au moins faire trois numéros, reçoivent des subventions. Dans le documentaire, le dresseur interrogé touche 350 euros, auquel on ajoute 180 euros pour participer au festival de Surin. Ces revenus sont indispensables pour ces personnes. De manière

⁵¹⁰ S. Brunel, « Tribus "authentiques" », art cit.

⁵¹¹ Lionel Gauthier, « L'authenticité culturelle couve un risque de dérive », *Le temps*, 2009, n° 3526, p. 14.

⁵¹² Martin Veil, *Faut-il interdire le tourisme ?*, s.l., Bangumi, 2020.

générale, les éléphants représentent des gains économiques énormes pour la Thaïlande et ses habitants. Ici, la frontière entre tradition et exotisme est mince. Le dressage d'éléphant est une tradition ancestrale en Thaïlande. Avant cela, les animaux travaillaient dans les champs ou dans le transport. Aujourd'hui, ces fonctions ne sont plus actuelles. D'autres techniques plus efficaces, économiques et moins cruelles existent et sont déployées par les agriculteurs. L'animateur explique que les pachydermes ne travaillent plus dans les champs. Ils seront davantage utilisés pour du divertissement touristique. Chaque année au mois de novembre en Thaïlande se déroule le festival de Surin. Cet évènement a lieu depuis seulement quarante ans. Voici l'annonce qu'en fait le Routard :

*« Après une petite cérémonie de présentation organisée face à la gare routière, 200 à 250 pachydermes participent à cette fête donnée au stade Srinarong et dans les rues de Surin et des environs. Ils exécutent acrobaties, parades, exercices de force et simulations de batailles. Ils dressent même des fresques historiques, le tout sous le regard de milliers de spectateurs. Les éléphants s'arrêtent aux feux rouges au milieu des cyclo-pousses et s'aspergent au beau milieu des embouteillages ».*⁵¹³

On peut ici s'interroger sur cette situation. D'un côté, nous avons le dressage d'éléphant qui fait partie de l'héritage culturel de la Thaïlande, de l'autre côté, nous avons l'usage qui est fait de ce dressage, à savoir un divertissement pour le touriste et donc un spectacle exotique à contempler. La tradition du dressage perdure, mais sa fonction utilitaire a changé. Cette tradition est conservée à cause de l'exploitation touristique qui en est faite et plus par l'usage agricole qui fait aujourd'hui de moins en moins sens. L'exotisme permet donc effectivement de maintenir une tradition, mais par la mise en scène. Des usages traditionnels qui font l'identité d'une culture, dépendent en réalité d'une industrie touristique qui la transforme en spectacle. Même si la démarche ici semble être une valorisation du patrimoine, le sens donné aux usages traditionnels semble superficiel et artificiel.

Chapitre XIX. Touristes et voyageurs : une posture différente, mais la même passion de l'exotisme

Les touristes eux-mêmes sont organisateurs de l'exotisme. À travers le temps, le visage de l'exotisme a changé. Les touristes ne perçoivent plus les pays d'Asie du Sud-Est comme des colonies françaises. Le stade d'un exotisme agressif où les colons ont pour le « primitif » une fascination de voyeurs paraît révolu. Néanmoins, les origines marchandes et colonialistes de l'exotisme ont développé un type d'imaginaire touristique qui marque les perceptions actuelles. Le professeur Franck Lestringant fait la différence entre deux exotismes liés au tourisme, mais qu'il semble considérer comme égaux⁵¹⁴. D'une part, un exotisme vulgaire et

⁵¹³ Festival des éléphants (*Elephant Round Up*) à Surin, [https://www.routard.com/guide_agenda_detail/2801/festival_des_elephants_\(elephant_round_up\)_a_surin.htm](https://www.routard.com/guide_agenda_detail/2801/festival_des_elephants_(elephant_round_up)_a_surin.htm), (consulté le 14 juillet 2021).

⁵¹⁴ F. Lestringant, « Faut-il en finir avec l'exotisme ? Réflexions d'après-coup », art cit.

accrocheur du tourisme de masse, et de l'autre un exotisme décanté et nostalgique qu'il nomme « exotisme spirituel ». Pour lui, ce dernier est bien plus socialement acceptable que le premier. L'exotisme spirituel serait un exotisme à la Baudelaire. Une anti-nature assumée, mais qui serait « *autre chose qu'une grossière contrefaçon.* » Il cite Baudelaire pour illustrer sa réflexion : « *N'importe où ! N'importe où ! Pourvu que ce soit hors de ce monde !* ». Cette manière de penser renvoie aux voyageurs solitaires du type backpacker-globetrotteur qui, somme toute, seront dans un vagabondage lyrique et éphémère, se présentant en alternative au tourisme de masse.

Cette valorisation d'un exotisme spirituel au détriment d'un exotisme de masse rappelle des mécanismes que Bourdieu a mis en lumière dans son œuvre : *la Distinction*. Cet ouvrage analyse l'articulation entre le goût et la distinction comme une différenciation, mais également comme une manière d'être. Ce livre s'attache à faire une critique sociale du jugement. Il distingue le goût légitime, le goût moyen et le goût populaire. Il rend sociologiquement compte du lien entre le goût des individus et leur appartenance sociale. Dans une interview de l'émission « Apostrophe » du 21 décembre 1979, Bourdieu déclarera : « *Le goût c'est le dégoût du goût des autres* »⁵¹⁵. Le goût légitime est socialement préféré au goût populaire. Ceci justifie le fait que l'exotisme spirituel est donc de « meilleur goût » que l'exotisme de masse. L'utilisation politique de cette analyse se fera par la notion de « classisme »⁵¹⁶. Didier Urbain a étudié la différence entre le voyageur et le touriste⁵¹⁷. Il observe également une dévalorisation du touriste par rapport au voyageur. Notre travail révèle que le voyageur va condamner le consumérisme du touriste. Dans son livre : *le voyage contre le tourisme*⁵¹⁸, le philosophe Thierry Paquot explique que le tourisme s'inscrit dans un prisme purement économique qui cherche la rentabilité. Ce domaine a ses codes, ses critères et son marketing. De plus, il critique la temporalité de séjour du touriste : pour Paquot dans sa pratique de séjour, le touriste va vouloir optimiser son temps dans un pays, parce qu'il n'en disposera pas de beaucoup. Le touriste va donc maximiser son expérience et acheter son séjour. Effectivement, on retrouve ce point de vue lors de notre enquête qualitative lorsque certains répondants défendent l'immersion et critique des approches plus passives ou contemplatives. Plusieurs fois, les répondants ont exprimé une certaine aversion à l'encontre de touristes qui fréquentent des structures de séjour comme le Club Med. Dans l'extrait de Verbatim qui suit, on observe cette distinction d'un voyageur qui souhaite se détacher de la figure du touriste (P6) :

Pour moi l'exotisme c'est l'immersion, c'est pas se retrouver sur une plage idyllique, ça on a vu, c'est sympa, mais bon. Quand tu pars 3 semaines, tu as envie de te reposer, je comprends. Mais quand tu pars six mois, c'est pas ce que tu recherches. Oui, c'est d'autres dynamiques de voyageurs. Il faut faire la différence entre les voyageurs qui partent longtemps et le touriste qui veut se détendre.

⁵¹⁵ Apostrophe, « Pierre Bourdieu présente son livre : La Distinction ».

⁵¹⁶ Christian Delarue, « Le classisme au-delà de la discrimination », *Mediapart*, 16 mars 2018.

⁵¹⁷ J.-D. Urbain, *L'Idiot du voyage*, op. cit.

⁵¹⁸ Thierry Paquot et Marc Augé, *Le Voyage contre le tourisme*, Paris, Eterotopia France, 2014.

L'Anthropologue Christian Bataillou dans une émission de France Culture affirme aussi que le touriste, contrairement au voyageur, va vouloir de la sécurité et évoluer dans un cadre tranquilisant : « *On a créé à travers l'organisation touristique des sortes de bulles, qui sont des sortes d'objets transitionnels comme la peluche que l'enfant va amener à l'école maternelle et qui fait la transition entre son espace rassurant et l'école qui est le monde extérieur* »⁵¹⁹. D'après lui, ces bulles transitoires permettent de partir parce qu'elles sont apaisantes même si elles sont un frein à l'authenticité : « *Il ne cherche pas le réel, il cherche un simulacre de réel* »⁵²⁰. Le touriste ne désire donc pas en priorité l'être, car le paraître peut-être satisfaisant s'il est confortable. Paquot va dans ce sens : lors d'une chronique sur France Culture, il explique que les touristes sont dans un éternel *ici*. En d'autres termes, ils seront toujours chez eux. Ils utiliseront leur langue, ils seront en communication téléphonique avec leur famille ou leurs amis dans le pays, ils envoient des selfies... Le touriste va vers une altérité familière et reconnaissable. Paquot va parler de « déstabilisation amicale ». Selon l'auteur, le touriste est consommateur alors que le voyageur est promeneur et explorateur. Il défend que ce dernier va rechercher l'accident. C'est-à-dire qu'il va souhaiter l'inattendu, la surprise, la promesse d'une altérité radicale et inconnue. Il sera solitaire et s'inscrira dans son paysage.

D'après le sociologue et économiste Thorstein Bunde Veblen qui a étudié la création de modèles touristiques par la classe bourgeoise du XX^e siècle, le rythme des touristes est différent de celui des voyageurs : « *Le voyage repose sur des rencontres, sur des temporalités de l'attente, de l'ennui... des choses qui sont incompatibles avec la rationalité d'un voyage organisé ou tout est plein* »⁵²¹. Le voyage serait un jeu de connivences entre le temps et l'espace. Enfin, une distinction importante entre le voyageur et le touriste sera la différence en termes de développement personnel recherché durant le voyage. Pour John Crompton, le touriste souhaite relaxation et ressourcement⁵²². Il semble avoir un temps plus court de séjour que le voyageur, ce qui justifie l'optimisation de ce temps ainsi que le désir de vivre une expérience plaisante qui le fera respirer de son quotidien. Ils ont besoin de se détendre. Dans cette logique, on comprend la nécessité de confort autant matériel qu'émotionnel.

Les touristes ne cherchent pas l'immersion. L'impact de leur nombre et leurs habitudes de voyages s'imposent aux locaux. L'économiste James Stemble Duesenberry explique que les locaux s'adaptent et vont même jusqu'à imiter les référentiels de ces vacanciers. L'auteur parle d'un, « effet de démonstration ». Il affirme « *que les agents d'un groupe social donné auront tendance à imiter la consommation d'un groupe au revenu supérieur, en voulant faire une démonstration de leur statut social, et donc auront une propension à consommer relativement*

⁵¹⁹ Jean-Christophe Francis, « Faut-il réinventer le tourisme... ou les touristes ? »

⁵²⁰ Elisabeth Miro, « L'économie du voyage (4/4), le voyage contre le tourisme ».

⁵²¹ *Ibid.*

⁵²² John L. Crompton, « Motivations for pleasure vacation », *Annals of Tourism Research*, 1 octobre 1979, vol. 6, n° 4, p. 408-424.

plus forte »⁵²³. Les locaux et surtout les jeunes vont adopter des habitudes de consommation qui ne sont, à l'origine, pas les leurs. Il peut aussi être à l'origine de comportements extrêmes, telle la prise de drogues chimiques (généralement utilisées par la population occidentale). Pour illustrer cet exemple, on peut citer le cas de *Vang Vieng*, une ville vietnamienne très visitée par la jeunesse occidentale qui a fini par transformer cette petite ville de montagne en place incontournable de fête, du sexe et de l'alcool⁵²⁴. Plus que des habitudes de consommation, on peut dire que les touristes apportent également leur désir de production. Il y a quelques années, je fus envoyée pour une mission à Hanoï au Vietnam dans le quartier nord de la ville. Chaque semaine un marché y est organisé. Une partie des commerces dissimulés dans les étroites allées proposent toutes sortes de denrées alimentaires. D'après mes observations, ils sont à destination des locaux. Une autre partie du marché, beaucoup plus exposée, dans les larges rues, exhibe des articles à destination des touristes. Dans cette seconde partie, on peut trouver toutes sortes de produits industriels : des porte-monnaie, des sacs, des bijoux, des peintures. Au cours d'une de mes sorties, je rencontre un ferronnier qui monnaie des marmites. Il m'affirme qu'ils sont très peu d'artisans à vendre leurs produits sur ce marché et dans la ville en général. Il m'apprend que la plupart des articles présents sur les marchés proviennent de Chine et sont fabriqués à grandes échelles. Pendant que nous discutons, un de ses amis, sculpteur de bois, vient vers nous, partager la même détresse. Il me raconte qu'il ne peut pas vendre ses sculptures sur le marché parce qu'elles sont trop chères pour les touristes. Il ne peut les proposer qu'à de riches familles vietnamiennes ou à des temples bouddhistes. Le ferronnier m'explique que ces marmites sont à un prix élevé, car elles ne vieillissent pas. Son savoir-faire permet de façonner des marmites dans lesquels on pourra cuisiner toute sa vie durant, puis les léguer à ses enfants qui les légueront à leur tour. Ce qui n'est pas le cas des marmites à touristes. Ces dernières ne sont pas chères, mais elles sont faites d'un métal qu'on ne peut même pas chauffer et qui se brise vite. Dans cet exemple, les touristes importent leur besoin de production. Ils n'ont pas envie d'un ustensile de bonne qualité pour faire de la cuisine, mais d'un souvenir qui servira à des fins décoratives. Nous sommes dans l'exotisme. Le sens de l'objet n'est plus dans sa fonction, mais dans ce qu'il représente : un souvenir de vacances.

Après cette différenciation entre touriste et voyageur, il nous faut à présent nuancer notre analyse. Pour Urbain, la séparation touriste-voyageur est à percevoir par le prisme de la distinction sociale. Son analyse se rapproche de celle de Bourdieu. Pour lui, le voyageur a une haute image de lui-même et beaucoup de mépris pour le touriste. Pour l'auteur, la distinction entre ces deux personnages repose pour l'opinion générale sur une différence de nature. Le voyageur est une fierté, le touriste est honteux (quitte à réaliser un rejet de lui-même). Ce n'est pas forcément dans leurs actes que se situe leur altérité, mais dans leur posture. Par exemple, le voyageur est curieux alors que le touriste est indiscret. Alors que le voyageur souhaite encore profiter de son statut mythique et héroïque, le touriste est perçu comme un éternel amateur,

⁵²³ Claude-Danièle Echaudemaison (ed.), *Dictionnaire d'économie et de sciences sociales*, 6. éd., Paris, Nathan, 2005.

⁵²⁴ Poppy McPherson, « LAOS. Les bouées de la honte déferlent à Vang Vieng », *Courrier International*, 6 nov. 2011.

désœuvré et jouisseur⁵²⁵. Nos analyses montrent également que le voyageur ne recherche pas la surprise et l'inattendu que défend Paquot. Tout comme le touriste, il cherche des signes et des attributs qu'il a été conditionné à chercher et à apprécier.

Les différents récits de voyageur laissent souvent l'impression que le paramètre de la temporalité du séjour est un choix, que l'individu préfère être voyageur ou touriste. Cela est critiquable. En réalité, se donner le rôle du touriste ou du voyageur dépend des réalités sociales de la personne. Tout le monde ne peut pas se permettre d'être voyageur. Cela requiert un capital temps et un capital économique important. De plus, il implique que l'individu puisse se défaire des contraintes et des responsabilités de son quotidien pour une période conséquente. Les opportunités de vie qui donnent accès à cette liberté de voyage sont relatives à des privilèges sociaux. Certes, il y a une égalité de droits à jouir de cette liberté, mais pas d'égalité de fait.

De plus, le voyageur semble rejeter le consumérisme du tourisme, mais il paraît oublier que son activité repose également sur une exploitation économique. Paquot l'avoue lui-même sans l'assumer pleinement : « *Pas forcément moins, il faut voyager mieux* »⁵²⁶. Effectivement, la consommation sera différente, mais elle se fera tout de même.

Le touriste n'a donc pas l'exclusivité de l'exotisme, le voyageur en jouit tout autant, surtout lorsqu'il tombe dans le piège de l'endotisme par son désir d'immersion. Alors que l'exotisme cherche à devenir *autre*, l'endotisme cherche à devenir *l'Autre*⁵²⁷. Lionel Gauthier parle de « *contre exotisme* » : « *Il exprime le désir d'une appropriation cognitive et pratique socialement et culturellement valide, c'est-à-dire la volonté d'un accès à la réalité de l'autre à la manière de l'autre* »⁵²⁸. Cette stratégie de voyage pourrait faire sens, pour ne plus être organisateur de l'exotisme. Pourtant, devenir l'Autre semble impossible. Comme le souligne Gauthier, même si l'individu apprend la culture, la langue, les pratiques et croyances locales, il ne peut pas effacer de sa mémoire son bagage et ses souvenirs (autrement dit, son référentiel culturel). Vivre dans une société, en intégrant les règles qui la régissent, façonne la personnalité et le jugement⁵²⁹. L'endotisme, permet également un autre phénomène : *l'appropriation culturelle*. L'appropriation culturelle est l'utilisation et la transformation d'éléments (les récits, les symboles, les concepts, les esthétiques, les savoirs...) d'une culture minorisée ou du moins dominée. L'appropriation culturelle permet de s'accaparer des éléments d'une culture sans l'absolu de leur contexte, tels que l'histoire d'un peuple, les oppressions qu'il subit, les croyances autour de cet élément... Cela a pour conséquence de vider l'objet culturel de son sens. L'appropriation culturelle se comprend dans un contexte structurel dans un rapport de force entre dominant et dominé. Dans le Chapitre III, nous avons établi avec Robert Alan Dahl d'une part que le pouvoir s'exprime lors d'interactions, et par Pierre Bourdieu d'autre part que

⁵²⁵ J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, op. cit., p. 36.

⁵²⁶ E. Miro, « L'économie du voyage (4/4), le voyage contre le tourisme », art cit.

⁵²⁷ Franck Michel, *Désirs d'ailleurs : essai d'anthropologie des voyages*, 3. éd., Québec, Presses de l'Université Laval, 2004, p. 145.

⁵²⁸ L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit, p. 53.

⁵²⁹ *Ibid.*, p. 54.

les individus occupent des positions inégales au sein de l'espace social. En effet, les dominés lors d'interactions subissent la violence symbolique des dominants. Par cette violence symbolique, le dominant prend l'aspect du neutre et par ce fait ordonne le monde et le fait admettre comme une évidence à ceux qui l'endurent. Ce rapport de force banalise l'appropriation culturelle à la faveur des dominants. La question de l'appropriation culturelle se pose là où il y a commercialisation d'objet et de symbole. La poète autochtone Innue Natasha Kanapé Fontaine, explique que les peuples colonisés : « *ont vécu des dépossessions systématiques de leurs cultures* »⁵³⁰. Les incarnations, ventes d'objets, mises en scène, imitations s'inscrivent dans un contexte social et historique particulier. Le concept d'appropriation ne refuse pas le droit à la liberté d'expression ou à la créativité, mais il propose de prendre en compte l'ensemble des points de vue, par exemple en consultant les acteurs concernés. André Dudemaine, directeur de Terres en vues (société pour la diffusion de la culture autochtone au Canada), parle de « *piratage culturel* » et même de « *cannibalisme culturel* »⁵³¹ lorsqu'il se produit un effacement effectif de la culture pour laisser la place à des figures coloniales construites selon l'imaginaire du colonisateur. L'Orientalisme théorisé par Edward Saïd reprend finalement cette critique lorsqu'il dénonce l'appropriation de topoi et d'esthétiques du monde arabe par l'Occident. On peut également citer en exemple *Urban Outfitters*, une marque de prêt-à-porter, qui a été attaquée en justice en 2012 par la tribu amérindienne Navajo, car elle avait, entre autres, commercialisé des culottes se nommant « Navajo-hipster ». Le procès a duré 5 ans⁵³².

Le fantasme du paradis préservé, du territoire vierge de toutes traces humaines, a des conséquences pour les populations locales. Au-delà de l'auto-exotisation qui est finalement un choix des populations locales, Brunel explique que parfois pour demeurer sur leur territoire les autochtones sont obligés de jouer le jeu de l'exotisme pour correspondre à l'image d'une authenticité qui ne reconnaît que les sociétés racines. Le danger de cette quête de muséalisation des voyageurs est un retour à la pratique des zoos humains et des expositions universelles du XIX^e et XX^e siècle. De plus, la tendance à enfermer des personnes dans un rôle pour le plaisir des voyageurs peut avoir pour conséquence de mettre sur un plan secondaire l'amélioration des conditions de vie :

« Comment accepter, à l'heure de l'antibiothérapie et des vaccins, d'Internet et de la technologie la plus sophistiquée, de laisser des peuples vivre dans le dénuement et la fatalité de la maladie et de la mort précoce ? Parce qu'ils collent à l'image d'un paradis terrestre que nous voudrions pouvoir recréer ? Mais qui s'intéresse à l'espérance de vie de ces populations "authentiques" ? »⁵³³

⁵³⁰ Caroline Nepton-Hotte et al. (eds.), *L'Appropriation culturelle et les peuples autochtones : entre protection du patrimoine et liberté de création.*, s.l., 2019, p. 6.

⁵³¹ *Ibid.*, p. 25.

⁵³² Nicky Woolf, « Urban Outfitters settles with Navajo Nation after illegally using tribe's name », *The Guardian*, 19 nov. 2016p.

⁵³³ S. Brunel, « Tribus "authentiques" », art cit.

Un autre danger est l'expropriation simple et nette des terres de ces populations. Ce fut par exemple le cas pour les Massaïs en Tanzanie comme le montre une enquête pour le l'Oakland Institute⁵³⁴. En effet dans cette investigation, on apprend que les Massaïs ont été expulsés de leur terres ancestrales pour créer l'illusion d'une faune sauvage et vierge de toute trace humaine. Le touriste n'est évidemment pas le seul responsable. Néanmoins, il faudrait qu'il prenne conscience que vouloir découvrir et explorer des contrées inhabitées comme dans les films d'Indiana Jones ou dans les jeux vidéos de Lara Croft est bien souvent un mirage dans le monde réel.

En conclusion, les touristes semblent être au cœur du processus exotique. Tout au long de ce chapitre, nous avons finalement constaté que chaque comportement qu'il aura lors de l'interaction avec les locaux agit sur la réalité de ces derniers. Le touriste et le voyageur consomment de l'exotisme, même si l'expression de cette consommation est différente. Un tourisme de masse comme à Vang Vieng produit des effets de démonstration ainsi qu'une économie tournée vers le tourisme, mais qui en est aussi dépendante. Le voyageur quant à lui peut tomber dans l'endotisme par son désir d'immersion. L'exotisme peut également mener à l'appropriation culturelle et même au « cannibalisme culturel ». Enfin, certaines pratiques de sacralisation de modes de vie archaïques et l'illusion de l'exploration et la découverte de peuples racines maintiennent certaines cultures dans des imaginaires artificiels tout en rappelant le phénomène des zoos humains. Est-ce que le tourisme loin des sentiers battus existe encore ? Il est compréhensible que certains souhaitent échapper à la foule et s'extraire des parcours classiques, mais comme l'énonce brillamment le poète bavarois Hans Magnus Enzensberger : « *Le touriste détruit ce qu'il cherche quand il le trouve* ». Il convient également de faire l'observation suivante. Trop souvent, on va confondre le touriste et le tourisme. Le touriste est un humain alors que le tourisme est une industrie qui manipule, exploite, standardise et rentabilise les rêves du touriste par des services, des transports et des créations de désirs. Faire la critique du tourisme n'est pas la même chose que juger la pratique du touriste. L'industrie touristique va volontairement influencer le touriste dans sa pratique. Si l'industrie touristique change ses objectifs, il semble logique que l'activité du touriste évolue également.

⁵³⁴ Cannon John, « Tanzania's Maasai losing ground to tourism in the name of conservation, investigation finds », *Mongabay*, 11 mai 2018p.

Chapitre XX. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique

Une agence de voyages est une structure qui fait l'intermédiaire entre les touristes et les créateurs de séjour comme les hôtels, les guides locaux, les compagnies aériennes, les restaurants... Ses missions sont variées : trouver des prestations, rassembler ces dernières en offres, proposer son expertise en tant que professionnels du domaine, accompagner ses clients dans les démarches administratives, construire des circuits... Les agences de voyages sont des organismes privés, acteurs centraux de l'industrie touristique. Comme l'a montré McKircher, l'industrie touristique se base sur une organisation capitaliste. Les mécanismes de marchés sont fondés sur des principes de croissance. Les stratégies mises en place visent à la rentabilité des projets. L'exotisme propose finalement un univers bien défini, aisément utilisable et manipulable. L'économie capitaliste est amoral. Elle fonctionne sur l'intérêt individuel et rien ne l'oblige à prendre en compte des perspectives et des réalités complexes plutôt que des artifices et du fantasme facilement mobilisable.

Faisons tout d'abord la distinction entre les agences de voyages traditionnelles (Thomas Cook, Transat, Havas...) et les agences de voyages en ligne (Tripadvisor, Priceline...). Kathryn MacFarland professeure à l'université d'Arizona explique, dans l'émission « Global Business » sur Xerfi Canal, que ces deux différents types de structure ne profitent pas de la croissance du tourisme de la même manière. Elle raconte que les agences de voyages en ligne explosent alors que les compagnies de voyages traditionnelles peinent à maintenir leur place sur le marché. En effet, d'après son analyse, les touristes préfèrent aujourd'hui se tourner vers les plateformes sur internet pour planifier leurs vacances⁵³⁵. Au cours de l'entretien de groupe, on note que les individus ont également abordé le sujet (Annexe 4). Internet semble donner aux individus une plus grande autonomie. Les individus mettent en avant le fait que leur destination leur a semblé plus accessible. Durant l'entretien cela a donné lieu à des débats, puisqu'une accessibilité renvoie à une décentralisation du tourisme et à une recherche du rare et de l'inexploré. Tout semble à portée du voyageur. Une des personnes de l'entretien critique cette illusion de liberté. Pour elle, l'individu ne peut pas découvrir, comme par magie, un lieu où personne n'est allé dans un pays qu'il ne connaît pas : « *Toi qui ne connais rien au pays et à la culture comment tu peux te dire que tu vas trouver un endroit où personne n'est allé, ça n'a aucun sens* ». Cette autonomie semble illusoire pour plusieurs raisons. D'abord parce que ces sites ne cartographient pas de manière objective l'ensemble du territoire. Ils listent seulement des destinations dans lesquelles d'autres visiteurs ou professionnels du tourisme sont déjà allés. Ceci à plusieurs conséquences. L'appréciation des voyageurs est subjective et relative à leurs standards normatifs de représentation et d'appartenances. Les zones « d'intérêt » sont donc retenues à partir de critères et de marqueurs définis. Ensuite, cette manière de procéder montre des destinations où des touristes sont déjà allés et qui vont donc être fréquentées par

⁵³⁵ Kathryn MacFarland, *Global Business. L'industrie du tourisme dans le monde*, s.l., Xerfi Canal, 2017.

des touristes en possession des mêmes « bons plans ». Ce système fonctionne dans une boucle cloisonnée. Le touriste est donc loin d'être autonome. Les répondants mettent aussi en avant l'hégémonie de certains sites de service touristique tel que Booking qui obligent parfois les touristes à passer sur leurs plateformes pour réserver une chambre.

Les individus organisent eux-mêmes leur voyage, sans avoir besoin d'une agence physique. Ces plateformes en ligne mettent en relations des touristes qui semblent se nourrir mutuellement dans leur désir d'exploration. Une autre idée de cet extrait d'entretien est que la facilité à avoir des informations sur internet empêche, ou du moins limite, le contact avec les locaux, que ce soit des contacts pour une transaction marchande ou pour avoir un renseignement. Outre le constat de dégradation des contacts humains, ce fonctionnement exacerbe l'exotisme. Premièrement, cela crée de la distance entre les individus. La distance dans un contexte exotique réduit l'Autre à la figure d'étrange et lui fait perdre son humanité. Deuxièmement, cela aura potentiellement pour effet de supprimer des contacts qui permettent d'avoir une certaine horizontalité entre locaux et touristes. Rappelons que l'exotisme est aussi une vue condescendante sur l'Autre. Internet semble être un gage de sécurité et de qualité. On pourrait se demander dans quelle mesure les voyageurs demandent conseil aux autres touristes de passage plutôt qu'aux habitants sur place. En d'autres termes, d'observer à quel point les « bons plans » entre touristes sont privilégiés à l'expertise des locaux. Cette tendance pourrait s'expliquer par le fait que dans l'industrie touristique les locaux ne sont pas prestataires de matière première parce qu'ils sont eux-mêmes la matière première.

Agences virtuelles et physiques utilisent l'exotisme comme argument commercial. Nous effectuerons une étude de cas en analysant trois séjours, de plusieurs compagnies de voyage : La maison de l'Indochine ; Exotisme, douceurs et frissons de vacances (que l'on raccourcira par Exotisme) ; Evaneos. Rien que leurs noms sont liés au sujet qui nous intéresse ici. La première agence fait référence à un passé colonial fantasmé, marqué par des rêveries d'épopées de conquêtes et des illusions de gloires patriotiques. La deuxième s'appelle *Exotisme* tout en additionnant des termes sémantiquement opposés : « douceurs » et « frissons ». On appâte ici le touriste avec l'aventure, mais cette dernière ne doit pas être trop intense, elle doit rester un plaisir, d'où le terme « douceur » qui rassurera le vacancier sur le caractère récréatif de son séjour. Dans la troisième agence de voyages, on retrouve le mot « évasion ». Le touriste va pouvoir s'extraire de son quotidien, pour s'oublier dans un ailleurs. On peut au demeurant se demander si la destination de cet ailleurs est vraiment importante. En effet, que ce soit au Laos ou au Guatemala, finalement ce qui est recherché est le dépaysement. Intéressons-nous maintenant au contenu des programmes des agences de voyages. Toutes promettent plusieurs destinations de vacances. Evaneos offre d'aller dans des territoires partout à travers le monde, La maison de l'Indochine est centrée sur l'Asie du Sud-Est, tandis qu'Exotisme s'est spécialisé dans le tourisme des îles. Plusieurs formules sont proposées afin de correspondre au mieux aux attentes des voyageurs. Nous avons des voyages combinés regroupant plusieurs pays, des circuits accompagnés avec des guides francophones, ou encore des voyages sur mesure. Ces derniers sont particulièrement intéressants, ils offrent « *une vision plus personnelle* » dans laquelle « *nous partageons avec vous nos découvertes, nos adresses secrètes et nos inédits* » (La

Maison de l'Indochine). Ces voyages sur mesure mettent en avant une maîtrise des événements et du contenu du séjour, une position de centralité du vacancier, et l'idée d'achat de voyage dans son ensemble (jusqu'à la rencontre avec l'Autre). Evaneos recourt aussi au concept de rareté comme argument de vente. Chez eux, cette rubrique se nomme « Hors des sentiers battus ». Les textes descriptifs de ces séjours sont aussi très représentatifs de l'utilisation de l'exotisme. Voici quelques extraits :

L'île merveilleuse (Sri Lanka) ; Exotisme

Il semble que les dieux se soient penchés sur cette perle de l'Océan Indien où abondent les richesses naturelles, des plages paradisiaques, des montagnes, des cascades, des forêts où vivent encore des éléphants sauvages, des plantes que l'on ne trouve nulle part ailleurs, des orchidées parmi les plus rares, des oiseaux, des pierres précieuses...

Rencontres authentiques des villages du Nord au Delta du Mékong (Vietnam) ; Evaneos

Cet itinéraire fait la part belle au grand Nord vietnamien et ses paysages à couper le souffle, en vous amenant au cœur d'un Vietnam authentique à la rencontre d'une population aussi chaleureuse qu'attachante. Aucun des autres grands attraits du pays n'est oublié : Hanoï, la merveilleuse baie d'Along, l'ancienne capitale de Hue, la vieille ville de Hoi An, le delta du Mékong...

Découverte de Bornéo (Malaisie) ; La maison de l'Indochine

Un voyage à travers les plus beaux paysages de Bornéo : le parc national de Bako et son écosystème incroyable, les orangs-outans de la réserve naturelle de Semenggoh, ses rizières et ses rivières tumultueuses entourés de chaînes de montagnes ; les spectaculaires grottes du parc national de Gunung Mulu... Bornéo, splendide île bordée de plages paradisiaques, riche d'une jungle impénétrable, d'animaux uniques au monde, de sites sublimes, de spots de plongée incroyables vous réserve des surprises inoubliables.

Dans ces trois textes, on retrouve plusieurs idées. On peut observer que le champ lexical de l'exceptionnel et de l'esthétique est présent : « *richesse* », « *paradisique* », « *couper le souffle* », « *merveilleux* », « *plus beau* », « *incroyable* (2 fois) », « *spectaculaire* », « *splendide* », « *riche* », « *sublime* ». On reconnaît également celui de l'aventure : « *éléphants sauvages* », « *tumultueuses* », « *impénétrable* ». Ainsi que celui de la rareté : « *nulle part ailleurs* », « *rare* », « *précieux* », « *unique au monde* », « *surprises inoubliables* ». Rareté, esthétique, aventure, trois concepts étroitement liés à l'exotisme. La rareté est un acte qui sort l'individu de son monde ordinaire. Dans le cadre de l'exotisme, elle n'est pas attachée à la fréquence et au nombre d'exemplaires de l'objet, mais à son opposition à la norme et donc au quotidien. Dans le Chapitre II, nous avons expliqué la rareté symbolique. Ce type de rareté ne se rencontre pas, il s'active. Il a lieu lorsque l'imaginaire exotique entre dans la banalité des individus. L'intrusion du fantasme de l'Ailleurs dans la routine est un état d'exception considéré

comme faisant partie du monde sacré. La différence est placée comme un objet esthétique d'une intensité décuplée. L'Ailleurs du monde sacré présente des qualités extrêmes. Nous avons établi que cela permet un rééquilibrage thérapeutique pour compenser le désenchantement qui a lieu dans les sociétés modernes. L'aventure est un marqueur de l'exotisme parce qu'elle attribue un rôle : celui de l'aventurier ou de l'explorateur. Le voyageur incarne des figures mythiques du passé. Il est dans la *Einbildung* de Ricoeur. Outre le contenu, notons la forme de ces circuits de voyage. Leur temporalité est courte. Sur les trois sites d'agences de voyages que nous avons présentés, les séjours durent entre une et 3 semaines. Le touriste va ingérer énormément d'informations, de sensations et d'émotions. Il va passer peu de temps à voir un paysage ou à rencontrer des individus. C'est à se demander s'il ne fera pas une indigestion de spectaculaire. Le rythme de son séjour sera, il est certain, en décalage avec le rythme des habitants. Dans ces conditions, trouver l'authenticité semble glissant. De plus, le programme est dense. Chaque jour les touristes vont dans un nouveau lieu, les activités s'enchaînent. Le plus long circuit du site Evaneos au Vietnam est long de 3 semaines. Il propose 20 lieux différents (avec 4 jours au Cambodge) et toutes sortes d'activités :

« Visite d'une maison typique en terre et rencontre insolite d'autochtones », « Balade en barque à fond plat sur la rivière qui serpente entre les gigantesques pignons karstiques, dans une nature intacte », « promenade en bateau sur le fleuve Chay, en vue explorer les villages d'ethnies minoritaires », « Assister à la fabrication des chapeaux coniques et des bâtons d'encens », « Journée pour expérimenter la vie d'un agriculteur », « un tour à dos de buffle », « démonstration de pêche au filet épervier », « Promenade sur l'ex-rue Catinat en passant par l'hôtel de ville, le théâtre municipal et l'hôtel historique "le Continental" », « Promenade en bateau dans l'un des bras du Mékong, en passant à travers des paysages authentiques », « Débarquement dans un village afin de côtoyer au plus près les autochtones », « Visite de l'école primaire Trung Vuong que dirigeait la mère de Marguerite Duras dans les années 1930 », « arrêt pour la découverte du pittoresque village de Skun, dont la spécialité culinaire est l'araignée ». ⁵³⁶

Ce circuit est un concentré d'exotisme. Même sans connaître le Vietnam, toutes ces activités sont familières à un imaginaire Français. Elles font surgir, des atmosphères, des émotions et des ressentis convenus. Certains thèmes de représentations du Vietnam se dégagent : une fascination autour des ethnies minoritaires, la nostalgie de l'histoire, l'authenticité de la campagne, la présence d'objets stéréotypés, etc. L'autochtone est présenté comme le *stranger* et non le *foreigner* parce qu'il est enfermé dans sa différence et mis à distance. Le plat à base d'araignée est également symptomatique d'une attirance-répulsion propre à l'exotisme. Un préjugé général envers les Asiatiques est leurs consommations de viande en dehors de la norme occidentale, pourtant en France la vente de viande exotique est en plein essor ⁵³⁷. Manger de l'araignée en France relève d'une conduite quasiment déviante alors qu'elle devient acceptable à l'étranger. Nous revenons à la distinction entre monde sacré et monde profane. Le monde

⁵³⁶ Evaneos, *De la montagne du Vietnam au delta du Cambodge*, <https://www.evaneos.fr/vietnam/itineraire/9047-de-la-montagne-du-vietnam-au-delta-du-cambodge/>, (consulté le 22 août 2020).

⁵³⁷ Sarah Ugolini, « Zèbre, crocodile, kangourou... Le marché des viandes exotiques en pleine croissance ! », *Capital*, 20 janv. 2019.

profane n'autorise pas à faire des écarts alors que le monde sacré est le monde de l'écart. Les conduites se transforment, les fantasmes se vivent et les expériences de l'ordre de l'exceptionnel s'enchaînent. L'exotisme de l'industrie touristique ne se limite pas à l'exploitation d'un imaginaire, il se développe aussi par le cadre proposé par ces séjours. Si l'on suit la théorie de Goffman, ces expériences de voyage particulières ne se construisent pas dans un cadre primaire, mais dans un cadre transformé. La réalité est construite et structurée autrement. Les cadres transformés orientent les perceptions et les conduites vers une confirmation de l'imaginaire exotique. Une interaction entre touriste et locaux durant un circuit ne se jouera pas dans un cadre social primaire. Elle ressemblerait à ce qui pourrait se passer dans un cadre social, mais elle relèvera du cadre par modalisation du fait que les interactions sont pensées, organisées et mises en scène. Le sens de l'interaction n'est pas le même que dans un cadre primaire. On peut par exemple imaginer que des enjeux économiques motivent cette interaction entre touriste et locaux plutôt que la curiosité réciproque ou la rencontre. Une personne de l'enquête qualitative (P13), qui pratique les circuits organisés, expliquera qu'elle a conscience que le cadre est transformé : « *C'est vrai que du coup, même la découverte est organisée* ».

Dans ce contexte, il convient de comprendre comment les agences de voyages vont capitaliser sur les représentations exotiques. Prenons la représentation du paysage. D'après François Jullien, l'Europe imagine la notion de paysage comme un objet visuel saisi par le regard. Cette vision sous-entend le rapport entre la partie et le tout. Le paysage serait la partie d'un tout comme une « partie de pays ». Le paysage serait une sorte de scène et l'observateur se placerait à l'extérieur de cette scène. D'après le philosophe, ces choix ne sont pas des évidences. Ils marquent notre rapport au réel. Ils enferment l'observateur dans son rôle contemplatif : « *Dire d'un paysage qu'il est beau, c'est se débarrasser de la difficulté d'accéder au paysage* »⁵³⁸.

Maintenant que nous avons clarifié la posture du touriste occidental devant un paysage, voyons comment l'industrie touristique « vend » le paysage au touriste. Pour Yves Lacoste : « *La beauté des paysages et les sentiments qui la sous-tendent vont devenir, c'est bien connu, un moyen publicitaire, et plus encore un moyen de manipulation sociale du touriste* »⁵³⁹. Parfois, cette commercialisation est également au sens littéral comme en témoigne Papayannakis : « *L'exploitation du client atteint quelque fois des sommets à peine croyables, comme le cas de certaines îles où l'on vous loue des places au balcon ou sur la terrasse pour le prix d'un lit en chambre. Il est vrai que les nuits de la mer Égée sont inoubliables...* ». Cette capitalisation passe également par le fait que les agences de voyages se rendent nécessaires⁵⁴⁰. Il est devenu difficile d'échapper aux organisations touristiques. Un participant de notre enquête explique par exemple qu'il n'a pas pu accéder à la baie d'Along par ses propres moyens :

⁵³⁸ F. Jullien, « Du paysage, entretien avec François Jullien », art cit.

⁵³⁹ Yves Lacoste, « A quoi sert le paysage ? Qu'est-ce qu'un beau paysage ? », *Hérodote*, 1977, n° 7, p. 37.

⁵⁴⁰ M Papayannakis, « Grèce : un théâtre d'ombre. Le démon de la race », *Autrement*, 1989, H.S, n° 39, p. 146.

« J'avais essayé de faire la baie d'Along sans tour opérateur et en fait c'est impossible, ils ont l'exclusivité. [...] Si tu essaies de la faire par toi-même, le bus va te déposer à 2 km de la gare routière et là, surprise, des touk-touk qui vont te ramener jusque là-bas. Même les chambres si tu n'as pas réservé par un tour opérateur, on ne va pas t'en donner. »

Pire que l'exploitation économique du paysage, l'industrie touristique défigure son environnement, comme l'explique Brunel : « *Le tourisme est une machine à niveler, qui façonne la planète* ». Urbain cite l'écrivain Louis Bertrand qui, déjà en Égypte en 1910, fit le constat que l'industrie touristique altère de manière indirecte le panorama par sa simple présence : « *Le pire, c'est l'exploitation commerciale des ruines, c'est la horde de drogmans, de pisteurs, d'hôteliers, d'industriels de toutes sortes qui se dressent, comme un mur opaque, entre vous et ce que vous voulez voir. Les "progrès de la civilisation" en pays non civilisés les ont rendus invisibles* »⁵⁴¹. Parfois, cette altération est même directe, les paysages sont transformés en parcs d'attractions. Brunel, dans son ouvrage sur la *disneylandarisation* du monde, critique sévèrement le fait que l'industrie touristique prenne le vacancier pour un imbécile ; comme par la mise en scène des peuples ou par la mise en place d'aménagement de loisir :

« *Le touriste veut juste passer un bon moment et se détendre, si possible en se dépaysant, en se cultivant et en pratiquant des activités qu'il n'a pas l'occasion de faire dans sa vie quotidienne. Est-on pour autant obligé de lui monter des bobards sur les sociétés "primitives" ? De lui bâtir un univers totalement infantilisant, à base d'accrobranche, de canyoning, de sauts à l'élastique, d'expéditions en traîneaux tirés par des chiens ou des rennes ? Et peut-être même, demain, par des êtres humains, si quelque ethnologue affidé parvient à démontrer qu'une telle activité fait partie de la culture ancestrale de telle ou telle société "primitive" ?* »⁵⁴²

Un autre exemple qui montre la capitalisation d'agences de voyages sur les représentations exotiques est la pratique du « volontourisme ». Cette forme de tourisme associe voyages de vacances et engagements humanitaires. Des organisations proposeront des séjours payants dont le modèle économique se base sur le travail des volontaires. D'après le site de *France Volontaire*, ces pratiques sont dangereuses. D'abord pour les bénéficiaires des aides. Les volontaires choisissent leur mission en fonction de l'argent qu'ils donnent et pas par rapport à leurs compétences. Ils pourront sélectionner des missions de différente nature dans un catalogue. Le volontaire peut adopter le métier qu'il veut sans aucune formation. En explorant des sites de volontourisme voici divers types de missions que nous avons trouvé : le soin aux animaux sauvages dans une réserve, la construction de puits dans un village, la garde d'enfant dans un orphelinat, des leçons d'anglais dans une école, de l'archéologie sur des sites protégés, etc. Les missions des volontaires sont généralement courtes. Elles peuvent durer seulement quelques heures à quelques semaines⁵⁴³. Sur le site de l'organisation *ProjectsAbroad*, qui se déclare : « *chef de file du volontariat* » et active depuis 25 ans, une mission pour s'occuper d'enfants handicapés pendant 2 semaines coûte 2095 euros. Ces

⁵⁴¹ J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, op. cit., p. 59.

⁵⁴² Sylvie Brunel, « Tribus "authentiques" » dans *La planète disneylandisée*, Auxerre, Éditions Sciences Humaines, 2012, p. 107-124.

⁵⁴³ Envoyé Spécial. *Avec les meilleures intentions du monde*, s.l., France 2, 2017. France 2, 3 mars 2017.

missions sont trop chères pour être longues. Un documentaire d' « Envoyé Spécial »⁵⁴⁴ montre que ces projets ont peu de suivis et n'ont aucune cohérence avec les réalités du terrain et les besoins locaux. Ils répondent davantage aux désirs de sens et de reconnaissance des volontaires. Le volontourisme se base sur les représentations des bénéficiaires des aides et les projections des volontaires. De plus, cette pratique se base sur ce que permet le monde sacré du voyage. Les volontaires ont une image des locaux qui est celle de la misère, de la vulnérabilité et de la détresse. Dans l'imaginaire des volontaires, les locaux ont besoin d'aide humanitaire. Cette image est utilisée dans le marketing des agences qui proposent ces missions. Les photos et les histoires mises en avant entraînent la compassion. L'image montrée des locaux est également celle d'individus incapables ou du moins impuissants. En effet, comment justifier sinon de faire des milliers de kilomètres pour construire un puits ou une école ? Les volontaires n'ont pas de compétences, mais ils seraient plus capables que les locaux ? Leur attitude est teintée d'un sentiment de condescendance. Nous retrouvons le regard exotisant d'un adulte sur un enfant. Notons que les missions ne concernent pas seulement les individus, mais également l'environnement non humain. Les représentations qui justifient l'interventionnisme des volontaires englobent aussi la nature et les animaux. Sur le site de ProjectAbroad la conservation animale sera placée juste à côté de l'aide à l'enfance. Humain et animaux sont placés sur la même trajectoire de pensée et de perception. Les volontaires ont une image d'eux-mêmes qui est celle de sauveurs. Sur le site de ProjectsAbroad on peut lire plusieurs témoignages d'anciens volontaires qui ont effectué des missions. Ils disent qu'ils sont fiers, que l'expérience était gratifiante pour eux, qu'ils ont eu l'impression d'être utiles. Beaucoup expliquent également qu'ils ont accompli un rêve (par exemple s'occuper de tortue) ou que l'expérience était amusante. Ces représentations sont maniées dans la stratégie des agences de volontourisme.

L'ONG Terres des hommes a réalisé une enquête sur les orphelinats du Cambodge entre 2007 et 2011 dans la vallée de Katmandou. La structure a montré que 85 % des 16000 enfants présents dans les orphelinats avaient encore au moins un parent vivant. L'étude montre que la capitale du Népal est victime d'un immense trafic d'enfants parce que ce business est lucratif du fait de l'afflux massif de volontaires⁵⁴⁵. Si le volontouriste ne se rend pas compte de ces réalités, c'est parce qu'il est dans l'illusion de ses représentations. Ces projections sont utilisées et entretenues par les agences de volontourisme pour développer leur activité. Si le volontourisme marche aussi bien c'est également parce que les volontaires sont dans un cadre de vacances, un monde sacré. Le dépaysement et l'évasion recherchés permettent un « hors de soi » qui produit des comportements différents entre monde profane du quotidien et monde sacré. Les touristes sont focalisés sur leur bien-être personnel et pas sur la réalité de leur environnement. Il serait inimaginable en France d'autoriser des étrangers sans qualification, à donner des cours d'anglais dans une école. La même chose vaut pour les photos, l'animateur d'enquête exclusive va parler de « *safaris photographiques* ». En effet dans le documentaire à chaque fois que les volontouristes réalisent une action ils prennent énormément de clichés des

⁵⁴⁴ *Ibid.*

⁵⁴⁵ *Ibid.*

locaux et des enfants. Pourtant, prendre des photos d'enfants sans le consentement des parents est interdit par la convention internationale relative aux droits des enfants (20.11.1989) qui prévoit par l'Article 16 une protection de la loi contre les immixtions dans la vie privée du mineur, qui porteraient atteinte à son honneur ou sa réputation⁵⁴⁶. Tous les pays du monde ont ratifié ce texte sauf les États-Unis et la Somalie. « *Une photo présentant un enfant sous un jour désavantageux* » peut entrer dans ce cadre, selon la juriste Suzanne Vergnolle citée dans le journal *Slate*⁵⁴⁷. Ces conduites des touristes pointent d'une part que les locaux sont bouc émissaire des besoins en sens et en valorisation des touristes, mais également l'ethnocentrisme des volontaires qui justifie des comportements acceptables dans des pays étrangers alors qu'ils seraient inacceptables dans leur propre pays. Une enquête de terrains des journalistes du documentaire montre que les agences touristiques se servent de ce cadre et de ces représentations pour faire du profit. Les journalistes sont allés dans le siège de l'agence Bamboo au Cambodge qui fait partie de Global Volunteer Network. La directrice de l'agence leur a répondu que seulement 20 % de la somme d'argent payé par les volontouristes allaient aux bénéficiaires de l'action humanitaire.

En janvier 2018, Havas Voyage diffuse un spot publicitaire pour une nouvelle application (Annexe 4). Dans ce spot, on découvre un homme sur sa tablette, à qui il a été proposé deux destinations de vacances (le Portugal et le Pérou). L'accent est mis sur la grande capacité de l'agence de voyages à détailler des choix au client. On voit plusieurs décors se succéder dans une atmosphère de studio de cinéma. Sur chaque plan de nombreux travailleurs de Havas Voyages s'affairent à repeindre une pierre, à descendre le panorama du Machu Picchu, à sélectionner des plantes, à faire des mesures pour les costumes, à placer un lama dans ce paysage. En d'autres mots, a créé de toute pièce l'environnement que le client a choisi. Le réel est manipulé et retouché. En effet, pour correspondre aux attentes du touriste, l'environnement est mis en scène. Rien n'est laissé au hasard, même pas un tas de sable. Tout est maîtrisé. L'artificiel est certes présent, mais il se tourne vers la satisfaction des désirs des clients. Ce n'est pas une destination qui est vendue, mais bien un « *déjà là* » et un « *déjà-vu* »⁵⁴⁸. Les touristes achètent l'exotisme qu'ils attendent. Ils sont les héros d'un film où le scénario, les acteurs, le décor sont choisis. Le paysage ainsi que les locaux semblent devoir subir toutes ces adaptations. Ils sont réduits à des produits. Dans ce spot, l'autochtone obéit à ce qu'il doit faire. Notons d'ailleurs l'aisance du clip à transformer de manière crédible un Péruvien en Japonais simplement en changeant son environnement. Il est un épouvantail culturel figé et réifié qui fait partie du décor.

En conclusion, notre analyse montre que les agences de voyages jouent sur un double standard : l'illusion de l'expérience individuelle et l'utilisation d'un imaginaire exotique. L'illusion de l'expérience individuelle parce que le touriste se sent unique dans l'expérience

⁵⁴⁶ Nation Unis, « Convention relative aux droits de l'enfant ».

⁵⁴⁷ Christine Laemmel, « Comment réagiriez-vous si votre enfant était en photo dans le salon d'un Cambodgien? », *Slate.fr*, 9 nov. 2018.

⁵⁴⁸ Expression provenant de : J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, op. cit., p. 36.

qu'il vit. Il se pense autonome par l'utilisation de plateforme internet, néanmoins cette liberté semble illusoire. Le mirage de l'expérience individuelle s'effectue également par le concept de rareté. L'industrie touristique cultive l'illusion de ce qu'on pourrait appeler le « *hors des sentiers battus* ». Comme si le touriste se détachait de tous les autres et qu'il verrait le pays d'une autre manière. Le vocabulaire utilisé comme celui de l'aventure ou de l'humanitaire projette également le touriste dans un rôle et une histoire où il serait le narrateur principal. L'industrie touristique réutilise les imaginaires exotiques associés à certains pays. Lorsqu'on regarde également toutes les affiches publicitaires qui vendent des circuits touristiques, on se rend compte qu'elles sont très similaires aux couvertures de guides touristiques (Annexe 2). Notons qu'ils font eux aussi partie de l'industrie touristique. Ces affiches publicitaires reviennent dans le discours des répondants de l'enquête qualitative (les publicités de Fram par exemple). Ces images marquent les imaginaires collectifs. Certains répondants ont expliqué que pour eux, le mot « exotisme » était détourné de son sens premier notamment par l'utilisation commerciale qui en était faite par les agences de voyages (Annexe 4). Le circuit d'Evaneos ou le site de volontourisme ProjectAbroad cultivent les représentations exotiques des voyageurs par les mots, les images, les activités proposées. Ces imaginaires marquent la posture entre locaux et voyageurs, façonnent leurs relations et normalisent des conduites.

Chapitre XXI. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchande

La France est la première destination touristique mondiale⁵⁴⁹. En 2015, elle comptait 85 millions de visiteurs, 83 millions en 2016 et 89 millions en 2017⁵⁵⁰. Dans ce pays, les formations universitaires autour du tourisme sont donc centrales. Nous étudierons dans cette partie trois différents masters proposés par des Universités publiques qui appréhendent le tourisme et sa gestion. Notre méthode de travail sera celle de l'analyse comparative qui va nous permettre de dégager des régularités entre les diverses formations, ainsi que leurs singularités. Nous commencerons par examiner le *Master (1 et 2) mention Langues Étrangères Appliquées – Management de Projets Touristiques* de l'Université de Lille. L'étude de cette formation sera enrichie par des entretiens réalisés avec des étudiants. Puis nous verrons le *Master (1 et 2) Tourisme, parcours Monde Émergent option Monde Chinois*. Ce master fait partie de l'École Supérieure de Tourisme et d'Hôtellerie de l'Université d'Angers. Enfin, nous étudierons le *Master (1 et 2) professionnel de recherche – Économie du Développement Touristique International (EDTI)* à l'Université Paris 1, Panthéon Sorbonne, de l'Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme (IREST). À chaque fois, nous analyserons le contenu des programmes et nous nous demanderons de quelle façon ces formations prennent en compte le phénomène d'exotisme, inhérent à leur sphère d'activité. Il est d'ores et déjà à

⁵⁴⁹ Ministère de l'économie des finances et de la relance, *Le mémento du tourisme. Edition 2018*, <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles/memento-du-tourisme>, (consulté le 25 juin 2021).

⁵⁵⁰ *Ibid.*

considérer que le lecteur de cette thèse, qui a été habitué à associer le tourisme avec des destinations internationales, va devoir prendre conscience que ces formations traitent aussi du tourisme national (sur le territoire français). Les plaquettes de master étudiées se trouvent en Annexe 4.

A. Une formation qui prépare aux mécanismes de l'industrie touristique, mais une intégration encore flottante des sciences humaines

Master (1 et 2) mention Langues Étrangères Appliquées. Parcours Management de Projets Touristiques. Université de Lille

De manière générale, on observe que ce master a une approche marketing du tourisme. Par exemple, à travers le vocabulaire employé dans la description des UE et des matières : *Clientèle cible* (master 1, Semestre 1, UE 3), *Produit touristique* (Semestre 1, UE 3, socio-économie des mondes touristiques), *Optimisation financière* (Semestre 1, UE 5), *Équipes concurrentes, entreprise* (Semestre 1, UE 5, diagnostic et stratégies), *Mixmarketing, marketing opérationnel* (Semestre 1, UE 7)... Le vocabulaire utilisé est économique. Cela semble cohérent au vu des études de Bob McKercher qui montrent que l'industrie touristique se base sur un modèle capitaliste. La maquette indique par ailleurs qu'il s'agit bien de former les étudiants à « l'industrie » touristique. On trouvera donc tout au long de ce programme un vocabulaire assez abstrait et technique, qui pose des concepts connus et globalisés dans la logique entrepreneuriale. Par exemple : *Diagnostic externe, Diagnostic interne, Stratégie adaptative* (semestre 1, UE 5, diagnostic et stratégie), *Planification, Action stratégique* (semestre 1, UE 5).

Il est aussi intéressant de voir de quelle manière le terme « environnement » est utilisé dans cette formation. Dans l'UE 5 : « *planification des actions spécifiques [...] en ayant, au préalable, effectué une analyse minutieuse de l'environnement* », on peut se poser la question de la nature de l'environnement en question. Parle-t-on des besoins et des attentes spécifiques des populations locales (environnement social) ? Est-il question du contexte biologique (environnement écologique) ? Exprime-t-on le souhait d'une étude sur l'impact culturel (environnement culturel) ? Ou le champ de définition est-il limité à la perspective économique ? Dans ce cas-ci, le sens de la notion décrirait l'étude de l'environnement concurrentiel et la place des autres acteurs de l'organisation touristique. L'explication de l'UE 6 vient corroborer cette idée :

« *L'objectif de cette UE est d'acquérir, dans un premier temps, les compétences méthodologiques du montage d'un projet touristique permettant à l'étudiant d'être en capacité de proposer un projet touristique structuré et complet, qui doit tenir compte des contraintes de l'environnement (concurrence, réglementation, etc.)* »

La description de l'UE 7 : *Production d'offre touristique*, vient également confirmer cette constatation :

« *L'objectif est de permettre aux étudiants de proposer un produit touristique et un mixmarketing adapté. Une analyse fine de l'environnement, des besoins de la clientèle et des connaissances sur les destinations touristiques et leurs spécificités sont les éléments indispensables, à la mise en place d'un produit touristique abouti* »

L'environnement est défini de telle sorte qu'il se compose exclusivement des acteurs qui créent des richesses ou une activité professionnelle autour du produit touristique. On peut se demander si les conséquences sociales, culturelles et environnementales sont abordées.

Néanmoins, notons que le cursus s'ouvre au cloisonnement purement technique d'outils et de perspectives économiques avec l'étude du développement durable (UE 6). Le développement durable est une volonté politique de concilier écologie, économie et social. Mais cette démarche est à temporer, puisque le développement durable ne représente qu'une seule matière dans une UE de trois, alors que les aspects économiques du tourisme sont abordés dans plusieurs UE.

On observe également que les étudiants peuvent se spécialiser par le choix de deux séminaires. Ces séminaires sont très pointus et précis. On trouve par exemple : *Étude de la Russie contemporaine* ou encore *l'Étude du Néolibéralisme par l'analyse de Thatcher et de Reagan*. Les étudiants ont l'occasion ici de maîtriser non plus des compétences, mais des connaissances, qu'elles soient géographiques, politiques ou autre. De plus, ces séminaires sont communs avec d'autres formations de master. Ces savoirs élargissent le prisme des connaissances en ne se limitant pas seulement à l'industrie touristique. Ils participent au développement de la culture générale et spécifique de certaines cultures qui permet d'éviter les représentations préfabriquées. Une matière se nomme : *Géographie des destinations*. Le texte explicatif indique que le but est d'établir un profil de différentes destinations géographiques. Cette matière aborde peut-être les représentations sociales de manière générale ou même l'exotisme. Nous avons vu dans le chapitre précédent que l'exotisme devient un argument commercial de certaines agences de voyages. Tomber dans le piège de l'exotisme pour les professionnels du tourisme est donc commun. Prendre en compte ces mécanismes dans l'apprentissage de ces futurs professionnels du tourisme semblerait faire sens.

Observons maintenant le semestre 2. L'UE 5, *Acteurs du tourisme et développement* rend compte des nouvelles formes de tourisme. On retrouve la matière suivante : *Développement des formes alternatives*. L'histoire du tourisme y est abordée ainsi qu'un recul critique sur la discipline. La présence du développement de formes alternatives du tourisme dans un cursus universitaire fait immerger deux hypothèses. La première suppose que de nouvelles formes de tourisme s'ajouteraient aux anciennes. Par conséquent, le but serait un élargissement du marché, et donc de l'offre. Dans la deuxième hypothèse, les nouvelles formes de tourisme viendraient remplacer les anciennes. Cela se justifierait par le fait que les formes traditionnelles sont en crise (sociales, culturelles et environnementales, etc.). Cette remise en question des anciens modèles induit des questionnements sur la durabilité ou l'éthique autour

de l'industrie touristique. Sur la maquette, il est spécifié que la réflexion se fera par le champ économique et historique. Le champ sociologique ou psychosociologique n'est pas inclus dans la perspective adoptée. L'économie reste la priorité ou du moins la référence principale. Néanmoins, l'explication de la matière indique que les étudiants examineront l'impact du tourisme sur les populations locales. Le mot « pays en développement » est utilisé. On peut s'interroger sur ce mot et sur toutes les représentations qui y sont associées. Une P7 de l'enquête qualitative explique comment son imaginaire est marqué par cette notion : « *en fait ce mot, il te crée des images de pays qui sont dans le besoin. Peut-être au niveau financier ou dans les campagnes, mais il faut faire attention par l'image qui est véhiculée par ces termes. [...]. Je pense qu'on les sous-estime.* »

D'après Gérard Destanne de Bernis, il y a deux façons différentes de représenter le « sous-développement » (qui est finalement la forme passive de l'expression « en développement »). Dans la première représentation, le « sous-développement » montre un retard. Il sera réduit « *à un simple phénomène "naturel", dans le cadre d'une sorte de déterminisme très mécaniste* » (pauvreté en ressources naturelles, conditions climatiques défavorables, impuissance congénitale essentialisante etc.). La deuxième représentation provient des « *conséquences d'une situation induite au moins partiellement par les pays qui ont réussi à se développer les premiers, en grande partie grâce à l'utilisation qu'ils ont su faire du reste du monde* »⁵⁵¹. Jacques Freyssinet cité par Destanne Bernis verra dans le « sous-développement » un produit du « développement »⁵⁵². Les deux représentations diffèrent dans le lien qu'entretiennent entre eux les pays développés et ceux en développement. Dans la première représentation, les pays développés n'interviennent pas. Au contraire, la seconde est à comprendre par une perspective marxiste matérialiste. Les pays en développement sont dominés, exploités et mis dans des situations de dépendance par les pays développés. L'utilisation de ce terme dans une plaquette de master sur le tourisme peut prêter à confusion. Il est difficile de savoir quel type de représentation est abordé. Par ailleurs, Destanne de Bernis note un paradoxe significatif. Pour lui, des organismes tels que la CNUCED adoptent des pratiques conformes à la première représentation alors que les acteurs du marché (il les appelle les « *dirigeants du capital* ») mettent en pratique la deuxième représentation tout en déployant le discours de la première. L'auteur souligne le rôle idéologique du discours qui obscurcit la réalité et qui justifie certaines pratiques par des faux semblants⁵⁵³. On retrouve cette impression dans cette maquette de master alors que l'industrie touristique place distinctement sa pratique derrière la deuxième représentation, le discours que l'on rencontre dans cette maquette se place derrière la première.

Lorsqu'on étudie le master 2, on constate que l'aspect économique et financier est très présent. On retrouve le terme « entreprise » 6 fois dans la maquette du master 2 (Semestre 1). Rappelons que, d'après le dictionnaire Larousse, une entreprise (au sens économique) est :

⁵⁵¹ Gérard Destanne de Bernis, « Le sous-développement, analyses ou représentations », *Tiers-Monde*, 1974, vol. 15, n° 57, p. 109.

⁵⁵² *Ibid.*, p. 122.

⁵⁵³ *Ibid.*, p. 134.

« Une unité économique de production de biens ou de services à but commercial ». Le vocabulaire marketing habituel aux écoles de commerces est aussi utilisé : turn-over, new-joiner (UE 4) ... L'angle adopté est celui de la stratégie commerciale. La description de l'UE 4 : *Management de l'entreprise touristique*, explique que la matière abordera les notions de « *fidélisation* » et « *d'amélioration de la satisfaction client* ». On voit ici le lien qui peut apparaître entre l'aspect financier et les représentations exotiques. Lorsque le but est la satisfaction des clients, il faut se fédérer à ses attentes. Par conséquent, cela implique une adaptation à ses référentiels esthétiques, comportementaux, d'organisation sociale, etc. La satisfaction de son imaginaire reconnaissable va dans le sens de l'exotisme.

L'UE 5 : *Tourisme, développement et politique territoriale*, va s'intéresser aux spécificités des territoires. Si cette « spécificité » concerne la particularité des territoires et s'émancipe du fantasme, elle prend sens dans une approche sociologique et anthropologique des différents territoires, surtout si on perçoit la culture comme un univers de sens⁵⁵⁴. Cette matière peut être l'occasion de montrer une complexité du réel au-delà des clichés et des stéréotypes. Dans cette même UE, nous nous intéresserons à la matière : *Développement territorial*. D'après l'explication donnée, la relation entre l'industrie touristique et les territoires de l'activité touristique est étudiée. Cette matière semble être pluridisciplinaire, elle aborde la sociologie, la politique, le culturel et l'histoire. Notons que l'on se considère l'imaginaire des touristes. Le voyageur est étudié au-delà de sa consommation touristique. On peut supposer que la démarche visée va jusqu'à une critique même du concept de tourisme. Par exemple, on y énonce les notions suivantes : « *appropriations, résistances* » (culturelles ?).

Une matière qui va penser le rapport entre l'industrie touristique et le fait culturel est la matière : *Tourisme et culture* (UE 6). On y présentera notamment deux destinations touristiques, une occidentale et une non occidentale : Amsterdam et Bali. Il serait intéressant de savoir si une analyse comparative est effectuée entre ces deux destinations. Une étude sur la différence de nature de leurs représentations sociales respectives par rapport à leur positionnement différent sur l'échelle du rapport de force exotique permettrait de comprendre les divers degrés d'impact du tourisme sur la culture.

Enfin, il apparaît que dans la nouvelle maquette (celle de 2019-2020, jusqu'ici nous avons étudié celle des années précédentes), des cours de *management interculturel* et des séminaires (A et B) ayant pour thématiques l'interculturalité et l'international ont été rajoutés. Penser l'interaction entre deux ou plusieurs ensembles culturels semble adéquat pour éviter l'exotisme et privilégier des rapports de collaboration. On note que le nombre d'heures de ces séminaires est conséquent ce qui montre une poursuite de ces objectifs de la part de cette formation.

Afin de compléter cette analyse, deux entretiens ont été effectués avec des étudiants en deuxième année de ce master pour l'année 2018-2019. Nous les appellerons G. et S. Dans l'ensemble, ils disent être satisfaits de leur formation. G. souhaite créer son entreprise et S.

⁵⁵⁴ Philippe d'Iribarne, *Penser la diversité du monde*, Paris, Seuil, 2008.

aimerait peut-être devenir guide nature. Les réponses suivantes visent à comprendre la place que tient le marketing dans leur formation.

G : « *On apprend à développer une marque de territoire. Le but c'est de créer une image sur un territoire, par exemple les châteaux de la Loire.* » « *La spécificité de ce master c'est vraiment l'importance portée sur la gestion et le côté management. On ne s'intéresse pas juste à la culture. Grâce à notre formation, on peut faire du management de projet sans forcément travailler dans le secteur touristique au final. La gestion de projet on peut l'appliquer partout. Par contre, on a une culture générale autour du tourisme qui est hyper solide.* »

S : « *On n'est pas que sur de l'application, on est aussi sur de la réflexion. On remet tout en question. Même on a eu une prise de conscience à la fin de notre master 1 en se posant vraiment la question de si on voulait continuer dans cette branche. On a vu tous les aspects négatifs et les aspects positifs entre ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire. Il y a vraiment une réflexion philosophique derrière qui nous a appris à penser là-dessus. J'ai pas l'impression que cette manière de faire soit généralisée dans d'autres masters tourisme.* »

Les réponses des étudiants nous apprennent que le marketing occupe une place centrale dans leur formation. Ils ont néanmoins précisé que leur formation ne se limitait pas à cet aspect. Le développement d'une réflexion critique faisait également partie du cursus. On observe que le mot « marketing » est utilisé dans plusieurs situations. Parfois il se fonde dans des disciplines avec des objectifs et des logiques pourtant radicalement différents. Un répondant explique : « *les intitulés des cours sont différents de l'année dernière, mais au final on fait la même la chose, parce que par exemple le développement territorial c'est comme du marketing territorial* ». Marketing et développement ont pourtant des outils, des objectifs et un vocabulaire différent. En effet, on ne trouve pas dans les outils du développement des : « *analyse des attentes des clients* », « *la segmentation ou la tarification différenciée* »⁵⁵⁵. De même dans le domaine marketing, on parlera de « client » ou des quatre P : « produit, prix, place, promotion », ce qui ne semble pas être le cas du développement. À travers le temps, la définition du marketing a changé, on note néanmoins que « *littéralement, le marketing désigne le fait d'agir sur un marché* »⁵⁵⁶. Le développement territorial n'intervient pas dans un cadre de production mercantile, mais dans un processus de « *stratégie collective qui anticipe les problèmes et secrète les solutions correspondantes* »⁵⁵⁷. Marketing et développement ont en commun la notion de gestion, mais alors que le marketing poursuit des bénéfices de marché (privé), le développement vise des acquis collectifs (public). Les étudiants expliquent cependant que c'est davantage la gestion de projet que du marketing qui est enseignée :

⁵⁵⁵ Luc Boltanski, « L'énigmatique réalité des prix », *Sociologie*, 2016, vol. 7, n° 1, p. 41-58.

⁵⁵⁶ Dominique-Anne Michel, « Quand le marketing court derrière ses outils », *L'Expansion Management Review*, 2012, vol. 146, n° 3, p. 3.

⁵⁵⁷ Xavier Greffe, *Le Développement local*, La Tour d'Aigues : [Paris], Aube ; DATAR, 2002, p. 97.

S : « notre master c'est aussi une formation de management de projet touristique. On nous pousse à créer des choses qui sont aussi un peu nouvelles, qui dépassent le cadre du tourisme habituel. C'est assez varié en fait, c'est développer des projets de territoire, développer des projets de voyage, ou même carrément d'entreprise. »

G : « c'est ça finalement, ce n'est pas forcément lié qu'au tourisme non, plus. Ce domaine est vaste, c'est pas juste aller d'un point A à un point B ou proposer des services aux hôtels, aux restaurants, aux agences de voyages. C'est large, notamment tout ce qui touche aux politiques publiques, aux développements territoriaux, etc. »

Les étudiants ont également relevé le fait que ce master comporte une réflexion sur la conception du tourisme. Contrairement à notre étude de la plaquette, le master semble être pluridisciplinaire :

G : « c'est un master complètement transversal, il allie plusieurs domaines d'étude [...]. Ce qui est très intéressant dans ce master, c'est qu'on balaie toutes les dimensions. En master 2 on est vraiment sur la gestion touristique pure et dure. »

Il semblerait aussi que l'intitulé des cours peut prêter à confusion.

G : « Notre cours « tourisme durable » est vraiment centré sur la rencontre des cultures. L'interculturalité, finalement. On n'a pas eu spécifiquement un séminaire sur l'interculturalité, mais c'est une notion qui se retrouve tout de même dans beaucoup de nos cours. »

Dans la suite de l'entretien, l'animatrice a proposé plusieurs questions sur l'exotisme. Le but était de savoir si ce concept est abordé dans la formation et quelle compréhension ces étudiants en avaient en tant que futurs professionnels du tourisme.

Vous avez abordé la notion d'exotisme ou d'exotisation dans vos cours ?

G : « alors pas vraiment en tant que concept, le mot exotisme oui, par rapport à la recherche de touristes et comment adapter un tourisme. Les études de son impact aussi. »

S : « pour moi, l'exotisme c'est un mot à utiliser avec prudence. Pour nous, l'exotisme ça va être des personnes à l'autre bout du monde, mais nous pour d'autres personnes on va être exotique. C'est à double sens. On a toujours tendance à mettre une image sur l'exotisme, par exemple une femme avec un collier de fleurs sur la plage. »

G : « du coup ça entre un peu dans les clichés et cette recherche d'authenticité de l'exotisme qui montre du faux. Quand les gens sont en recherche d'authenticité, au final c'est intéressant de voir ce qu'ils mettent derrière. En fait, je suis pas sûr que l'authenticité soit un terme pertinent. »

Dans leurs réponses, l'exotisme n'est pas perçu comme un rapport de force. Il est plutôt apprécié comme une image de l'Autre, fondée sur des perceptions réductrices et artificielles. Dans notre champ théorique, nous avons établi que l'exotisme est le pouvoir d'un discours et de représentations sur une relation. Il est fondé sur un rapport asymétrique. Pour Lionel Gauthier, l'exotisme est marqué par la condescendance. Cette condescendance est seulement possible à travers le point de vue du dominant. Jean-François Staszak explique que : « *C'est dans la langue dominante que se dit et se pense l'exotisme* »⁵⁵⁸. Ne pas voir que l'exotisme n'est pas réciproque reflète une position de pouvoir. La faculté du point de vue occidental de ne pas reconnaître cette réalité exprime un ethnocentrisme. Les deux étudiants ne semblent pas reconnaître ces mécanismes de pouvoir performatif des représentations. De plus, même s'il montre une certaine méfiance vis-à-vis de ce terme, G. associe l'exotisme à l'adaptation d'un tourisme en fonction de la recherche du touriste. Cela sous-entend l'idée que l'exotisme sert à satisfaire le touriste dans sa recherche de références reconnaissables. Au lieu d'étudier l'exotisme de façon critique, il est utilisé comme outil commercial.

En conclusion, on peut donc dire qu'entre notre analyse de la maquette et l'étude de ces entretiens il y a tout de même un décalage. Le domaine du marketing, très présent dans la maquette, est finalement à nuancer. Les étudiants intègrent des compétences techniques qui permettent de gérer, de développer, et de piloter une structure touristique, mais leur apprentissage leur apporte également une connaissance et une réflexion critique et épistémologique sur l'industrie touristique en tant que produit commercial. Nos chapitres antérieurs montrent que l'exotisme peut être utilisé comme un argument commercial marketing. Sa prise en compte au-delà de l'aspect commercial permet d'appréhender des réalités structurelles, des mécanismes de pouvoir et de représentation ainsi qu'une compréhension des attitudes, des perceptions et des discours. L'exotisme est visiblement peu abordé et les étudiants paraissent avoir une définition de l'exotisme teinté d'un certain ethnocentrisme. De plus, leurs réponses montrent que l'exotisme est accepté comme outil commercial. La maquette expose que la formation ne semble pas prendre assez de recul sur certains termes utilisés, porteurs de représentations orientées comme : « pays en développement ». Il manque dans cette formation la compréhension de certains enjeux interculturels et un recul sur les pratiques de l'industrie touristique. Les réponses des étudiants ne montrent pas que les interactions dans le cadre du tourisme entre des exotisants et des exotisés sont marqués par des conditionnements des structures et des besoins à satisfaire.

⁵⁵⁸ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit.

B. Une formation équilibrée entre connaissance, compétence, critique et ouverture internationale

Master (1 et 2) mention Tourisme. Parcours Monde Émergent. Option : Monde Chinois. École Supérieure de Tourisme et d'Hôtellerie de l'Université d'Angers.

Sur le site de l'Université d'Angers, on trouve un texte explicatif de ce master. Cinq parcours sont proposés : *Parcours Hôtellerie – restauration événement, Parcours Mondes émergents, Parcours Management des entreprises du tourisme, Parcours Aménagement touristique et développement des destinations, Parcours Anglophone international hospitality management*. Ces parcours permettent aux étudiants de se spécialiser dans différentes branches de l'activité touristique. Dans le cadre de notre sujet d'étude, nous avons choisi d'analyser le parcours : *Mondes émergents*. Dans ce parcours, l'étudiant a une nouvelle fois le choix de préciser sa spécialisation. En effet, plusieurs zones géographiques d'étude sont possibles : *Option Monde Chinois, Option Monde Russe et PECO, Option Monde Latino-Américain*. Dans cette thèse, l'objet de notre étude est l'Asie du Sud-Est, l'option qui semble la plus proche est donc l'option : *Monde Chinois*. Comme précédemment nous nous interrogerons sur la place que tiennent dans cette formation les notions d'exotisme et d'ethnocentrisme.

Observons tout d'abord la maquette du semestre 1, master 1. Les UE se différencient par leur domaine scientifique. La démarche est pluridisciplinaire. L'UE 1 se concentre sur les langues et la civilisation, l'UE 2 sur le management et la gestion marketing, l'UE 3 sur les sciences humaines, l'UE 4 sur la gestion de projet et l'UP 1 sur la méthodologie interculturelle auprès des mondes émergents.

Au semestre 2, en plus des stages professionnels et d'un choix de spécialisation (plus d'une vingtaine de spécialisations très pointues sont disponibles), il y a trois UE. Cette fois, la pluridisciplinarité est présente à l'intérieur même des UE, entre les différentes matières. La différence ne sera plus faite entre les UE de compétences (par exemple : *Management et Gestion*) et celles de connaissances (*Enjeux du monde contemporain*). On peut dire que l'UP 2 mélange les deux (en effet, d'un côté des compétences en informatique et de l'autre des connaissances en histoire).

Notons aussi que ce master et plus généralement les masters tourisme d'Angers ont une ouverture sur le monde qui n'est pas négligeable. Par exemple, il est possible de faire 11 doubles diplômes, notamment en Indonésie, au Cambodge, en Chine, à Taïwan, en Ukraine, en Pologne, en Allemagne, etc. Observons qu'il y a beaucoup de partenariat avec l'Asie du Sud-Est. Après recherche, il apparaît que l'ESTHUA possède 344 partenaires internationaux dans le monde et 497 projets en cours (en 2018). Ces informations ne sont pas faciles à trouver. Davantage de communication dans ce domaine serait à envisager. Tout comme à Lille, chaque étudiant apprend deux langues étrangères (alors que le parcours tourisme d'Angers n'est pas dans la branche LEA mais dans la branche droit, économie, gestion). On découvre même un parcours entièrement enseigné en anglais (*Anglophone international hospitality management*).

Dans cette maquette, on ne retrouve pas la notion d'exotisme ou d'ethnocentrisme dans les matières enseignées. Néanmoins, on peut supposer que dans l'UP1 (*Comportements et méthodes – Mondes Émergents*) du semestre il est très probable qu'elles soient abordées. Dans cette unité, trois matières sont présentes : « *Management interculturel* », « *Connaissance du système touristique* » et « *Histoire et civilisation* ». Ces matières développent l'étude des phénomènes d'interactions interculturelles par différents domaines d'études, spécialisent les étudiants à propos de singularités historiques et culturelles et interrogent les futurs professionnels du tourisme sur les pratiques dans leur domaine.

De manière générale, on observe que la pluridisciplinarité de cette formation est marquée. On y trouve même des matières qu'on pourrait qualifier « d'atypiques » pour ce parcours : *pratique théâtrale* (master 1, semestre 1), *atelier d'écriture* (master 2, semestre 2).

En conclusion, il apparaît que ce master a adopté la stratégie de l'ouverture et de la pluridisciplinarité. L'organisation de la plaquette montre une réelle volonté d'équilibrer cette formation en abordant plusieurs domaines scientifiques différents. Les sciences humaines n'apparaissent pas comme accessoires, mais vraiment centrales. On peut critiquer la notion de « pays émergent » pour les mêmes raisons que nous avons critiqué la notion de pays « en développement » (voir l'étude du premier master). La théorie de Gérard Destanne De Bernis sur les représentations est transposable⁵⁵⁹. Il serait également intéressant de savoir à quel point les perspectives des individus des pays dits « émergents », aussi acteurs du tourisme et de l'exotisme, sont intégrées dans la formation. Dans la même idée, il serait pertinent de savoir le nombre d'étudiants étrangers de pays dits « émergents » qui participent à ces formations. Leur point de vue critique et les possibles expériences qu'ils ont faites dans l'industrie touristique seraient enrichissants pour ce cursus. Avoir des classes avec des espaces culturels différents permettrait aussi une démarche interculturelle plus concrète.

C. Une formation aux interrogations critiques, mais également éthiques

**Master (1 et 2) parcours Économie du Développement Touristique International (edti).
Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme (IREST). Université Paris-Sorbonne**

Les Master 1 et 2 tourisme – *Économie du Développement Touristique International* (EDTI) sont portés par l'IREST (l'institut de recherche et d'étude supérieure de tourisme). Nous allons nous intéresser à la maquette de ce master afin de voir si l'approche touristique présente énonce la question de l'interculturalité et plus particulièrement de l'ethnocentrisme et de l'exotisme.

⁵⁵⁹ G. Destanne de Bernis, « Le sous-développement, analyses ou représentations », art cit.

Étudions tout d'abord le semestre 1 du master 1. L'UE pose des fondamentaux à travers le prisme de plusieurs disciplines scientifiques. On trouve du droit, de l'économie, de l'histoire-géographie et de la socio-anthropologie. L'UE 2 donne des outils par diverses approches : empirique, professionnelle et linguistique. L'UE 3 observe la réalité du tourisme à travers le regard des sciences humaines et sociales. En effet, on y étudie des contextes, des environnements, des acteurs, etc.

L'UE 1 au semestre 2 s'intéresse aussi aux fondamentaux du tourisme. L'approche de cette unité d'étude est socio-économique, et elle met en place des outils pour aborder l'évolution du tourisme. On note que l'entreprise touristique et son étude de marché sont analysées à travers un certain recul critique. On observe également que les attentes des touristes et les attentes de la population locale ne sont pas séparées. L'une et l'autre sont étudiées ensemble. Dans le cadre de notre étude, on ne peut que souligner la pertinence de cette méthode. Ces attentes semblent être considérées à importance égale. L'analyse étudie aussi les impacts politiques, sociaux, environnementaux, culturels et économiques dans lesquels s'inscrivent ces attentes.

L'UE 3 se penche sur l'internationalisation du tourisme. Le cursus pose la question des financements du transport, du rôle des institutions internationales dans leur mission de régulation, de la critique de l'impératif économique du tourisme et de l'intérêt de la spécialisation dans le cadre de la compétitivité, etc. La formation questionne la place que tiennent les pays dits « émergents » dans l'industrie du tourisme international. On note la présence d'un cours qui mène les étudiants à réfléchir sur les politiques d'activités à l'international. L'exotisme étant dans certains cas un argument d'attractivité commerciale, il serait juste de penser que cette notion sera abordée dans cette matière.

Enfin, relevons l'UE : *Outil et méthode*. Un certain nombre de matières très différentes y sont regroupées : *Méthodologie de mémoire, Recherche de terrain, Recherche d'emploi, Approche quantitative du tourisme, Tourisme et interculturalité*. Cette UE donne un peu l'effet d'une UE « fourre-tout ». Elle donne l'impression que l'interculturalité est une discipline accessoire. La note explicative de cette matière dit vouloir dépasser les considérations essentialistes de la culture. Il serait intéressant de savoir si cette perspective se penche aussi sur une analyse de la culture occidentale. Elle aborderait notamment la tendance, en tant qu'endogroupe, à voir le monde et l'Autre à travers un regard culturel particulariste estimé neutre. Cette manière de faire permettrait d'étudier de ce fait l'ethnocentrisme et faciliterait donc la compréhension de l'exotisme.

Le master 2 comporte deux semestres. Le semestre 2 est un temps consacré aux stages et aux mémoires. Nous traiterons donc seulement le semestre 1.

Ce semestre est découpé en trois UE : l'UE 1 (*Gestion de projet*), l'UE 2 (*Spécialisation internationale*) et l'UE 3 (*Outils et méthodes*). L'UE 1 se charge de transmettre des compétences organisationnelles structurées aux étudiants, en vue de rendre l'activité touristique opérationnelle. On y observe des matières telles que la gestion financière, du droit

international public, la gestion qualité de l'organisation touristique, l'attractivité des territoires dans une logique compétitive, etc. Ces matières sont des outils techniques de gestions de projet ; elles relèvent de compétences pratiques et non théoriques. Leur application se base sur une logique fonctionnelle et d'efficacité. Elles n'entrent pas, mais le pourraient dans des logiques de recul, de compréhension et de questionnement. Elles se chargent seulement de donner des outils qui permettent de bâtir et de pérenniser l'activité touristique dans les logiques libérales actuelles. Néanmoins, cette UE comporte aussi des matières qui mènent une réflexion éthique sur la pratique touristique. Par exemple, il existe un enseignement qui traite du développement durable et un autre qui s'interroge sur les stratégies des destinations touristiques. Il est donc intéressant de constater que même sur des UE qui relèvent d'organisations strictement fonctionnelles, une réflexion est construite. L'étudiant n'est pas seulement dans une posture passive d'acquisition de compétences, il est aussi actif et acteur de ce savoir en ayant une réflexion individuelle, mais qui permet également de faire évoluer le secteur touristique. Finalement, dans une perspective épistémologique la neutralité des ces méthodes est remise question ; elles sont considérées comme des constructions qu'il est légitime de questionner. N'oublions pas que ces outils de gestion de projet ont été créés par l'Occident, et l'on peut donc se poser la question de leur mise en place dans des cadres non-occidentaux.

L'UE 2 révèle également des éléments intéressants pour notre analyse. Jusqu'ici, lorsqu'une formation abordait les pays non-occidentaux on pouvait voir des matières telles que « *tourisme dans les pays émergents* ». Ici, on voit apparaître la notion de coopération internationale. Cet acte de langage donne l'idée d'une horizontalité entre les pays occidentaux et non-occidentaux. Il semble que la démarche soit davantage multilatérale, c'est-à-dire que ces pays vont travailler ensemble plutôt que de voir le cas de figure d'un pays qui se contente de travailler dans un autre pays. On sort du cadre de pensée dans lequel l'Occident, en proposant du tourisme dans des pays dits « *émergents* », aide ces derniers à se développer (nous avons vu que cette représentation idéologique peut cacher des pratiques contraires). Une autre matière de cette UE vient appuyer cette affirmation. En effet, la matière : *Tourisme international et réduction de la pauvreté*, critique l'idée présupposée que le tourisme réduit la pauvreté. Même si les notions d'ethnocentrisme et d'exotisme ne sont toujours pas abordées, une réflexion est menée sur les rapports de pouvoir entre différents espaces culturels.

En conclusion, notre étude de ce master montre qu'il suit une ligne logique où les rudiments du tourisme sont d'abord enseignés avant d'élargir sur l'international. Ici encore, le tourisme est traité de façon pluridisciplinaire. La formation aborde même la dimension anthropologique de la culture. Elle ne se contente pas seulement d'aborder le tourisme d'une manière critique, elle y incorpore une dimension éthique. De plus, le tourisme est inscrit dans son contexte. La figure de l'Autre va être prise en compte et on affichera la volonté de travailler avec lui dans une perspective de coopération. Il apparaît que les rapports de domination sont de plus en plus considérés et remis en question, les mots sont cependant encore timides et les problématiques de l'ethnocentrisme ne sont pas encore clairement établies et formulées. De

manière générale, on peut dire que cette formation essaye de prendre en compte les différentes perspectives autour du tourisme. Néanmoins, cette maquette révèle implicitement que l'impératif économique du tourisme reste central. La formation propose de conjuguer gains économiques et enjeux éthiques, elle s'inscrirait donc dans une ligne de capitalisme éthique.

En conclusion de ce chapitre relevons les divers éléments ont été mis en lumière à travers l'analyse de ces trois formations universitaires. Un argument souvent mis en avant par ces formations est celui de la professionnalisation. Aujourd'hui, pour les étudiants qui craignent de ne pas trouver d'emploi à cause d'un marché du travail de moins en moins accessible, c'est l'argument qu'ils attendent. On forme donc des étudiants à répondre aux besoins des professionnels. Dans la revue de presse de l'université de Bourgogne, publiée par l'IAE de Dijon : *L'université : plusieurs voies vers les métiers du tourisme*, on raconte que : « les formations universitaires se heurtent aux préjugés d'un milieu professionnel plus habitué aux formations courtes types BTS »⁵⁶⁰. L'université s'est donc adaptée à cet état de fait. Il en a découlé un fonctionnement nouveau. Par exemple, une grande partie des enseignements sont délivrés par des professionnels du milieu. On trouve aussi beaucoup de matières enseignées qui s'attachent à proposer des mises en situation concrètes et des apprentissages sur le terrain. Dans ces trois formations universitaires publiques, on observe aussi des partenariats avec des groupes du domaine privé. Par exemple la formation IREST, qui a dans son conseil des entreprises telles que la chaîne d'hôtel ACCOR⁵⁶¹. On peut s'interroger sur les conséquences de cette proximité entre le milieu universitaire et le milieu marchand. Pour Didier Urbain, une des conséquences est une mutation de l'industrie touristique vers une marchandisation excessive. Les perceptions changent, tout peut être négocié, les différents acteurs du tourisme sont réduits à une valeur. Il explique notamment que le vacancier n'est plus consommateur (et encore moins consom'acteur), mais un produit : « *Après la marchandisation touristique du voyage, la "marchandisation" du touriste lui-même ! Car le touriste est présent désormais dans les grandes transactions internationales, non seulement comme client, mais comme monnaie d'échange* »⁵⁶².

De manière générale, le vocabulaire utilisé dans les entreprises est aujourd'hui employé dans le milieu universitaire. L'Université s'adapte aux valeurs entrepreneuriales. L'enseignement des connaissances se conjugue avec l'acquisition de compétences. La connaissance accorde aux étudiants l'opportunité de se forger une conscience critique et une capacité d'analyse de son contexte. Les compétences permettent de développer des attitudes appropriées à des tâches spécifiques. Aujourd'hui, connaissances et compétences coexistent, mais on peut se demander quelle sera la tendance demain. Pourquoi soulever ces points dans

⁵⁶⁰ IAE Dijon, *L'université : plusieurs voies vers les métiers du tourisme*, <https://iae.u-bourgogne.fr/formations/masters/master-finance/author/65-2021-02-15-04-13-17.html>, (consulté le 24 juin 2020).

⁵⁶¹ « Composition du Conseil d'Administration (pantheonsorbonne.fr) ».

⁵⁶² J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, op. cit., p. 42.

une thèse qui s'attache à étudier la notion d'exotisme ? Tout simplement parce qu'un système qui conçoit la finalité de l'université comme étant seulement l'insertion professionnelle passe à côté de sa mission première : la recherche scientifique, l'esprit critique, la diffusion de la connaissance, l'autonomie de la pensée...

Un système qui pose la priorité sur la loi d'un marché relègue l'impact du tourisme sur les sociétés humaines au second plan même lorsqu'il est traité. Tant que les représentations réductrices ou illusives seront un argument commercial utilisé, l'étude de l'exotisme et de l'ethnocentrisme ne seront pas des notions centrales dans les programmes de masters. En d'autres termes, tant que les représentations exotiques permettent de développer l'industrie touristique, leur remise en question n'est pas un objectif. Une notion telle que le capitalisme éthique, qui défend des prises de conscience (économique, sociale et environnementale) au-delà de la recherche de profits, semble contradictoire. En effet, l'économiste Géraldine Froger montre l'ambivalence et le décalage entre les discours et la pratique. Pour l'autrice, tant que le secteur est intégré dans une filière concurrentielle, les entreprises qui seront les plus efficaces sur le plan économique domineront. De plus, les locaux ne seront pas acteurs dans ce secteur tant qu'ils seront dépendants de cette industrie. Elle mentionne Rodary qui note la représentation des acteurs locaux dans les tentatives d'implications de ces communautés dans le secteur :

*« En fait, la théorie participationniste, au cœur de ces approches [...], s'inscrit dans un discours selon lequel le pauvre, la communauté locale, doit être aidé afin de pouvoir s'intégrer au système libéral globalisé. S'il est légitime de vouloir faire participer les plus marginalisés, le concept de participation reste profondément ambivalent ».*⁵⁶³

Enfin, elle cite Dumoulin et Velut qui constatent que l'industrie touristique ne peut pas équilibrer ou inverser les rapports de pouvoir en place : « *les inégalités de ressources et de pouvoir se retrouvent dans l'inégale capacité des acteurs locaux à s'appropriier le tourisme et à le contrôler* »⁵⁶⁴. A cet égard, même les formes alternatives du tourisme ont un impact social limité. La dépossession des images des individus exotisés et la construction d'imagerie illusoire perdureront tant que les rapports de force structurels de cette industrie ne seront pas remis en question.

⁵⁶³ Estienne Rodary, « Mobiliser pour la nature, ou la construction et la disparition du local », *L'Espace Géographique*, 2007, vol. 36, n° 1.

⁵⁶⁴ David Dumoulin Kervran et Sébastien Velut, « Le tourisme responsable en Amérique Latine », *EcoPolis*, 2010, *Tourisme durable dans les Suds*, p. 236.

CINQUIÈME PARTIE :

Des représentations exotiques du Vietnam qui déforment les réalités locales et les preuves historiques

Hamburger Hill est le nom que les États-Unis ont donné à une colline pendant la guerre du Vietnam. Le 10 mai 1969, les forces américaines et celles du Vietnam du Sud tentent de s'emparer de ce point stratégique. La bataille dure 10 jours sans interruption. Plus de 700 soldats vietnamiens et américains perdront la vie. Quelques semaines plus tard, la colline fut abandonnée par les deux camps, car elle ne présentait finalement pas d'intérêt majeur. Cette colline symbolise l'horreur et l'absurdité de cette guerre. On peut s'étonner du nom qu'elle porte : *Hamburger Hill*. Ce nom fait référence à un aliment apprécié. Si on ne connaît pas les événements qui l'entourent, on pourrait se demander si elle ne fait pas référence à une chose agréable. La population américaine connaît encore le nom de cette colline, sans savoir le nom vietnamien, alors que cet endroit se situe dans ce pays. Le nom de cette colline montre de quelle façon l'exotisme défie la réalité en proposant une trajectoire de perception. Dans ce cas, elle permet de rendre une catastrophe humaine moins insupportable. Il est également intéressant de lire des courriers de soldats américains envoyés à leurs familles. Ils exposent des récits fantasmagoriques et décalés qui racontent la culture, les paysages, les animaux, etc. Peu rapportent l'horreur du conflit, les maladies ou même l'ennui. La guerre traumatise, elle apporte ses stigmates, mais les individus utilisent leur imaginaire pour retourner la situation. Cette colline est aujourd'hui tout à fait banale. Elle se situe au milieu de la jungle, difficile d'accès. Pourtant c'est un lieu fréquenté par beaucoup de touristes américains. *Hamburger Hill* est un nom célèbre, il est surchargé d'images et d'émotions. Tout son intérêt réside en l'association qu'une population fait entre un lieu et un imaginaire. Ce lieu est finalement possédé par la perception que les Américains ont de lui. Il serait difficile de le voir à travers une autre perspective. Cette histoire montre que des espaces sont liés à des représentations sociales. Roger Bastide parle de mentalités « *façonnées par l'esprit de la demeure close* »⁵⁶⁵. Il ne s'agit pas ici d'émettre un quelconque jugement de valeur. L'histoire d'*Hamburger Hill* montre que le travail de mémoire d'une population passe par l'élaboration de représentations sociales. Elles construisent l'identité collective de populations. De plus, *Hamburger Hill* montre un exemple concret de la théorie de « reterritorialisation » de Deleuze et Guattari⁵⁶⁶ que nous avons expliqué dans le Chapitre I. La reterritorialisation fonde quelque chose de nouveau qui s'adapte à la rupture soudaine des références des individus. La reconstruction des formes s'opère par l'imaginaire connu. Pour cette raison, les Américains ont créé le nom *Hamburger Hill* et c'est pour cela que ce lieu est visité par eux encore aujourd'hui. Le Vietnam est le pays qui nous sert d'étude de cas pour montrer comment une imagerie se développe dans un espace culturel. Dans cette partie, nous explorerons par thèmes les différents éléments de représentation du Vietnam que nous avons relevé au cours de la recherche documentaire ou dans l'enquête empirique. Nous n'analyserons pas les résultats de l'observation participante car l'exotisme national est spécifique. Il concerne un exotisme dans un même espace. Dans cette partie, nous tâcherons d'exposer la représentation sociale des Français à l'encontre des Vietnamiens. Nous montrerons que pour les Français aussi, l'exotisme défie la réalité par des

⁵⁶⁵ Roger Bastide, *Le Prochain et le Lointain*, Paris, L'Harmattan, 2000, p. 9.

⁵⁶⁶ G. Deleuze et F. Guattari, *Mille Plateaux*, op. cit., p. 214.

faux semblants, des fantasmes, des illusions et des symboles. Nous commencerons par étudier les dualités complémentaires des représentations dans l'imagerie que les Français ont du Vietnam. Puis nous analyserons les différents rôles assignés à la population qui marquent l'imaginaire autour du Vietnam.

Chapitre XXII. Les dualités complémentaires des représentations

A. Nostalgie de la souffrance et de la jouissance dans l'histoire commune du Vietnam et de la France

Albert de Pourville était explorateur et officier à l'époque de l'Indochine. Dans son ouvrage, *Chasseur de pirate*, il distingue le « *Tonkin où l'on s'amuse* » (titre d'un chapitre) et le « *Tonkin où l'on souffre* ». Dans son ouvrage, il explique qu'il y avait finalement deux Indochines complètement différents et séparés. Il oppose la ville pacifiée, européanisée et civile à la brousse instable et incontrôlable occupée par la société militaire. La communauté française des villes a accès au confort et à diverses jouissances. Leur vie est agréable. Au contraire, les militaires qui vivent dans la brousse ont la vie très dure. Ils sont confrontés à un environnement hostile. Les maladies, les pirates, les résistants, les animaux et bien d'autres dangers leur rendent la vie extrêmement difficile. Ce clivage montre deux univers indochinois qui ont tous deux influencé les représentations sociales que les Français ont de cette époque. Nous étudierons ces deux axes que sont la souffrance et l'amusement et quels imaginaires exotiques ils créent. Nous analyserons également à l'aide de nos recherches documentaires et empiriques comment ils se retrouvent dans les représentations actuelles du Vietnam.

À l'époque de l'Indochine, les villes telles que Saïgon ou Hanoï étaient plus faciles à maîtriser que les campagnes. Nous invitons le lecteur à se référer à l'Annexe 1 pour saisir le contexte historique de cette époque. La France a mené des opérations de « pacification » pour tenter de contrôler l'ensemble du territoire. Elles ont été assez peu durables et peu efficaces. Les militaires en plus de la résistance du Viêt-Minh sont confrontés à un terrain et un climat auxquels ils ne sont pas habitués. De plus, les rancœurs des soldats sur place vis-à-vis de leur hiérarchie sont grandes. Des combattants connus comme le général Marcel Bigeard, appréciés pour leur bravoure et leur héroïsme par l'opinion publique, s'opposent plusieurs fois aux ordres qu'ils estiment déconnectés des réalités sur place⁵⁶⁷. D'autre part entre les combattants français et les combattants Viêt-Minh un certain mélange de haine et de respect se développe. Des journalistes tels que Lucien Bodard ou Jean Lartéguy rendent compte de cette relation ambivalente⁵⁶⁸. Les soldats sont isolés, mais ils jouissent d'une « *liberté solitaire* » d'après les termes de Pierre Journoud. Ils sont abandonnés à eux même, poussés à trouver des solutions

⁵⁶⁷ Pierre Journoud, « Indochine : la guerre des Centurions 1945-1957 » dans *Histoire militaire de la France*, Paris, Perrin, 2018, p. 505-526.

⁵⁶⁸ Henri Copin, *L'Indochine des romans*, Paris, Éd. Kailash, 2000, p. 135-137.

de survie. Journoud expliquera que leur vie est marquée par : « [d'] *inoublables cavalcades et raids de bombardements dévastateurs, héroïques sacrifices et tragiques exactions, gestes fraternels et sombres trafics, etc.* »⁵⁶⁹. Le documentaire ARTE : « les trésors de l'Asie du Sud-Est », reprend ces éléments d'histoires pour plonger le spectateur dans un imaginaire. Il commence sur ces paroles :

« *Lorsque les Français conquièrent le pays au milieu du XIX^e siècle pour en faire une partie de l'Indochine française, ils se heurtent à un monde totalement étranger et dont ils ne comprennent ni la culture ni le mode de vie et qu'ils ont tendance à sous-estimer.* » (4:20)

La vie d'errance qui marque ces soldats a construit une certaine typologie socioculturelle de l'aventurier torturé. Le clip de Bernard Lavillier (*Saïgon*) en est un bon exemple. On le voit effectivement incarner ce personnage dans sa tente éclairée à la lampe à huile. On retrouve ce personnage également dans les clips du groupe Indochine (*Un singe en hiver* et *La sécheresse du Mékong*) et dans le film de Régis Wargnier (*Indochine*). Dans le clip *Un singe en hiver*, le personnage (qui comme *Saïgon* est incarné par le chanteur) exprime son mal être, toutefois, il semble nostalgique de sa vie faite de libertés, d'aventures et d'explorations. Dans *La sécheresse du Mékong*, les hommes de la brousse sont également nommés. En effet dans la fin de la chanson, les prisonniers des cannibales seront libérés par des « *hommes vaillants* ». Dans le film *Indochine*, ce personnage est incarné par Jean-Baptiste que l'on peut qualifier de héros socioculturel. Tout au long de l'histoire, il lutte contre le Vietnam : « *personne ne me volera ma tête pas même l'Asie éternelle* » (Scène 4). Il s'émancipera également de l'armée française jusqu'à se rendre complice d'un meurtre sur un officier français. De plus, il sauvera Camille d'une fusillade, ce qui montre son courage, sa force et ses habilités de protecteurs. Il cèdera à son amour envers Camille et fuira les figures d'autorités. Il sera aidé par une Indochine que l'on sent lui être de plus en plus proche et familière tout en n'étant jamais véritablement intégré. Il symbolise l'homme blanc viril et héroïque qui laisse libre cours à ses pulsions. C'est une représentation socioculturelle à laquelle le voyageur français va s'identifier. En effet, tout en correspondant à un univers historique (et donc crédible), il renvoie à des signifiés inspirants. Cette représentation sociale concerne finalement le touriste qui vient au Vietnam. Néanmoins, elle se construit avec des représentations sociales qui vont être rattachées au Vietnam.

La première est celle d'une Asie dangereuse. Dans la scène 5 du film *l'Amant* le spectateur se rend compte de la puissance de la nature vietnamienne. La jeune fille montre les ruines de l'ancienne concession de sa mère au Chinois. Elle explique que sa génitrice a tout perdu en tentant de contenir l'eau du pacifique avec un barrage. Elle dira : « *l'eau salée couvrit tout, elle perdit tout* ». Ce film est inspiré de la vie de Marguerite Duras qui a effectivement vu sa mère lutter contre la nature. Une nouvelle fois, le Français subit la nature vietnamienne. Le groupe de musique *Indochine* s'exprime également sur l'inhospitalière jungle d'Indochine : « *Truffées de fauves féroces/Et d'anthropophages* ». Lavilliers dans son clip décrit lui aussi une

⁵⁶⁹ P. Journoud, « Indochine : la guerre des Centurions 1945-1957 », art cit.

jungle étouffante : « *Un bateau blanc — la jungle verte/Voix chuchotées — bruits des insectes/Palmiers géants noirs sous la lune d'ici* ».

L'Asie apparaît donc comme un territoire hostile, mais également comme un pays dont on ne peut pas s'échapper. L'Asie, l'Indochine ou le Vietnam portent la représentation sociale de territoires qui piègent l'Occidental qui s'aventure sur place. Ce fut le cas de Jean-Baptiste, dans le film *Indochine*. Il meurt au Vietnam sans revoir la France. Dans plusieurs documents que nous avons étudiés, cette représentation d'une Asie insidieuse se révèle à travers l'opium. Dans le film *Indochine* ainsi que dans le film *l'Amant* cette substance est présente. Dans le film *Indochine*, l'opium apparaît à plusieurs moments : lorsque des trafiquants sont arrêtés (scène 4) et lorsque Jean-Baptiste et ED fument. Ce produit rend apathique, mais apaise ceux qui en consomment. Il est préparé dans la maison des Devries par un personnage mystérieux qui est qualifié de « *vieux fantôme de la maison* ». Cette scène montre finalement un Vietnam qui vient hanter ces Français et qui les plonge dans un état de dépendance et d'enracinement. Dans le film *l'Amant*, un des grands frères de la jeune fille est dépendant de cette drogue. Il ira jusqu'à ruiner toute la famille pour pouvoir aller en consommer. Sa mère le renvoie sur le continent avant le reste de la famille pour que sa dépendance ne le détruise pas totalement. Néanmoins, le spectateur peut se demander s'il n'est déjà pas trop tard. En effet, l'homme est physiquement mal en point incapable de se tenir droit, le visage blanc, les yeux enfoncés, il est également paranoïaque, cruel et violent. Le documentaire « *Thalassa* » commencera également avec le mot suivant montrant que l'opium est un thème de représentation exotique du Vietnam :

« *6 h du matin sur la rivière Saïgon, c'est l'heure où s'évaporent en douceur les rêves de mystère d'Orient et de parfum d'opium. L'imaginaire va faire place à la réalité. Saïgon est une ville de tradition et de modernité.* »

Il est précisé que l'opium ne correspond plus à la réalité, néanmoins le but est atteint, il active chez le spectateur un imaginaire de fantasme. La réalité importe peu, le but est de se plonger dans une ambiance bien précise. Nous sommes ici dans un imaginaire un sens de la *Einbildung* de Ricœur c'est-à-dire dans une faculté de reproduction de l'imaginaire. Les individus tentent de reproduire des récits et des personnages de l'époque historique coloniale pour construire certaines représentations sociales basées sur des signifiés de liberté, de virilité, de jouissance.

Le Vietnam apparaît également comme un territoire onirique et mystérieux. Cet imaginaire s'est également constitué sur différents éléments d'histoire dont nous avons parlé, mais contrairement au point précédent elle ne se développe pas en *Einbildung*, mais en *Fantasie*. La *Fantasie* est une capacité de création d'images. Elle se construit sur le mythe (au sens de Barthes) d'une Asie mystérieuse provenant du signifiant d'une Asie étrangère à l'Occident et difficilement accessible et compréhensible et qui aboutit au signifié d'une Asie secrète et mystique. Contrairement à l'imaginaire d'aventurier torturé qui se trouvait dans une jouissance douloureuse, nous sommes ici dans une jouissance plus lyrique. Le film *Indochine* est porté du début à la fin par cette atmosphère onirique. Elle devient un argument rhétorique, un topos utilisé tout au long du film. Dans nos analyses nous avons déjà relevé la présence de

la brume à de nombreuses étapes de l'histoire qui renforce le cadre mystique. Le vocabulaire utilisé renvoie au mystère. C'est le cas par exemple lorsqu'ED décrit la baie d'Along dans la scène 12 en parlant « *d'endroit sacré* » et de « *malédiction* ». Ce n'est pas la seule fois dans nos recherches que la baie d'Along apparaît sous cette perspective. Dans le documentaire de Arte, ce lieu est introduit par une légende locale :

« La baie d'Along dans le nord du pays. 2000 pains de sucre jaillissent du Tonkin, un paysage de conte de fées, auquel sont rattachées de nombreuses légendes. L'une d'elles raconte que ces roches karstiques étaient à l'origine des bijoux qu'une famille de dragons aurait crachés dans la baie. »

L'utilisation d'un topos onirique pour décrire le mythe d'une Asie mystérieuse est complètement cohérente au regard des mécanismes de l'exotisme que nous avons relevé dans notre analyse qualitative. En effet, lorsque l'animatrice a demandé son appréciation de la notion, P5 a déclaré que l'exotisme était différent de l'altérité parce que : « *dans exotisme il y a quelque chose de plus magique. Il y a un petit côté où tu as envie qu'il y ait quelque chose de beau qui en ressort* ». On se rend compte que l'atmosphère onirique constatée dans les documents étudiés apparaît également dans les réponses des répondants : « *Des images de montagne avec de la brume autour, comme dans les films* » (P20). De manière plus générale, on retrouve cet aspect dans l'enquête quantitative. En effet, 44 % des individus de l'échantillon déclarent qu'ils associent l'exotisme à « *une émotion de l'ordre de la rêverie* ». La chanson de Bleu Toucan, *Hanoi Café*, se sert aussi de cette ambiance qui transporte dans des jouissances oniriques. Outre toute la scénographie du clip que nous avons décrite, on peut entendre à chaque refrain les paroles : « *rendez-vous aux rêves* ».

L'Indochine est donc souffrance pour l'explorateur occidental, mais nous avons aussi vu que l'inconnu, et donc le mystère qui l'entoure, peuvent également être une source d'évasion lyrique. Autre aspect de l'Indochine qui marque encore aujourd'hui l'imaginaire autour du Vietnam, c'est le romantisme. La *Fantasie* n'est ici plus projetée sur la nature, mais dans les villes. Dans la chanson du Suzy Solidor, *Saïgon*, l'atmosphère romantique de la ville est exprimée par tout un champ lexical autour de l'amour : « *je t'aime* », « *l'escalade de l'amour* », « *des poèmes* », « *doux baisers* ». Toute la chanson exprime le fait que Saïgon est une ville romantique. Henry Copin dans *l'Indochine des romans* cite Pouvoirville qui expliquera que pour lui l'Indochine est : « *un somptueux et interminable festin à l'imagination altérée d'un Occidental romantique* »⁵⁷⁰. Notons que si la brousse est aux explorateurs, la ville est aux administrateurs. Dans l'exposition coloniale de 1889, le discours inaugural clamera que : « *Saïgon est aujourd'hui digne de la France, qui s'est donné la mission de transplanter sa civilisation et ses arts [...] on l'appelle : le Paris de l'extrême orient* »⁵⁷¹. Pour Henry Copin : « *Après la période de la conquête, les coloniaux qui succèdent aux soldats se sont donc installés. En ville, ou dans les villages, ils recréent une société* »⁵⁷². Il explique que c'est un phénomène unique d'un point de vue sociologique. Le colonial est donc un bâtisseur qui apporte les valeurs

⁵⁷⁰ H. Copin, *L'Indochine des romans*, op. cit., p. 125-127.

⁵⁷¹ Pacal Ory, *L'Expo Universelle*, Edition complexe., s.l., 1989, p. 9.

⁵⁷² H. Copin, *L'Indochine des romans*, op. cit., p. 55-56.

de l'Occident, dont celle de la ville romantique. Néanmoins au-delà d'un romantisme innocent, les villes coloniales apparaissent comme des zones de luxures. Claude Farrère dans son roman : *Civilisé*, dépeint, d'après Henry Copin :

« Saïgon [est] présenté comme une capitale du stupre, des personnages dépravés et cyniques qui se proclament civilisés parce qu'ils se jugent au-dessus des lois communes et des contingences morales. »

Déjà à l'époque ce livre fait scandale auprès de la population française d'Indochine. Des réactions se font entendre comme le livre d'Ernest Babut : *Un livre de diffamation indochinoise : Les Civilisés*. Copin explique que cela montre déjà un écart entre « l'image projetée par l'idéologie officielle et la réalité d'une certaine société coloniale »⁵⁷³. Ce fantasme de la vie coloniale libre, désabusée et lascive, se retrouve dans le film de Wagnier et le film de Annaud. Dans le film de Wagnier plusieurs scènes se déroulent en ville. La scène 6 présente un casino saïgonnais où les Occidentaux jouent aux cartes et achètent les services de travailleuses du sexe. Dans le film de Annaud, l'histoire raconte les expériences érotiques et amoureuses d'une jeune fille qui fait partie de la société française avec son amant chinois. Cet imaginaire colonial est toujours fonctionnel aujourd'hui. Dans l'épisode du documentaire de « Thalassa », *Saïgon l'intrépide*, on suit Tuan Linh, un entrepreneur vietnamien qui a su exploiter cet imaginaire indochinois. Dans ses croisières autour du film *l'Amant* il explique « surfer sur la vague de la nostalgie ». La voix off explique : « Il [Linh] tente de faire renaître une Indochine perdue et parvient même à transposer le film dans des décors à peine modifié ». Ces représentations sociales de l'Indochine ont un impact sur la population vietnamienne. Les représentations des femmes asiatiques sont directement influencées par ce mythe d'une Asie des plaisirs. Nous ferons un point spécifique plus tard dans ce chapitre pour analyser les personnages créés par ces représentations exotiques.

Une dernière représentation de l'Asie marquée par l'histoire qui influence l'imaginaire actuel du voyageur est celle de la guerre du Vietnam (ou guerre américaine). Celle-ci a été un conflit extrêmement médiatisé. Des images de territoires dévastés et de populations brutalisées, mais résistantes, ont été diffusées dans les foyers français par la télévision. Lors de l'entretien qualitatif, P2 et P11 ont expliqué que ces images resurgissaient dans leurs projections du pays avant d'y être allés. Ces images leur servaient de références lorsqu'ils s'imaginaient le Vietnam. Cela a marqué leur univers sensible et intelligible et de ce fait leur subjectivité à l'égard de ce territoire. P2 : « Au Vietnam j'imagine encore la guerre. On nous en a mis pleins les oreilles de ce pays, pour ma génération c'était énorme. On voyait des directs à la TV », P11 : « tu vois la baie d'Along je suis tellement conditionné par tout ce qui s'est passé là-bas par rapport à la guerre de 40, la guerre du Vietnam. Quand j'ai visité la baie d'Along, ça m'a pris aux tripes ». Outre les images journalistiques du conflit, la culture populaire a été marquée par cette époque. Dans cette partie, nous ne nous intéresserons pas aux représentations de la population pendant ces époques de guerres. Nous traiterons ce sujet plus tard dans le chapitre. Pour l'instant, nous nous contenterons d'étudier la représentation du

⁵⁷³ *Ibid.*, p. 57.

territoire. Anne Vanderlove, dans sa chanson, parle : « [d'] une terre d'ossements et de trous pleins d'eau », Jean Ferrat chante : « *Après trente ans de feu de souffrance et de larmes/Des millions d'hectares de terre défoliés* ». Les Béruriers Noirs questionnent : « *Que reste-t-il du Viêt Nam/Après les tonnes de napalm ?* ». Ils décrivent l'horreur sur place : « *Si le Mékong te parlait/Des horreurs, il témoignerait/Des cadavres qu'il a charriés* ». Pham Quynh Anh qui a grandi en France explique dans *Bonjour Vietnam* : « *Je ne sais de toi que des images de la guerre/Un film de Coppola, des hélicoptères en colère* ». L'image des hélicoptères sera également utilisée par le groupe Indochine dans *Un singe en hiver*. Les artistes qui chantent autour de l'Indochine montrent un pays dévasté. Johnny Hallyday chante aussi sur la guerre du Vietnam. Néanmoins, il n'abordera pas le Vietnam en lui-même. Son thème de chanson est les vétérans du Vietnam. Il décrit sa douleur et son incapacité à retrouver sa place dans son pays. La représentation sociale du vétéran ressemble à celle de l'explorateur en Indochine. Ces hommes sont isolés, meurtris, abandonnés par leur nation, mais transportés par une sensation de liberté. Dans sa chanson, Hallyday transposera cette figure de la marginalité à la figure du motard qui, selon lui, incarne également toutes ces valeurs.

Pour conclure, citons Lucien Bodard qui dans la préface de son livre écrit les lignes suivantes : « *je me relis et tout resurgit : le romantisme, l'épopée, la tragédie, le soulèvement d'un peuple écrasé, la guerre insaisissable, longue, sanglante, ma fascination et mon dégoût* »⁵⁷⁴. L'Indochine puis la guerre du Vietnam offrent au touriste français une multitude de portraits auxquels il peut s'identifier ainsi que des références par lesquelles il peut lire les lieux dans lesquels il va. Des faits historiques puis des récits d'époque créent des imaginaires (de la *Fantasie* ou de la *Einbildung*) qui développent des mythes et qui s'expriment par divers types de représentations sociales. Ce chapitre montre la dualité entre des représentations douloureuses et d'autres de la jouissance. Ces deux extrêmes ont en commun l'intensité. Cette intensité rend le voyageur nostalgique d'une époque qu'il connaît par divers supports de socialisation. Ces exemples illustrent la « servitude » des paradigmes dans lesquels le voyageur est enfermé et que Claude Lévy Strauss critiquait fortement. D'après Pickering et Keightley,⁵⁷⁵ la nostalgie est sélective par définition. En effet, elle attribue des caractéristiques positives à des réalités qui sont forcément plus complexes. D'une certaine façon, la nostalgie s'émancipe de la réalité. L'illusion qu'elle provoque permet de reterritorialiser les imaginaires et permet de développer un exotisme colonial pour lequel le touriste aura attirance et aversion.

⁵⁷⁴ Lucien Bodard, *La Guerre d'Indochine*, Paris, B. Grasset, 1997, part. Préface.

⁵⁷⁵ Michael Pickering et Emily Keightley, « The Modalities of nostalgia », *Current Sociology*, novembre 2006, vol. 54, n° 6, p. 919-941.

B. Le jeu des dualités entre modernité et tradition à l'époque actuelle

L'écrivain Roland Dorgelès publie en 1925 un récit de voyage. Il y fait part de sa surprise de voir une Indochine qui a changé. Henry Copin explique que pour l'auteur l'ancienne Indochine a disparu « *ce vieil Annam mystérieux et sanglant de Jules Boissière et d'Albert de Pouvourville* ». Dorgelès découvre « *une Indochine nouvelle en proie à des mutations profondes et rapides, où la tradition côtoie à chaque instant la modernité* »⁵⁷⁶. Cette opposition entre modernité et tradition nous la retrouvons au cours de nombreuses présentations du Vietnam. Par exemple à la fin du documentaire ARTE : « *ce qui nous a le plus fascinés tout au long de ce périple au-delà de ces paysages fabuleux, ce sont les Vietnamiens qui réussissent à combiner des traditions ancestrales et une marche irréversible vers la modernité* » ; mais aussi au début du documentaire de « Thalassa » dans la citation que nous avons déjà citée un peu plus haut. Au cours d'une conférence de presse pour présenter sa chanson *Hanoi*, la Grande Sophie expliquera : « *ce que j'aime dans le clip c'est cette proposition d'accélération et de ralenti, qui montre cette ville à la fois dans la tradition, mais où tout va vers le futur quand même* »⁵⁷⁷. Cette dichotomie entre tradition et modernité nous la retrouvons également sur les couvertures de guides touristiques. Par exemple sur la couverture du guide du Routard de 2010, 2011, 2016, 2017 où l'on voit différentes photos qui exposent un couple vietnamien sur un scooter en tenues de mariés d'inspiration occidentale. Pour George Simmel la ville par sa dimension cosmopolite est le lieu de confrontation des idées et donc de la modernité⁵⁷⁸. D'après le dictionnaire des sciences humaines, les mots clefs de la modernité sont : la raison, l'individu, le progrès, l'égalité, la liberté⁵⁷⁹. La dualité modernité-tradition en cache donc finalement une autre : ville-nature. Dans l'entretien qualitatif, lorsqu'il a été demandé aux répondants de donner une image qu'ils ont retenue de leur séjour au Vietnam, 16 % ont décrit le couple nature-ville. Voici deux extraits des entretiens pour illustrer ces propos :

P3 : « *Alors la jungle en fond et devant la ville. La ville un peu comme Hanoi avec des immeubles pas trop hauts. Tu vois genre en fond le truc bien vert et devant une ville un peu grise comme ça. Vraiment une différence entre la ville d'un côté et la nature de l'autre.* »

P4 : « *Je dirais une espèce de contraste entre la ville et la campagne. Vraiment ce contraste entre les deux, ça m'avait marqué.* »

Notre analyse a mis en lumière que la représentation d'un Vietnam moderne est difficile à accepter pour les Occidentaux. Lorsque la modernité est montrée dans les représentations exotiques, elle va permettre d'amplifier l'aspect traditionnel. Comme la couverture des guides touristiques qui montre des mariés sur une vieille mobylette. La modernité vietnamienne est finalement très peu présente dans les représentations sociales autour de ce pays. Dans les trois

⁵⁷⁶ H. Copin, *L'Indochine des romans*, op. cit., p. 87.

⁵⁷⁷ Liligo, « La Grande Sophie : « J'espère que la chanson "Hanoi" donnera envie de voyager en Asie » », art cit.

⁵⁷⁸ Georg Simmel, *Les Grandes villes et la vie de l'esprit*, Paris, Herne, 2007.

⁵⁷⁹ Jean-François Dortier (ed.), *Le Dictionnaire des sciences humaines*, Auxerre, Sciences humaines, 2004, p. 563.

documentaires que nous avons étudiés, c'est l'image de la tradition qui domine et peu celle de la modernité. Lorsque le progrès est montré, c'est par l'Occident. Dans notre Chapitre III, nous avons constaté que l'imagerie exotique est imposée sur le dominé pour satisfaire le besoin d'un dominant. Rappelons que Segalen, un des fondateurs de la pensée exotique française, était strictement opposé à l'égalitarisme. Il a toujours perçu la modernité et le progrès comme un ennemi de l'exotisme. Pour Todorov, Segalen y verrait un mouvement d'égalisation, d'universalisation et d'homogénéisation insupportable⁵⁸⁰. Ce regard condescendant refuse que la modernité atteigne les pays exotiques. Le regard exotique exige finalement que pour que le *foreigner* reste le *stranger*, il doive figer sa culture et accepter sa muséification. Eliade dans *Méhistophélès et l'Androgyne* écrit dans son introduction : « L'époque moderne... est caractérisée par la confrontation avec les "inconnus", les "étrangers" et leurs mondes, univers insolites, non familiers, exotiques ou archaïques »⁵⁸¹. L'exotisme du moderne n'existe pas. Rappelons un extrait d'entretien mené par Nadège Chabloz :

*« Il faut s'adapter à la modernité mais étape par étape. Qu'on ne leur amène pas la TV demain. Parce que ça leur amènera un tas d'envies qu'ils ne pourront pas satisfaire. Qu'ils jouent donc avec leur bout de bois au lieu de s'amuser avec des souris (jeux vidéo, ordinateurs). Ce n'est pas sûr qu'ils sachent gérer, avec leur mentalité de grands gamins, ils sont adeptes de la facilité ».*⁵⁸²

L'exotisme a un caractère moral. L'exotisé est pauvre et l'Occidental doit le secourir. Le mythe du bon sauvage est toujours d'actualité. Dans l'entretien qualitatif, P10 explique s'être attendu à aller dans un pays pauvre où elle serait la plus riche à cause de l'étiquette « pays en développement ». Elle s'est dit être soulagée de constater qu'il s'agissait d'un préjugé. L'exotisme est une notion de l'Occident. La modernité et le progrès sont des caractéristiques dont l'Occident a toujours cherché à être le représentant ou du moins le porte-drapeau. Dans l'enquête quantitative, 72 % des répondants déclarent que l'exotisme est la rencontre avec l'altérité. Les entretiens qualitatifs de la partie BA4 montrent que cette altérité est comprise par les participants comme un éloignement de leurs propres habitudes. Dans la partie BA5 le mot « différence » est énoncé 10 fois et le terme « dépaysement » 7 fois. Un Vietnam trop moderne ne correspondrait plus à l'altérité recherchée, car trop proche des modes de vie occidentaux, et donc à l'exotisme. En effet, on constate que la ruralité, ou la nature, a été citée comme synonyme d'exotisme avant même de faire entrer le Vietnam dans la discussion. Lorsque nous avons étudié la notion d'exotisme national, nous avons utilisé le principe de réciprocity de Lévi-Strauss entre nature et culture pour comprendre le couple ville-campagne. L'un existe par rapport à l'autre. Il en est de même ici. L'exotisme est lié à un contexte. Il ne peut pas être perçu comme un concept isolé. L'exotisme ne s'oppose donc pas à la culture occidentale, mais il la continue et la complète.

Nous pouvons constater dans les entretiens menés que les projections du Vietnam, par les touristes avant leur séjour, correspondaient à l'imagerie d'un Vietnam traditionnel,

⁵⁸⁰ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 379.

⁵⁸¹ Mircea Eliade, *Méhistophélès et l'Androgyne*, Paris, Gallimard, 1995, part. Introduction.

⁵⁸² N. Chabloz, « Le malentendu », art cit.

spirituel, sauvage et pauvre, centré sur des images de paysages précis relevant de la campagne. Après leur voyage, les représentations des voyageurs ont changé ; la ville, et par conséquent la modernité, étaient beaucoup plus présentes. Cela a été le cas pour les sons retenus. Les bruits des rues et les mobylettes ont été cités par une grande majorité de participants. Ces résultats n'ont rien d'inattendu au vu de l'absence quasiment totale de la modernité dans les différents supports que nous avons étudiés : emballages, couvertures, films, chansons et documentaires. Comment s'étonner que les participants évoquent des images de rizières et de ruralité quand 36 % des couvertures des guides touristiques les plus connus affichent des paysages de campagne ? Nos analyses ont également montré que même après l'expérience de séjour, les participants gardaient des projections exotiques. En effet, l'omniprésence du positif, les effets d'intensité (ou d'amplification) ainsi que la reterritorialisation par le reconnaissable expliquent que l'expérience n'annule pas la socialisation à l'exotisme. Bastide Roger parle : « *de notre difficulté à sortir de nous-même* »⁵⁸³. L'authenticité est donc construite. Nous ne nous situons pas ici dans une authenticité objective, au sens de Dean MacCannell, mais dans une authenticité symbolique au sens de John Urry. En effet si elle était objective, l'individu s'émanciperait de ses représentations présumées au contact de la culture qu'il visite. Urry parle d'un regard touristique : le « *tourist gaze* »⁵⁸⁴. Dans la pensée du sociologue, le désir des individus de voir certains lieux ainsi que l'expérience de ces lieux ne sont pas personnels et autonomes, mais ils sont le fait de structures sociales. L'authenticité serait donc une notion constructiviste. Les individus apprécient certains éléments visités parce qu'ils ont appris à les contempler d'une façon spécifique, dans des cadres sociaux précis et selon des normes et des codes convenus. Cette théorie met en lumière la dimension sociale, sensorielle et discursive du voyage. Urry explique également que ces façons de voir et les pratiques qui en résultent offrent aux individus des bénéfices en termes de statut et de légitimité.

70 % des personnes interrogées considèrent que le paysage est un élément exotique d'un pays. Souvent, la ville va être opposée à la notion de paysage. Ce dernier concerne donc des éléments d'environnement naturel qui ne sont pas la ville. Cet élément naturel s'oppose alors aussi à la modernité. On peut s'en apercevoir à partir de l'association de la nature vietnamienne avec le mythe d'une Asie sauvage et non domestiquée ou alors avec celui d'une Asie rurale et paysanne. L'esthétisme de la nature est un élément d'imagerie extrêmement présent dans l'imaginaire exotique autour du Vietnam. Lorsqu'il a été demandé aux participants de l'enquête qualitative de donner des éléments exotiques du Vietnam, le mot « paysage » a été employé 17 fois. Il semble être une catégorie à part entière de l'exotisme. De plus, certains participants ont expliqué qu'il est plus acceptable et éthique de fantasmer sur cet exotisme contemplatif par rapport à d'autres formes d'exotisme (par exemple l'exotisme de l'anormal, l'exotisme coloniale ou encore l'exotisme folklorique et cliché). Les images de paysages associés au Vietnam sont précises. La campagne est représentée par des rizières, des prés et des personnages. Les différents types de rizières (simple ou en escalier) sont présents sur 26 % des paysages des couvertures de guide touristique analysé. Ces projections ne sont pas seulement

⁵⁸³ R. Bastide, *Le Prochain et le Lointain*, op. cit., p. 9.

⁵⁸⁴ J. Urry et J. Larsen, *The Tourist gaze 3.0*, op. cit.

esthétiques elles sont également thématiques. La campagne expose une certaine catégorie de la population : ceux qui travaillent la terre, la mer ou la matière. Ces populations sont associées à certaines valeurs que nous étudierons dans la partie consacrée aux personnages. Les marchés peuvent également être rattachés au mythe campagnard. En effet, c'est dans ces lieux que les produits cultivés, pêchés ou créés vont être vendus. 22 % des paysages des guides touristiques étudiés montrent des marchés. Sur ces images on voit des masses de personnes effectuant des transactions ou encore manipuler de la matière. Le marché appartient à la ruralité et donc à un environnement naturel comme l'explique P1 dans l'entretien lorsque l'animatrice lui a demandé des sons qu'elle a retenus du Vietnam : « *Des sons d'animaux. Ou des sons du quotidien... mais qui font plus naturels. Par exemple des gens qui font le marché des choses comme ça* ».

L'eau est aussi un élément central. Sur les couvertures de guides touristiques, 48 % des photos qui possèdent un paysage reconnaissable montrent de l'eau. Elle est présente sous plusieurs formes : Le Mékong, la mer, l'humidité, la mousson, les mangroves, les cascades, la sueur, la moiteur... Dans le film *l'Amant* elle est constante, sur la plupart des plans, il y a de l'eau. Chez les participants de l'entretien, l'eau a été citée plusieurs fois. P8 et P18 ont évoqué l'odeur de l'humidité en arrivant au Vietnam. A, P19 et P2 ont expliqué que l'image qu'elles gardaient du Vietnam était en partie cet élément. Outre l'eau on retrouve également les montagnes, notamment présentes sur les images de la baie d'Along, les bambous comme sur l'emballage de nems de Lidl, la jungle présente dans les entretiens... Ces paysages semblent évoquer la beauté qui provoque des émotions. Ce mécanisme est particulièrement existant dans les documentaires qui n'hésiteront pas à montrer des suites de paysages accompagnés de musique épique. Cela accentue encore davantage leur capacité contemplative. Pour le philosophe François Jullien, le paysage instaure un « *champ tensionnel* » ou le « *le perceptif devient en même temps affectif* ». D'après lui, le paysage, « *n'est plus affaire de "vue", mais du vivre* » ce qui permet de sortir de la raison pour entrer en connivence avec ce qui est perçu⁵⁸⁵.

Une autre représentation qu'on peut catégoriser dans l'authentique et qui s'oppose à la modernité est l'image d'un Vietnam spirituel. Cette spiritualité est montrée par la religion et la philosophie. Nous l'avons observé par le bouddhisme évoqué à plusieurs reprises dans les entretiens. Par exemple dans les projections du Vietnam avant le séjour il est nommé 3 fois. Dans les entretiens, les mots « calme » et « sagesse » ont été rattachés au bouddhisme. Sur trois des emballages de nems étudiés, on voit des images des pagodes. Un bouddha est aussi présent sur l'emballage de *Carrefour*. Le groupe Bleu Toucan dans sa chanson *Hanoi Café* affirme lors d'une interview que l'Asie a été « *une sorte de quête philosophique en Asie pour récupérer le modjo bleu* »⁵⁸⁶. Ils associent donc une profondeur spirituelle à ce continent.

Enfin, une représentation du Vietnam qui s'est surtout révélée lors des entretiens qualitatifs est l'image des villes en effervescence. Les répondants ont expliqué que la ville a été pour eux un endroit bruyant. Cet aspect a parfois été apprécié, d'autres fois pas du tout. Les

⁵⁸⁵ F. Jullien, « Du paysage, entretien avec François Jullien », art cit.

⁵⁸⁶ Bleu Toucan, « Bleu Toucan, la musique au service d'une cité idéale », art cit.

répondants ont également retenu la pollution des villes. Ce qui pour P14 représente un désenchantement par rapport aux attentes qu'elle avait. La circulation a été perçue comme une bousculade confortable et plus encore à une étrangeté fascinante. Dans l'ensemble des documents que nous avons étudiés, il n'y a que la chanson *Hanoi* qui a pour thème la ville. Notons néanmoins que cette musique montre la ville par le contraste de la modernité et la tradition. En fin de compte, peu d'éléments de représentations exposent un Vietnam moderne sans que l'aspect traditionnel soit posé en miroir. La modernité seule pour décrire le Vietnam ne semble pas être crédible. Dans l'extrait qui suit, P17 explique que pour elle, les capitales ne sont pas représentatives d'un pays, car elles se ressemblent. Son témoignage montre qu'il n'y a finalement que la campagne et la nature qui correspondent aux représentations que cette personne a du Vietnam. Dans sa trajectoire de pensée, seul le traditionnel est authentique et par conséquent réel. Au regard de ces paroles, l'essence du Vietnam ne peut pas être dans la modernité :

« Quand j'y vais, je vois le vrai Vietnam. Comme tous les pays au monde, les capitales c'est des rêves. On ne voit pas le véritable pays dans les capitales ou les grandes villes. Mais moi je vais à quelques kilomètres de la mer dans un village, donc je suis vraiment au contact du "vrai" Vietnam. »

Pour conclure, il semblerait que la représentation exotique du Vietnam oriente son regard dans des directions qui ne prennent pas en compte l'ensemble des réalités du pays. L'histoire, l'économie, la politique sont des exemples de domaine qui ne sont pas du tout pris en compte par le regard touristique. Des films de réalisateur et réalisatrice vietnamiens montrent des réalités en dehors des « *mentalités façonnées par l'esprit de demeure close* »⁵⁸⁷. Ils pointent les transformations de grandes ampleurs qui ont affecté à la fois les structures sociales, les modes de vie, les valeurs, les idées et la politique. On peut citer les films de Phang Dang Di, Bui Thac CHuyen, Le Van Kiet, Dang Nhât Minh ou encore des *Viet Kieu* comme Tran Anh Hung, Lâm Lê, etc. D'une certaine manière, c'est comme si le regard exotique reprochait au Vietnam de se développer. En effet, les aspects considérés comme trop proches de réalités occidentales comme l'univers urbain seront invisibilisés ou discrédités et ne seront pas traités comme appartenant à l'identité vietnamienne. D'aucuns pourraient admettre par une authenticité objective que tout ce qui se passe au Vietnam est finalement vietnamien, mais cela ne se passe pas de cette façon, l'authenticité recherchée par des personnes non membres de l'espace culturel visité est symbolique. Le touriste occidental veut consommer les symboles qu'il produit. L'authenticité symbolique va être perçue comme plus « réelle » que la réalité objective. Ce point de vue subjectif se base sur l'idée que la modernité est une construction. Au contraire, la nature est une essentialisation et serait par conséquent plus réelle. Relever le fait que le Vietnam est un pays « entre nature et culture » n'est pas un simple constat. Faire cette distinction est un procédé actif. Le regard touristique souhaite croire que la campagne et la tradition sont des aspects plus « naturels » au Vietnam que la modernité. Finalement, ce

⁵⁸⁷ R. Bastide, *Le Prochain et le Lointain*, op. cit., p. 9.

mécanisme correspond davantage à une tentative pour « naturaliser » (cf. Chapitre III, A. b)) un point de vue subjectif. Cette perspective évoque un état de nature qui justifierait une plus grande authenticité. Elle considère des attitudes et des modes de vies comme intrinsèques aux individus et par conséquent ne relevant pas de constructions sociales. L'idée de la possibilité de transformation, d'adaptation ou d'échange est donc absente. Lorsqu'elles se produisent, elles ne sont donc pas perçues comme « vrai » et par prolongement « authentique ». De plus, la « naturalisation » de la différence empêche de la reconnaître comme étant une interprétation réalisée à partir de référentiels particuliers. La notion de « naturel » est une illusion qui permet de mettre en évidence des préjugés et surtout des idées reçues. Les éléments considérés comme « naturels » sont plus légitimes que celles perçues comme étant « non-naturelles » parfois « artificielles » et par conséquent peu dignes d'intérêt.

Chapitre XXIII. Typologie des personnages exotiques

A. L'image de la population générale : entre confusion, misérabilisme et populisme

Une première remarque que nous pouvons faire au sujet des représentations de la population vietnamienne est la méconnaissance des Occidentaux. Lorsqu'on observe les emballages de nems, un amalgame entre les différents pays d'Asie du Sud-Est est criant. L'emballage d'*Intermarché* a été le plus extrême dans la confusion en prenant un produit vietnamien, en ajoutant le titre « *Saveur de Chine* » puis en l'illustrant avec la photo d'une femme en tenue de mariage coréenne. Dans leur clip *Hanoi Café*, le groupe Bleu Toucan a également choisi des éléments de cultures japonaises, chinoises et vietnamiennes sans faire de distinctions. Cette pratique relève du préjugé. Son impact social est important. En effet, cette façon de montrer la population vietnamienne et plus généralement les Asiatiques a pour conséquence de les faire voir comme une population identique et homogène sans prendre en compte leurs particularités culturelles, historiques, politiques, géographiques, etc.

Le préjugé, composé d'un aspect affectif et cognitif, est également conatif. Il s'inscrit donc dans une démarche active qui ne se limite pas à une simple grille de lecture du monde. De ce préjugé envers les Asiatiques ressort une attitude normalisée des Occidentaux à les représenter de cette façon. De ces représentations découle un comportement basé sur des prénotions. Le clip *Vietnam, Laos, Cambodge* des Béruriers Noirs, est un bon exemple des conséquences de ce préjugé. Cette vidéo a été tournée dans le but de soutenir les exilés d'Asie du Sud-Est de la guerre américaine. Les paroles de la chanson expriment la solidarité avec ces populations. Pourtant les représentations des Asiatiques, incarnés par des masques portés par les membres du groupe (des visages caricaturaux de personnes aux yeux bridés, des figures jaunes ainsi que des masques de Fu Manchu), apparaissent aujourd'hui comme insultantes et racistes. Le groupe Indochine avec son album « péril jaune » entre également dans ces mécanismes de présupposés. Les chansons de l'album entretiennent cette confusion des

références sur l'Asie et cette utilisation des préjugés. Les représentations sociales de cet album mobilisent des topoï, des mythes, des préjugés, des stéréotypes, des figures et des héros socioculturels, qui permettent d'instaurer des ambiances, des symboles, des personnages, des lieux convenus, connus de l'imaginaire occidental. Notons que la confusion des références sur l'Asie se joue aussi dans les symboles, citons le caractère *Shou* utilisé pour le marketing des nems alors que ce symbole se réfère à la croyance Feng Shui chinoise.

Une des raisons de cette confusion est la fascination de l'Occident pour des caractéristiques physiques qui sont assignées aux Asiatiques. Ce ne sont finalement pas les altérités culturelles qui importent, mais le fait que les corps soient différents de ceux qu'on attribuerait à l'Occident. Chine, Vietnam, Birmanie, Laos, Indonésie, etc. les identités culturelles sont secondaires. Cela se remarque dans les paroles de chansons. Le morceau : *Un peu plus près des étoiles*, décrit les yeux des exilés asiatiques : « *les yeux mouillés de pluie* », « *refermés leurs paupières* », « *et dans leurs yeux mi-clos* ». La chanson *Bonjour Vietnam* interprétée par une artiste d'origine vietnamienne, mais écrite par Marc Lavoine comporte les paroles suivantes : « *Raconte-moi ce nom étrange et difficile à prononcer* », « *Raconte-moi [...] le trait de mes yeux bridés* », « *Raconte-moi ma couleur, mes cheveux et mes petits pieds* ». Nous avons déjà relevé le fait d'un ethnocentrisme extérieur à la culture vietnamienne qui sert de référentiel et construit la figure du *stranger*. Le regard utilisé est donc bien celui d'un Français sur le Vietnam. Les sourires sont aussi un aspect physique fréquemment énoncé dans les représentations sociales du Vietnam. Les chansons : *Hanoi*, *Plus près des étoiles* et *Fille du Vietnam* explicitent au moins 1 fois ce sourire qui serait si typique aux Asiatiques. Par ailleurs, un des documentaires étudiés se nomme : « *Sourire du Vietnam* ». Dans les entretiens qualitatifs, les références aux sourires sont également nombreuses : « *Les Vietnamiens sourient tout le temps. Même pendant la guerre, tu les voyais sourire* » (P2), « *ça va être le sourire, la gastronomie... je pense que c'est surtout la gentillesse des gens* » (P11), « *Chez eux, un petit sourire et hop on t'invite, tu bois un petit thé même s'ils te connaissent même pas. C'est naturel chez eux* » (P16), « *c'est quand même la culture du sourire* » (S).

Cette homogénéisation des Vietnamiens se retrouve également dans la tendance à montrer cette population sous un prisme impersonnel provoqué par des effets de masse ou par l'apparition de figures socioculturelles. Dans le film *l'Amant*, nous avons relevé le fait qu'aucun Vietnamien n'avait d'identité individuelle. Ils sont exclusivement dépeints en masse pour créer un décor ou une ambiance (Scène 1, 2, 3, 4 étudiés) ou en tant que figure socioculturelle (par exemple l'homme pousse-pousse). Dans le film *Indochine*, plusieurs personnages principaux sont Vietnamiens, mais de manière générale il y a beaucoup de scènes qui utilisent ces portraits anonymes, cette impression de masse et d'activité comme cadres de l'intrigue. Sur la couverture des guides touristiques, nous avons aussi relevé que sur l'ensemble des personnages représentés on ne voit pas le visage des individus sur 64 % des photos. Cette déterritorialisation des individualités se reterritorialise en typologie socioculturelle.

Les figures de typologies socioculturelles qui reviennent souvent, surtout entre les années 70 et les années 90, sont celles associées à la guerre. Les guerres successives qu'a subies

le Vietnam font ressortir trois personnages : la victime, l'exilé, et le guerrier. Ces figures resurgissent particulièrement dans les chansons et dans les entretiens. La guerre du Vietnam a été un sujet très diffusé et très discuté en France. Notons qu'elle se passe en même temps que les mouvements sociaux de mai 68. Beaucoup d'artistes ont pris position contre cette guerre et ce qu'elle symbolisait. Anne Vanderlove a écrit une chanson dans ce contexte. Elle décrit un peuple en souffrance qui subit toutes les cruautés de la guerre : « *Et des enfants, le cul par terre/Tous nus, en larme, dans la poussière/Pleuraient sur toutes les photos/Dans les journaux* », « *Elle chantait au bord d'une route/[...]/Son enfant mort serré contre elle/Des avions déchirent le ciel/Le soleil se couche, il fait beau/Dit la radio* ». L'utilisation des figures de femmes et d'enfant renforce l'image de détresse et invite l'auditeur français qui écoute à l'empathie. Jean Ferrat parlera de : « *trente ans de feu de souffrance et de larmes/[...]/Un génocide vain perpétré au Viêt-Nam* ». Les Béruriers Noirs diront : « *Il était une fois des Khmers/Massacrés passés aux fers* », « *Derrière le suicide des Bonzes/Se cache le cri des enfants* ». Ces paroles montrent le traumatisme d'un peuple, mais également l'émotion des Français qui ont vu ces images. Les Béruriers Noirs chantent aussi : « *Une jeune fille aux yeux d'amande/Violée par des pirates thaïs/A tenté d'se suicider : Elle ne veut plus endurer!* ». Puis : « *Oh petite vietnamienne/Qui galère dans les rues/Dans la vie comme dans tes rêve/Tu cherches le dragon perdu/Oh petite Vietnamienne/Je suis eurasien de cœur/Ecoute-moi parce que je t'aime/Tu seras ma petite sœur* ». Ces chanteurs et chanteuses prennent une posture de dénonciateurs voire même de protecteurs.

La représentation de ces survivants de guerre est misérabiliste. Ce qualificatif concerne également la figure de l'exilée, qui en plus des conséquences de la guerre va souffrir du déracinement de son pays comme le montre la chanson *Plus près des étoiles* : « *Ils ont quitté leurs terres/Leurs champs de fleurs et leurs livres sacrés* » et la chanson *Vietnam, Laos, Cambodge* : « *Des familles fuyant la guerre/De l'exode et de l'enfer/Naufragés puis réfugiés* ». La souffrance des *boat people* est silencieuse et pudique et donc assez peu dérangeante : « *Sans amour, sans un cri/Ils ont fermé leurs visages de miel* ». La notion de misérabilisme a été théorisée par Jean-Claude Passeron qui explique cette tendance à percevoir un groupe d'individu seulement en leur qualité de victime⁵⁸⁸. Finalement, les chansons que nous avons étudiées représentent uniquement les Vietnamiens en fonction de la situation qu'ils subissent. De plus, ils sont décrits sous un angle psychologique et assez peu sous un angle historique ou politique. Ces chansons éveillent l'empathie et non la critique structurelle. Pour Marion Frésia, ce procédé les essentialise en tant que : « *pures victimes, sans passé ni présent* »⁵⁸⁹. Pour Chris Coulter, cela agit comme un : « *synonyme de perte de confiance en soi et d'estime de soi* »⁵⁹⁰ et engendrerait une perception paternaliste du monde où la représentation de l'exilé se restreint à une « *figure traumatisée par son expérience* ». Le problème majeur de cette représentation,

⁵⁸⁸ Claude Grignon et Jean-Claude Passeron, *Le Savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Éd. du Seuil, 2015.

⁵⁸⁹ M. Frésia, « Les réfugiés comme objet d'étude pour l'anthropologie : enjeux et perspectives », *Refugee Survey Quarterly*, 1 janvier 2007, vol. 26, n° 3, p. 45.

⁵⁹⁰ Chris Coulter, « Organizing places and people. Humanitarian discourse and Sierra Leone refugees », *Working papers in Cultural Anthropology*, 2001, n° 10, p. 46.

toujours selon Coulter, est que le réfugié sera considéré comme une « *non-personne* » sans identité et donc impossible à intégrer dans un autre paradigme que celui de la victime. À côté de ce rôle, les Vietnamiens sont également montrés comme des guerriers. P11 expliquera qu'elle a : « *toujours vu les Vietnamiens comme un peuple déterminé et fier. Ils en ont bavé quand même* ». P15 utilisera le même adjectif : « *j'ai croisé une femme âgée qui parlait quelques mots de français, elle était fière de me dire qu'elle s'était battue pour son pays contre les Français* ». Pour P2 : « *tu vois ils ont fait la guerre contre nous contre les Américains, c'est une folie quoi. C'est des gens à part, je pense* ». Ces paroles montrent, pour un peuple qui a repoussé les Français puis les Américains, un respect, mais plus important encore une certaine horizontalité. Dans *Un air de liberté*, de Jean Ferrat, on retrouve également ce rôle guerrier : « *un peuple luttant pour son indépendance* », les Béruriers Noirs évoqueront les ethnies minoritaires comme : « *Des tribus de montagnards/Qui résistent dans la nuit noire* ». Le contexte de l'époque est tumultueux. Le monde est globalement soulagé de voir les massacres de la guerre finir. D'un côté, les intellectuels de gauche célèbrent cette victoire par la perspective anticolonialiste, mais de l'autre, c'est une défaite pour l'Occident et les valeurs anticomunistes de l'époque. Rappelons la lettre d'Ormesson qui avait écrit dans un éditorial du *Figaro* : « *Pour l'ensemble du monde libre, c'est un échec sanglant, plein d'amertume et d'enseignements* ». Ces représentations à la fois de populations victimes et de populations guerrières exposent plusieurs perceptions de ce conflit.

Une autre figure de typologie socioculturelle qu'il nous faut aborder est celle du travailleur vietnamien. L'étude des couvertures des guides touristiques montre que 64 % du rôle des protagonistes mis en scène se limite à ceux de transporteurs, agriculteurs ou vendeurs. Les attributs qui leur sont rattachés sont souvent les mêmes : des chapeaux coniques, des palanches, des produits à vendre. Ils sont toujours actifs. Typiquement, ils apparaissent dans les films que nous avons étudiés. Nous avons déjà fait le constat, dans ces films, que les Vietnamiens en arrière-plans étaient sans cesse présentés en activité, dans des rôles de travailleurs. Durant notre étude sur l'exotisme national, nous avons aussi relevé de quelle façon le mythe du campagnard était construit et comment il correspondait à une attente de citadin saïgonnais. Les moyens d'expression de ces attentes en imaginaires sont différents pour un public occidental, mais l'imaginaire est sensiblement le même. Cet imaginaire développe le mythe du travailleur simple, mais vaillant. Nous pouvons lier cette représentation sociale à la théorie du populisme de Jean-Claude Passeron. Pour le sociologue, il serait faux d'envisager une culture populaire (comme celle des campagnards) comme une altérité pure avec une culture autonome et une autosuffisance symbolique. Ce relativisme culturel témoigne au contraire d'un ethnocentrisme. En effet, ce mode de pensée ne considère pas les divers contextes qui influencent une culture et les référentiels de l'individu qui marquent sa perception du groupe regardé. De plus cette perception (parce qu'il s'agit bien d'une perception et pas d'une réalité objective) occulte les rapports de domination qui modèlent ce groupe fantasmé.

Ce qui est différent de la théorie de Passeron dans ces représentations exotiques de la campagne, c'est qu'il s'agit moins d'une exotisation de la culture paysanne que d'une exotisation de pratiques de travail observé par un groupe extérieur qui l'associe à un imaginaire issu de ses propres référentiels. Cette sacralisation d'un monde populaire du lointain fait écho au chapitre sur le contexte socioculturel du postmodernisme. L'authenticité du mode de vie traditionnel (réel ou fictif) fait partie d'un monde sacré aux vertus thérapeutiques. L'incohérence, la rationalisation, la fragmentation, la surabondance, l'intensité, et l'individualisation qu'instaure le contexte sociétal postmoderniste n'offrent plus à l'individu le confort des évidences. Le monde sacré et l'imagerie exotique le peuvent. L'imaginaire d'une campagne traditionnelle et authentique permet de rééquilibrer la réalité des individus.

B. Les populations spécifiques : des figures adaptées aux besoins des exotisants

a) L'hypersexualisation passée et présente des femmes asiatiques

Pour comprendre les représentations exotiques des femmes vietnamiennes et plus généralement des femmes asiatiques, il faut revenir à la colonisation et à l'Indochine. Le Vietnam a fait partie de L'Indochine qui était un territoire colonisé par la France. Pour Pascal Blanchard, un historien spécialiste du fait colonial et de l'immigration en France, la sexualisation ainsi que les violences sexuelles font partie intégrante du processus colonial :

*« La nudité fait partie du "marketing" de l'expédition coloniale, et façonne l'identité même des femmes indigènes. Au temps des conquêtes à partir de la fin du XV^e siècle, les images qui circulent évoquent un paradis terrestre peuplé de bons sauvages aux corps offerts et nus. Ils font partie de la nature. Du décorum. Plus tard, le paradis terrestre se transformera en paradis sexuel. Les Occidentaux partiront dans les colonies avec le sentiment que tout leur est permis. Là-bas, il n'y a pas d'interdit, tous les verrous moraux sautent : abus, viol, pédophilie ».*⁵⁹¹

Il utilisera l'expression « *safari sexuel* » pour parler de cette période coloniale. Pour Jennifer Yee, peu importe le pays, la colonisation exploite les mêmes iconographies tout en s'adaptant à des spécificités locales. Elle explique que certains motifs employés en Asie ressemblent à ceux de l'orientalisme : « *Il est curieux de constater à quel point ces scènes de l'intérieur s'inspirèrent des motifs courants du vieux fantasme du harem oriental, même dans des colonies très différentes* »⁵⁹². Pour cette autrice, cela s'explique par le rôle symbolique projeté sur les femmes colonisées : « *elle représente la terre colonisée elle-même* ». Elle précisera que cela se ressent dans le vocabulaire utilisé pour décrire l'expansion coloniale : « *À l'époque où l'on parlait facilement de la pénétration des terres vierges et de la soumission des peuplades passives, la*

⁵⁹¹ Catherine Calvet et Simon Blin, « Pascal Blanchard : « Ces images sont la preuve que la colonisation fut un grand safari sexuel » », *Libération*, 21 sept. 2018.

⁵⁹² Jennifer Yee, *Clichés de la femme exotique : un regard sur la littérature coloniale française entre 1871 et 1914*, Paris, France, L'Harmattan, 2000, p. 39-40.

métaphore de la féminité était omniprésente dans la rhétorique de la conquête ». Enfin, ces relations entre colons et colonisées vont au-delà du simple désir sexuel. Yee explique que la possession des corps par le colonisateur fait presque figure d'obligation patriotique. Ces mécanismes justifient par exemple du fait qu'il n'est pas choquant pour les spectateurs de l'époque de voir Joséphine Baker, une afro-américaine, interpréter la chanson : *La Petite Tonkinoise*.

Selon Henri Copin, le fantasme autour des femmes asiatiques est : « *la forme la plus concrète de l'exotisme, celui de la chair et des sens* »⁵⁹³. Effectivement, notre analyse sur l'exotisme a montré sa puissance sensitive. À l'époque, les Français de la métropole souhaitent lire des histoires « romantiques » des colonies. Un genre littéraire se crée, celui du « *roman à l'eau de rose du paquebot et de l'uniforme* »⁵⁹⁴. Eujeune Pujarnisclé, un critique littéraire de 1931, montre que les femmes colonisées tenaient une place vraiment disproportionnée dans la littérature coloniale en comparaison de leur rôle dans la vie coloniale réelle : « *La proportion des romans coloniaux qui prennent pour héros un blanc marié avec une jaune ou une noire, est environ de deux sur trois* »⁵⁹⁵. Lorsque nous avons expliqué la place du narrateur occidental et la place égocentrique que lui laisse prendre le processus exotique, nous avons parlé d'un de ces auteurs de romans exotiques qui fait figure de maître dans le domaine : Pierre Loti. En 1885, il écrit le roman *Madame Chrysanthèmes*. Dans ce livre, il raconte sa vie au Japon et notamment son union temporaire avec une Japonaise. Ce texte a eu un immense succès en Europe. En effet, il a été traduit dans la plupart des langues du continent. De plus, il a été republié environ 200 fois durant la vie de l'auteur. Il a aussi inspiré l'opéra *Madame Butterfly*. Cet opéra italien est encore aujourd'hui joué dans de nombreux théâtres à travers le monde. Dans ce livre, le fantasme de la femme asiatique dans son esthétisme et sa réputation sulfureuse prend corps. On peut même se demander dans quelle mesure il a contribué à le développer. On y retrouve le colonisateur qui use de sa domination pour contrôler une femme, tout en l'érotisant au maximum.

Plusieurs traits caractérisent les femmes asiatiques de l'époque. Leur portrait est sensiblement le même d'un pays à l'autre même si l'on observe quelques différences en fonction des territoires. Maryse Bray et Agnès Calatayud montrent que dans des chansons comme *La Petite Tonkinoise* ou *Tchin Tchin* (de Cora Madou en 1932) il y a des nuances : « *la Chinoise serait plus "farouche", elle "refuse sa bouche", elle est "prudente" [...]. La Tonkinoise quant à elle serait "belle et fidèle"* »⁵⁹⁶.

Un des aspects qui revient lorsqu'on se penche sur la littérature coloniale est la réification de ces femmes. En Indochine, les unions entre blancs et « petites épouses » aussi appelées les « congais » sont une pratique de relation très courante. Cette expression désigne les concubines natives des colons. Ces relations sont éphémères, elles durent au maximum le

⁵⁹³ H. Copin, *L'Indochine des romans*, op. cit., p. 102.

⁵⁹⁴ J. Yee, *Clichés de la femme exotique*, op. cit., p. 13.

⁵⁹⁵ Eugène Pujarnisclé, *Philoxène ou de la littérature coloniale*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 196.

⁵⁹⁶ M. Bray et A. Calatayud, « La chanson populaire en France au temps des colonies : de l'insouciance à la contestation », art cit, p. 4.

temps de séjour de l'homme blanc dans le territoire colonisé. Les congais sont perçues comme des femmes de compagnie au service de l'homme colonisateur. Elles ont une fonction de réconfort, elles sont jetables. Un officier de l'époque écrit à un ami resté en France : « *Il y a ici des femmes charmantes, ce qui est charmant surtout, c'est que pour une modique somme variant de 50 à 500 francs tu peux les acheter et les épouser. Si vous faites mauvais ménage, tu peux la revendre et quelquefois à bénéfice* »⁵⁹⁷. Les femmes paraissent donc, aux yeux du Français de l'époque, comme un objet, une marchandise, un jouet sexuel, dont le colonisateur peut disposer comme il l'entend. Pierre Loti écrit également dans *Madame Chrysanthème* :

« *Allons, petite mousmée, séparons-nous bons amis ; embrassons-nous même, si tu veux. Je t'avais prise pour m'amuser ; tu n'y as peut-être pas très bien réussi, mais tu as donné ce que tu pouvais, ta petite personne, tes révérences et ta petite musique ; somme toute, tu as été assez mignonne, dans ton genre nippon* ».⁵⁹⁸

Dans ces paroles on comprend qu'une fois que l'officier a usé de cette femme il s'en débarrasse, car elle a accompli sa mission première : satisfaire son désir. Évidemment toutes les relations sont différentes. On peut difficilement affirmer qu'il n'y avait aucune histoire d'amour sincère et horizontale entre blancs et femmes colonisées, néanmoins ce n'est pas ici l'objet de notre travail. Ce qui nous intéresse est l'imaginaire et les représentations avec lesquelles ces hommes sont arrivés en Indochine.

La littérature et les récits romantiques ont formé le topos de la rencontre romantique entre le blanc et les femmes des colonisées. On peut le constater dans le film *Indochine* avec l'histoire d'amour entre Camille et Jean-Baptiste. Camille est une princesse asiatique et Jean-Baptiste un officier français. Elle tombe éperdument amoureuse de lui, elle dira : « *si c'est pas lui que j'épouse, je mourrais* », « *ma vie est à lui* ». Elle indique qu'elle lui appartient. Ce film illustre le topos de l'histoire d'amour impossible entre le blanc et la femme colonisée. Ils sont pourchassés tout au long du film, jamais ils ne pourront vivre leur relation sereinement. Leurs univers respectifs semblent leur rappeler qu'ils font partie de deux mondes différents. Jean-Baptiste bascule dans un monde qui n'est pas le sien, il se fait *encongayer*.

Ce terme qualifie les colons qui ont perdu leur attachement aux valeurs de la civilisation occidentale. « *L'encongayement* »⁵⁹⁹ est symptomatique d'une représentation négative des femmes asiatiques qui, on peut le supposer, justifie le traitement dont elles font l'objet. Dans ces représentations négatives, on retrouve l'image de femmes intéressées et cupides. On identifie aussi cette figure dans le film *Indochine*. Emil Devries a une concubine qui s'appelle Hoa. Elle n'est pas appréciée des autres Vietnamiens de la maison. La gouvernante, Mme Shen la trouve « *avide* » et « *vaniteuse* ». La trahison des congais envers les hommes va être un thème récurrent des récits exotiques de l'époque. Des livres comme *Les petites épouses* de Myria Harry ou *Les Génies du Mont Tân-Viễn* et *Fumeurs d'Opium* de Jules Boissières, utilisent

⁵⁹⁷ J. Lebrun, « Les Français en Indochine en 1945 », art cit.

⁵⁹⁸ Pierre Loti, *Madame Chrysanthème*, Presse de la Cité., Paris, 1989, p. 749.

⁵⁹⁹ Gilles Boetsch (ed.), *Sexualités, identités et corps colonisés: XVe siècle-XXIe siècle*, Paris, CNRS Éditions, 2019, p. 131-140.

ce topos de la congai avide et cruelle qui souhaite la fin du colon. Les rôles s'inversent : les colons sont des victimes et les femmes des colonies sont des tyrans. Cela justifie une nouvelle fois le fait de les mépriser. Dans ce contexte, on comprend mieux les paroles de *Vietnam Vet* qui dépeignent les Vietnamiennes pendant la guerre comme étant hypocrites, trompeuses et dissimulatrices. Dans le même esprit d'humiliation, nous avons étudié la chanson *La Petites Tonkinoise* qui se moque de manière graveleuse de ces concubines. Maryse Bray et Agnès Catalyud expliquent également que cette chanson montre que : « *les femmes indigènes, au contact desquelles l'Européen s'avilit, sont lascives, dévergondées, expertes dans les choses de l'amour* »⁶⁰⁰.

La femme asiatique est donc soumise, docile, douce, mais également avide et dissimulatrice. Un autre trait qui la caractérise est le fait qu'elle soit immature. Le terme « mousmé » est plusieurs fois utilisé pour décrire ces femmes. Nous l'avons déjà relevé dans les écrits de Pierre Loti, mais on le retrouve aussi dans la chanson *Saïgon* de Suzy Solidor : « *Et les mousmées ont dans leurs yeux bridés des poèmes* ». D'après le CNRTL ce mot décrit « une fille » au sens de la filiation en japonais. En plus d'être perçues comme des jouets sexuels, ces femmes sont infantilisées. Cette image attribuée par l'Occident va justifier qu'on les traite comme des êtres immatures, émotionnels, irresponsables, irrationnels, fragiles, etc. On imagine aussi que percevoir les Vietnamiennes comme des femmes — enfants permet d'assoir l'argument de la colonisation indochinoise ainsi qu'un regard paternaliste qui va pouvoir contrôler les actes et les paroles de ces femmes. Loti dira par exemple : « *il semble qu'il y ait, dans ce mot, de la moue (de la petite moue gentille et drôle comme elles en font) et surtout de la frimousse (de la frimousse chiffonnée comme est la leur)* ». Le ton est celui d'un adulte sur un enfant. Dans la partie sur les champs théoriques et les enjeux conceptuels, nous avons mis en avant que l'exotisme se base sur un rapport de force et donc sur la domination d'un groupe sur l'autre. Un regard condescendant est une condition de l'exotisme. Rappelons cet extrait de Lionel Gauthier : « *Le regard exotique est comparable au regard que pose un adulte sur un enfant [...], il peut s'extasier sur ses talents, ses capacités, son intelligence, tout en gardant à l'esprit qu'il s'agit d'un enfant, d'un être immature qu'il faut donc surveiller de près* ». La normalisation de la différence d'âge dans les couples hommes-femmes (dans lesquels la femme est très jeune) est davantage un mécanisme sexiste qu'un processus exotique, néanmoins notons que dans le film *Indochine* ce schéma est présent. En effet, alors que Camille est encore une adolescente, Jean-Baptiste est un homme d'une trentaine d'années.

Au XIX^e siècle la France se lance dans des expéditions lointaines. D'après Éric Deroo : « *cette politique, qui n'obéit pas à un plan cohérent, se définit initialement en fonction de celle des autres puissances européennes, souvent autour d'initiatives individuelles* »⁶⁰¹. Les Français se désintéressent de leur empire en dehors de la métropole. Par conséquent : « *c'est donc à grand renfort d'images fabriquées de toutes pièces, de slogans, de récits inventés que le service de l'administration civile et militaire, et les nombreux "lobbies" [...] vont tenter de séduire et de*

⁶⁰⁰ M. Bray et A. Calatayud, « La chanson populaire en France au temps des colonies : de l'insouciance à la contestation », art cit, p. 4.

⁶⁰¹ Eric Deroo et Sandrine Lemaire, *L'illusion coloniale*, Paris, Tallandier, 2005, part. Introduction.

mobiliser les électeurs »⁶⁰². Deroo dans son ouvrage : *L'illusion coloniale*, a analysé des centaines de documents. Il montre de quelle manière un imaginaire colonial a été créé et de quelle façon une vision éloignée de la réalité a été édiflée. Il explique qu'une caractéristique de la colonisation c'est de nier l'existence de l'Autre. La déshumanisation et la construction d'un personnage de la femme asiatique sont donc cohérentes avec les logiques coloniales. On peut imaginer que réduire les femmes colonisées à des objets de fantasme a également eu pour but d'attirer les métropolitains sur ce territoire. Pour autant, les images de la colonisation n'ont pas disparu avec la fin des colonies. Pour l'anthropologue Monique Selim : « *La période coloniale a modelé durablement notre inconscient collectif* »⁶⁰³. Selon Maya Larguet, les écrits d'Éric Deroo montrent que : « *l'imaginaire véhiculé durant un siècle de propagande a fini par coloniser les mentalités et les esprits* ». Aujourd'hui, les représentations de la femme des colonies indochinoises sont-elles toujours exploitées ? Plusieurs éléments témoignent que oui.

La philosophe Robin Shen a théorisé sur un phénomène actuel : la *yellow fever*. Cette expression désigne la fétichisation des femmes asiatiques. En d'autres termes la tendance à désirer une femme uniquement en raison de ses caractéristiques physiques ethniques et des clichés véhiculés. Elle qualifie ce concept de « *fétiche raciste* »⁶⁰⁴. Elle écrira :

« *La Yellow Fever impose un fardeau psychologique aux femmes asiatiques. D'abord, elles se sentent homogénéisées. Mais aussi différenciées, c'est-à-dire séparées et maintenues à un niveau différent de celui des femmes blanches. Cela les amène à douter que leurs partenaires s'intéressent à elles pour ce qu'elles sont en tant qu'individus* ».⁶⁰⁵

Grace Ly, une activiste qui milite contre cette exotisation des femmes asiatiques en France rejoint ce point de vue. Lors d'une interview, elle déclarera : « *Il y a cette idée que les femmes asiatiques se ressembleraient toutes, elles sont interchangeables. Il y a une marchandisation des corps féminins et de l'identité et l'héritage culturel des Asiatiques* »⁶⁰⁶. Elle critique finalement cette mise en catalogue des femmes asiatiques qui les réduirait à un produit dont les attributs pourraient être choisis.

Lorsqu'on analyse de quelles façons les femmes asiatiques sont aujourd'hui représentées, on observe qu'effectivement les images de l'Indochine coloniales se retrouvent.

Dans le tissu de documents que nous avons déconstruits, on s'aperçoit qu'en 1991, Lavilliers diffuse la chanson *Saïgon*. Dans cette chanson, Lavilliers interprète le rôle de l'explorateur héroïque indochinois. Durant la deuxième partie du clip, on constate des images de femmes asiatiques nues. Lui-même est dénudé et chante « *Celles qu'on oublie - qu'on abandonne* ». Les rôles sont les mêmes qu'au temps de la propagande d'un imaginaire de l'Indochine. En 1992, Régis Wargnier tourne le film *Indochine*, l'histoire se passe certes pendant l'époque coloniale, mais le regard utilisé dans la réalisation et le montage du film recourt aux

⁶⁰² *Ibid.*

⁶⁰³ Leslie Rezzoug, « La femme asiatique, fantasme et cliché sexiste », *l'Express*, 9 janv. 2019.

⁶⁰⁴ Robin Zheng, « Why Yellow Fever Isn't Flattering: a Case Against Racial Fetishes », *Journal of the American Philosophical Association*, 2016, vol. 2, n° 3, p. 400-419.

⁶⁰⁵ *Ibid.*

⁶⁰⁶ Brut, *L'auteure Grace Ly raconte les clichés sur les femmes asiatiques*, s.l., Brut., 2019.

mêmes mécanismes. Par exemple, Camille est le seul personnage, que le spectateur verra nu. En 1995, dans un tout autre style, le groupe punk Molodoi écrit la chanson : *Fille du Vietnam*. Dans cette chanson, le groupe idéalise ce que serait *la* femme vietnamienne. Elle raconte d'histoire d'un homme qui désirerait avoir une relation avec une femme indéfinie et générale. Elle est décrite comme « *moderne et traditionnelle* », « *des villes ou des campagnes* », « *fille des plages, fille des montagnes* ». La chanson n'est qu'une suite de dualités ce qui montre finalement que cette figure sans singularités est un symbole de fantasmes plutôt qu'une identité entière. En 2007, Sophie Bredier réalise le film *Femmes asiatiques, femmes fantasmes*, elle interroge le publiciste Jean Paul Goude qui affirme que les femmes asiatiques sont faciles à photographier parce qu'elles ont : « *une tête de poupée toute ronde aux yeux fendus* ». Il explique être fasciné « *par leur corps juvénile et androgyne* ». En 2019, l'écrivain Yann Moix expose dans les pages de Marie Claire : « *Je ne sors qu'avec des Asiatiques. Essentiellement des Coréennes, des Chinoises, des Japonaises* »⁶⁰⁷. En 2021, les femmes asiatiques sont encore objet de fantasme. Sur la plupart des sites pornographiques les plus visités en France, on trouve par exemple une catégorie « asiatique ». Plusieurs répondants de notre enquête qualitative ont également noté cette hyper érotisation des femmes asiatiques. M. de l'entretien de groupe dira : « *Il y a plein de touristes qui vont en Asie pour draguer des Asiatiques* » et pour S : « *On les fait passer pour des femmes fragiles et domptables* ». P22 avouera avoir « *beaucoup utilisé Tinder par exemple. J'ai remarqué que les Asiatiques aimaient bien les Européens. Entre nous là-bas il y a une abondance féminine... en plus, elles sont vraiment touchantes les femmes asiatiques* ». P15 précise qu'il ne dirait jamais d'une femme en Asie qu'elle serait exotique. Le répondant associe immédiatement cette expression au concept de *yellow fever*. P8 et P22 racontent également avoir constaté des relations entre blancs et Vietnamiennes qui ressemblent beaucoup au phénomène des « *petites épouses* ». P22 expliquera avec ses mots :

P22 : « *J'ai croisé aussi beaucoup de mecs qui entretenaient des femmes qui étaient 2 fois plus jeunes qu'eux. Si j'ai bien compris, la fille voit le mec le week-end ou une semaine de temps en temps. La fille doit se le coltiner seulement quelques jours, mais elle a plus rien à payer après.* »

P8 affirmera avoir observé que ces relations ne sont pas seulement sexuelles. On retrouve l'aspect thérapeutique et réconfortant relevé lors des unions entre colon et colonisée :

P8 : « *Ce truc où ils prennent en charge "la" femme, l'Asiatique. Ça va au-delà de la consommation de sexe. C'est un rapport vraiment de domination. Ils ont besoin d'entretenir une femme, pour se sentir exister. Alors que dans leur propre pays ils n'en mèneraient pas large.* »

⁶⁰⁷ Marianne Mairesse, « Yann Moix : "Même quand on rompt, on ment" », *Marie Claire*, 5 janv. 2019.

b) Animalisation et asexualisation des hommes

Dans la chanson de Suzy Solidor, la narratrice explique son histoire d'amour avec un homme vietnamien. Il travaille avec un pousse-pousse. Dans une émission de France Inter du 17 juin 2011, plusieurs textes d'archives de cette époque sont lus. Dans un des textes, on présente les hommes en pousse-pousse de la façon suivante :

*« Partout et à tout instant, on entend requérir les services de cet homme cheval, auxiliaire indispensable de la vie coloniale surtout quand il pleut averse. Le pantalon relevé, le torse nu, la tête coiffée du chapeau conique, le [...] pouss' pouss' court, le corps ruisselant toujours infatigable et satisfait ».*⁶⁰⁸

Cette description mélange homme et animal. Cet extrait met en avant la force et l'endurance de ces hommes. On y retrouve aussi l'image d'un individu éternellement satisfait. Par ce procédé, l'homme asiatique se fait également infantiliser, il apparaît immature et naïf. Cette représentation accentue l'idée que les peuples colonisés sont moins humains que les Occidentaux. Ils sont perçus par leur corps et on leur retire toute possibilité d'être des êtres conscients de leur condition. Dans le film *Indochine*, une association à l'animal est également faite. Dans la scène 3, les rameurs vietnamiens sont décrits avec un vocabulaire animal : « *Pour ramer, il faut des bêtes de labour* » (l'amiral). Ils sont aussi dévalorisés : « *Comme dit Raymond, les Indochinois ça n'a pas la carrure* » (Yvette).

Lorsqu'on observe les couvertures des guides touristiques, plusieurs éléments sont à relever sur la représentation des hommes vietnamiens. D'abord, ils sont très peu présents. Seuls 10 % des individus représentés sont des hommes seuls identifiés. Le reste des protagonistes sont des femmes, des individus difficilement assignables à un genre, des enfants, des groupes ou des couples. Ensuite, le rôle de l'ensemble des hommes représentés se limite à une fonction de transporteur, agriculteur ou marchand. Une nouvelle fois, ils sont montrés par les aptitudes de leur corps. On retrouve donc des représentations sociales comparables entre une chanson datant de 1948 et des couvertures de guides touristiques datant des années 2000.

Le film *Indochine* érige un portrait d'eux peureux et soumis. Peureux parce que dans la scène 9, ils refusent de se remettre au travail par crainte d'une bombe communiste. Cette impression est renforcée par la bravoure du personnage occidental qui n'hésite pas à prendre des risques. Ils sont présentés soumis dans la scène 5 lorsqu'un homme se fait battre en remerciant ED de l'avoir puni, il formulera les mots suivants : « *tu es mon père et ma mère* ». Encore une fois, nous avons le regard condescendant d'un adulte sur un enfant.

Nous ne sommes pas parvenus à trouver assez de représentations d'homme vietnamien dans la culture populaire française pour former un échantillon d'étude. Dans plusieurs films français, on trouve des hommes asiatiques, mais leur nationalité est soit chinoise soit indéfinie. On peut citer les films : *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu*, *Taxi*, *La vérité si je mens*, *la tour Montparnasse Infernale*. La plupart du temps, l'homme asiatique sera moqué, imité (surtout pour son supposé accent) ou montré comme très fort en arts martiaux. On observe par ailleurs

⁶⁰⁸ France Inter, « 2/2 l'Indochine française (1856-1945) Empire Colonial Français ».

que deux héros socioculturels asiatiques très connus en France sont eux aussi très forts en arts martiaux. Il s'agit de Jacky Chan et Bruce Lee. Dans le film *Ripoux 3* il y a un personnage vietnamien. Le personnage de Thierry Lhermitte ridiculise le protagoniste vietnamien en tentant de le déviriliser : « *Pham, joli comme prénom Pham, ça fait viril* », « *Et quel est le sexe de Pham ?* ». Dans le deuxième épisode de la Web-série « *Ça reste entre nous* » diffusé en 2017 qui a pour sujet l'image de l'homme asiatique, trois hommes discutent des clichés autour des hommes aux physiques asiatiques. Le cliché de la non-virilité est une image qu'ils énoncent. Ils exposent également la représentation de l'homme asiatique pervers, particulièrement à cause d'une association avec certaines pratiques sexuelles de la culture japonaise non normative comme le *bandage*⁶⁰⁹.

Le méchant Asiatique trompeur et rusé est aussi un cliché véhiculé dans certains films hollywoodiens, on pense notamment à l'officier vietnamien de la série *Missing action* avec son emblématique héros Chuck Norris ou encore l'ultime génie du mal qui a influencé toute l'iconographie du « péril jaune » que s'est inventé l'Occident : le docteur Fu Manchu. D'après Alain Bourde cité par Alain Ruscio : « *Le jaune est fourbe. [...] Le jaune inquiète, car il peut mettre son intelligence, qui est rarement contestée, au service du Mal. C'est de lui prioritairement que l'Homme blanc peut attendre une remise en question de son règne. Les Annamites* »⁶¹⁰. Toujours d'après l'auteur du Credo de l'homme blanc, le Vietnamien en période d'Indochine possède une représentation spécifique parce qu'il a tenu tête au colonisateur (notons que les femmes faisaient aussi partie de la résistance, mais que leurs représentations n'ont pas été orientées en ce sens) : « *“L'Annamite” possède la palme de l'impopolarité. Sans doute parce que la conquête et la “pacification” du Viêt-nam ont été plus dures, bien plus dures, que dans le reste de l'Indochine, que le mouvement nationaliste n'y a jamais été éradiqué* »⁶¹¹.

c) Le culte du « bon sauvage » se prolonge pour les ethnies minoritaires

Au Vietnam, il y a une cinquantaine d'ethnies minoritaires. Durant nos recherches documentaires, elles ont été représentées sur les couvertures des guides touristiques et dans le documentaire *Les sourires du Vietnam*.

Nous retrouvons dans les représentations qui sont faites des ethnies minoritaires des caractéristiques du topos du « bon sauvage » (cf. Chapitre II, C.). Dans le documentaire, l'animateur va à la rencontre d'un chef d'entreprise américain qui a créé des chambres de vacances dans un village Co Tu à Prao. Il explique que : « *Quand les touristes viennent ici, ils constatent que tout le monde semble si heureux alors qu'ils n'ont rien. [...] Ça peut montrer aux Occidentaux que leur vie ne devrait pas être aussi stressante* ». Nous avons vu que lorsqu'un individu est affecté au rôle de « bon sauvage », ce n'est pas sa spécificité culturelle qui importe,

⁶⁰⁹ Irène Nam et Grace Ly, *Ça reste entre nous. Episode2. L'image de l'homme asiatique.*, s.l., 2017.

⁶¹⁰ Alain Ruscio, *Le Credo de l'homme blanc : regards coloniaux français XIXe-XXe siècles*, Bruxelles, Editions Complexe, 1995, p. 59.

⁶¹¹ *Ibid.*

mais le fait qu'il s'oppose aux sociétés modernes européennes. Le commentaire de ce chef d'entreprise pense le groupe de Co Tu par rapport au groupe occidental. Il oppose la vie stressante occidentale au mode de vie Co Tu. Il idéalise le peuple Co Tu en mettant en avant le fait qu'ils vivent de manière heureuse. De plus, il relève les vertus thérapeutiques qu'ils peuvent apporter aux Occidentaux. Ils appartiennent au monde sacré. Il expliquera par ailleurs que les Co Tu ont : « une vie simple ». Todorov constate que la figure du bon sauvage provient d'un exotisme primitivisme⁶¹². Théodor Adorno, sans parler des bons sauvages, critique en 1964 déjà cette notion « d'authenticité » utilisée par Heidegger. Il fustige toutes ses connotations : nostalgie de l'origine, de l'archaïque, mythe de la pureté et de l'incorruptible. Il condamne le pouvoir du charme que ce mot qu'il qualifie de « Jargon » possède. Pour lui, ce maniement de la langue méprise le réel par sa portée totalitaire⁶¹³.

Nous retrouvons finalement une grande partie des caractéristiques des bons sauvages dans ce qui est montré des Co Tu : ils vivent selon la nature, de manière simple, sans matérialité superflue. Ils sont justes, désintéressés et solidaires. En plus, l'animateur de l'émission relève le fait qu'ils ne sont plus que 60 000. En formulant leur rareté, il les exotise d'autant plus. En effet, l'altérité (reconnaissable) qu'ils renvoient est encore plus précieuse. Enfin, à la fin de sa visite l'animateur demandera au chef d'entreprise si le risque de recevoir des touristes ne va pas faire « *perdre son âme* » à ce village. De quelle âme parle-t-il ? On peut supposer qu'il énonce l'authenticité symbolique dont il a consommé les signes pendant sa visite. Il ne souhaite pas que les Co Tu changent vers un mode de vie qui se rapprocherait du sien. Pourtant, admettons que les Co Tu font ce choix de manière consentie et réfléchie, perdraient-ils leur âme pour autant ? Ce serait pour un Occidental, en recherche d'authenticité symbolique et même existentielle, une situation inacceptable, d'autant plus s'il est convaincu que sa société postmoderniste est vide de sens et que ce sont les peuples racines qui sont heureux dans la manière qu'il les conçoit. Rappelons les paroles de Rousseau dans le *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes*, qui illustrent ce processus : « *l'homme naît bon, c'est la société qui le corrompt* ». L'exotisme appelle donc à une muséification de ces ethnies minoritaires.

Ce tableau figé du bon sauvage fantasmé se retrouve également sur les couvertures des guides touristiques. On y voit des portraits des femmes avec des enfants en tenue traditionnelle. Cette image en devient un lieu commun tellement elle est récurrente. En effet, sur quatre couvertures représentant des individus issus d'ethnies minoritaires toutes proposent le même tableau. Notons qu'à chaque fois il s'agit de l'ethnie de Hmong. Ils sont les personnages qui sont le plus mis à nu. Leurs traits de visages sont visibles, les détails de leurs tenues traditionnelles aussi. Ils occupent tellement l'espace de la photo qu'il n'y a pratiquement pas d'arrière-plans. Pourquoi leur image est-elle aussi singulière par rapport aux autres représentations du Vietnam et des Vietnamiens ? Ceci s'explique par le fait qu'ils incarnent l'altérité exotique absolue. Ils s'opposent de façon complète au modèle normatif occidental dominant. En effet, une femme avec son enfant d'un peuple racine vivant de

⁶¹² T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 302.

⁶¹³ Theodor Adorno, *Jargon de l'authenticité de l'idéologie allemande*, Paris, Payot, 2009.

manière isolée à la montagne est le contraire d'un Emmanuel Macron, d'un Joe Biden ou de tout autre personnage donnant un visage à l'Occident. Une nouvelle fois, l'altérité n'est pas le nouveau, mais l'opposé. Les ethnies minoritaires par le rôle « du bon sauvage » qui leur a été assigné correspondent à l'image exotique attendue. Lors de l'entretien qualitatif S. de l'entretien de groupe a expliqué la chose suivante :

S. : « Tu sais que cette histoire de zoo humain elle revient en Asie avec le retour d'un intérêt pour les ethnies minoritaires. Lorsque j'ai commencé à voyager, il y avait un refus de percevoir des personnes et leurs coutumes comme une attraction. Il y a eu un refus de cet exotisme. Et maintenant sous prétexte de préserver certaines cultures locales, on va entretenir des trucs qui sont vraiment pas sympas. »

Cet extrait montre de quelle façon l'argument de la préservation des cultures minorisées peut favoriser leur mise en attraction. Cela résonne avec les résultats obtenus dans l'enquête quantitative à la question sur les impacts de l'exotisme. Les répondants ont majoritairement choisi deux réponses qui nous semblaient à première vue contradictoires : *remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition* et *créer une mise en scène de la culture locale*. Nous en avons conclu que la mise en spectacle de la culture permet de la faire perdurer. Par conséquent, cela met en perspective la pérennité de ces formes de culture et le sens que lui donnent ses membres.

Selon Henry Copin : « *Ces images, ces cartes postales se fanent peu à peu, et puis un film, un engouement touristique, parfois un livre, roman ou carnet d'écrivain voyageur, viennent ranimer leur éclat. En tout cas, elles font partie de la mémoire française* ». En conclusion, on constate en effet que certaines représentations datant de l'époque coloniale ou des grandes explorations se retrouvent aujourd'hui dans les descriptions du Vietnam et des Vietnamiens faites par les Français. Les représentations de ces époques ont formé un imaginaire social durable. On découvre que l'historicité des imaginaires sociaux n'empêche pas la dimension performative des représentations actuelles. Les imaginaires occidentaux sont colonisés par des personnages, des lieux, des décors, des ambiances. Rappelons l'exemple de Hamburger Hill qui montre que la réalité est constamment reterritorialisée par des perceptions. L'exotisme défie la réalité par des faux semblants, des fantasmes, des illusions et des symboles reconnaissables. Ce reconnaissable rend la mise en scène crédible. En 1954, Charles de Gaulle disait « *Vers l'orient compliqué, je volais avec des idées simples* ». Pour Ricœur, l'imaginaire intervient dans le réel parce que l'imaginaire articule les choses autrement pour donner un sens que l'individu comprend. Il rend le monde intelligible et accessible. Le documentaire, les films, les chansons, les couvertures, les emballages reproduisent et entretiennent des images rassurantes et connues. Le voyageur occidental devient le narrateur et le personnage principal des mondes nouveaux qui lui sont pourtant étrangers. Il arrive à trouver sa place par des rôles qu'il maîtrise : l'homme de la brousse, le fêtard des Saïgon, le romantique d'Indochine. Le binôme modernité-tradition et campagne-ville parvient à concilier des repères d'un autre temps et une réalité qui s'impose. La représentation exotique du Vietnam oriente son regard dans des directions qui

prennent difficilement en compte l'ensemble des réalités du pays. Un Vietnam proche des modes de vie occidentaux n'apparaît pas comme réel pour le regard exotique. Il ne correspond pas à l'altérité fantasmée. L'ethnocentrisme de l'Occident voudrait naturaliser et essentialiser des points de vue subjectifs. Les perceptions restent ancrées dans des illusions qui activent des stéréotypes, des préjugés, des lieux communs, les mythes, les idées reçues et le figure et héros socioculturels.

SIXIÈME PARTIE :

**Des idéaux types pour saisir la relation entre le
décodage cognitif des individus et le réel**

L'exotisme provient de rapports de force et de jeux de domination qui répondent à une satisfaction de besoins spécifiques. Dans ce chapitre, nous étudierons la structure de la perception des exotisants. Nous utiliserons une méthodologie de Max Weber : *les idéaux types*. D'après le dictionnaire de sociologie, les idéaux types sont « *des modèles abstraits construits à partir de traits caractéristiques et singuliers* »⁶¹⁴. Ils réalisent un « tableau de pensée » (*Gedankenbild*)⁶¹⁵. Dans ce chapitre, nous formerons deux idéaux types : l'Exotisme de Conception Immersive (ECI) et l'Exotisme de Conception Contemplative (ECC). Ces modèles nous permettront de montrer que la perception exotique change en fonction des besoins des individus. Ces besoins se construisent en fonction des déséquilibres engendrés dans le monde profane de l'individu pour se réguler dans le monde sacré. La méthode des idéaux types permet d'après Raja Choueiri de : « [forcer] le *trait de la réalité dont [ils] mettent en relief certaines spécificités dans l'idée de rendre plus aisée la compréhension* »⁶¹⁶. Ces modèles ne se retrouvent donc pas forcément dans la réalité. Pour Weber : « *notre seul espoir de rencontrer l'action spécifique de ces idées réside dans l'exploration de leurs formes les plus systématiques* »⁶¹⁷. Ces systématisations construites à partir de caractères « typiques » ont donc un intérêt heuristique⁶¹⁸. Ces simplifications ont aussi une fonction opératoire. D'après Philippe Riutort : « [elles] *permettent ou pas de faire ressortir les traits singuliers d'un phénomène, une fois confrontés à d'autres phénomènes et apparences semblables ou proches* »⁶¹⁹. Ces modèles vont nous permettre de saisir l'asymétrie cognitive dans les perceptions de phénomènes sociaux provoqués par la recherche de satisfaction de besoins différenciés. Avant de commencer à dresser les caractéristiques de ces deux idéaux types, il nous faut revenir sur le choix des concepts utilisés. Nous justifierons du choix de la notion de « conception » par rapport à des termes en lien : le regard, la perception, la vision.

Jusqu'ici, nous avons plutôt travaillé avec le concept de *représentation*. Cette notion a été utilisée pour montrer les mécanismes d'évocation et d'interprétation qui s'opèrent entre la réalité et l'imaginaire. Ce concept nous a permis de montrer ce que signifient des images pour un groupe d'individus spécifiques. Autrement dit, quels univers de sens le Vietnam fait-il surgir dans l'esprit des touristes français ?

Le regard, la vision, la perception et la conception sont différents dans leur rapport au réel. Leur forme et leur finalité sont également distincts.

La vision appartient à la sociologie visuelle. Pour Fabio la Roca, la vision « *met en forme* »⁶²⁰ le regard. Elle montre : « *un processus de construction et de signification des images. La visualisation nous permet de donner une définition subjective de la réalité, de produire une*

⁶¹⁴ G. Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie, op. cit.*, p. 124.

⁶¹⁵ Max Weber, *Essais sur la théorie de la science (1904-1917)*, Paris, Plon, 1965, p. 179.

⁶¹⁶ R. Choueiri, « Le « choc culturel » et le « choc des cultures » », art cit.

⁶¹⁷ Max Weber, *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Bibliothèque Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi., s.l., 1904, p. 62-63.

⁶¹⁸ G. Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie, op. cit.*, p. 124.

⁶¹⁹ Philippe Riutort, *Les Classiques de la sociologie*, s.l., 2020, p. 53.

⁶²⁰ Fabio La Rocca, « Introduction à la sociologie visuelle », *Sociétés*, 2007, vol. 95, n° 1, p. 33-40.

vision du monde »⁶²¹. Cette « vision du monde » a été théorisée par Max Weber qui parle de *Weltbilder*. Weber réfléchit la vision du monde comme résultat d'un ensemble cohérent de valeurs. Il a notamment observé ces ensembles absolus de valeurs à travers l'étude des religions. Stephen Kalberg explique que : « Pour [Weber] la légitimité de ces totalités significatives ne repose que sur la croyance que les agents manifestent à leur égard »⁶²².

D'après le *Dictionnaire de sociologie*, le regard appartient à la sociologie des quotidiennetés. Il est la « perception des formes ». Il est à la fois : « action et échange, enquête et rencontre [...] [il] engage nos rapports avec autrui ». C'est un support de communication. Le dictionnaire montre qu'historiquement le contrôle du champ visuel est un enjeu sociétal (l'ouvrage donne l'exemple de toutes les règles que l'église a mise en place pour contrôler le regard des femmes), mais il est également conditionné par les appartenances des individus (comme le regard du coiffeur pour la couleur d'une teinte)⁶²³. Alain Berthoz parlera de « pénétration réciproque »⁶²⁴. L'exotisme n'est pas une réciprocité, un échange ou une compréhension d'une situation. Au contraire, il est un cloisonnement du réel qui s'émancipe d'Autrui. L'exotisme ne peut donc pas être un regard.

La perception et la conception appartiennent à la sociologie cognitive. Pour Asia Friedman « Il y a toujours plus d'une façon de percevoir quelque chose »⁶²⁵. Il montre que pour une même stimulation la perception peut être différente en fonction de l'appartenance à un groupe social. Il parlera de « Communauté perceptuelle ». Selon lui, les constructions sociales fonctionnent par la perception. Selon sa théorie, l'attention sélective créerait des filtres que les individus utilisent dans leurs rapports à la réalité. D'après Mario Bédard, alors que la représentation est un processus relationnel secondaire, la perception est un processus relationnel primaire⁶²⁶. La raison étant que, contrairement aux représentations, la perception s'active par la stimulation de nos sens en présence du phénomène. D'après l'auteur, la présence du phénomène va provoquer chez l'individu un processus de décodage immédiat qui va structurer les données sensorielles qui vont lui permettre d'identifier, de nommer et de reconnaître le phénomène. Son rôle est donc de « traduire et structurer les données sensibles »⁶²⁷.

La conception est très différente de la perception. D'après Bédard, la conception est « un processus relationnel autre, de pure création ». Elle n'a pas besoin du phénomène pour s'activer par ce qu'elle n'a pas de réel lien avec celui-ci. D'après l'auteur, sa création est une pure projection. De plus, les significations rattachées à ces projections relèvent de l'idéal. La

⁶²¹ *Ibid.*

⁶²² Stephen Kalberg, « L'influence passée et présente des "visions du monde". L'analyse wébérienne d'un concept sociologique négligé », *Revue du MAUSS*, 2007, vol. 30, n° 2, p. 321-352.

⁶²³ G. Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie, op. cit.*, p. 234-235.

⁶²⁴ Alain Berthoz, « L'échange par le regard », *Enfances & Psy*, 2008, vol. 41, n° 4, p. 33-49.

⁶²⁵ Asia Friedman, « La perception : une approche en sociologie cognitive » dans Fabrice Clément et Laurence Kaufmann (eds.), *La sociologie cognitive*, s.l., Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2011, p. 161.

⁶²⁶ Mario Bédard, « Réflexion sur les perceptions, conceptions, représentations et affections, ou la quadrature des approches qualitatives en géographie », *Cahiers de géographie du Québec*, 2016, vol. 60, n° 171, p. 531-549.

⁶²⁷ *Ibid.*

conception investit le réel. Elle va « *aborder, signifier ou interpréter de manière novatrice un phénomène pour l'inventer* ». Son rôle est : « *d'anticiper et planifier de manière spéculative une relation nouvelle* »⁶²⁸.

L'exotisme est une perception, mais les idéaux types que nous allons formuler sont des conceptions. Alors que la perception s'active par les sens en présence du phénomène, la conception est une construction de l'esprit. La perception reproduit un imaginaire alors que la conception va créer des référentiels fonctionnels au moyen d'une imagination que Jean-Jacques Wunenburger cité par Bédard qualifie de « radical ». Bédard explique que cette imagination est modelée par deux choses : « *l'ignorance ou plutôt dans la mise à distance fortuite ou stratégique des autres déterminations de la pensée* » ou « *de ce qu'on sait ou croit déjà savoir de ce phénomène* ». La construction des conceptions va remplacer des univers de sens préexistants par des significations et interprétations constituées et structurées non pas par le sensible, mais par des valeurs. Bédard conclura que les conceptions sont proactives et prescriptives, car elle relève de l'idéologie « *compte tenu de la vision du monde ordonnée et raisonnée que promulguent les intentions de son attitude propositionnelle* ». Les idéaux types que nous allons étudier relèvent effectivement davantage de l'idéologie que du sensible, même s'ils montrent le contraire. Ils nous permettront de saisir les logiques de croyances qui construisent les perceptions exotiques et ils tâcheront de prouver les cheminements sociaux de ces trajectoires de pensées. Les différentes conceptions exotiques incarnent plusieurs visions du monde qui forment le regard à des perceptions exotiques particulières.

Chapitre XXIV. L'Exotisme de conception immersive

« *Ne laissez pas entrer les touristes, ont écrit quelques touristes de Salt Lake City. Touristes comme eux, nous approuvons de tout cœur* »⁶²⁹. ECI est un exotisme de l'intérieur. Un individu qui adopterait ce type de conception ne souhaite pas prendre le regard d'un étranger. Il désire pouvoir voir les choses en profondeur dans un cadre « réel ». La réalité est ici perçue comme objective et immuable. Finalement, il ne peut y avoir qu'une seule réalité. La perception de l'épaisseur d'une culture ne peut se faire si elle est mise en scène, si elle est montrée à travers un spectacle artificiel. L'individu voudrait observer les cultures comme elles se dérouleraient sans la présence de touristes. Il souhaite une authenticité préservée, faire de « vraies » rencontres et voir des modes de vie différents, inspirants, étranges. Dans cette conception, les autres touristes n'existent pas. L'individu va créer ses référentiels autour de cet imaginaire « radical ». On constate que la conception se développe au-delà de la présence du phénomène. Le réel est réinvesti. Dans un entretien (P13), le répondant explique qu'il part en voyage « *à l'aventure* ». La personne éprouve de la fierté d'avoir : « *vécu avec les "gens du cru"* ». Elle explique : « *Voyager par ses propres moyens permet une approche plus réelle du pays et aussi de sortir des sentiers battus, c'est-à-dire ne pas voir ce que l'on veut nous faire voir !* ». La

⁶²⁸ *Ibid.*

⁶²⁹ Citation de Edward ABBAY dans *Désert solitaire*, R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 25.

personne formule l'idée selon laquelle le tourisme fait voir des choses que la personne rejette. Cela sous-entend que ce que donne à voir l'industrie touristique est orienté et construit et par conséquent que cela ne reflète pas la réalité. D'après ses mots elles se réapproprient la réalité en voyageant « hors des sentiers battus ».

Finalement, cette perception résonne également sur le concept de rareté. ECI base la valeur de l'authenticité sur la rareté. Une rareté est ici spécifique à cette conception parce qu'elle est à la fois quantitative et qualitative. La réalité de l'ECI est de moins en moins possible. Les espaces authentiques disparaissent avec la mondialisation (ce fut d'ailleurs la plus grande peur de Segalen). Cette rareté comme l'exotisme en général est aussi qualitative parce qu'elle sort de l'ordinaire des individus. La rareté se joue donc au niveau de la fréquence, mais au niveau de l'exceptionnel.

Une vision du monde basée sur l'intensité de l'expérience comme une aventure vécue est également un aspect important de cette conception. Cette caractéristique se base sur la mise en scène du voyageur par lui-même. Ce processus d'aventure passe par la ritualisation à un certain type d'inattendu, de surprise, de découverte précise. Le voyageur s'imagine être dans un film qui peut être de différent genre : d'action comme dans *Rambo II*⁶³⁰ ou romantique comme dans *Indochine*.

Mais le paradoxe de cette conception on la retrouve dans la citation de Hans Magnus Enzensberger : « *Le voyageur détruit ce qu'il cherche quand il le trouve* ». ECI repose sur le souhait impossible que le voyageur puisse oublier tout ce qu'il est et que ceux dont il souhaite s'immerger ne sachent pas d'où il vient. L'objectif ultime de cette conception pour le voyageur est de voir la réalité et ne pas être vu comme le passant au regard superficiel. La personne qui adopte l'ECI voudrait s'intégrer dans le paysage. La rencontre est importante, l'ECI se fonde sur le contact et l'interaction avec l'Autre. Cette conception implique la compréhension de l'Autre pour pouvoir vivre comme lui. L'outil utilisé est l'immersion, car le fonctionnement d'un univers à part entière semble, *a priori*, pouvoir être décrypté. L'idéal de cette conception est l'endotisme (cf. Quatrième partie). Dans l'extrait d'entretien qui suit (P17), on comprend que la personne souhaite se mettre dans la peau de l'Autre et devenir l'Autre. Nous sommes loin de la vision du voyage de Segalen pour qui le voyageur ne pourra jamais saisir l'Autre ni incarner le Divers :

« Mais moi je suis intégré dans le paysage. Quand j'y vais, pour eux je suis plus un étranger. Souvent, ils me disent que je suis blanc extérieur et jaune intérieur. Quand je suis au Vietnam, je vis comme un Vietnamien, je suis plus Européen ou Français. Je vais à la pêche avec eux, je fais des chants avec eux, je suis Vietnamien, au Vietnam je suis Vietnamien. »

⁶³⁰ George Cosmatos, *Rambo II : La Mission*, s.l., TriStar, 1985.

Dans un autre extrait (P6), le répondant explique qu'il est capable de s'affranchir de tous ses filtres et donc de ses référentiels pour accéder à la réalité de l'Autre :

« Mais pour moi, quand tu es au Vietnam, c'est mieux de manger comme les Vietnamiens. C'est vrai que tu as l'impression qu'il y a des gens qui ont un filtre qu'ils n'enlèvent pas en fait. Ils ne vont pas être à 100 % dans le pays. »

ECI se trouve dans un idéal de symétrie, ce qui semble en décalage avec le contexte et de la place du voyageur dans la rencontre. Cela paraît déconnecté du réel et empreint d'une certaine naïveté. Profondément ancrée dans une logique universaliste cette conception accepte les distances, les différences, les particularités (c'est même recherché), mais d'un autre côté l'importance de cette altérité est minimisée. L'individu qui adopte cette conception pourra imiter toute la culture observable : langues, vêtements, organisations sociales, cuisines, architecture, art, etc. mais ne saisira pas pour autant les univers de sens qui en découlent. La culture est une entité à comprendre comme un iceberg. La culture observable n'en est que la partie immergée, « *la réalité apparente* »⁶³¹. Fons Trompenaars et Charles Hampden-Turner dans leur modèle de l'oignon⁶³² montrent que celui-ci est formé de trois parties. La partie superficielle déjà nommée, la partie intermédiaire, qui représente les valeurs et les normes (« *ce qu'un groupe admet comme bien ou mal* »⁶³³) et enfin la partie centrale qui retrace tous les postulats qui touchent à l'existence du groupe. Cette dernière partie est fondamentale, elle montre que ces voyageurs ne pourront jamais être totalement des Vietnamiens au Vietnam. Ce pan de la culture est le plus profond. De lui proviennent les valeurs et les normes d'une société et de ces normes et valeurs découlent la culture observable. Ce noyau de la culture contient l'apprentissage d'un groupe pour survivre sur le long terme. En effet « *la valeur de base la plus forte, c'est la lutte pour la survie* ». Tout ce qui a un jour pu nuire à l'existence de l'entité culturelle a été déjoué par la mise en place de certaines règles.

*« Dans le passé et aujourd'hui, nous avons été les témoins de civilisations qui luttait chaque jour contre la nature. [...] Chacun s'est arrangé pour faire face, du mieux possible, à son environnement, avec les moyens dont il disposait. À la longue ces problèmes permanents se sont trouvés résolus automatiquement. [...] Les problèmes de la vie quotidienne sont résolus de façon si évidente que nous n'avons plus conscience des solutions. Si tel n'était pas le cas, nous deviendrions fous. Imaginez que vous soyez obligé de vous concentrer sur votre respiration toutes les 30 secondes ».*⁶³⁴

Pour rendre cette théorie plus concrète, voici un exemple. En voyage, un visiteur français remarquera que la gastronomie laotienne est très pimentée. Il constatera donc que le fait que la plupart des plats sont pimentés est une norme de cette culture. Le piment a donc une valeur positive. Lorsqu'on s'intéresse aux postulats qui touchent à l'existence, on découvre que le piment a joué un rôle dans la survie de ce groupe par rapport à son environnement. En effet, le piment a de nombreuses qualités : il diminue la sensation de chaleur ; il donne une sensation

⁶³¹ F. Trompenaars et C. Hampden-Turner, *L'Entreprise multiculturelle*, op. cit., p. 52.

⁶³² *Ibid.*, p. 51-56.

⁶³³ *Ibid.*, p. 52.

⁶³⁴ *Ibid.*, p. 54.

de plaisir et de faim qui contrebalance la perte d'appétit lié à la chaleur ; il cache le goût des aliments qui ont tourné à cause de la chaleur, il repousse les moustiques et les maladies qu'ils transportent ; c'est un antibactérien puissant. Ce processus explique donc pourquoi le piment est utilisé dans la culture laotienne. Toutes ces règles sont enseignées au cours de la socialisation primaire puis secondaire. C'est un travail long et subtil d'intégration, souvent inconscient. Il ne peut s'apprendre simplement par l'imitation. Surtout lorsqu'un voyageur reste seulement quelques semaines ou quelques mois dans un pays. D'autant plus que l'Occidental qui viendrait au Vietnam (ou une autre destination) amène avec lui son propre bagage culturel qu'il ne peut pas abandonner au passage de la frontière du pays dans lequel il séjourne. Il faudrait une vie de plus pour intégrer une organisation sociale, des manières de vivre, des façons de concevoir le monde pour que des jeux d'imitations prennent du sens. Même lorsque les individus passent leur vie à essayer de comprendre une autre culture, cela ne suffit pas forcément. Lorsque je vivais au Laos, j'ai vu beaucoup d'expatriés rester là-bas 15-20 ans, prisonniers entre différents jeux de culture. Au Laos ils restaient « les Français du pays », mais de retour en France ils avaient également perdu leurs repères. La culture avait continué à avancer sans eux. Ce récit montre que si un individu se sent à l'aise dans une culture qui n'est pas la sienne, ce n'est peut-être pas parce qu'il a intégré la culture de l'Autre, mais parce qu'il se trouve exactement à la place qui lui a été assignée (celle-ci est systémique, c'est-à-dire qu'elle est relative à un système issu d'un ensemble complexe d'interactions et de répartitions de rôles). Cette assignation ne se joue pas que sur le critère de l'appartenance culturelle, elle se fait aussi à partir de l'apparence physique. Par exemple, les locaux, non blancs, peuvent associer certaines représentations spécifiques à des individus identifiés comme blancs. Nous l'avons expliqué, leur regard n'est pas exotique, mais ils ont eux aussi certaines représentations sociales et donc des projections de comportements qu'ils attendent des personnes venant de certains espaces culturels. Notamment une capacité à posséder un capital économique plus conséquent que le leur. En même temps, ce réflexe de penser est compréhensible. L'Occident a mobilisé une forte énergie politique, symbolique, culturelle, économique, afin d'imposer durablement un rapport de force en sa faveur dans de nombreux domaines. Notons que ce rapport de force est réel. Effectivement, les Occidentaux qui viennent au Vietnam jouissent de privilèges par rapport aux Vietnamiens (ou d'autres nationalités). Pour n'en citer que deux : l'exotisme bien sûr, mais aussi la mobilité. Une personne de l'enquête qualitative, visiblement dans un ECI qui voulait ce « vrai » contact et cette immersion dans le quotidien de l'Autre a fait part de son désarroi et de sa souffrance face à cette assimilation :

« Est-ce qu'à certains moments de vos séjours vous avez vécu un désenchantement par rapport aux attentes que vous aviez mises dans votre voyage ?

S : Moi souvent en Thaïlande, mais ça a souvent été en rapport avec les gens, c'est peut être pour ça que j'en veux aux touristes alors que j'en suis une. J'en veux pas aux locaux parce que c'est de l'adaptation, mais il m'est arrivée quasiment d'en pleurer parce que je pensais avoir une relation vraie avec la personne, je sais qu'on aurait pu l'avoir il y a 10 ans, mais là de se voir dans ce contexte, parce que certains touristes sont devenus des portefeuilles sur pattes, il y a plus de distinction.

La dernière fois que je suis allée au Timor, on a rencontré un gars sous la pluie, il nous a

invités à boire un café, on était super content. Et en faite on a vite compris qu'il voulait de l'argent. Il a fait débarquer quasiment tout le village en tenue traditionnelle. Je me suis sentie hyper mal. Et là, je me suis rendu compte jusqu'où pouvait mener le tourisme. On était sous un déluge, et on essaye de t'arnaquer. La tu te dis, je ne t'en veux pas à toi, mais j'en veux vraiment à ceux qui ont dit oui avant et qui ont fait que tu ne peux même pas être invité chez un gars quand il pleut, sans qu'après il y ait des vellétés de : « t'es un blanc et tu resteras un blanc ». Quand on est retourné à la guest house avec la personne avec qui j'étais, on était tristes. On a tous les deux lâché une petite larme. Je l'ai dit après à un des gars qui parlait anglais. Mais le plus rageant c'est que c'est nous qui avons fait ça, si on ne cherchait pas à vivre des choses extraordinaires, ça n'arriverait pas. Tu ne crées jamais de vrais rapports humains à long terme, tu prends juste la photo du truc spectaculaire. »

À cela, ajoutons le fait que les Français qui viennent au Vietnam ne sont pas traités comme les Vietnamiens par le gouvernement. Français et Vietnamiens au Vietnam n'encourent pas les mêmes risques politiques. Un Français ne sera jamais inquiété pour ses propos sur la politique, au pire il s'expose à une expulsion du pays. En revanche pour un Vietnamien, les risques sont bien plus grands.

« Vous vous sentez plus à l'aise en Asie qu'en France ?

P15 : Tout à fait, même si je ne parle pas la langue, même si parfois j'ai du mal à les comprendre, par exemple le fait de ne pas exprimer ses émotions. Mais malgré tout c'est là que je me sens vraiment chez moi. Ça peut être difficile à comprendre, mais je me sens bien avec les mentalités asiatiques, notamment en ce qui concerne l'éducation et la méritocratie. »

« Vous sentez que vous avez une sorte de connivence avec les valeurs de l'Asie ? C'est pour ça que la France, ça vous parle moins ?

P15 : Je pense oui. En Asie, que ça soit une démocratie ou une dictature, les gens ne s'intéressent pas à la politique, ils ne débattent pas, ils ne perdent pas leur temps à échanger sur ce sujet. On n'essaye pas de convaincre les autres, chacun fait sa petite vie dans son coin et chacun s'occupe de son argent, de sa famille et de l'éducation de ses enfants. C'est ça qui me plaît, on est libre de faire "ce que l'on veut". »

Dans l'extrait ci-dessus, on note que l'individu ne se rend pas du tout compte qu'il n'est pas confronté aux mêmes problématiques que les Vietnamiens. Il présume que les Vietnamiens ne s'intéressent pas à la politique parce qu'ils n'en parlent pas. C'est un mécanisme ethnocentrique. Premièrement, il part du principe que les personnes communiquent de la même façon et deuxièmement il croit que tous les individus possèdent les mêmes libertés d'expressions. P15 déclare : « on est libre de faire ce que l'on veut ». Il pense sa position favorable d'Occidental comme la norme. Il s'agit d'ethnocentrisme universaliste. Les personnes qui se situent dans un ECI sont en décalage avec les Autres autour d'eux, mais ils ne semblent pas le remarquer.

Curieusement, les personnes qui adoptent cette perception ne paraissent pas comprendre les enjeux et les impacts autour de leur présence, alors qu'ils essayent de voir les choses « de l'intérieur ». Le voyageur se met en scène par l'aventure qu'il vit. Il se projette en dehors de soi, en dehors de son quotidien et du monde profane. Segalen voyageait pour se trouver lui-même. Le sacré du voyage l'aidait dans sa quête métaphysique de sens. L'ECI semble naviguer sur les mêmes désirs. Le regard se fait également à l'intérieur de soi. Nous avons déjà analysé ce mécanisme lors de notre étude sur l'authenticité existentielle (cf. Chapitre VI). Les séjours auraient pour but de trouver le *moi* à travers des expériences authentiques. Le voyageur est dans une quête de sens et d'identité individuelle. Ce type de conception exotique a donc un objectif de développement personnel. Dans les deux extraits qui suivent, les répondants expliquent de quelle façon le voyage et le contact a eu un effet thérapeutique ou d'enrichissement :

P10 : « [ces pays sont exotiques dans] le sens où évidemment les paysages n'ont rien à voir et la culture est différente et non dans le sens où quand tu voyages tu redeviens un humain comme les autres. Peu importe si tu ne parles pas la langue, à la fin de la journée, il faut que tu ailles dormir, il faut que tu te nourrisses, il faut que tu boives de l'eau. Tu as tendance à te remettre au même niveau que les autres. »

P6 : « J'ai fait plusieurs continents, mais l'Asie, ça m'a vraiment touchée : le positivisme et cette bienveillance qu'on n'a plus ici ou des fois à la campagne encore ; après je ne veux pas caricaturer. C'est vraiment une autre façon d'aborder différemment la vie. Si je peux résumer leur état d'esprit, eux vivent vraiment au présent. Ça enlève un stress... Tu vis l'instant présent, tu t'occupes plus de ce qui s'est passé avant ni de ce qui va se passer après. »

Dans les extraits ci-dessus, les personnes tirent des bénéfices personnels à revenir à une vie simple. En tant que Français (ou Occidental) en perte de repères et dans un désenchantement de sa propre société (cf. Chapitre V) ce genre d'objectif peut, illusoirement, « recentrer sur l'essentiel ». Les individus quittent l'univers qu'ils connaissent, mais se sentent moins désorientés (sur le court terme) dans un autre système de référence. Ils ne sont pas dans des dynamiques d'apprentissage, mais dans des mécanismes de fuites. En effet, l'intention semble être une déterritorialisation par la rupture des références qui amène à une reterritorialisation. Ce processus va permettre une nouvelle compréhension du monde par la construction de formes qui s'opère par l'imaginaire (cf. Chapitre I, B.). Les acteurs sont donc dans une perspective *escapiste* pour échapper à leur monde profane.

« Quelque part ton voyage, ça te rend ton humanité. [...] Tu vois toujours ce qui va pas dans ton quotidien, parce que tu y es sans cesse confronté, alors, mais tu te les trimballes. Tu le sens physiquement le poids de l'accumulation matérielle. Le voyage, ça permet d'être humble aussi. Tu vois qu'il y a des gens qui vivent très différemment et qui vivent avec le quart de ce que tu as. En fait, tu te rends compte que la vie elle est beaucoup plus simple. Tant que tu peux avoir à manger et un endroit où dormir, tu as déjà 90 % du truc qui est fait quoi. »

Dans l'extrait ci-dessus (P10) on observe une tendance à l'idéalisation des Vietnamiens ou en tout cas une projection collective d'expériences individuelles. P10 se situent dans la quête d'une authenticité existentielle. P10 et P6 ont expliqué (hors interview) vouloir vivre au Vietnam en faisant, tout au long de l'entretien, des comparaisons avec la France. Ces deux individus sont en rejet de leur monde profane (en France). Ils paraissent mécontents de leur vie en France et en perte de sens. Ce faisant, ils projettent des représentations acquises pendant leur expérience sacrée sur une future possible installation au Vietnam. Ils semblent avoir trouvé leur *moi* durant leur séjour dans ce pays. Ce bien-être leur a donné envie de prolonger leur expérience métaphysique. Seulement, le monde sacré est fait pour satisfaire. Nous l'avons vu, c'est même sa raison d'être et cela marche parce qu'il est limité dans le temps. De plus, il ne peut pas se détacher du monde profane, qu'il complète. Sans monde profane, il n'y a pas de monde sacré. En Annexe 6, le lecteur pourra trouver deux autres extraits d'entretien qui montre des projections idéalisantes que les voyageurs de l'enquête ont transféré sur les Vietnamiens.

ECI possède également un aspect initiatique. Pour l'ethnologue Arnold Van Gennep les rites d'initiation se composent de trois grandes séquences : « *séparation (dans un but de purification) marginalisation [...], intronisation de l'initié dans son nouveau statut* »⁶³⁵. Selon le dictionnaire de sociologie, l'initiation est marquée en permanence par le symbolisme de la mort et la résurrection⁶³⁶. Dans cette perspective, la performance permet à l'individu de traverser ces différentes séquences. Le dépassement, le contact avec l'interdit procurent des sensations fortes. Pour Rodolphe Christin, l'intensité est un enjeu majeur de certaines formes de tourisme : « *Découvrir, rencontrer, pour le meilleur et pour le pire. Être là, vraiment là, conduit la conscience au-dehors, hors de nos horizons et des contours ordinaires de notre subjectivité grâce à une réceptivité pleine et entière* ». Cette intensité implique la dimension d'épreuve, de danger et même de mort. Évidemment, dans la plupart des cas la mise en danger et la souffrance sont toute relative, mais à l'extrême de ces fonctionnements on retrouvera des pratiques comme le *dark tourism* par exemple. Le *dark tourism* est un phénomène récent. Il consistera à voyager dans des pays en guerre, à se promener dans des lieux qui ont subi des catastrophes naturelles, à voir des cérémonies mortuaires, à explorer des villes fantômes, à se mettre en scène dans des scénarios angoissants, etc. Le *dark tourisme* est mondial, de nombreux lieux proposent des expériences de ce type. Au Japon on pourra aller dans la ville de Fukushima encore très radioactive, au Mexique on pourra vivre la situation de traverser la frontière mexicaine comme des personnes migrantes de manière clandestine aux États-Unis avec de faux passeurs, de faux trafiquants de drogue, de faux policiers⁶³⁷, au Cambodge on pourra tuer une vache à la kalachnikov aux États-Unis on pourra visiter un manoir hanté⁶³⁸, etc. Les personnes affrontent leurs peurs et leurs certitudes. Ce type de tourisme invite à surenchérir dans l'intensité éprouvée, notamment par la recherche de l'étrange et de l'inconfortable. P13 de l'enquête qualitative va expliquer que lorsqu'elle a visité la campagne vietnamienne, elle a vu « *des choses assez folles* ». Elle décrit une expérience qu'elle a vécu qui l'a fait complètement sortir de son

⁶³⁵ G. Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie, op. cit.*, p. 138.

⁶³⁶ *Ibid.*

⁶³⁷ Julia Corderoy, « This extreme tour simulates illegal border crossings », *New York Post*, 2017.

⁶³⁸ David Farrier et Polly Fryer, *Dark Tourist, s.l.*, Netflix, 2018.

cadre routinier : « on était tombés en panne avec la personne qui nous conduisait, et on a vu un ours en cage sur lequel on prélevait des morceaux de foie pour vendre aux gens qui pensent que ça va dynamiser leur vie sexuelle ». Elle a qualifié cet épisode « d'exotique, de barbare, de primitif ». L'immersion permet de se confronter à une altérité absolue par rapport à son mode de vie même si ces scènes sont parfois insoutenables. Finalement comme si vivre le réel consistait à voir des éléments de la culture de l'Autre au-delà de l'agréable. Néanmoins, cette altérité est fantasmée. Le voyageur reste dans la différence reconnaissable parce que ce genre de scène est recherchée. Elles correspondent finalement parfaitement au rôle que le voyageur souhaite assigner à l'Autre (par exemple le bon sauvage) et à soi (l'explorateur qui découvre des pratiques qui bousculent ses évidences). Mais l'intensité mise en scène peut être qualifiée d'artificielle par ce qu'elle prend seulement en compte certains types de situations. Les réalités trop banales, mais pourtant réelles n'auront pas d'intérêt. Le regard cherchera à capter les formes qui confirmeront une certaine vision du monde.

L'immersion est l'entrée dans l'intime des individus. Un répondant (A) explique avoir été dérangé par sa position d'observateur :

A. : « Moi je me souviens un coup, là c'était à Madagascar. Il y a une cérémonie qui s'appelle : le retournement des morts, c'est un truc assez personnel en fait et qui concerne l'intime de la famille. Je sais plus comment je me suis retrouvée là-dedans en tout cas j'y étais, mon dieu je me suis sentie trop mal. Y'a toute la famille qui vient gérer ses morts et tout le monde pleure, tout le monde est saoul et toi tu te dis : mais qu'est-ce que je fous là. Là, ce truc de voyeur ça m'a un peu trop dépassé ».

La description de cette scène montre finalement que le « voyeur » a une place complètement artificielle dans l'interaction. La scène ne montre pas un moment de connivence, mais plutôt un moment de consommation et de sensation. La personne est dérangée par la distance exotique d'une scène qu'elle ne comprend pas, car elle ne partage pas le même référentiel que ce groupe. L'autre et son monde sont externalisés. Le voyageur ne se trouve pas dans le choc culturel, mais dans le choc des cultures⁶³⁹ (cf. Chapitre I, C.). Par la recherche exclusive d'expériences intenses qui sortent de l'ordinaire, les différences sont creusées. Cela complique la compréhension et la communication entre les cultures. *Le Choc des civilisations* théorisé par Huntington, pense le contact entre différentes cultures selon une logique de confrontation. Les aspects réducteurs, essentialisant, extériorisant et séparatistes de cette théorie exacerbent le sentiment d'étrangeté et donc la distance exotique.

ECl pose également la question du cadre touristique et de la place du touriste dans l'environnement qu'il est venu *expérimenter*. Ce genre de perception exotique rejette toutes les pratiques du tourisme de masse. Nous avons déjà évoqué le côté initiatique de l'ECl. Ce type de regard ne s'oriente pas vers le divertissement ou l'amusement. Ces objectifs sont similaires à ceux recherchés par les héritiers des populations fortunées ou dirigeantes européennes qui effectuaient le Grand Tour (cf : *Une distance géographique qui provoque une déterritorialisation*). ECl s'inscrit dans cette quête d'élévation de soi et d'intellectualisation du

⁶³⁹ R. Choueiri, « Le « choc culturel » et le « choc des cultures » », art cit.

voyage. Par son côté attendu et directif, le secteur professionnel du tourisme n'est pas dans la même perception du voyage. Dans cette conception, le voyageur ne souhaite pas être guidé, il désire construire. L'ECI ne se bâtit pas sur une prise en charge collective dans les activités et dans les représentations du pays. L'individu qui est dans un état d'esprit ECI ne veut pas être dépossédé de sa liberté de mouvement. Le tourisme de masse et plus généralement le tourisme professionnel sont bien trop aseptisés et homogénéisants pour cette conception. De plus, les technologies actuelles et internet font que le voyageur est aujourd'hui beaucoup plus autonome. Les différents sites, forums, réseaux sociaux permettent d'accéder à des informations sans avoir à passer par une agence professionnelle. La postmodernité se caractérise notamment par la tendance des individus à vouloir être actif dans leurs pratiques de voyages. La notion de consommation est rejetée. Les individus se détournent du secteur professionnel touristique pour aller vers des circuits courts. En effet, dans la perspective de faire de *vraies* rencontres et d'avoir *un vrai contact*, un intermédiaire professionnel serait de trop. Mais comme nous l'avons déjà affirmé, ce voyageur a tendance à ne pas se rendre compte de la place qui lui est assignée. N'oublions pas non plus, même si cela paraît être une évidence, qu'une rencontre prend du temps.

L'ECI présuppose que l'Autre sera heureux de cette rencontre et qu'il accueillera le touriste avec plaisir. En 2018, un Américain voulant convertir les autochtones de l'île de North Sentinel se fait tuer par ces derniers à coups de flèche. Les habitants de l'île ne veulent pas de personnes étrangères sur leur lieu de vie. Les autorités nationales en interdisent d'ailleurs l'accès. La réalisatrice indienne Aruna HarPrasad qui avait en 1993 brièvement posé le pied sur ce territoire s'était alors insurgée : « *Mais qui était-il, ce jeune homme, et d'ailleurs, qui sommes-nous donc, pour nous arroger le droit d'aller déranger ces gens et corrompre ces tribus isolées vivant en harmonie avec une nature dont nous avons désormais oublié l'essence même* »⁶⁴⁰. Cette artiste pose une question à laquelle le voyageur ou le touriste ne souhaite pas répondre lors de son voyage : qui sommes-nous pour venir déranger ces personnes dans leur environnement d'habitation ? Ce qui constitue un lieu de dépaysement pour un individu est un lieu de vie pour un autre. On ne demande pas son avis à l'Autre. Aller voir l'Autre est un droit inhérent au voyage. L'Autre fait partie de ce que le voyageur est venu voir lorsqu'il a pris la décision de partir. Qu'importe si les villages visités n'ont pas clairement accepté la présence de visiteurs. Ils n'ont pas vraiment le choix. Lors de l'entretien qualitatif, P6 constate qu'elle n'a pas apprécié le Cambodge, parce que les locaux ne l'ont pas accueilli de manière chaleureuse et désintéressée : « *on avait prévu de rester 3 semaines, finalement on est resté que 15 jours, c'est le Cambodge. L'arrière-pays cambodgien est très beau, mais dès que tu as affaire à eux, déjà ils sont pas accueillants et s'ils peuvent te berner, ils te bernent. C'est dommage* ». P6 a une idée bien précise de la rencontre et elle voudrait qu'elle s'accomplisse comme elle l'avait imaginé. Elle attend de l'Autre qu'il soit accueillant. Elle agit comme si elle consommait un service. Les acteurs postmodernistes n'aiment pas le terme « consommation », car trop attaché à une forme de destruction. Ils préféreront penser une forme de création participante. Pourtant dans cette

⁶⁴⁰ Bruno Philip, « "Sur l'île de Nord-Sentinelle, j'ai vu les premiers hommes sur la terre" », *Le Monde*, 8 janv. 2019.

composition, les liens ne sont pas construits. L'individu entretient un rapport à l'Autre structuré sur un imaginaire bien particulier.

Pour conclure, l'individu qui adopte une perspective d'ECI est un aventurier voyageur de la mauvaise époque qui ne pourra jamais aller au bout de sa démarche. Il est désespérément en quête de sens. L'individu se rêve en aventurier, mais il ne l'est pas. Néanmoins, il tentera l'effort de se distinguer au maximum du touriste. Jean Chesneaux, historien et politologue, écrivait que la différence entre touriste et voyageur tenait à l'autonomie de leur projet⁶⁴¹, mais ce projet ne peut plus aujourd'hui être autonome, il dépend d'un besoin de ressourcement, d'attentes d'une mythologie de voyage occidentale, et de réflexes de consommation. De plus, du fait de la touristification du monde qui est de plus en plus intense, il échappe difficilement à la gestion des flux, à l'artificialisation des lieux et aux aménagements contre les spontanités sauvages. Évidemment, on continue de faire croire au possible de ECI. L'industrie touristique persiste à faire de la publicité pour des jungles impénétrables et des villages oubliés en prônant leur authenticité. Le voyageur qui adopte cette conception doit se maintenir dans l'illusion qu'il possède la même liberté de découverte et de contact au Divers que les explorateurs des siècles derniers. Pourtant, ses marges de liberté ne sont pas les mêmes, et ses besoins non plus. Il ne peut pas aller au bout de sa poursuite. Comme le souligne Christin, les véritables voyageurs ne peuvent être que des marginaux. Il faudrait s'extraire complètement de toute logique marchande pour préserver le rapport à l'Autre et au Divers. Cela constitue un ressort de transgression par rapport aux attentes et cohérences actuelles. Même les alternatives au tourisme, qui vantent du plus éthique, plus durable, plus sociale et qui souhaitent se différencier du tourisme de masse se base sur des imaginaires illusoires pour poursuivre leurs objectifs thérapeutiques : « *Pour l'instant, la prétendue éthique des nouvelles pratiques touristiques permet de soigner la mauvaise conscience diffuse et le souci de distinction du touriste, sans remettre en cause son plaisir de voyager et son désir de jouir du monde. Le "consom'acteur" reste malgré tout un consommateur* »⁶⁴². ECI se base sur un paradoxe, tout en cherchant à s'immerger dans la réalité, l'individu est en quête de jouissance. L'ouverture sur le réel dans sa forme absolue requiert un désintéressement du voyageur, un effacement ainsi qu'une acceptation du banal. En effet, Christin relève que le quotidien des populations exotisées est souvent rude, parfois dérangent, inaccessible, sobre et à l'usage, monotone⁶⁴³. Ces caractéristiques n'appellent pas toutes au ressourcement. La quête de reconnaissable et de jouissance rééquilibre l'individu, mais ne le fait pas grandir. Il ajoute même que le « *germe voyageur* » qui « *tend à faire du voyage une matrice de transformation intérieure* » n'existe plus. Nous pourrions finir en disant que le voyageur est en voie de disparition. ECI en est le témoignage essoufflé, la preuve que même avec de la bonne volonté il est maintenant hors de portée.

⁶⁴¹ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 28.

⁶⁴² *Ibid.*, p. 24.

⁶⁴³ *Ibid.*, p. 112.

Chapitre XXV. L'exotisme de conception contemplative

« *Je voyage, non pour connaître l'Italie, mais pour me faire plaisir* »⁶⁴⁴. L'exotisme de conception contemplative (ECC) est un exotisme de l'extérieur. ECC est l'étranger qui vient en vacances. Il voit la surface de la culture locale et en a conscience. ECC se place à l'extérieur du quotidien et du monde de l'Autre il ne cherche pas à l'intégrer comme ECI. Contrairement à ECI le réel n'est pas une condition fondamentale. Les objectifs ainsi que la lecture derrière le regard ne sont pas les mêmes entre ECC et ECI. Alors que l'individu qui adopte l'ECI est dans une quête de sens durable, l'individu dans ECC est dans une quête d'abandon éphémère. ECC ne bouscule pas l'individu dans ses certitudes ou son confort. Le cadre se doit d'être rassurant et connu. Le monde sacré de l'Ailleurs a ici pour but la détente, le ressourcement et bien évidemment le divertissement. On imagine une expérience de voyage qui ne requiert que peu d'effort pour contrebalancer l'engagement du monde profane. Une des personnes de l'entretien qualitatif qui pratique les circuits organisés explique la commodité de cette structure par rapport à d'autres formes de voyage :

P2 : « *Je pense que quand tu voyages seul, t'es un peu livré à toi-même. Tu vas passer du temps à trouver un logement, un restaurant et ça, c'est chiant. Quand tu es avec un groupe ben tu ne te poses pas la question. Tu as pas le souci de te demander : qu'est-ce que je vais faire ce soir. Mais de l'autre côté, tu es canalisé sur un truc.* »

Le répondant exprime sa volonté de voyager sans se préoccuper de l'organisation. Celle-ci demande du travail. Le travail fait partie du monde profane. Évidemment, ce qu'il y a derrière la notion de « travail » peut différer en fonction des personnes. Le monde sacré s'ajuste aux vécus du monde profane. Les régulations apportées par le monde sacré feront toujours écho au monde profane. D'après Rodolphe Christin : « *Qu'on le veuille ou non, la pratique des routes toutes tracées est une improbable évasion* ». Selon lui, les logiques managériales de l'industrie touristique obligent à adopter des logiques d'organisation et de prévision très strictes. L'aléa n'y a pas sa place. Des aménagements ainsi que des commodités sont construits. L'enjeu pour l'industrie touristique est d'être la plus performante possible afin de répondre aux besoins en monde sacré des visiteurs. Le répondant expliquera plus tard dans l'entretien : « *C'est intéressant de voyager en groupe, quand on est avec d'autres Européens, on découvre ensemble* ». Nous sommes loin du voyage initiatique de ECI. Suivre un groupe engendre moins de peur, l'individu se sent davantage accompagné, il peut partager ses impressions d'autant plus si le groupe est aussi dans la recherche de l'agréable.

Un phénomène qui distingue véritablement ECC de ECI est la distance qui est mise avec les locaux. Les personnes qui adoptent la perspective ECC reste entre elles parce qu'elles n'appartiennent pas au même monde que l'Autre. La culture porte cette différence, mais pas

⁶⁴⁴ Jean-Didier Urbain, *Secrets de voyage. Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*, Edition Payot&Rivages., Paris, 1998, p. 123.

seulement. L'ECC assume le statut de vacancier des voyageurs. L'Autre est dans son propre monde profane. La temporalité, les enjeux, les conditionnements émotionnels, les attentes ne sont pas les mêmes. L'Autre dans son monde profane est objectif et décors du monde sacré de l'ECC. Il y a une dichotomie infranchissable entre le voyageur et l'Autre. Ils font partie de deux univers de sens différents. ECC se place donc dans un cadre extérieur. L'individu dans une posture ECC a également conscience d'être reconnu dans son monde sacré. Les propos de P2 vont d'ailleurs en ce sens : « *Mais c'est toujours pareil, on est là, on est touriste, ils peuvent qu'être gentils avec nous. Et puis les Asiatiques quelque part, c'est pas qu'ils ont pas la même réflexion que nous, mais bon, le sourire on peut pas savoir ce qu'il y a derrière* ».

Ce positionnement peut être vu comme une lucidité vis-à-vis du touriste/voyageur. De ce fait, dans un pays, les contacts avec l'Autre se déroulent dans un cadre d'expérience transformé et non primaire⁶⁴⁵. Pour Marc Augé : « *L'objet de rencontre* » se transforme en « *objet de visite* »⁶⁴⁶. Ces mécanismes de perceptions favorisés par le cadre d'expérience transformé produisent un désengagement et un renoncement à l'altérité. L'Autre est réifié et finalement nié dans son existence et dans sa complexité. En effet, l'aspect superficiel d'ECC et son objectif de divertissement peuvent laisser supposer que l'individu n'appartienne pas à la réalité du voyageur. Il est réduit à une altérité recherchée. Cette altérité doit être simple et ludique. Elle peut être attendrissante, exceptionnelle, un peu effrayante, relativement étrange, inspirante, magique. Dans tous les cas, elle doit provoquer des émotions positives et stimulantes. Voici plusieurs extraits d'entretiens qui reflètent ces marqueurs :

P2 : « *Il y avait un petit garçon qui soufflait sur mon ampoule de lampe torche pour l'éteindre. C'est incroyable quand même ça.* »

P11 : « *Quand on est allée au Vietnam, à la frontière avec le Laos, j'ai vu des rizières en escalier à couper le souffle. Vraiment, tu ne t'en remets pas de ça. C'est beau, c'est un travail de titan qui est fait par les gens sur place et il y a beaucoup de respect par rapport à ça.* »

P20 : « *Ouais à chaque fois que je vois un paysage, je me prends une grosse claque. Je ne suis pas quelqu'un qui prend des photos, mais devant certains paysages je vais être scotché et prendre une photo. Je vais être en train de fantasmer sur ce que je vois. Sur le fait que c'est beau, sur le mélange des couleurs. Évidemment avec un coucher de soleil c'est encore mieux, des champs au premier plan, derrière des montagnes grises, avec des arbres sur les flancs, la brume.* »

P5 : « *Oui, on pourrait utiliser altérité à la place c'est sûr, mais je trouve que dans exotisme il y a quelque chose de plus magique. Il y a un petit côté où tu as envie qu'il y ait quelque chose de beau qui en ressort.* »:

⁶⁴⁵ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit.

⁶⁴⁶ Marc Augé, *Le Temps en ruines*, Paris, Galilée, 2003, p. 56.

La perception d'ECC cherche une dimension spécifique d'altérité. Christin parle d'une « mise au “bon” format »⁶⁴⁷. Un format qui permettrait par sa mise en scène le plaisir du consommateur/spectateur⁶⁴⁸. Parfois, cet « *ajustement* » de la réalité se fait à travers le concept de « folklore ». D'après certains folkloristes, le folklore serait la collecte des survivances d'états antérieurs de civilisations⁶⁴⁹. Paul Sébillot utilise l'expression : « Traditions populaires »⁶⁵⁰. Dans le monde du tourisme, ces survivances font souvent office d'attractions. L'argument de la sauvegarde par la valorisation des pratiques est évidemment mis en avant, d'autant plus lorsque ces pratiques tendent à disparaître. Néanmoins, cela peut avoir pour conséquence de créer des sociétés hors du temps et hors du réel. On peut même se poser la question de savoir si ces phénomènes appartiennent encore au folklore ou s'ils ne s'inscrivent pas dans des processus de muséification de la culture et donc de simulation d'une période cristallisée. D'après Christin en parlant de ce phénomène : « *On n'est alors jamais très loin d'une manipulation du “réel” donnant l'illusion que les choses existent couramment alors que, basculées dans un passé idéalisé, elles n'ont plus d'autre usage que touristique* »⁶⁵¹. Au cours de nos entretiens, nous avons plusieurs fois eu des témoignages indiquant de quelle manière le folklore s'adapte au tourisme. En effet, l'élaboration de certaines mises en scène culturelles est pensée pour les habitudes de lectures des visiteurs. Rappelons-nous la citation de Urry lorsque nous avons étudié l'authenticité symbolique : « *Le regard touristique est construit à travers des signes, et le tourisme implique la collection des signes* »⁶⁵². Ces créations pourront même être aménagées pour le planning des visiteurs. Preuve en est que le folklore dévie de sa trajectoire initiale. Nous en avons l'exemple dans le récit de S. de l'entretien de groupe. Cette personne explique qu'en Indonésie durant le rituel du Pasola, la population a rajouté des dates, du fait que trop de touristes venaient à l'évènement (Annexe 6).

Pour Marc Augé : « *Ceux que l'on vient filmer ne sont eux-mêmes qu'illusion, une illusion qui répond au désir des visiteurs : illusion du pittoresque, illusion de la couleur locale* »⁶⁵³. ECC est marqué par la recherche d'esthétisme. Il propose des tableaux à contempler. L'individu par ses ancrages va chercher à trouver ses représentations sociales. Les figures, les thèmes, les lieux communs seront différents de ceux de l'ECI. Prenons l'exemple des ethnies minoritaires. Dans la perception de ECI, ces ethnies représentent un idéal de valeurs qui peut lui servir pour son développement personnel. Dans la perception produite de l'ECC ces ethnies incarnent une forme d'esthétisme hors du commun. Cet esthétisme n'est pas un attribut en soi. Il tient presque du stigmaté au sens de Goffman parce qu'il se définit dans le regard d'Autrui et qu'il renvoie à un écart à la norme⁶⁵⁴ (en l'occurrence celle du visiteur). Cet esthétisme se construit dans le

⁶⁴⁷ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 16.

⁶⁴⁸ *Ibid.*

⁶⁴⁹ Gilles Laferté, « L'appropriation différenciée des études folkloriques par les sociétés savantes : la science républicaine rétive au folklore? », *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*, 2009, vol. 20, n° 1, p. 129.

⁶⁵⁰ *Ibid.*

⁶⁵¹ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 110.

⁶⁵² J. Urry et J. Larsen, *The Tourist gaze 3.0*, op. cit., p. 101.

⁶⁵³ M. Augé, *Le Temps en ruines*, op. cit., p. 56.

⁶⁵⁴ Erving Goffman, *Stigmaté : les usages sociaux des handicaps*, s.l., 2015, p. 57.

cadre d'une authenticité symbolique. Cette authenticité relève de la croyance⁶⁵⁵. Le visiteur va concevoir son paysage touristique en produisant et en collectant certains symboles spécifiques⁶⁵⁶. Il se constitue un « *prêt à penser* »⁶⁵⁷. Le visiteur veut croire que ces ethnies sont isolées de temps et du monde. En ne voyant que leur mode de vie traditionnel, il le différencie et le place à l'écart du reste de l'humanité. Pourtant ces sociétés vivent dans le « présent ». Elles sont contemporaines comme les sociétés occidentales. À leur manière, elles ont évidemment évolué au fil des années. De plus, l'isolement de ces sociétés est largement exagéré.

Pour Jean-Luc Aka-Evy en parlant des arts traditionnels négro-africains, la muséification relève d'un discours esthétique occidentale. Ce discours raccorde le folklore à un passé « *idéalisé, mythique, voire mystérieux* ». Il se base, d'après l'auteur, qui s'inspire de Hegel, sur « *La célébration de soi pour soi au détriment de l'autre, qui se donne à voir comme négation de soi* ». L'exotisme est cette forme de discours qui vise à la célébration de soi. L'exotisme de regard extérieur se veut en dehors de l'Autre. Comme l'explique Aka-Evy, les objets culturels et/ou folkloriques par la muséification « *perdent leur efficacité sociale et temporelle et s'installent dans une position immobile quasi anachronique* », ils deviennent simples objets de contemplation et d'évasion. L'objet est désarticulé de son monde pour devenir autre chose. L'historien en évoquant les arts traditionnels négro-Africains, affirmera la chose suivante (qui rejoint notre exotisme de regard extérieur) :

*« Leur réalité vis-à-vis de notre regard contemplatif, se dérobe et s'estompe dans leur arrière-plan ontologique laissant ainsi notre être complètement désaxé. La contemplation supposée que nous en avons est simplement esthétique ; et que dans ce cas, tout ce qui appartient à l'archaïque, à l'antique, au classique ou au "traditionnel" produit effectivement une impression esthétique et s'ouvre sur la domestication, l'appropriation/désappropriation et la manipulation des objets par le pouvoir impérial de l'œil ».*⁶⁵⁸

On peut craindre certaines dérives de ces logiques de distanciation, de décontextualisation, de négation de l'Autre.

On peut citer notamment le fait de « jouer » à être l'Autre, ce qui n'est pas la même chose que « l'immersion » d'ECI. À Kyoto, on retrouve ce phénomène. Des touristes louent des kimonos traditionnels pour quelques heures afin de faire des photographies d'eux en « déguisement » devant des lieux sacrés. Devant l'ampleur du phénomène et des plaintes des habitants, les autorités locales remettent en cause les locations à courte durée⁶⁵⁹.

Une autre dérive est un certain retour des zoos humains ou des safaris humains. En Thaïlande, il existe des camps de femmes- girafe. Ces femmes sont de l'ethnie des Karenni. Ce groupe originaire de Birmanie a dû fuir son pays. Les touristes viennent chaque jour dans ces

⁶⁵⁵ Y. Reisinger et C.J. Steiner, « Reconceptualizing object authenticity », art cit.

⁶⁵⁶ J. Urry et J. Larsen, *The Tourist gaze 3.0, op. cit.*, p. 101.

⁶⁵⁷ G. Ferréol et G. Jucquois, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles, op. cit.*, p. 231.

⁶⁵⁸ Jean-Luc Aka-Evy, « Nu pour soi, Nu pour autrui. Sur la résistance des arts « traditionnels » négro-africains à la muséification », *Présence Africaine*, 2005, vol. 171, n° 1, p. 9-23.

⁶⁵⁹ Justin Mccurry, « Tourism pollution': Japanese crackdown costs Airbnb \$10m », *The Guardian*, 15 juin 2018.

camps pour faire des photos. Certaines fois, ces dérives de mises en spectacle et de « zoofication » de l'Autre sont moins évidentes. Le fait de prendre une photo sans le consentement de la personne. Au cours de cette thèse, nous avons eu nombre d'exemples. Lors de l'analyse du documentaire *Les sourires du Vietnam* avec Réhahn le photographe (cf. Chapitre XII) ou par un des répondants de l'entretien :

P2 : *« J'ai aussi fait une photo d'une petite fille. Ça, j'avoue je l'ai volée cette image. J'avais un zoom, j'étais loin, j'appuie au bon moment sur l'appareil, et là elle a dû se sentir observée, elle a tourné la tête à ce moment-là. Cette photo elle est sublime. Cet instant il était naturel. Si je lui avais demandé si je peux la prendre en photo, elle m'aurait peut-être fait un sourire, un faux sourire et là elle m'aurait demandé une pièce. Là c'était autre chose. Elle était dans son monde, elle m'a regardé et là j'ai pris la photo. Mais bon il y a d'autres gens qui prennent des photos débiles quoi. »*

Ce qui est au passage à noter dans ce témoignage, c'est que l'on considère qu'il y a toujours pire touriste que soi. Le fait de prendre une « belle » photographie, ou en tout cas un cliché qui a su toucher l'émotionnel de la personne excuse le fait de photographier un enfant sans son accord. En tout cas, cette photo est plus légitime et acceptable que « *la photo débile* ». En d'autres termes, une photo qui ne serait pas enrobée d'un certain topos recherché. Cet exemple montre le contexte qui permet de justifier qu'un individu se trouve dépossédé de son image, au service de la « magie » du voyage. Une magie faite de besoins en spontanéité et en authenticité (« cet instant il était naturel ») que le monde profane d'un Occidental ne donne visiblement plus.

Pour conclure, la recherche de l'enchantement, du paradisiaque, du confortable et surtout du dépaysement coupe l'individu qui adopte cette conception des réalités locales. Il vit à la marge du pays dans son propre monde. Évidemment, qui peut avoir la prétention de vouloir se plonger dans cette réalité ? Nous l'avons vu, ECI n'y parvient guère plus. La temporalité entre ECI et ECC ne semble pas être la même. On peut imaginer que ECI a plus de temps en sacré qu'ECC, ce qui lui permet son exploration intérieure. ECC est l'abandon. Dans cette perspective, le voyage n'est ni politique ni philosophique. L'individu mise sur l'optimisation d'un bon temps. Cela implique confort, simplicité et sécurité (physique, émotionnelle, et symbolique). Cette intensité récréative recherchée dans l'ECC peut conduire à une activité touristique déraisonnée et à des pratiques pas toujours respectueuses de leur environnement de séjour. Cela peut mener (mais pas seulement) au sur tourisme ou ce qu'on appelle le tourisme de masse et crée des figures comme le croisiériste ou encore le *city - breaker*. ECC s'inscrit dans une époque postmoderniste et bien évidemment dans un besoin en sacré. L'individu se positionne dans un ethnocentrisme de déni (cf. Chapitre III). En effet, cette perception a tendance à ignorer l'Autre comme individu complexe et à ne pas remettre en question sa vision de monde et ses représentations. L'individu élude d'une certaine manière l'univers de l'Autre pour se focaliser sur ses propres besoins à satisfaire.

Voici un tableau qui synthétise les caractéristiques de ces deux conceptions exotiques :

Exotisme de conception immersive	Exotisme de conception contemplative
Immersion (comprendre l'Autre, devenir l'Autre)	Contemplation (distance et passivité)
Performance (interdit, effort, sensation forte)	Détente
Rareté	Folklore
Étrangeté	Esthétisme
Cadre d'aventure (romantique, inattendu, surprise)	Cadre rassurant
Ressourcement (apprentissage actif)	Relâchement (abandon)
Hors de sa zone de confort	Confort
Recherche de réel	Recherche d'enchantement, paradisiaque, luxuriant
Les sites « hors des sentiers battus »	Les sites « classiques » du pays, de notoriété publique
Authenticité existentielle	Authenticité symbolique
Oublié et figé	Agencé et figé
Temporalité longue	Temporalité courte
Ethnocentrisme universaliste	Ethnocentrisme de déni

Voici un tableau qui synthétise les conséquences de ces deux conceptions exotiques :

Exotisme de conception immersive	Exotisme de conception contemplative
Confusion avec l'altérité	Ignorance de la culture sur place
Le voyageur détruit ce qu'il cherche quand il le trouve	Coupé des réalités locales
Trouve un réel orienté	Contacts humains superficiels
Voyeur	Dérive du zoo humain
Joue le jeu d'un tourisme amateur	Joue le jeu d'un tourisme professionnel
Se trouve meilleur que l'individu qui adopte l'ECC	
Reste consommateur	
Naïveté par rapport à la capacité d'intégration	

Pour conclure, ECI et ECC ne sont pas des identités, mais des conceptions, ce qui induit donc qu'on peut passer de l'un à l'autre en fonction du contexte. Il serait simpliste et erroné d'affirmer que ECI serait la perception des voyageurs et ECC celle des touristes. Touriste et voyageur sont des identités. Ces deux conceptions se croisent et peuvent se superposer. Les conceptions sont des croyances. L'exotisme relève de l'idéologie parce que les individus croient qu'ils vont trouver l'authenticité dans un univers autre que le leur. L'exotisme agit comme un outil de perception par lequel découlent des conduites et des pratiques. De conceptions différentes, émane des pratiques distinctes. Par exemple, on peut imaginer qu'une approche associée à ECI serait de manger du serpent alors qu'une pratique attachée à l'ECC serait de faire une photo avec un serpent. Ces idéaux types nous ont permis d'établir des systématisations à partir de caractéristiques typiques et de faire ressortir deux conceptions singulières. Le cadre de référence est l'ethnocentrisme. Le fait d'appartenir à un groupe ou à un autre conditionne l'attitude et le rôle touristique de chacun. L'endogroupe est central et en position de force. L'exogroupe n'est pas une entité autonome, il se définit par rapport à l'endogroupe. L'altérité est par définition ce qui est autre que soi. Dans notre étude, l'exotisme correspond à cet aspect de l'altérité, mais il se distingue dans le fait que ce n'est pas la reconnaissance de l'Autre dans sa différence. C'est l'orientation et l'identification de l'Autre dans une différence passée sous un filtre qui répond aux besoins/attentes d'un groupe. La consommation imprègne l'exotisme. Le monde sacré est une expérience individuelle qui permet une régulation émotionnelle et psychologique par rapport au monde profane. En matière de consommation :

*« Le concept de soi est probablement le moteur motivationnel le plus fort. Au travers du soi, l'individu se positionne par rapport à son environnement. La consommation a toujours été une affirmation de ses préférences, de sa vision de soi-même, mais en se développant à tous les niveaux de la société pendant la seconde moitié du XX^e siècle, elle est devenue l'un des principaux vecteurs d'affirmation de l'individu ».*⁶⁶⁰

On comprend de quelle façon le voyage est étroitement lié à la consommation. La consommation correspond à des besoins. Ces besoins sont le fait de déséquilibres qui créent un manque que l'individu va vouloir combler par son acte de consommation⁶⁶¹. L'organisation d'un voyage répond à un besoin d'authenticité, de divertissement, d'intensité, de dépaysement, etc. La lecture de la réalité se fera en fonction de cela. Ce besoin de consommation va former une conception qui engendre une perception. La perception est la prise de connaissance sensorielle d'objets ou d'événements extérieurs plus ou moins complexes⁶⁶². La perception est la réaction par les sens par rapport à un environnement. Lors de l'entretien qualitatif, les individus ont réalisé un exercice dans lequel l'animatrice leur a demandé de nommer une image, un son, une odeur et une saveur de leur voyage au Vietnam. Nous avons observé un certain nombre de similarités. Nous avons remarqué par cet exercice qu'il existe donc des perceptions collectives. Dans notre logique, cela veut dire qu'elles découlent de besoins collectifs qui engendreront certains types de consommations partagées. ECI et ECC sont deux

⁶⁶⁰ Denis Darpy et Valérie Guillard, « Chapitre 2. Les besoins, les motivations et l'implication » dans *Comportements du consommateur*, Paris, Dunod, 2016, vol.4e éd., p. 27-62.

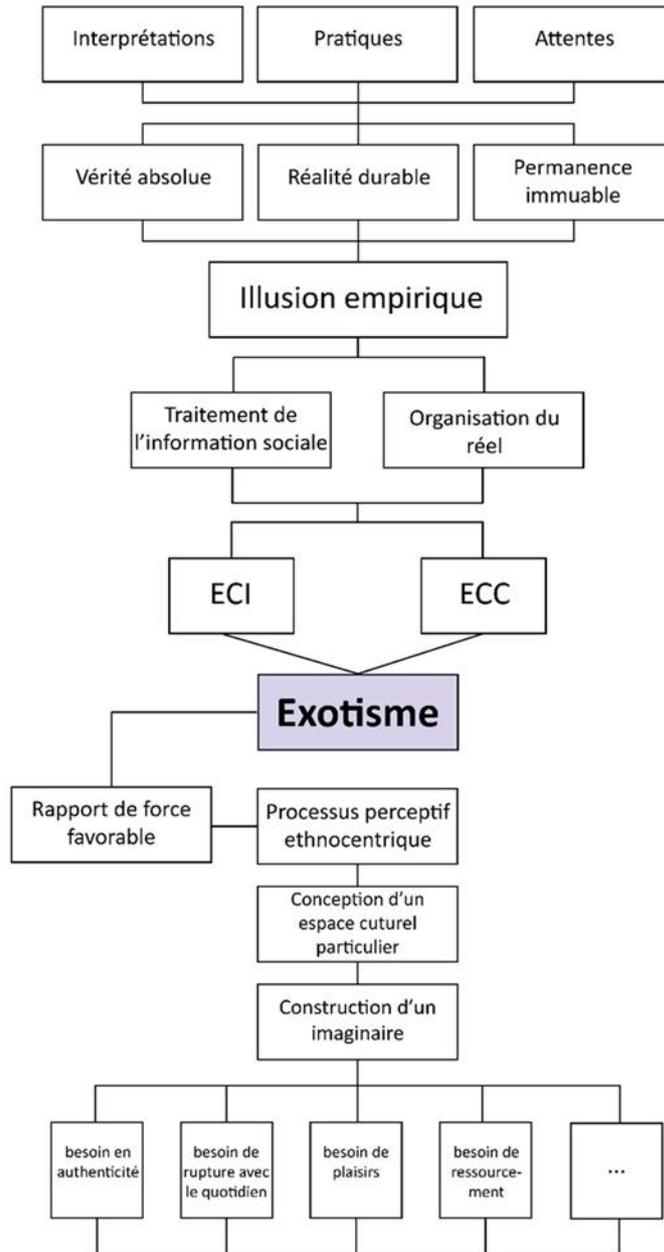
⁶⁶¹ *Ibid.*

⁶⁶² *Ibid.*

conceptions différentes de l'exotisme, mais leur trajectoire est la même. La réelle distinction se trouve dans la définition des besoins de la personne qui voyage. Ces besoins sont dessinés selon son monde profane et des nombreux manques que ce dernier génère. Ces deux idéaux types se différencient par le type de besoin auquel les individus répondent. ECI correspond à des besoins de développement intérieur donc endogène et ECC correspond à des besoins de stimulation extérieure donc exogène. Finalement, ces différenciations des besoins montrent une nouvelle classification des individus qui prend en compte le contexte postmoderniste dans lequel ils évoluent. Les absolus des sociétés se délitent, d'autres idéaux que le travail sont valorisés. D'après Maffessoli, cité dans le dictionnaire de sociologie, les régulations sociétales se font par le champ de la socialisation et dans la dynamique des rapports sociaux. Les individus ne seraient plus dans une réappréciation de l'attente, mais dans l'attention : « *c'est-à-dire la recherche de solutions ou d'ajustement ponctuels et provisoires, de type pragmatique* »⁶⁶³.

⁶⁶³ G. Ferréol et al., *Dictionnaire de sociologie*, op. cit., p. 236.

Schéma du processus exotique



Conclusion

La conclusion de ce manuscrit est constituée de quatre parties. Dans un premier temps, nous reprendrons nos problématiques en effectuant une synthèse de notre argumentation. Ce faisant, nous expliquerons la démarche utilisée dans chaque chapitre. Dans un deuxième temps, nous réaliserons une mise en perspective de notre composition en rappelant la position des principaux auteurs sur le sujet et en quoi notre analyse confirme, complète ou infirme leurs thèses. Dans un troisième temps, nous indiquerons les limites de notre étude. Nous énoncerons les difficultés rencontrées, qui ont pu causer un traitement inégal des différents points. Enfin, nous ouvrirons notre travail à d'autres orientations qui pourront être plus amplement explorées lors de recherches ultérieures.

UNE SYNTHÈSE DE L'ARGUMENTATION POUR RÉPONDRE AUX PROBLÉMATIQUES

Avant de présenter les résultats, nous souhaitons rappeler les quatre problématiques de notre recherche :

Dans une perspective sociologique, comment peut-on définir l'exotisme aujourd'hui ?

Quels sont les impacts de l'exotisme sur les individus exotisés et sur les individus exotisants ?

Quels sont les différents organisateurs de l'exotisme ?

Quelles sont les représentations sociales de l'imaginaire français autour du Vietnam ?

L'exotisme repose sur différentes distances qui vont créer une sensation d'étrange entre des individus et l'ailleurs. La langue anglaise est un bon indicateur pour rendre compte de la transformation opérée : l'Autre passe de la valeur objective du *foreigner* à la valeur impressionnante et interprétative du *stranger*. L'altérité est modelée et correspond dès lors à la perception d'un groupe. Empêcher la proximité permet de garantir l'orientation d'une étrangeté qui provoque une intensité stimulante. L'exotisé et l'exotisant se déplacent comme deux boxeurs. L'un impose son rythme. L'Autre le suit en miroir toujours mis à distance par cet adversaire puissant qui lui refuse tout rapprochement. Au cours de la première partie de cette recherche, nous avons pu pointer les différences conceptuelles inhérentes à la notion d'exotisme.

Les différents types de distances qui caractérisent l'exotisme sont multiples. Claude Lévi-Strauss parlait de « *servitude* » du voyageur qui se laisse séduire par l'agréable et la superficialité de ses pré-représentations et de ses idéalizations traversées par sa subjectivité⁶⁶⁴.

⁶⁶⁴ C. Lévi-Strauss, *Tristes tropiques*, op. cit., p. 9.

La distance anthropologique est très différente. Elle est rigoureuse et requiert un effacement de l'observateur. A contraire le voyageur se place au centre dans sa recherche d'une altérité esthétique et poétique qui le transporte dans sa propre fiction. Dans cette perspective, la jouissance de l'individu est placée au cœur de l'acceptation de l'exotisme.

De même, la distance géographique semble jouer un rôle important. Même si les avancées technologiques font penser à un rétrécissement de l'espace, la distance physique entre les peuples demeure. La place de l'itinéraire dans le voyage a perdu de sa valeur. À certaines époques comme celle du Grand Tour, le trajet compose le voyage. La tendance est aujourd'hui à le percevoir comme une contrainte qu'il faut faire passer le plus rapidement possible. La destination constitue l'objectif premier. Le voyageur ne subit plus l'espace, le plaisir de la destination est quasiment immédiat. Nous avons constaté qu'éprouver les changements de son environnement offre à l'individu l'occasion de s'ancrer dans son espace pour ne pas voir le monde extérieur comme une entité séparée de lui-même. Prendre le temps de regarder le milieu se métamorphoser permet à l'individu de s'affranchir du strict cadre de lui-même. Un dépaysement brutal va déterritorialiser l'individu, qui face au risque d'une désorientation, va construire une reterritorialisation artificielle, car bâtit sur l'objectif de s'échapper de l'emprise des répétitions et de l'aliénation de son quotidien. Enfin, la dernière discordance que nous avons pu étudier est celle de la culture. Le voyageur souhaite découvrir une culture différente de la sienne lorsqu'il arrive à destination. Pourtant il s'arrête au superficiel n'allant jamais au-delà de la couche observable de la structure culturelle. Ce degré de compréhension met à jour une représentation du monde et une organisation des cultures à travers un paradigme particulier des relations internationales. Cette vision est celle que l'on retrouve chez Huntington dans ses travaux sur le choc des cultures déjà maintes fois disqualifiée par la communauté scientifique⁶⁶⁵. Cette lecture sépare, isole et confronte les espaces culturels qui se regardent par des perspectives extérieures et totalisantes. Il en résulte une essentialisation et par conséquent une naturalisation des manières d'être qui constitue une configuration fertile sur lequel l'exotisme se développe.

L'exotisme s'appuie sur une différenciation relative au reconnaissable. Pour Tzvetan Todorov, il s'agit « *d'un éloge dans la méconnaissance* »⁶⁶⁶ et Thomas Tanase parle d'un « *malentendu entretenu* »⁶⁶⁷. Par notre étude, nous avons pu voir en quoi découvrir la culture de l'Autre est secondaire. L'enjeu du touriste semble être de chercher à confirmer l'opposition entre la destination visitée et la culture de l'individu exotisant. L'exotisme peut être compris comme une construction sociale des représentations que les sujets observants ont pour eux même. Gilles Deleuze dira du voyage qu'il y a « *toujours un petit côté de fausse rupture* »⁶⁶⁸. Une étude sur l'exotisme oblige à mener une réflexion sur la différence. Pour Deleuze, elle est soumise aux exigences de l'identité et du concept. Penser la différence « pure » serait

⁶⁶⁵ O. Schmitt, « Le Choc des civilisations : un concept zombie », art cit.

⁶⁶⁶ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 301.

⁶⁶⁷ Thomas Tanase, « Exotisme, merveilles et mission dans les récits des Frères mendiants (XIIIe-XIVe siècles) », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 37-46.

⁶⁶⁸ P.-A. Boutang, *L'Abécédaire de Gilles Deleuze : V comme Voyage*, op. cit.

impossible, la nouveauté de la réalité serait immédiatement interprétée par les référentiels des individus. L'intensité exotique se développe par un équilibre entre découverte de l'inconnu et représentations familières maintenu en partie par l'intervention de la rareté. Elle empêche le familier de devenir l'ordinaire. L'altérité est aujourd'hui maîtrisée, standardisée, agencée et « *bocalisée* »⁶⁶⁹. Ainsi, les habitudes des voyageurs ne sont pas perturbées par des différences « pures » et les frustrations, l'errance, les aléas, les déconvenues sont évités. L'illusion de la différence se prolonge donc empiriquement. Elle ancre les croyances inconditionnelles dans son vécu et sa perception de l'individu. Son expérience subjective devient un socle de vérité absolue, de réalité durable, une permanence immuable.

Nous avons pu décrire en quoi l'exotisme se base sur un ethnocentrisme qui a le pouvoir de s'imposer. Les ethnocentrismes sont multiples, nous en avons étudié trois : de déni, de défense et d'universalisme. L'ethnocentrisme de déni a mis à jour une vision cloisonnée du monde. Il nie les spécificités dans la différence, notamment, en ne faisant aucune distinction entre les différents pays asiatiques. L'ethnocentrisme de défense, même s'il ne concerne pas directement notre thématique de recherche, permet d'appréhender la construction des essentialisations et la naturalisation des différences. Enfin, l'ethnocentrisme universaliste a permis de comprendre les mécanismes d'un universalisme imposteur qui œuvre en faveur des particularismes d'un groupe. Les groupes occidentaux jouissent d'un pouvoir de définition et de représentations sur leur propre groupe, mais aussi sur celles des autres. L'exotisme est une des expressions de ce pouvoir qui contribue à ordonner le monde comme évident à ceux auquel il s'impose. Des groupes dominants ont donc la capacité d'agir sur la réalité et de la transformer. Le pouvoir est une notion que nous avons étudiée à travers les travaux de Robert Dahl⁶⁷⁰, Steven Lukes⁶⁷¹ et Michel Foucault⁶⁷², mais c'est l'analyse de Pierre Bourdieu sur la violence symbolique⁶⁷³ qui nous a permis de développer une argumentation sur les jeux de pouvoir et les rapports de force au cœur du processus de construction des représentations.

L'exotisme transforme la réalité par l'intervention des imaginaires. L'analyse de Paul Ricœur a montré de quelle manière la *Einbildung* et la *Fantasie* sont autant d'outils de l'imagination qui permettent de produire de nouvelles références et de concevoir le monde par d'autres perspectives⁶⁷⁴. L'imagination influence les usages, les actes et les interactions en pénétrant le réel et se faisant en réinjectant du sens et des possibles dans l'expérience de l'individu. Par la théorie des cadres d'expériences de Erving Goffman⁶⁷⁵, nous avons pu saisir comment l'imaginaire peut devenir le cadre de référence qui définit une situation et qui structure les événements sociaux. Les cadres orientent les perceptions et les représentations de l'individu et ils agissent sur son engagement et ses conduites. Arrivé dans un environnement

⁶⁶⁹ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 48.

⁶⁷⁰ R.A. Dahl, *Who governs?*, op. cit.

⁶⁷¹ S. Lukes, *Power*, op. cit.

⁶⁷² X. Molénat, *Les Penseurs de la société*, op. cit.

⁶⁷³ P. Bourdieu et J.-C. Passeron, *La reproduction*, op. cit.

⁶⁷⁴ P. Ricœur, *Anthologie*, op. cit.

⁶⁷⁵ E. Goffman et I. Joseph, *Les Cadres de l'expérience*, op. cit.

inconnu, l'individu n'a plus les références de son quotidien. L'exotisme est construit à partir de référentiels connus et propose un nouveau cadre qui permet de s'adapter aux contextes de l'ailleurs. Il est finalement une prolongation des cadres d'expériences acquis dans des univers familiers. Ces nouveaux cadres appartiennent à la catégorie des cadres transformés. En effet, l'exotisme marque la réalité d'un autre sens que celui qui serait donné dans son équivalence primaire. L'intentionnalité n'est pas toujours celle qui est affichée. Le visiteur ne rencontre pas les locaux pour le simple plaisir d'un échange. L'imaginaire de voyage modélise l'interaction entre le voyageur et les locaux. Sa mise en scène s'adapte aux attentes du touriste pour correspondre à une authenticité qu'il recherche, quitte à les figer dans toutes sortes de représentations sociales qui relèvent de divers fantasmes. Sur ce propos, nous pouvons citer un extrait des *Jardins de Babylone* de Bernard Charbonneau qui décrit cette fiction faite de décors et de figurants :

« *L'enfer c'est l'Éden mensonger, ces paradis artificiels où, pendant un mois, l'humanité moderne se donne la comédie de la vraie vie. Paradis au ciel peint, au soleil de lumière électrique, où les démons portent des masques de carton rosé sur leurs mufles et des plumes de papier blanc sur leurs ailes de fer* ». ⁶⁷⁶

D'où vient ce besoin de créer des paradis artificiels ? La piste de réponse suivie a été de regarder l'environnement social dans lequel évolue quotidiennement l'individu exotisant. Pour Max Weber, l'individu issu des sociétés industrielles occidentales vit dans une société éclatée par la rationalisation et la « démagification » de son monde ⁶⁷⁷. Selon Norbert Elias, la construction des états en Occident et leur processus civilisationnel sont passés par une pacification des mœurs en adoptant des comportements coercitifs que l'individu intériorise et incarne ⁶⁷⁸. La postmodernité désigne dans cette thèse les bouleversements structurels des modes de vie et d'organisations sociales de l'époque actuelle. Face à ces structures, l'individu met au point des stratégies pour continuer d'accepter le monde exigeant, envahissant, inflexible, fragmenté et contraignant dans lequel il vit. La réalité des individus se compose de deux univers distincts : le monde sacré des passions et le monde profane utilitaire. Ce découpage du réel ne relève pas de l'époque postmoderniste, mais il est tout de même extrêmement exacerbé durant cette période. Sacré et profane sont complémentaires. L'exotisme se manifeste dans le monde sacré. Notre étude tend à montrer qu'il permet une diversion, une compensation et un rééquilibrage par apport au monde routinier de la sphère profane. Pour autant, l'exotisme n'est pas conditionné par l'époque postmoderniste. Todorov explique que Homère adoptait déjà en son temps une attitude exotique dans *l'Illiade* par ce qu'il était lui aussi dans une posture de critique de sa société marquée par le progrès, la raison et ce qu'il considérait comme artificiel ⁶⁷⁹.

⁶⁷⁶ Bernard Charbonneau, *Le Jardin de Babylone : 1969*, Paris, Éd. de l'Encyclopédie des Nuisances, 2002.

⁶⁷⁷ Max Weber, *Le Savant et le politique*, Une nouvelle traduction., Paris, La Découverte, 2003, p. 83.

⁶⁷⁸ N. Elias, *La Civilisation des mœurs*, op. cit.

⁶⁷⁹ T. Todorov, *Nous et les autres*, op. cit., p. 301.

Dans la seconde partie de notre travail, nous nous sommes appliqués à composer une imagerie exotique à partir de l'étude de cas du Vietnam. Dans ce second temps, un corpus original de chansons, de films, de documentaires ainsi que des emballages de produits vietnamiens vendus en France et des couvertures de guides touristiques sur le Vietnam a été constitué afin d'explorer certaines des représentations sociales françaises autour du Vietnam. Ce corpus d'analyse a mis à jour certaines représentations sociales de ce pays. Il nous a aidé à comprendre les grilles de lecture des voyageurs. Nous pouvons en conclure que les images collectives de l'Autre et de soi permettent de traiter l'information sociale, d'organiser le réel et de créer une illusion empirique de l'exotisme. Ce corpus a enrichi et renforcé les résultats obtenus dans les enquêtes quantitatives et qualitatives. D'une part, parce qu'il a contribué à constituer le questionnaire de l'enquête quantitative. D'autre part, il a permis d'étudier plus finement la construction des représentations de l'ailleurs, et ainsi, de croiser nos différentes données pour définir l'exotisme.

Dans le but de répondre à nos problématiques, notre recherche s'est orientée vers une compréhension des comportements sensibles et intelligibles du voyageur/touriste, dans une troisième partie. Nous avons pu y exposer les données quantitatives et qualitatives en clarifiant notre méthodologie.

Dans l'enquête quantitative, nous avons réalisé une compréhension critique des résultats tout en formulant des hypothèses à suivre durant les autres enquêtes. Il semblerait que les individus, issus de diverses catégories sociales, voyagent et manifestent des formes et des degrés de recherche d'exotisme différents. Cette enquête a également validé certaines de nos pistes théoriques et leurs enjeux conceptuels. Notamment, le fait que l'exotisme représente toujours une stimulation positive ou neutre, mais jamais négative pour les individus (77% des répondants de l'enquête recherchent l'exotisme), ou que l'authenticité symbolique est favorisée par rapport à l'authenticité objective. Une autre constatation de notre étude quantitative est que le mirage exotique se maintient alors même que l'individu est un voyageur expérimenté (par exemple 56% des hommes ont voyagé plus de six mois au Vietnam et ils sont pourtant 78% à rechercher l'exotisme). L'exotisme s'inscrit dans le temps, il n'est pas éphémère. Cela est dû au fait que l'exotisme relève du reconnaissable et non de la différence. Sur ce point notre théorie de l'exotisme diverge de celle de Lionel Gauthier qui affirme en citant Peter Mason⁶⁸⁰ que la « *domestication de l'exotique le prive de ses qualités exotiques mêmes* »⁶⁸¹. Notre étude montre le contraire, l'exotisme s'ancre dans un équilibre durable, entre découverte et familiarité. Certaines représentations sociales, remontant à l'époque coloniale, sont toujours valables pour les touristes aujourd'hui. Par exemple la figure hypersexualisée des femmes asiatiques dans le roman *Madame Chrysanthème* de Pierre Loti, datant de la fin du 19^e siècle, se retrouve dans le phénomène de *Yellow Fever* que certaines femmes asiatiques dénoncent de nos jours. Cette étude a aussi permis de comprendre que selon l'opinion de la majorité des personnes interrogées, l'exotisme simplifiait les relations

⁶⁸⁰ P. Mason, *Infelicitities*, *op. cit.*

⁶⁸¹ L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit, p. 52.

interculturelles (56% des personnes interrogées). Cette affirmation revient à dire que les représentations sociales imposées d'un groupe sur un autre, facilitent les interactions entre deux espaces culturels. Effectivement, l'intervention dans le réel de l'imaginaire et des références d'un groupe autorise un contact plus confortable pour ce dernier. Mais cette interaction repose dès lors sur un déséquilibre de place dans le processus exotique entre exotisants et exotisés. L'individu, non-conscient de cette illusion, s'enferme dans une subjectivité qui oriente sa rencontre sur un malentendu interculturel.

L'enquête qualitative a révélé comment les voyageurs/touristes articulaient leurs prénotions avec leurs expérimentations de voyage. Les prénotions se composent du bagage de représentations avec lequel ils arrivent au Vietnam. En d'autres termes, nous voulions comprendre comment l'exotisme résiste à l'épreuve du réel. Les entretiens ont confirmé certaines tendances mises en évidence dans le questionnaire, mais ils ont également dévoilé d'autres pistes d'étude. La population et ces habitudes ainsi que les paysages se sont affirmés en tant qu'éléments exotiques les plus mis en avant. La cuisine, les temples, l'architecture, les marchés, le climat sont aussi des aspects qui se sont dégagés. Outre la mise à jour des composants exotiques d'un voyage, les données de l'enquête par entretien ont montré qu'il est soit vécu comme un concept unique, soit décliné en plusieurs types plus ou moins valorisés. Par exemple, certains répondants ont réprouvé un exotisme « coloniale », mais approuvé un exotisme « dépaysant ». Au cours des entretiens, les répondants n'ont pas toujours été cohérents dans leurs réponses lorsqu'il s'agissait d'expliquer leur point de vue sur la notion. Leurs définitions ainsi que les émotions associées à ce terme se sont souvent révélées contradictoires. Les répondants ont tenté de concilier le fait que l'exotisme soit positif pour eux, même s'ils suspectaient certains aspects moralement condamnables qui lui sont rattachés. Nous avons notamment pu observer une profonde discordance entre le sens voulu du mot par les participants et son usage vernaculaire et collectif. De plus même si ce terme semble être perçu comme une notion dépassée, il est tout de même présent dans l'environnement des participants et mobilisé à certaines occasions spécifiques dans leur vocabulaire. Un objectif de l'entretien qualitatif fut de voir sur quels critères un territoire est considéré comme exotique ou non. Il a donc été demandé si le climat, le niveau de développement, l'éloignement géographique et la proximité avec la mer structurent leur appréciation de l'exotisme. À part pour le bord de mer qui est un critère qui a été rejeté par l'ensemble des individus, les réactions ont été nuancées. Même si certains répondants ont défendu une analogie avec l'altérité quitte à affirmer qu'un pays froid comme le Groenland pouvait être exotique, la majorité des répondants ont avoué que l'exotisme concernait seulement les climats chauds espacés géographiquement et culturellement, renvoyant cette notion à des imaginaires spécifiques. Mais la plupart ont nié un lien entre cette perception et le degré de développement d'un pays. Pour eux, il n'est pas affaire de pauvreté. Nous pouvons en déduire une forme de refus d'accepter la verticalité de l'exotisme.

Durant cette analyse, nous avons observé deux situations d'exotisation. La première nous a permis de décrire l'exotisation des Vietnamiens et de leur environnement au Vietnam par des Français. Les touristes français viennent au Vietnam avec leurs représentations et leurs attentes. La seconde situation a mis en lumière l'exotisme « national » par l'exotisation de Vietnamiens par des Vietnamiens. À travers une perspective transculturelle, cette partie nous a indiqué que l'exotisme ne se manifeste pas seulement entre deux ressortissants de cultures nationales différentes. Il peut s'opérer à l'intérieur d'un même territoire. Par une observation participante lors d'un circuit touristique au sud du Vietnam, nous avons montré que des citoyens de Saïgon pratiquaient un exotisme social sur la population rurale du Delta du Mékong. Nous avons constaté que le groupe des citoyens façonnait une mythologie de campagne par rapport à sa propre vision faisant apparaître une nouvelle fois l'exotisme comme une construction subjective inhérente au rôle de touriste. Ainsi le binôme ville-campagne se réfléchit en termes d'opposition, de continuation et de complémentarité. Néanmoins, l'exotisme « national » est par plusieurs aspects différents de l'exotisme avec l'Occident et d'autres territoires. Durant ce circuit, nous avons par exemple observé que le dépaysement ou l'évasion n'était pas un objectif. Les participants montraient au contraire une volonté d'un retour aux sources et d'un ancrage dans leurs racines tout en se divertissant.

À ce stade de l'étude, nous sommes parvenues à décrire qui sont les principaux acteurs d'exotisme et comment ils s'organisent : ce sont tant les populations locales, les autorités locales, que les touristes et voyageurs, les agences de voyages et les formations universitaires liées au tourisme. Dans la fabrique de l'exotisme, les populations locales l'organisent et le subissent en même temps, notamment par un phénomène que Nathalie Schon appelle « l'auto-exotisation ». Le dilemme des populations locales réside dans le fait que l'exotisme s'avère à la fois lucratif, mais également très envahissant. Par ailleurs, il n'est pas toujours une affaire de choix au vu de la dépendance de certaines économies vis-à-vis de ce secteur. Les autorités locales favorisent l'exotisme par la corruption et la manipulation. La conversion des cultures en produits touristiques créés des bénéfices dont elles sont souvent les premières à profiter. Les touristes et les voyageurs sont deux figures qui ont des postures et des attentes de séjours différentes. Leur perception exotique est similaire même si elle s'exprime autrement par leurs actes de consommation. Néanmoins de la même manière que Didier Urbain⁶⁸² nous ne voulons pas effectuer une séparation stricte entre voyageur et touriste qui nous n'avons pas étudié en tant que valeurs objectives, mais toujours à travers la perspective de la distinction sociale. Les agences de voyages sont également organisatrices de l'exotisme, car elles l'utilisent comme argument commercial pour vendre un simulacre d'expérience singulière à travers la mobilisation d'un imaginaire spécifique. Enfin, nous avons étudié trois formations universitaires liées au tourisme. Nous avons pu constater une ambivalence entre la transmission de connaissance critique et l'injonction marchande. Pour une prise en compte de l'exotisme, nous avons observé l'importance d'intégrer les sciences humaines et notamment l'interculturalité dans des formations qui préparent aux mécanismes de l'industrie touristique.

⁶⁸² J.-D. Urbain, *L'idiote du voyage*, *op. cit.*

L'apprentissage des savoirs interculturels passe également par la mise en œuvre de possibilités concrètes pour les étudiants d'ouverture à l'international (par des cours dans d'autres langues, mais aussi en complétant leur cursus à l'étranger). De plus, certaines formations proposent une combinaison entre compétences, connaissances et éthiques qui semble pouvoir répondre aux enjeux que pose l'exotisme.

Dans la cinquième partie de cette thèse, nous avons réalisé une étude sur les représentations sociales que les Français ont des Vietnamiens. Une première constatation que nous avons faite est la présence de dualités complémentaires. Dans une première dualité, l'imagerie autour de ce territoire repose sur une nostalgie qui s'articule entre une souffrance et une jouissance issue de l'histoire commune du Vietnam et de la France. La deuxième dualité est celle qui s'opère entre l'opposition de la modernité et la tradition. Cette dualité sous-entend souvent un autre binôme : celui de la ville et de la nature. Le deuxième constat que nous pouvons tirer à la suite de nos recherches concerne la création de figures exotiques. Nous avons réalisé une typologie des différentes représentations projetées sur la population vietnamienne globale par les touristes occidentaux (mais pas seulement si on considère les emballages des produits alimentaires étudiés). Elles oscillent entre confusion, misérabilisme et populisme. Nous avons également étudié l'image de populations spécifiques par l'analyse de l'hypersexualisation des femmes, l'animalisation et l'asexualisation des hommes ainsi que le transfert du culte du « bon sauvage » sur les ethnies minoritaires.

Enfin dans la dernière partie de ce travail, nous avons conceptualisé deux idéaux types pour saisir la relation entre le décodage cognitif des individus et le réel : l'exotisme de conception immersive (ECI) et l'exotisme de conception contemplative (ECC). Cette partie étudie la perception des exotisants qui se structure par rapport à leurs besoins différenciés. L'exotisme est une perception qui va varier en fonction des différentes conceptions. Les conceptions relèvent d'un processus de pure création sans forcément qu'il n'y ait de contact direct avec le phénomène pour qu'elles s'activent. Ces conceptions rompent avec le réel pour inventer de nouvelles significations et interprétations adaptées à l'idéal de l'individu. Ces conceptions vont mobiliser des référentiels fonctionnels au moyen de l'imagination. Elles nous ont permis de comprendre les logiques de croyances qui construisent différentes perceptions exotiques particulières. L'ECI est la perception de l'aventurier voyageur qui se heurte à la société de consommation. La gestion des flux, l'artificialisation des lieux et les aménagements résultant de la touristification du monde rendent l'autonomie de son projet impossible. Il se maintient dans l'illusion de ses fantasmes de découvertes et d'explorations. En prise avec un ethnocentrisme universaliste, il tente de s'immerger dans le quotidien des locaux, et même de devenir l'Autre, tout en recherchant jouissance et développement personnel par une authenticité existentielle. Cette conception méprise l'ECC qui valorise l'enchantement, le paradisiaque et le confort. Elle se coupe des réalités locales et se situe dans un ethnocentrisme de déni pour se concentrer sur une intensité optimisée et récréative. L'ECC s'oriente vers la recherche d'authenticité symbolique. Il peut conduire à une activité touristique déraisonnée, sans considération pour son environnement de séjour.

Arrivée aux termes de cette étude, nos recherches permettent de définir l'exotisme contemporain comme :

Un processus perceptif ethnocentrique de l'altérité, issue de conceptions sur un espace culturel, reposant sur un imaginaire construit en fonction des besoins d'un autre espace culturel possédant le pouvoir d'imposer ses représentations.

Cette thèse de doctorat a pour ambition d'en définir les caractéristiques tant sur le plan théorique et conceptuel que sur le plan empirique. C'est grâce à l'analyse de nos différents corpus de recherche, tant qualitatif et quantitatif, que nous pouvons établir cette définition.

Il en résulte une étude de la complexité des catégories produites par l'exotisme : les exotisées et les exotisants. Pour les exotisés, les effets négatifs sont multiples. Ils sont dépossédés de leur image, de leur culture et même de leur identité, souvent transformés en produit touristique. Néanmoins, nous ne souhaitons pas prendre le parti du populisme ou du misérabilisme. L'exotisme est la performance de la mise en scène de la différence. Il est donc aussi une occasion de s'approprier l'ordre social. En incarnant à sa façon les images que le touriste est venu chercher, l'exotisé sait quel rôle tenir, quelle mise en scène mettre en avant pour tirer parti de la satisfaction des besoins en fantasme du touriste. Le développement du tourisme offre des bénéfices économiques, mais aussi politiques. En retrouvant le pouvoir de leurs représentations, les individus exotisés peuvent préserver certains traits culturels qu'ils gardent par eux mêmes comme l'illustre notre exemple des maîtres de pluie Ouldémé au Cameroun, qui organisent de faux rituels pour les touristes. Dans certains cas, l'exotisation permet également à des espaces culturels d'avoir assez de visibilité pour exiger des droits comme ce fut le cas pour les Aïnous au Japon ou les Maoris en Nouvelle-Zélande. Néanmoins, ces constats sont à prendre avec un recul critique. En effet, nous avons choisi de concentrer notre analyse sur les exotisants à savoir les touristes français. Nos enquêtes empiriques ont été menées exclusivement auprès de ce public. Les impacts sur les populations exotisées n'ont finalement pas été le sujet de notre étude. Pour les exotisants les impacts positifs sont multiples. L'exotisme satisfait leurs besoins en monde sacré. Il aide à s'échapper périodiquement d'un quotidien monotone composé de contraintes, de responsabilités et de rationalités en imaginant un ailleurs qui serait son exact contraire. La perception exotique autorise les individus exotisants à retrouver un équilibre par : le ressourcement, le repos, la stimulation, le divertissement, l'émerveillement, le développement personnel, l'intensité, etc. Pour accéder à ces états, l'exotisme permet au voyageur d'incarner des rôles, de transformer des cadres, de créer des personnages, de cristalliser des imaginaires, de rechercher des sens par l'immersion ou la contemplation de ces espaces.

UNE MISE EN PERSPECTIVE DES AUTEURS MOBILISÉS

Dans cette composition certains penseurs de l'exotisme ont marqué notre réflexion par leur analyse du sujet. Nous avons mobilisé les travaux de multiples intellectuels pour développer une argumentation, mais quelques-uns se détachent plus particulièrement. Tzvetan Todorov, Rodolphe Christin, Jean-François Staszak, Lionel Gauthier ainsi que Victor Segalen ont des approches de l'exotisme que nous avons parfois confirmées, complétées ou infirmées.

L'œuvre de Todorov⁶⁸³ sur la relation exotique entre le « Nous » et les « Autres » a mis en avant des mécanismes qui nous ont permis de reconnaître que l'exotisme est davantage une critique de sa propre société qu'une mise en avant de l'Autre. Cette posture de départ permet de comprendre la distance et la méconnaissance de l'Autre pour former un idéal de l'étrange. L'étude de voyageurs comme Loti, Chateaubriand, Segalen ou de concepts comme le primitivisme ont nourri notre argumentation tout au long de cette étude. Todorov a donc été fondamentale par son analyse du rapport entre un pays et un observateur.

Christin⁶⁸⁴ a mené une réflexion contemporaine sur le voyage. Il articule le besoin de voyage par la perspective de l'exigence de la vie quotidienne. Il montre que les sociétés dans lesquelles vivent les Occidentaux requièrent de voyager pour se rééquilibrer. Durant notre travail, nous avons complété cette théorie par celle de Nelson Graburn⁶⁸⁵ avec le découpage « monde profane » et « monde des passions » et celle de Marc Guillaume et sa distinction du « monde des passions » et du « monde utilitaire ». Il nous a également permis de développer les cadres de la mise en scène par son travail sur l'artificialisation du réel, la standardisation du monde, la programmation des jouissances et le placement sous bocal de la planète.

Staszak et Gauthier ont proposé une vision et des caractéristiques de l'exotisme qui ont bâti nos orientations de recherches au début de ce travail. Gauthier nous a confronté à la quasi-impossibilité pour l'Occident d'être exotique⁶⁸⁶. Pour lui, des nations telles que la Chine, Le Japon, l'Inde et les quatre dragons n'avaient pas en 2008 (date à laquelle Gauthier a écrit son article) le pouvoir de jouir d'un privilège exotique comme l'Occident. Son raisonnement repose sur le fait que cette perception part d'un centre vers des marges. Par conséquent pour être producteur d'un discours exotique (ou d'une conception) cela nécessite une puissance culturelle, économique et politique. En 2021, on ne peut plus nier à des pays comme la Chine, ces caractéristiques. L'exotisation de la France et de l'Europe par la Chine est une réalité de plus en plus présente. Pour prouver cette affirmation, prenons l'exemple d'un phénomène en développement en Provence. Cette région française voit depuis quelques années de plus en plus de touristes chinois visiter et faire des photos romantiques dans les champs de lavande.

⁶⁸³ T. Todorov, *Nous et les autres*, *op. cit.*

⁶⁸⁴ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, *op. cit.* ; R. Christin, *L'Imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, *op. cit.*

⁶⁸⁵ H.H.N. Graburn, « Tourism: the Sacred Journey », art cit.

⁶⁸⁶ L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit.

Cet engouement provient d'une série chinoise : *yī lián yōu mèng* (Rêves derrière un rideau de cristal), dans laquelle une partie de l'aventure se passe en France. Les protagonistes se marient en Provence ce qui permet au téléspectateur chinois de se créer des représentations sociales françaises qui réunis paysages, château français, champs de lavandes et de tournesol, danses traditionnelles comme la valse, etc. Dans un article de *La Provence*, on apprend que les commerces locaux s'adaptent à ce nouveau tourisme notamment en établissant des « *snacks asiatiques* »⁶⁸⁷. Comme nous l'avons vu dans notre étude, une authenticité symbolique est créée avec des représentations sociales extérieures. Nous retrouvons finalement des mécanismes similaires entre cette série et la France à ceux que nous avons analysés entre le film *Indochine* et le Vietnam. Staszak propose d'examiner l'exotisme par la géographie⁶⁸⁸. Il interroge sa catégorisation géographique : « *L'exotisme n'est pas le propre d'un lieu ou d'un objet, mais d'un point de vue et d'un discours sur ceux-ci* »⁶⁸⁹. Staszak a démontré l'aspect subjectif de l'exotisme. Son approche nous a permis d'étudier le rapport de certains imaginaires avec des espaces géographiques précis. De plus comme Gauthier, il traite l'exotisation comme « *un processus de construction géographique de l'altérité propre à l'Occident colonial, qui montre une fascination condescendante pour certains ailleurs, déterminés essentiellement par l'histoire de la colonisation et des représentations* »⁶⁹⁰. Pour l'auteur, l'exotisme est un regard vertical qui est lié à l'histoire de l'Occident avec d'autres territoires. Sa réflexion nous a confirmé dans la décision de choisir le Vietnam comme étude de cas au vu des rapports de ce pays avec la France.

Un des grands penseurs de l'exotisme du début du XX^e siècle est Segalen. Il est à l'origine de la définition de l'exotisme comme « *le fantasme de l'altérité radicale* »⁶⁹¹. Nous notons malgré son apport à l'exercice de définition de ce concept, un grand écart entre sa réflexion et sa pratique de voyage. Alors qu'il défend le plaisir de la rencontre avec une altérité pure, il s'enferme inconsciemment dans l'intensité des émotions et l'illusion d'une authenticité symbolique. Segalen a effectivement, fait un essai pour formuler un exotisme « universel » qui recouvre tout ce qui est extérieur au sujet. Il imagine un exotisme biologique, social, temporel et véritablement géographique. Il rejette même l'ethnocentrisme et les grilles de lectures particulières qui cloisonnent l'Autre dans des représentations. Il développe l'idée d'un sentiment exotique né d'une sensibilité contemplative qui apprécie l'Autre dans sa disparité incompréhensible. Nous y voyons une contradiction dans sa théorie. D'une part, il traite le Divers comme une valeur objective alors que d'autre part, il attend des effets très spécifiques de cette rencontre. Sa définition de la différence requiert une configuration qui soit cohérente avec ses référentiels culturels et ses goûts pour qu'elle lui soit agréable. Par ce procédé Segalen enferme l'Autre dans une distance essentialisante. Sa conception de l'exotisme se fige dans une forme de muséification. Il s'inscrit dans un exotisme « classiques » avec lequel notre étude

⁶⁸⁷ Marguerite Degez, « A Valensole, la lavande est une passion asiatique et aubaine touristique », *La provence*, 2 juill. 2017.

⁶⁸⁸ J.-F. Staszak, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », art cit.

⁶⁸⁹ *Ibid.*, p. 7.

⁶⁹⁰ *Ibid.*

⁶⁹¹ V. Segalen, *Essai sur l'exotisme*, op. cit.

tente de se départir. Ses écrits ne sortent jamais des lieux traditionnellement exotiques. De plus, il désire tellement voir des cultures différentes de la sienne que son esthétique du divers se place au-dessus de toute éthique. Il n'accepte pas qu'une culture puisse se développer et fluctuer au contact du temps et des d'autres individus. Son souhait est de privilégier un esthétisme radical plutôt que des évolutions sociales. Pour lui, les mouvements d'égalisation sont, par exemple, insupportables car il serait vecteur d'homogénéisation. Pourtant cela revient à rejeter des changements qui rendent une société différente. Il reste finalement très conservateur dans sa perception de l'altérité ce qui rend sa définition de la différence contradictoire dans le sens où son analyse est essentiellement basée sur ses propres fantasmes et son propre imaginaire. Il n'accepte pas toutes les formes de différence, seulement celles qu'il conçoit, qu'il trouve esthétiques et qui le font évoluer en tant qu'humain. Par conséquent, il ne s'inscrit pas dans une altérité universelle qui serait objet de jouissance, mais dans un univers de pensée coupé des réalités vécues par les acteurs concernés. Même si Segalen a une définition de l'exotisme qui est différente de la nôtre, nous retrouvons des caractéristiques communes de notre conception de l'exotisme.

Le lecteur remarquera que nous n'avons que très peu cité les travaux de Georges Condominas qui a écrit un ouvrage sur l'exotisme au Vietnam⁶⁹². Nous avons fait ce choix, car l'exotisme de Condominas n'est pas celui que nous avons traité dans cette thèse. Condominas adopte la vision anthropologique d'un chercheur capable de prendre du recul sur sa pratique et par conséquent sur son expérience. Comme Claude Lévi-Strauss dans *Triste Tropique*, chez lui le voyage n'est pas une fin en soi, mais le moyen de rapporter de nouvelles connaissances. Il ne se laisse pas séduire par l'illusion de l'exotisme de la même manière que la population que nous étudions à savoir les voyageurs et les touristes. Le regard sur l'exotisme de Condominas est donc radicalement différent. Il n'aurait pas permis d'explorer les formes égocentriques et ethnocentriques de l'exotisme qui ont pu être développées par notre approche.

LES LIMITES DE LA RECHERCHE : DES CHOIX CONCEPTUELS ET RAISONNÉS

Malgré tous nos efforts, cette thèse présente certaines lacunes. Le sujet de l'exotisme est si large, que nous n'avons pas pu tout traiter dans le cadre de ce travail. Dans le plan initial, d'autres chapitres avaient été envisagés. Un de ces chapitres concerne les outils de l'exotisme. Notre idée était d'étudier l'exotisme à travers les réseaux sociaux, les photographies, les souvenirs matériels, ainsi que les récits de voyages actuels qui créent des rumeurs. Ce nouveau corpus, fort intéressant, nous écartait de notre questionnement conceptuel initial et il mériterait une étude à part entière. Une nouvelle étude basée sur ce corpus d'analyse pourrait nous permettre de conforter nos résultats.

Nous n'avons pas analysé les formes de séjours qui explorent les motivations, les habitudes et les façons de voyager des participants puisque nous nous sommes plutôt concentrés sur les questions de l'imaginaire et des représentations. Nous n'avons pas non plus

⁶⁹² Georges Condominas, *L'Exotique est quotidien : Sar Luk, Viêt Nam central*, Paris, Pocket, 2006.

examiné les réponses des questions qui proposaient aux participants de faire des comparatifs avec la France et d'envisager l'exotisme de renvoi et à l'envers⁶⁹³. Nous aurions aussi souhaité faire un deuxième cycle d'entretiens pour montrer les résultats de l'étude aux participants de l'enquête qualitative afin d'observer leurs réactions et interprétations. Par manque de temps, nous n'avons pas pu aborder ces différents points.

Une difficulté de cet exercice fut également de composer une thèse en sociologie alors que l'autrice ne provient pas à l'origine de ce parcours, mais d'une formation en lettre étrangère appliquée. Tout au long de ce doctorat, il a fallu consacrer un temps considérable pour se former aux divers outils et paradigmes de la sociologie. Néanmoins, cette réalité a permis de croiser les disciplines et donc d'associer ces acquis de sociologie avec des connaissances ultérieurs. Nous avons particulièrement apprécié d'avoir pu intégrer le domaine de l'interculturalité dans cette thèse.

OUVERTURE : PROPOSITIONS PARADIGMATIQUES ET STRATEGIES AU LONG TERME

L'exotisme est une perception qui permet aux individus de constituer des repères cognitifs et des points d'appui pour s'orienter et se rééquilibrer. Les individus excluent les pratiques qui ne correspondent pas à leurs représentations et ne retiennent que les éléments qui les confirment. Les représentations sociales résistent aux apprentissages même si elles sont contredites par des faits objectivables. Ces structures exercent un poids sur les conduites et sur la manière dont les individus vont s'ajuster au monde dans lequel ils évoluent.

Néanmoins, cette thèse réfute un certain déterminisme dans les actions des individus et par conséquent, l'idée selon laquelle l'exotisme pourrait être appréhendé comme un mécanisme social automatique, systématique et stable. Nous pouvons plutôt tenter de le concevoir, comme un processus en train de se faire dans une situation donnée, par des acteurs spécifiques. D'abord, parce que nous tenons à inscrire cette analyse dans une perspective Eliasienne. Les individus ne peuvent pas être séparés de leur environnement. Une partie de la société est incorporée et intériorisée comme « *allant de soi* »⁶⁹⁴. De plus, les individus ne peuvent être traités comme des entités isolées. Ils sont connectés entre eux par des liens de dépendances mis en place par un équilibre des rapports de force qui n'est pas figé et qui peut donc se transformer. Ensuite parce que cette thèse propose d'ouvrir sa conception vers certains principes de la sociologie pragmatique pour rendre compte de certains leviers dont les individus peuvent disposer dans l'élaboration de leurs actions. Dans les dernières lignes de cette thèse, nous allons formuler des possibilités qui montrent que les individus issus de sociétés postmodernistes (ou d'autres types de sociétés éclatées) peuvent s'adapter autrement aux situations de déterritorialisation.

⁶⁹³ L. Gauthier, « L'Occident peut-il être exotique ? », art cit.

⁶⁹⁴ Pierre Bourdieu, *Méditations pascaliennes*, Paris, Seuil, 1997, p. 170.

Passer de l'exotisme à l'altérité, l'argument de la conscientisation

L'individu exotisant n'a bien souvent pas conscience qu'il exotise. Dans un premier temps, un levier qui permet de s'émanciper de la perception exotique est la conscientisation de la position sociale qu'il occupe dans le processus d'exotisation. Un des points centraux de notre thèse est la dichotomie entre monde sacré et monde profane. Le voyage appartient au monde sacré, il répond à des logiques très particulières de besoins. Le voyageur n'a pas toujours connaissance des motifs qui le poussent à voyager. Au sein des sociétés occidentales, le voyage fait consensus, en interroger les raisons semble bousculer les évidences.

D'après Christin :

*« Les touristes ne représentent que 3,5 % de la population mondiale [...] Une faible proportion de personnes dans le monde dispose des moyens d'être des touristes. [Le tourisme] est la pratique de celles et ceux qui disposent de suffisamment de ressources économiques pour jouir du monde sans entraves. Il est le luxe d'une minorité dont l'impact concerne une majorité, parce que cette minorité tente d'aller partout et que partout on cherche à attirer son pouvoir d'achat ».*⁶⁹⁵

Le monde touristique s'oriente et se base sur les critères de préférence du monde occidental. Le rapport de force des Occidentaux leur donne le pouvoir d'imposer leurs représentations et leurs fantasmes. Souvent, le touriste pensera ses références culturelles comme étant universelles, objectives et rationnelles. Il paraît donc fondamental d'avoir conscience de cet ethnocentrisme et de prendre en compte la centralité de l'Occident dans la définition sur l'Autre. Dans un second temps, il semblerait également important de prendre en compte la position de l'Autre et de son environnement dans le phénomène d'exotisme. La rencontre est conditionnée et inscrite socialement dans des rapports de pouvoir structurels. Nous souhaitons que l'Autre adopte le rôle que nous lui voulons dans le décor que nous lui avons imaginé et assigné. L'Autre ne correspond pas à une réalité empirique mais à une réalité forgée et perçue par le prisme de sa modélisation imaginaire. Ces représentations orientent les comportements des exotisants, et, nous l'avons vu, les exotisés peuvent s'y ajuster en en tirant des bénéfices économiques et politiques.

Passer de l'exotique à l'ethnicité, l'argumentation de la moralisation

Il paraît aujourd'hui important de remoraliser les vacances. L'industrie touristique gravite autour de la reterritorialisation de l'ailleurs. La remise en question de ce secteur est une question actuelle. Toutes sortes de tourisme font leurs apparitions. Le touriste prend peu à peu conscience des conséquences environnementales, sociales, culturelles, économiques liées à sa présence. Néanmoins, il semblerait que les acteurs cherchent à voyager mieux sans concevoir qu'il faudrait voyager moins. En effet, qu'importe ses formes, le voyage est un mode de consommation. Cette consommation est inévitable parce que comme dans toute activité économique, l'objectif du tourisme reste le bénéfice. Pour le voyageur s'émanciper des

⁶⁹⁵ R. Christin, *Manuel de l'antitourisme*, op. cit., p. 15-16.

logiques marchandes de cette industrie paraît impossible, cela reviendrait à échapper aux conventions et vivre en marge. Pour Marc Orlan le véritable aventurier est le marginal⁶⁹⁶. Une figure peu conforme aux critères que soutient la morale sociale en vigueur. Consommateur ou marginal, la marge de manœuvre pour celui qui voudrait partir loin semble étroite. Une remoralisation impliquerait de repenser le voyage comme un exceptionnel rare, un événement dont on limiterait la fréquence pour mieux l'appréhender. Cette remoralisation du voyage passe également par le fait de redonner la souveraineté de leur image aux peuples. C'est à dire laisser aux habitants concernés le droit de partager, changer, montrer, expliquer ou pas, leurs rites, folklores, cultures... Cette liberté de partager, ou non sa culture et les manières de le faire sont bien trop souvent dictées par des contraintes économiques.

Passer de l'exotisme à l'effort, l'argumentation de la connaissance et de l'inattendu

L'exotisme est un mirage et les individus sont convaincus que cette illusion est la réalité. Une des raisons qui crée ce décalage entre attentes et réalités est la méconnaissance des individus à l'égard des destinations qu'ils visitent. L'idées et les préjugés sur un pays ne proviennent pas de recherches sérieuses, mais relèvent de représentations que nous saisissons lors de films, de documentaires, de publicités, de magazines, des réseaux sociaux, de notre quotidien.

La fonction de ces images est d'ailleurs la ritualisation à des vacances plutôt que l'information et la connaissance. Se renseigner sur la langue, l'histoire, la géographie, la météo, la gastronomie, les politiques, l'art, etc. d'un pays permettraient de reconfigurer l'exotisme actuel. L'exotisme touristique consiste à s'attendre à des normes précises basées sur des comportements ou des organisations sociales qu'elles laissent présupposer. En d'autres termes, ces représentations de l'Autre sont produites par la société occidentale, dont elle peut tirer profit, au moins, symboliquement. Pour que cela n'arrive pas, le voyageur doit développer sa curiosité réelle. De plus, l'apprentissage demande un certain effort. Il exige que l'individu sorte de ses nécessités en divertissement. Ce processus implique de rompre avec les logiques marchandes de satisfaction des besoins dans le domaine du voyage. Cette façon d'appréhender l'Ailleurs permettrait de voir l'Autre différemment que par le fantasme et ce qu'il peut apporter. Pour éviter le piège de l'ethnocentrisme, le touriste/voyageur devrait faire un pas de côté plutôt que de se placer au centre.

Dans la perspective exotique, l'individu n'a qu'une connaissance superficielle du lieu qu'il visite. Accepter de se frotter à l'inconnu et l'inattendu pourrait être une manière d'appréhender le territoire visité. L'inconnu peut être agréable, désagréable, dérangent, ennuyeux... un pays inconnu peut également être beaucoup moins différent que ce que l'on avait imaginé. Ceci implique de ne pas se conformer à l'attendu issu des divers supports médiatiques, mais de se préparer à la surprise et au hasard. En d'autres termes, de retomber dans un exotisme vernaculaire. Nourrir sa capacité d'étonnement plutôt que de partir

⁶⁹⁶ Marc Orlan, *Domaine de l'ombre*, Paris, Phébus, 2000, p. 161.

d'attentes normatives. Pour que cela soit possible, les individus pourraient suspendre leur jugement face à la découverte.

Un autre aspect, que nous n'avons pas choisi d'aborder dans cette recherche serait d'analyser comment l'imaginaire exotique se constitue à travers les relations et les interactions. Cette démarche de recherche pourrait nous permettre de voir comment se construit, en pratique, une mythologie du voyage à partir des récits de vacances et des *souvenirs* (photos, objets...) rapportés. Cela permettrait aussi de décrire le rôle des émotions dans les constructions de l'exotisme.

Passer de l'exotisme à l'exploration du banal, l'argument de la proximité

Christin, tente lui aussi dans son ouvrage de trouver des solutions aux conséquences du tourisme. L'une d'elles est un tourisme invisible qu'il appelle le « contre exotisme ». Ce concept s'attache à explorer le banal : « *plus l'altérité se rapproche du quotidien, plus elle se niche dans ses replis, plus elle se charge en intensité fantastique* ». Pour l'auteur, les émotions liées à l'exotisme et ses bienfaits peuvent également être trouvés dans des lieux inattendus « *apparemment sans qualités et dépourvus de significations* » ou des « *non-lieux* » tel que les « *trains, gares, motels, friches industrielles, échangeurs et relais routiers, centres commerciaux...* ». Outre ces « non-lieux », on pourrait aussi imaginer le fantastique dans les lieux qui passent inaperçus dans la vie courante des individus habitués à leur proximité. Bernard Charbeaunau illustre bien cette idée : « *Il me faut 8 h pour faire Paris-Mexico en avion, mais tout une vie pour découvrir les petits gaves pyrénéens à côté de chez moi* »⁶⁹⁷. Par usage, nous pensons que l'Ailleurs mérite davantage l'émerveillement parce qu'il correspond à un idéal. Le quotidien est associé à une apparente platitude, l'individu a du mal à percevoir l'intérêt du banal alors que le voyage a vocation à transporter, stimuler et bousculer.

En tant qu'autrice de cette thèse, je me suis moi-même énervée et agacée de remettre le voyage en cause. Paradoxalement, si je n'avais pas séjourné dans plusieurs pays du monde, ce travail n'aurait pas pu voir le jour. Tout un chacun a besoin aujourd'hui de sa dose de monde sacré. Ce constat pose un certain nombre d'interrogations, particulièrement dans le contexte de crise sanitaire lié à la pandémie de la Covid 19. La pause forcée du tourisme qui a eu lieu cette année pourrait amener le recul nécessaire pour repenser l'industrie touristique. Néanmoins, on peut émettre de sérieux doutes quant à cette réalité. Cette année a éprouvé les individus et les a coupés des divers moments de leur vie qui compose le monde sacré : bars, concerts, discothèques, spectacles, mariages, etc. Ces déséquilibres dans un monde déjà éclaté, présage une explosion des envies en sacré. La question qui se pose alors serait la suivante : Les contextes de crises sociales, sanitaires et politiques qui affectent les économies du tourisme, peuvent-elles modifier en profondeur la conception de l'exotisme et les enjeux qui lui incombent ?

⁶⁹⁷ E. Miro, « L'économie du voyage (4/4), le voyage contre le tourisme », art cit.

Cette composition est un point de départ qui a pour objectif d'enrichir la recherche sur l'exotisme. Néanmoins, il reste encore énormément d'aspects de ce concept à développer. Plusieurs catégories de l'exotisme mériteraient d'être étudiées. D'abord, l'exotisme d'ambiance qui qualifie des contextes provisoires dans lesquels l'individu s'immerge dans une atmosphère. Prenons l'exemple d'un parisien qui va dans un restaurant japonais. Ensuite l'exotisme diffus qui se présente sans intensité et qui devient commun comme les souvenirs de vacances qui servent de décoration dans un salon. Puis l'exotisme festif qui rend compte de pratiques de certaines fêtes folkloriques européennes tels les très controversés *blackface* des carnivals de Belgique et du nord de la France. Enfin l'exotisme social qui prolonge la réflexion sur l'exotisme national et qui révèle les fantasmes portés à certains milieux populaires ou précaires.

A. Bibliographie générale

a) Dictionnaires et encyclopédies

DORTIER Jean-François (ed.), *Le Dictionnaire des sciences humaines*, Auxerre, Sciences humaines, 2004.

ECHAUDEMAISON Claude-Danièle (ed.), *Dictionnaire d'économie et de sciences sociales*, 6. éd., Paris, Nathan, 2005.

FERREOL Gilles, CAUCHE Philippe, DUPREZ Jean-Marie, GADREY Nicole et SIMON Michel, *Dictionnaire de sociologie*, 4. éd. rev. et augm., Paris, Armand Colin, 2011.

FERREOL Gilles et JUCQUOIS Guy, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, Paris, Colin (coll. « Collection "Dictionnaire" »), 2004.

GOVE Philip Babcock et MERRIAM-WEBSTER, INC (eds.), *Webster's third new international dictionary of the English language, unabridged*, Springfield, Mass, Merriam-Webster, 1993.

KIM Young Y. (ed.), *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1^{re} éd., s.l., Wiley, 2017.

b) Sociologie

Sociologie générale

BOURDIEU Pierre, *Méditations pascaliennes*, Paris, Seuil (coll. « Collection Liber »), 1997,

BOURDIEU Pierre, *Questions de sociologie*, Paris, Les Éd. De minuit (coll. « Reprise »), 2002.

DURKHEIM Émile, *Les Règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, 2013.

ELIAS Norbert, *Qu'est-ce que la sociologie ?* Aix-en-Provence, Pandora éditions, 1981.

FERREOL Gilles et NORECK Jean-Pierre, *Introduction à la sociologie*, s.l., 2015.

MOLENAT Xavier, *Les Penseurs de la société*, Auxerre, Sciences humaines, 2015.

RIUTORT Philippe, *Les Classiques de la sociologie*, s.l., 2020.

Pratiques des sciences sociales. Tome 2, 3^{ème} degré du secondaire (de transition)., Namur, Éditions Érasme, 2016.

Sociologie spécialisée

ASCH Solomon, *Social psychology*, Prentice-Hall., Englewood Cliffs (New Jersey), 1952.

LEYENS Jacques Philippe, *Sommes-nous tous des psychologues ? approche psychosociale des théories implicites de la personnalité*, Bruxelles, P. Mardaga (coll. « Psychologie et sciences humaines »), 1983.

QUEIROZ Jean Manuel de et ZIOLKOWSKI Marek, *L'Interactionnisme symbolique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1997.

SCHÜTZ Alfred, *Le chercheur et le quotidien : Phénoménologie des sciences sociales*, Paris, Méridiens Klincksiek, 1994.

Articles

GONOS George, « "Situation" versus "Frame": The "Interactionist" and the "Structuralist" Analyses of Everyday Life », *American Sociological Review*, 1 décembre 1977, vol. 42.

LA ROCCA Fabio, « Introduction à la sociologie visuelle », *Sociétés*, 2007, vol. 95, n° 1, p. 33-40.

Chapitres

FRIEDMAN Asia, « La perception : une approche en sociologie cognitive » dans Fabrice Clément et Laurence Kaufmann (eds.), *La sociologie cognitive*, s.l., Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2011, p. 161-192.

NIZET Jean et RIGAUX Natalie, « VI / La généalogie intellectuelle de Goffman » dans, Paris, La Découverte (coll. « Repères »), 2014, vol.2e éd., p. 77-92.

Vidéo

DURAND-GASSELIN Jean-Marc, *Alfred Schutz et la sociologie phénoménologique de l'étranger*, Lycée François Villon, Beaugency, (coll. « Rendez-vous Philosophiques Orléans-Tours »), 2017.

Outils et méthodes

BOURDIEU Pierre, *La Misère du monde*, Le Seuil., Paris, 1993.

CIBOIS Philippe, *Les Méthodes d'analyse d'enquêtes*, S.L., ENS Éditions, 2014.

DAIKELER Jessica, BOSNJAK Michael et MANFREDA Katja, *Web surveys versus other survey modes – A Meta-Analysis Comparing Response Rates*, s.l., 2016.

DEVEREUX Georges, *De l'angoisse à la méthode dans les sciences du comportement*, Flammarion., Paris, (coll. « Nouvelle Bibliothèque scientifique »), 1967.

FENNETEAU Hervé, *Enquête : entretien et questionnaire*, 3^e éd., Paris, Dunod (coll. « Les topos »), 2015.

FERREOL Gilles, LABORATOIRE C3S et UNIVERSITE DE FRANCHE-COMTE (eds.), *Récit et objectivation*, Louvain-la-Neuve, EME éditions (coll. « Proximités-sociologie »), 2019.

LEBART Ludovic et SALEM A., *Statistique textuelle*, Paris, Dunod, 1994.

SINGLY François de, *L'Enquête et ses méthodes : le questionnaire*, Paris, Armand Colin, 2012.

WEBER Max, *Essais sur la théorie de la science (1904-1917)*, Paris, Plon (coll. « Recherches en sciences humaines »), 1965.

Articles

BORLAND Elizabeth, « Standpoint theory » dans *Encyclopedia Britannica*, s.l., 2020.

KRIEF Nathalie et ZARDET Véronique, « Analyse de données qualitatives et recherche-intervention », *Recherches en Sciences de Gestion*, 2013, vol. 95, n° 2, p. 211.

LEVY-TADJINE Thierry et PATUREL Robert, « Représentations et questions de méthodes dans une perspective intersubjective. L'exemple de l'Entrepreneuriat et du Management », *Revue internationale de psychosociologie*, 2012, XVIII, n° 44, p. 343-366.

Chapitre

BERRY Michel, « Logique de la connaissance et logique de l'action : réflexion à partir de l'expérience des recherches en gestion menées à l'École des Mines de Paris et à l'École Polytechnique » dans *La production des connaissances scientifiques de l'administration*, Québec, Presses de l'Univ. Laval (coll. « Sciences de l'administration »), 1986.

TAJFEL Henri, « La catégorisation sociale » dans *Introduction à la psychologie sociale*, Larousse., Paris, 1972, vol.1.

Enquêtes, théories et concepts

BOURDIEU Pierre et PASSERON Jean-Claude, *La Reproduction : éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Paris, Éd. De Minuit (coll. « Collection "Le sens commun" »), 2005.

DURKHEIM Émile, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie*, Paris, Presses universitaires de France, 2013.

GOFFMAN Erving, *The Presentation of self in everyday life*, Repr., London, Penguin, 1990.

GOFFMAN Erving, *Comment se conduire dans les Lieux Publics : notes sur l'organisation sociale des rassemblements*, Paris, Économica, 2013.

GOFFMAN Erving, *Les Cadres de l'expérience*, Paris, de Minuit (coll. « Le sens commun »), 1991.

GRIGNON Claude et PASSERON Jean-Claude, *Le Savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Éd. du Seuil (coll. « Hautes études »), 2015.

LA PRADELLE Michèle, *Les Vendredis de Carpentras : faire son marché, en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard, 1996.

LUKES Steven, *Power: a radical view*, 2nd ed., Houndmills, Basingstoke, Hampshire : New York, Palgrave Macmillan, 2004.

SIMMEL Georg, *Les Grandes villes et la vie de l'esprit*, Paris, Herne, 2007.

WEBER Max, *Économie et société*, Paris, Pocket (coll. « Les catégories de la sociologie »), 2008.

WEBER Max, *Le Savant et le politique*, Une nouvelle traduction., Paris, La Découverte (coll. « La Découverte/Poche »), 2003.

Articles

BOLTANSKI Luc, « L'énigmatique réalité des prix », *Sociologie*, 2016, vol. 7, n° 1, p. 41-58.

DE PERETTI André, « Carl Rogers ou les paradoxes de la présence », *Etudes*, 1967, vol. 326, n° 1.

DURAND Pascal, « Capital symbolique », *Le lexique socius*.

MEAD Margaret, « Papers in Honor of Melville J. Herskovits: Socialization and Enculturation », *Current Anthropology*, 1963, vol. 4, n° 2, p. 184-188.

SHARRON Avery, « Frame Paralysis: When time stands still », *Social Research*, 1981, vol. 48, n° 3, p. 500-520.

VERHOEVEN Jef, « An interview with Erving Goffman », *Research on Language and Social Interaction*, 1 janvier 1993, vol. 26.

Chapitres

GARDELLA Edouard, « Goffman fait de notre vie quotidienne un théâtre » dans *Pour les sciences sociales, 101 livres.*, EHESS., Paris, EHESS (coll. « Un temps et lieux »), 2017.

LINDNER Rolf, « Georg Simmel, die Großstadt und das Geistesleben » dans Harald A. Mieg, Astrid O. Sundsboe et Majken Bieniok (eds.), *Georg Simmel und die aktuelle Stadtforschung*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011, p. 29-37.

NIZET Jean et RIGAUX Natalie, « V / Les cadres de l'expérience » dans, Paris, La Découverte (coll. « Repères »), 2014, vol.2e éd., p. 65-76.

Emission TV

APOSTROPHE, « Pierre Bourdieu présente son livre : La Distinction ».

c) Interculturalité et relations internationales

BARMEYER Christoph I., *Interkulturelles Management und Lernstile: studierende und Führungskräfte in Frankreich, Deutschland und Quebec*, Frankfurt am Main ; New York, Campus Verlag (coll. « Deutsch-französische Studien zur Industriegesellschaft »), 2000.

BARTHES Roland, *L'Empire des signes*, Paris, Seuil, 2005.

BASTIDE Roger, *Le prochain et le lointain*, Paris, L'Harmattan, 2000.

BENNETT Milton J. (ed.), *Basic concepts of intercultural communication: selected readings*, Yarmouth, Me, Intercultural Press, 1998.

BONIFACE Pascal, *Les relations internationales de 1945 à nos jours*, Paris, Dalloz, 2010.

COLLES Luc, *Interculturel : des questions vives pour le temps présent*, s.l., 2015.

FERREOL Gilles et JUCQUOIS Guy, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, Paris, Colin (coll. « Collection "Dictionnaire" »), 2004.

HALL Edward, *Au-delà de la culture*, Seuil., s.l., (coll. « Points Essais »), 2016.

HALL Edward, *La dimension cachée*, Paris, Ed. du Seuil, 2014.

IRIBARNE Philippe d', *Penser la diversité du monde*, Paris, Seuil (coll. « La couleur des idées »), 2008.

KIM Young Y. (ed.), *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1^{re} éd., s.l., Wiley, 2017.

LÜSEBRINK Hans-Jürgen, *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*, Stuttgart, Metzler, 2005.

MAALOUF Amin, *Les identités meurtrières*, Paris, B. Grasset, 1998.

NEPTON-HOTTE Caroline, JEROME Laurent, UZEL Jean-Philippe, DARSIGNY-TREPANIER Maude, UNIVERSITE DU QUEBEC A MONTREAL et GROUPE DE RECHERCHE INTERDISCIPLINAIRE SUR LES AFFIRMATIONS AUTOCHTONES CONTEMPORAINES (eds.), *L'appropriation culturelle et les peuples autochtones : entre protection du patrimoine et liberté de création.*, s.l., 2019.

PEDERSEN Paul, *The five stages of culture shock: critical incidents around the world*, Westport, Conn, Greenwood Press (coll. « Contributions in psychology »), 1995.

TODOROV Tzvetan, *Nous et les autres : la réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Seuil (coll. « La Couleur des idées »), 1989.

TROMPENAARS FONS et HAMPDEN-TURNER Charles, *L'Entreprise multiculturelle: le livre de référence sur le management interculturel*, 3. éd. augmentée., Paris, Maxima, 2008.

Articles

CENTRE D'APPRENTISSAGE INTERCULTUREL, « Un modèle de développement de la sensibilité interculturelle », *Institut canadien du service extérieur*.

CHOUEIRI Raja, « Le « choc culturel » et le « choc des cultures » », *Géographie et cultures*, 10 décembre 2008, n° 68, p. 5-20.

GEETS Claude, « La peur de la différence », *Pensée plurielle*, 2003, vol. 5, n° 1, p. 7.

HUNTINGTON Samuel P., « Le Choc des civilisations ? », *Commentaire*, 1994, Numéro66, n° 2, p. 238.

MARRERO LEON Erelis, « Transculturación y estudios culturales. Breve aproximación al pensamiento de Fernando Ortiz », *Tabula Rasa*, 2013, n° 19, p. 101-117.

SCHMITT Olivier, « Le Choc des civilisations : un concept zombie », *Fragments sur les temps présents*, 9 février 2015.

SUSSMAN Nan M., « Sojourners to Another Country: The Psychological Roller-Coaster of Cultural Transitions », *Online Readings in Psychology and Culture*, 1 août 2002, vol. 8, n° 1.

Chapitres

BENNETT Milton, « Developmental Model of Intercultural Sensitivity » dans *Education for the Intercultural Experience*, Paige, R M., Yarmouth ME, Intercultural Press, 1993.

SENGHAAS Dieter, « Die fixe Idee vom Kampf der Kulturen » dans *Blätter für deutsche und internationale Politik* 2, s.l., 1997.

Presse

PHILIP Bruno, « “Sur l’île de Nord-Sentinelle, j’ai vu les premiers hommes sur la terre” », *Le Monde*, 8 janv. 2019.

STRASSER Johano, « Kein Kampf der Kulturen », *Die Zeit*, 12 déc. 1997.

WOOLF Nicky, « Urban Outfitters settles with Navajo Nation after illegally using tribe’s name », *The Guardian*, 19 nov. 2016.

Vidéo

BENNANI Yasmina, *L’appropriation culturelle*, s.l., AJ+ France, 2018.

Site Web

UNIVERSITE DE LAVA, *Choc culturel et adaptation*, <https://www.bve.ulaval.ca/etudiants-etrangers/vivre-a-quebec/choc-culturel-et-adaptation/>, consulté le 28 décembre 2020.

d) Anthropologie

CONDOMINAS Georges, *L’Exotique est quotidien : Sar Luk, Viêtnam central*, Paris, Pocket, 2006.

DESCOLA Philippe, *Par-delà nature et culture*, s.l., Gallimard (coll. « Folio essais »), 2015.

GIRARD René, *La Violence et le sacré*, Paris, B. Grasset, 1981.

HERSKOVITS Melville, *Les Bases de l’anthropologie culturelle*, Paris, François Maspero Éditeur (coll. « Petite collection Maspero »), 1967.

LEVI-STRAUSS Claude, *Tristes tropiques*, Paris, Plon (coll. « Terre humaine »), 2009.

LEVI-STRAUSS Claude, *Nature, culture et société : les structures élémentaires de la parenté, chapitres I et II*, s.l., 2015.

MICHEL Franck, *Désirs d’ailleurs : essai d’anthropologie des voyages*, 3. éd., Québec, Presses de l’Université Laval, 2004.

Articles

NASH Dennison, AKEROYD Anne V., BODINE John J., COHEN Erik, DANN Graham, HERMANS Dymphna, JAFARI Jafar, KEMPER Robert V., LAFLAMME Alan G., MANNING Frank, NORONHA Raymond, PI-SUNYER Oriol, SMITH Valene L., STOFFLE Richard W., THUROT J. M., WATSON-GECEO Karen Ann et WILSON David, « Tourism as an anthropological Subject [and Comments and Reply] », *Current Anthropology*, octobre 1981, vol. 22, n° 5, p. 461-481.

OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, « La politique du terrain : Sur la production des données en anthropologie », *Enquête*, 1 octobre 1995, n° 1, p. 71-109.

Entretien

LEVI-STRAUSS Claude, « Claude Lévi-Strauss explique ses recherches ethnologiques et anthropologiques », *Rencontres, Radio Canada*, 1 avr. 1980.

e) Philosophie

ADORNO Theodor, *Jargon de l'authenticité de l'idéologie allemande*, Paris, Payot, 2009.

COMETTI Jean-Pierre, *Le Philosophe et la poule de Kircher : quelques contemporains*, Paris, Eclat, 1997.

DELEUZE Gilles, *Différence et répétition*, 11. Aufl., Nachdr., Paris, Presses Univ. de France (coll. « Épiméthée »), 2008.

DELEUZE Gilles et GUATTARI Félix, *Mille Plateaux*, Paris, Éditions de minuit (coll. « Collection "Critique" »), 1980.

DERRIDA Jacques, *L'Écriture et la Différence*, Paris, Éditions du Seuil (coll. « Points Essais »), 2014.

DESCOLA Philippe, *Par-delà nature et culture*, s.l., Gallimard (coll. « Folio essais »), 2015.

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Paris, Gallimard (coll. « Collection TEL »), 1993.

HERDER Johann Gottfried von, *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit*, Berlin, Holzinger, 2013, vol. 4/.

HORKHEIMER Max et ADORNO Theodor W., *Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*, 23. Auflage, ungekürzte Ausgabe., Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch Verlag (coll. « Fischer-Taschenbücher Fischer Wissenschaft »), 2017.

LEVINAS Emmanuel, *Totalité et infini : essai sur l'extériorité*, Dordrecht, Kluwer Academic (coll. « Livre de Poche Biblio essais »), 2009.

RICŒUR Paul, *Anthologie*, Paris, Points (coll. « Points essais »), 2007.

SPINOZA Benedictus, *L'Éthique*, Paris, Gallimard (coll. « Collection Folio Essais »), 1996.

Chapitre

DELEUZE Gilles, « Conclusion. Différence et répétition » dans *Différence et répétition*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France (coll. « Épiméthée »), 2013, vol.12e éd., p. 337-389.

Entretien

JULLIEN François, « Du paysage, entretien avec François Jullien », *La croix*, 29 janv. 2017.

Lettre

DESCARTES René, « Lettre à Elisabeth », 6 octobre 1645.

B. Bibliographie thématique

a) Exotisme

- BOUILLIER Henry, *Victor Segalen*, Paris, Mercure de France (coll. « Collection ivoire »), 1999.
- CHRISTIN Rodolphe, *L'Imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, Paris, France, L'Harmattan (coll. « Collection Logiques sociales »), 2000.
- CONDOMINAS Georges, *L'Exotique est quotidien : Sar Luk, Viêt Nam central*, Paris, Pocket, 2006.
- MASON Peter, *Infelicities: representations of the exotic*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1998.
- SCHON Nathalie, *L'Auto-exotisme dans les littératures des Antilles françaises*, Paris (22-24, Bd Arago 75013), Éditions Karthala, 2003.
- SEGALEN Victor, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, Éd. 3., Paris, Fata Morgana (coll. « Le Livre de poche Biblio essais »), 2009.
- SEGALEN Victor, *Essai sur l'exotisme : une esthétique du divers*, Ed.1., Montpellier ; Cognac, Fata Morgana, 1978.
- VINKEN Barbara, *Littérature et exotisme, XVI^e-XVIII^e siècle*, s.l., Publications de l'École nationale des chartes, 1997.

Articles

- FLECHET Anaïs, « L'Exotisme comme objet d'histoire », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 15.
- GAUTHIER Lionel, « L'Occident peut-il être exotique ? De la possibilité d'un exotisme inversé », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, 2008, vol. 148, n° 1, p. 47-64.
- LESTRINGANT Frank, « Faut-il en finir avec l'Exotisme ? Réflexions d'après-coup », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 67-74.
- STASZAK Jean-François, « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, 2008, vol. 148, n° 1, p. 7-30.
- TANASE Thomas, « Exotisme, merveilles et mission dans les récits des Frères mendiants (XIII^e-XIV^e siècles) », *Hypothèses*, 2008, vol. 11, n° 1, p. 37-46.
- WU Yaqin, « De l'exotisme à la mondialité : problématique sur la relation dans la littérature Française », *Comparative Literature & World Literature*, vol. 2, n° 1, p. 9.

Chapitre

- REGNIER Faustine, « 1. Histoire de l'exotisme culinaire » dans *L'exotisme culinaire*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France (coll. « Le Lien social »), 2004, p. 19-38.

Page Web

JEMINET Sylvaine, *Essai sur l'exotisme (1918)*,

http://www.detambel.com/f/index.php?sp=liv&livre_id=26556, consulté le 10 septembre 2020.

Festival des éléphants (Elephant Round Up) à Surin,

[https://www.routard.com/guide_agenda_detail/2801/festival_des_elephants_\(elephant_round_up\)_a_surin.htm](https://www.routard.com/guide_agenda_detail/2801/festival_des_elephants_(elephant_round_up)_a_surin.htm), consulté le 14 juillet 2021.

Presse

DEGEZ Marguerite, « A Valensole, la lavande est une passion asiatique et aubaine touristique », *La provence*, 2 juill. 2017.

Revues

QUELLA-VILLEGIER Alain, « L'exotisme mode d'emploi », *Les Carnets de l'exotisme*, n°1, Torii Editions., Poitiers, 1990.

QUELLA-VILLEGIER Alain, « Au Maroc avec Pierre Loti », *Les Carnets de l'exotisme*, n°4, Torii Editions., Poitiers, 1990.

QUELLA-VILLEGIER Alain, « Orients extrêmes », *Les Carnets de l'exotisme*, n°15-16, Torii Editions., Poitiers, 1995.

Aliénation

FANON Frantz, *Peau noire, masques blancs*, s.l., 2015.

Articles

DARMAU Frédéric et MATE Pierre-Yves, « Promotion de la différence. Étrangeté, altérité, singularité », *Raison présente*, 1986, vol. 79, n° 1, p. 43-52.

RAUCH André, « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *Ethnologie française*, 2002, vol. 32, n° 3, p. 389-392.

Presse

LAEMMEL Christine, « Comment réagiriez-vous si votre enfant était en photo dans le salon d'un Cambodgien ? », *Slate.fr*, 9 nov. 2018.

Authenticité

Articles

CHETIMA Melchisedek, « Par ici l'authenticité ! : Tourisme et mise en scène du patrimoine culturel dans les monts Mandara du Cameroun », *Téoros*, 4 septembre 2012, vol. 30, n° 1, p. 44-54.

DOQUET Anne, « Dans les coulisses de l'authenticité africaine », *Les Temps Modernes*, 2002, vol. 620-621, n° 4-5, p. 115-127.

GAUTHIER Lionel, « L'authenticité culturelle couve un risque de dérive. », *Le temps*, 2009, n° 3526, p. 14.

PICKERING Michael et KEIGHTLEY Emily, « The Modalities of nostalgia », *Current Sociology*, novembre 2006, vol. 54, n° 6, p. 919-941.

REISINGER Yvette et STEINER Carol J., « Reconceptualizing object authenticity », *Annals of Tourism Research*, janvier 2006, vol. 33, n° 1, p. 65-86.

SALAMONE Frank A., « Authenticity in tourism », *Annals of Tourism Research*, janvier 1997, vol. 24, n° 2, p. 305-321.

WANG Ning, « Rethinking authenticity in tourism experience », *Annals of Tourism Research*, avril 1999, vol. 26, n° 2, p. 349-370.

Chapitre

BRUNEL Sylvie, « Tribus "authentiques" » dans *La planète disneylandisée*, Auxerre, Éditions Sciences Humaines (coll. « Essais »), 2012, p. 107-124.

Muséification

Articles

AKA-EVY Jean-Luc, « Nu pour soi, Nu pour autrui. Sur la résistance des arts « traditionnels » négro-africains à la muséification », *Présence Africaine*, 2005, vol. 171, n° 1, p. 9.

DUBE Philippe, « Le musée dans ses états gazeux, vu sous l'angle de deux concepts : muséalité et communalité », *Sociétés*, 2011, vol. 114, n° 4, p. 79-93.

VANDER GUCHT Daniel, « Le syndrome patrimonial et la société commémorative », *Esse*, 2009, Trouble-fête, n° 67.

VANDER GUCHT Daniel, « Le devenir-monde du musée et le devenir-musée du monde », *Sociétés*, 1996, été, n° 15-16.

Presse

APPIAH Kwame Anthony, « The Case for Contamination », *The New York Times*, 1 janv. 2006.

b) Représentations sociales

Théories, outils et catégories

AMOSSY Ruth et HERSCHBERG-PIERROT Anne, *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*, Paris, Armand Colin, 2014.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Éd. du Seuil, 1957.

FAULSTICH Werner, *Funkkolleg Medien und Kommunikation. Stars, Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien*, s.l., Hessischer Rundfunk, 1990.

GOFFMAN Erving, *La Présentation de soi*, Paris, Ed. de Minuit (coll. « La mise en scène de la vie quotidienne »), 1996.

HUSTON Nancy, *L'Espèce fabulatrice*, 1re éd., Arles, Actes sud (coll. « Un endroit où aller »), 2008.

LEYENS Jacques-Philippe, SCHADRON Georges et YZERBYT Vincent, *Stéréotypes et cognition sociale*, Sprimont, Mardaga, 1996.

LIPPMANN Walter, *Public opinion: the original 1922 edition.*, s.l., 2018.

PORCHER Louis et ABDALLAH-PRETCEILLE Martine, *La Civilisation*, Paris, CLE International, 1986.

SARTRE Jean-Paul et ELKAÏM-SARTRE Arlette, *L'imaginaire : psychologie phénoménologique de l'imagination*, Paris, Gallimard (coll. « Collection Folio Essais »), 2007.

TUCHMAN Gaye, *Making news: a study in the construction of reality*, New York, Free Press, 1978.

ZANNA Mark P, *Advances in experimental social psychology.*, San Diego, Calif.; London, Academic Press, 1998.

Articles

AVIGDOR Rosette, « Étude expérimentale de la genèse des stéréotypes », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 1953, vol. 14, p. 154-168.

BEDARD Mario, « Réflexion sur les perceptions, conceptions, représentations et affections, ou la quadrature des approches qualitatives en géographie », *Cahiers de géographie du Québec*, 2016, vol. 60, n° 171, p. 531–549.

KALBERG Stephen, « L'influence passée et présente des "visions du monde". L'analyse wébérienne d'un concept sociologique négligé », *Revue du MAUSS*, 2007, vol. 30, n° 2, p. 321-352.

LAFERTE Gilles, « L'appropriation différenciée des études folkloriques par les sociétés savantes : la science républicaine rétive au folklore ? », *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*, 2009, vol. 20, n° 1, p. 129.

Chapitres

BOURHIS Richard et GAGNON André, « Les préjugés, la discrimination et les relations intergroupes » dans *Les fondements de la psychologie sociale*, R.-J. Vallerand., Montréal, Gaetan Morin Editeur, 1994, p. 708-773.

METAIS-CHASTANIER Barbara, « Ceci n'est pas une fiction » dans Alison James et Christophe Reig (eds.), *Frontières de la non-fiction*, s.l., Presses universitaires de Rennes, 2014, p. 129-140.

Vidéo

DASTUR Françoise, *L'autre, l'étranger, l'ennemi*, Université Catholique de Lyon, 2020.

Situations empiriques particulières

BRECHON Robert, *Etrange étranger : une biographie de Fernando Pessoa*, Paris, C. Bourgois, 1996.

GOFFMAN Erving, *Stigmate : les usages sociaux des handicaps*, s.l., 2015.

JODELET Denise, *Folies et représentations sociales*, 1re éd., Paris, Presses universitaires de France (coll. « Sociologie d'aujourd'hui »), 1989.

WEIß Martin, *Studienreisen nach Marokko: Angebote, Teilnehmerkreis, Reisemotive, Images*, Passau, LIS-Verl (coll. « Maghreb-Studien »), 1998.

YEE Jennifer, *Clichés de la femme exotique : un regard sur la littérature coloniale française entre 1871 et 1914*, Paris, France, L'Harmattan (coll. « Collection Critiques littéraires »), 2000.

Articles

BOURDIN Dominique, « “Les naufragés. Avec les clochards de Paris” de Patrick Declerck », *Revue française de psychanalyse*, 2002, vol. 66, n° 3, p. 961-974.

COULTER Chris, « Organizing places and people. Humanitarian discourse and Sierra Leone refugees », *Working papers in Cultural Anthropology*, 2001, n° 10.

DESTANNE DE BERNIS Gérard, « Le sous-développement, analyses ou représentations », *Tiers-Monde*, 1974, vol. 15, n° 57, p. 103-134.

FRESIA M., « Les réfugiés comme objet d'étude pour l'anthropologie : enjeux et perspectives », *Refugee Survey Quarterly*, 1 janvier 2007, vol. 26, n° 3, p. 100-118.

LACOSTE Yves, « A quoi sert le paysage ? Qu'est-ce qu'un beau paysage ? », *Hérodote*, 1977, n° 7, p. 37.

LIVE Yu-Sion, « Les Asiatiques : immigrations et représentations », *Hommes et Migrations*, 1993, vol. 1168, n° 1, p. 31-37.

PERTHUIS Bruno DE, « Le péril jaune à travers la caricature selon René Pinon », *Sociétés & Représentations*, 2009, vol. 27, n° 1, p. 249-265.

ZHENG Robin, « Why Yellow Fever Isn't Flattering: A Case Against Racial Fetishes », *Journal of the American Philosophical Association*, 2016, vol. 2, n° 3, p. 400-419.

Film/vidéos

BREDIER Sophie, *Femmes asiatiques, femmes fantasmes*, s.l., ARTE France, 2007.

L'auteure Grace Ly raconte les clichés sur les femmes asiatiques, s.l., Brut., 2019.

NAM Irène et LY Grace, *Ça reste entre nous. Episode2. L'image de l'homme asiatique.*, s.l., 2017.

Magazine

« Stereo Types », *PRINTmag*, 17 juin 2009, 17 juin 2009.

Presse

BERTRAND Olivier, « Le maire UMP des Saintes-maries-de-la-mer ne peut pas voir les voyantes, la Halde le sermonne », *Libération*, 3 mars 2010.

REZZOUG Leslie, « La femme asiatique, fantasme et cliché sexiste », *l'Express*, 9 janv. 2019.

UGOLINI Sarah, « Zèbre, crocodile, kangourou... Le marché des viandes exotiques en pleine croissance ! », *Capital*, 20 janv. 2019.

c) Voyage et tourisme

BOYER Marc, *Le Tourisme*, Le Seuil., Paris, 1972.

CHARBONNEAU Bernard, *Le Jardin de Babylone : 1969*, Paris, Éd. de l'Encyclopédie des Nuisances, 2002.

CHRISTIN Rodolphe, *Manuel de l'antitourisme*, s.l., 2018.

CUVELIER Pascal, *Anciennes et nouvelles Formes de tourisme : une approche socio-économique*, Paris, France, L'Harmattan (coll. « Collection Logiques sociales »), 1998.

GREFFE Xavier, *Le Développement local*, La Tour d'Aigues : [Paris], Aube ; DATAR (coll. « Monde en cours »), 2002.

LE BRETON David, *Eloge de la marche*, Paris, Métailié (coll. « Suites sciences humaines »), 2000.

MACCANNELL Dean, *The Tourist: a new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books, 1987.

MICHEL Franck, *Désirs d'ailleurs : essai d'anthropologie des voyages*, 3. éd., Québec, Presses de l'Université Laval, 2004.

ORLAN Marc, *Domaine de l'ombre*, Paris, Phébus, 2000.

PAQUOT Thierry et AUGÉ Marc, *Le Voyage contre le tourisme*, Paris, Eterotopia France, 2014.

SEGALEN Victor, *Voyages au pays du réel : œuvres littéraires*, Bruxelles, Editions Complexe, 1995.

URBAIN Jean-Didier, *L'Idiot du voyage : histoires de touristes*, Repr., Paris, Payot (coll. « Petite bibliothèque Payot Documents »), 2002.

URBAIN Jean-Didier, *Secrets de voyage. menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*, Edition Payot&Rivages., Paris, 1998.

URRY John et LARSEN Jonas, *The Tourist gaze 3.0*, 3rd ed., Los Angeles ; London, SAGE (coll. « Theory, culture & society »), 2011.

WALL Geoffrey et MATHIESON Alister, *Tourism: change, impacts, and opportunities*, 2nd ed., Harlow, England ; New York, Pearson Prentice Hall, 2006.

Articles

CHABLOZ Nadège, « Le Malentendu : Les rencontres paradoxales du « tourisme solidaire » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2007, vol. 170, n° 5, p. 32.

COURTY Guillaume, BORJA Simon et RAMADIER Thierry, « De la valorisation de la mobilité à la domination par la mobilité ou comment la mobilité dit, fait et dispose l'individu », *Regards sociologiques*, 2013, vol. 45-46, p. 101,110.

CROMPTON John L., « Motivations for pleasure vacation », *Annals of Tourism Research*, 1 octobre 1979, vol. 6, n° 4, p. 408-424.

DAUTRUCHE Joseph Ronald, « Tourisme culturel et patrimoine remodelé : Dynamique de mise en valeur du patrimoine culturel immatériel en Haïti », *Ethnologies*, 9 septembre 2014, vol. 35, n° 1, p. 145-161.

DEVANTHERY Ariane, « Entre itinéraires et trajets : représentations des déplacements dans les guides de voyage au tournant du XIX^e siècle », *In Situ*, 13 avril 2011, n° 15.

DUMOULIN KERVRAN David et VELUT Sébastien, « Le tourisme responsable en Amérique Latine », *EcoPolis*, 2010, Tourisme durable dans les Suds.

FABRY Nathalie et ZEGHNI Sylvain, « Tourisme et développement local : une application aux clusters de tourisme », *Mondes en développement*, 2012, vol. 157, n° 1, p. 97-110.

MCKERCHER Bob, « Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impacts », *Journal of Sustainable Tourism*, janvier 1993, vol. 1, n° 1, p. 6-16.

PAPAYANNAKIS M, « Grèce : un théâtre d'ombre. Le démon de la race », *Autrement*, 1989, H.S, n° 39, p. 146.

RODARY Estienne, « Mobiliser pour la nature, ou la construction et la disparition du local », *L'Espace Géographique*, 2007, vol. 36, n° 1.

VINCENT Gilbert, « Pratiques du pèlerinage et de la marche. Perspectives phénoménologiques », *Revue d'histoire et de philosophie religieuses*, 2011, vol. 91, n° 1, p. 43-66.

Articles de colloque

COHEN Erik, BUTLER Richard et PEARCE Douglas, « Contemporary tourism - trends and challenges: sustainable authenticity or contrived post-modernity? », Londres, Routledge, 1995.

GRABURN H. H. Nelson, « Tourism: the Sacred Journey », Mexico City (1974), Valene Smith, 1977.

Chapitre

SCHEOU Bernard, « Chapitre 4. Le tourisme diabolisé » dans *Du tourisme durable au tourisme équitable*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (coll. « Les métiers du tourisme »), 2009, p. 119-159.

Émission de radio

FRANCIS, Jean-Christophe (réalisation). BATAILLOU, Christophe (invité). BARTEMENT, Daniel (invité). PINCHON, Jean-François (invité). « Faut-il réinventer le tourisme... ou les touristes ? ». *Du Grain à moudre* [en ligne]. Paris : France Culture, 16 juillet 2011, <https://www.franceculture.fr/emissions/du-grain-moudre/faut-il-reinventer-le-tourisme-ou-les-touristes>, consulté le 12 avril 2020.

LEBRUN, Jean (animateur) BERTRAND, Gilles (invité). « Le Grand Tour ou le voyage d'éducation aristocratique en Europe ». *La marche de l'histoire* [en ligne]. France Inter, 22 juin 2020, <https://www.franceinter.fr/emissions/la-marche-de-l-histoire/la-marche-de-l-histoire-22-juin-2017>, consulté le 15 décembre 2020.

MIRO, Elisabeth (réalisation). PAQUOT, Thierry (invité). « L'économie du voyage (4/4), le voyage contre le tourisme ». *Entendez-vous l'écho ?* [en ligne]. Paris : France Culture, 27 juin 2019, <https://www.franceculture.fr/emissions/entendez-vous-leco/leconomie-du-voyage-44-lesprit-du-voyage>, consulté le 14 mars 2020.

Film/série/vidéos

BOUTANG Pierre-André, *L'Abécédaire de Gilles Deleuze : V comme Voyage*, s.l., Sub-Til productions, 1889.

Envoyé Spécial. *Avec les meilleures intentions du monde*, s.l., France 2, 2017.

FARRIER David et FRYER Polly, *Dark Tourist*, s.l., Netflix, 2018.

MCFARLAND Kathryn, *Global Business. L'industrie du tourisme dans le monde*, s.l., Xerfi Canal, 2017.

VEIL Martin, *Faut-il interdire le tourisme ?* s.l., Bangumi, 2020.

Magazine

PIERRE Georges, « Quels sont les guides de voyages les plus vendus en France », *Tourmag*, 19 mars 2018, 19 mars 2018.

Page Web

IAE DIJON, *L'université : plusieurs voies vers les métiers du tourisme*, <https://iae.u-bourgogne.fr/formations/masters/master-finance/author/65-2021-02-15-04-13-17.html>, consulté le 24 juin 2020.

MINISTERE DE L'ECONOMIE DES FINANCES ET DE LA RELANCE, *Le mémento du tourisme. Edition 2018*, <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles/memento-du-tourisme>, consulté le 25 juin 2021.

Presse

JOHN Cannon, « Tanzania's Maasai losing ground to tourism in the name of conservation, investigation finds », *Mongabay*, 11 mai 2018.

MCCURRY Justin, « Tourism pollution': Japanese crackdown costs Airbnb \$10m », *The Guardian*, 15 juin 2018.

Rapports

E&A, *Le marché des guides touristiques - les Guides Michelin*, s.l., 2010.

Consommations des guides touristiques en France, s.l., INSTITUT GFK (société pour la recherche sur la consommation), 2018.

Enquête Suivi de la Demande Touristique. Les déplacements touristiques des Français, France, DGE, 2018.

Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008, Madrid/New York, Nations Unis/OMT, 2011.

Thèse

DAM Duy Long, *Developpement touristique et developpement local : La communauté lagunaire à Tam Giang - Cầu Hai, province de Thừa Thiên Huế, Vietnam*, Université de Franche Comté, s.l., 2017.

Récits de voyage

CHATEAUBRIAND François René, *Itinéraire de Paris à Jérusalem*, Paris, Garnier-Flammarion, 2002.

CHATEAUBRIAND François-René de, *Les Natchez*, Paris, Libr. Générale Française (coll. « Le livre de poche Classique »), 2002.

LOTI Pierre, *Madame Chrysanthème*, Presse de la Cité., Paris, 1989.

LOTI Pierre, *Madame Chrysanthème*, 48^e éd., Paris, Calmann-Lévy, 1899.

LOTI Pierre, *Aziyadé*, Paris, Calmann-Lévy, 1879.

LOTI Pierre, *Le Mariage de Loti*, Paris, Flammarion (coll. « GF : 583 »), 1991.

LOTI Pierre, *Madame Chrysanthème*, Paris, Flammarion (coll. « GF »), 1990.

POUVOURVILLE Albert de, *Chasseur de pirates. Les livres de la brousse.*, Place of publication not identified, HACHETTE LIVRE - BNF, 2018.

SEGALEN Victor, *Stèles, Peintures, Equipée*, Plon., Paris, 1970.

STENDHAL, *Promenades dans Rome*, Paris, Gallimard (coll. « Collection Folio Classique »), 2009.

STRAHM Jacqueline, *Montmartre : beaux jours et belles de nuit*, Coudray-Macouard, Cheminements, 2001.

d) Sensible et sensoriel

BONNET François J., *Les Mots et les sons : un archipel sonore*, Paris, Éditions de l'éclat (coll. « Philosophie imaginaire »), 2012.

CANAU Joël (ed.), *Paysages sensoriels : essai d'anthropologie de la construction et de la perception de l'environnement sonore*, Paris, CTHS (coll. « Collection Orientations et méthodes »), 2013.

CANAU Joël, *Mémoire et expériences olfactives*, Kindle., s.l., Presses universitaires de France (coll. « Sociologie d'aujourd'hui »), 2000.

CORBIN Alain, *Le Miasme et la jonquille : l'odorat et l'imaginaire social XVIII^e - XIX^e siècles*, Paris, Flammarion (coll. « Champs Histoire »), 2008.

KRAUSE Bernie, *The great animal orchestra: finding the origins of music in the world's wild places*, London, Profile, 2012.

Articles

BERTHOZ Alain, « L'échange par le regard », *Enfances & Psy*, 2008, vol. 41, n° 4, p. 33-49.

DUMONT Augustin, « La genèse de l'affectivité : tendance, pulsion et sentiment chez Fichte à l'époque d'Iéna », *Philosophiques*, 11 janvier 2012, vol. 38, n° 2, p. 559-578.

FISCHLER Claude, « La nourriture. Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation », *Communications*, 1979, vol. 31, n° 1, p. 1-3.

Chapitre

BATTESTI Vincent, « "L'ambiance est bonne" ou l'évanescence rapport aux paysages sonore au Caire » dans *Paysages sensoriels*, s.l., Editions du Comité des travaux historiques et scientifiques (coll. « Orientations et méthodes »), 2013.

CHETELAT Joël, « La cartographie sonore comme révélateur de l'identité urbaine » dans *Paysages sensoriels*, s.l., Editions du Comité des travaux historiques et scientifiques (coll. « Orientations et méthodes »), 2013.

LE BRETON David, « Du goût en bouche au goût de vivre : une gustation du monde » dans *La saveur du monde*, Paris, Éditions Métailié (coll. « Traversées »), 2006, p. 329-387.

e) Postmodernité

ARNSPERGER Christian, *Critique de l'existence capitaliste : pour une éthique existentielle de l'économie*, Paris, Éditions du Cerf (coll. « La nuit surveillée »), 2006.

AUGE Marc, *Le Temps en ruines*, Paris, Galilée (coll. « Collection Lignes fictives »), 2003.

BAUMAN Zygmunt, *La Vie en miettes : expérience postmoderne et moralité*, s.l., 2003.

ELIADE Mircea, *Méphistophélès et l'Androgyne*, Paris, Gallimard (coll. « Dans la même collection »), 1995.

GAUCHET Marcel, *Le Désenchantement du monde : une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard (coll. « Bibliothèque des sciences humaines »), 1985.

GIRARD René, *Le Bouc émissaire*, 12. éd., Paris, Grasset (coll. « Le livre de poche Biblio Essais »), 2009.

GUILLAUME Marc, *La Contagion des passions : essai sur l'exotisme intérieur*, Paris, Plon, 1989.

LIPOVETSKY Gilles, *L'Ère du vide : essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Gallimard, 2005.

LYOTARD Jean-François, *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, Éditions de Minuit (coll. « Collection Critique »), 1979.

MAFFESOLI Michel, *Le Temps des tribus : le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*, s.l., 2019.

MAFFESOLI Michel, *Le Réenchantement du monde*, Paris, Table ronde, 2007.

MAFFESOLI Michel, *La Transfiguration du politique : la tribalisation du monde*, Paris, B. Grasset, 1992.

SINGLY François de, *L'Individualisme est un humanisme*, s.l., 2019.

WEBER Max, *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Bibliothèque Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi., s.l., (coll. « Les classiques des sciences sociales »), 1904.

Articles

FIRAT Fuat et VENKATESH Alladi, « Postmodernity: The age of marketing », *International Journal of Research in Marketing*, 1 août 1993, vol. 10, p. 227-249.

MICHEL Dominique-Anne, « Quand le marketing court derrière ses outils », *L'Expansion Management Review*, 2012, vol. 146, n° 3, p. 3.

PRIES Eric, « Le paradoxe de la valeur chez Adam Smith », *Revue économique*, 1978, vol. 29, n° 4, p. 713-729.

ZARIC-MONGIN Biljana, « François de Singly. Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien », *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 15 mars 2006, n° 35/1, p. 134-135.

Chapitres

DARPY Denis et GUILLARD Valérie, « Chapitre 2. Les besoins, les motivations et l'implication » dans *Comportements du consommateur*, Paris, Dunod (coll. « Management Sup »), 2016, vol.4e éd., p. 27-62.

PETITPRETRE Benoît, ÖZÇAGLAR-TOULOUSE Nil et PERNIN Jean-Louis, « Consommateur » dans *Dictionnaire du commerce équitable*, Versailles, Éditions Quæ (coll. « Hors collection »), 2012, p. 58-66.

Entretien

MAFFESOLI Michel, « Michel Maffesoli : « La postmodernité marque la fin de la République une et indivisible » ».

Magazine

NORBECK Edward, « Men at play », *Natural History*, 1971, December, Special Supplement on Play, 1971.

Presse

CORDEROY Julia, « This extreme tour simulates illegal border crossings », *New York Post*, 2017.

DAGEN Philippe, « Comprendre le postmodernisme », *Le Monde*, 17 oct. 2011.

TOZZI Michel, « La vérité en crise », *Cahiers Pédagogiques*, 28 nov. 2019.

Vidéo

DUFAYS Jean-Michel, *Amélie Myriam Chelly : le désenchantement du monde*, s.l., Histoire des systèmes de pensée 193, 2018.

f) Occident

BESSIS Sophie, *L'Occident et les Autres : histoire d'une suprématie*, Nachdr., Paris, Ed. la Découverte (coll. « La découverte/poche Essais »), 2006, 340 p.

BOIA Lucian, *L'Occident : une interprétation historique*, Paris, Belles lettres, 2007.

CORM Georges, *L'Europe et le Mythe de l'Occident : la construction d'une histoire*, Paris, La Découverte, 2012.

DAHL Robert Alan, *Who governs? democracy and power in an American city*, 2nd ed., New Haven, Conn. London, Yale University Press, 2005.

ELIAS Norbert, *La Civilisation des mœurs*, s.l., 2013.

ELIAS Norbert, *La Dynamique de l'Occident*, s.l., 2017.

SCHUTZ Alfred, *L'Étranger : un essai de psychologie sociale*, Paris, Allia, 2003.

VERCIER Bruno, *Pierre Loti portraits : les fantaisies changeantes*, Paris, Flammarion, 2002.

Article

GASPARD Marion, « Péril chinois et déclin de l'Europe. Analyses économiques en France au tournant du XX^e siècle », *Revue économique*, 2015, vol. 66, n° 5, p. 933-966.

g) Indochine et colonisation

BERNSTEIN Gisèle et MILZA Olivier, *Histoire du XX^e siècle. 2 : Le monde entre guerre et paix*, Nachdr., Paris, Hatier, 2004.

BERSTEIN Serge, BERSTEIN Serge et MILZA Pierre (eds.), *1945 - 1973, Le Monde entre guerre et paix*, N° d'éd. 19052., Paris, Hatier (coll. « Histoire du XX^e siècle »), 2002.

BODARD Lucien, *La Guerre d'Indochine*, Paris, B. Grasset, 1997.

BOETSCH Gilles (ed.), *Sexualités, identités et corps colonisés : XV^e siècle-XXI^e siècle*, Paris, CNRS Éditions (coll. « Collection Corps »), 2019.

CHOMSKY Noam et HERMAN Edward S., *The political economy of human rights*, 1st ed., Boston, South End Press, 1979.

COPIN Henri, *L'Indochine des romans*, Paris, Éd. Kailash (coll. « Asie imaginaire Essai, anthologie »), 2000.

DEROO Eric et LEMAIRE Sandrine, *L'illusion coloniale*, Paris, Tallandier, 2005.

DUCHET Roger, *Métis et Congaias d'Indochine*, Paris, Hachette Livre - BNF, 2019.

GRANCLEMENT Daniel, *Bao Dai ou les derniers Jours de l'empire d'Annam*, Paris, J.-C. Lattès, 1997.

LA GUERIVIERE Jean de, *Indochine, l'envoûtement*, Paris, Seuil (coll. « Collection "L'Histoire immédiate" »), 2006.

NAVARRÉ Henry, *Agonie de l'Indochine (1953-1954)*, Paris, Plon, 1956.

ORY Pacal, *L'Expo Universelle*, Edition complexe., s.l., (coll. « 1889 le Memoire des siècles »), 1989.

PUJARNISCLE Eugène, *Philoxène ou de la littérature coloniale*, Paris, L'Harmattan (coll. « Autrement mêmes »), 2010.

RUSCIO Alain, *Le Credo de l'homme blanc : regards coloniaux français XIX^e-XX^e siècles*, Bruxelles, Editions Complexe (coll. « Bibliothèque Complexe »), 1995.

Articles

BRAY Maryse et CALATAYUD Agnes, « La chanson populaire en France au temps des colonies : de l'insouciance à la contestation », *Remembering Empire: A Publication of the Society For Francophone Postcolonial Studies*, 2002.

FUKUZAWA Naomi Charlotte, « Pierre Loti's Autobiographical Novel Madame Chrysanthème (1885): A Mirror of 'Almost Colonised' 1880s Meiji-Japan from the Late-Imperialist French Traveller », *Société française de littérature générale comparée*, 2018.

MINISTERE DE LA DEFENSE. SECRETARIAT GENERAL POUR L'ADMINISTRATION, « La bataille de Diên Biên Phu, 13 mars-7 mai 1954 », *Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives*, n° 39, (coll. « « Mémoire et Citoyenneté » »).

SIMON Pierre-Jean, « L'Indochine française : bref aperçu de son histoire et des représentations coloniales », *Hommes et Migrations*, 2001, vol. 1234, n° 1, p. 14-22.

Émission radio

GELINET, Patrice (animateur), DEROUX, Eric (invité). « 2/2 l'Indochine française (1856-1945) Empire Colonial Français ». *2000 ans d'Histoire* [en ligne]. Paris : France Inter. 17 février 2011, <https://www.franceinter.fr/emissions/2000-ans-d-histoire/17-fevrier-2011>

LEBRUN, Jean (animateur). BROCHEUX, Pierre (invité). « Les Français en Indochine en 1945 ». *Le vif de l'Histoire* [en ligne]. Paris : France Inter, 20 février 2013, <https://www.franceinter.fr/emissions/la-marche-de-l-histoire/la-marche-de-l-histoire-20-fevrier-2013>, consulté le 17 septembre 2019.

Chapitre

JOURNOUD Pierre, « Indochine : la guerre des Centurions 1945-1957 » dans *Histoire militaire de la France*, Paris, Perrin (coll. « Hors collection »), 2018, p. 505-526.

RUSCIO Alain, « Littérature, chansons et colonies » dans *Culture coloniale 1871-1931*, Paris, Autrement (coll. « Mémoires/Histoire »), 2003, p. 67-79.

Presse

CALVET Catherine et BLIN Simon, « Pascal Blanchard : « Ces images sont la preuve que la colonisation fut un grand safari sexuel » », *Libération*, 21 sept. 2018.

Thèse

RADAR Emmanuelle Marie-Anne, Françoise, Marguerite, « *Putain de colonie !* » : *anticolonialisme et modernisme dans la littérature du voyage en Indochine (1919-1939)*, Amsterdam School for Cultural Analysis, Amsterdam, 2008.

h) Vietnam

CHOMSKY Noam et HERMAN Edward S., *The Political economy of human rights*, 1st ed., Boston, South End Press, 1979.

HECHT Emmanuel et SERVENT Pierre, *Le Siècle de sang, 1914-2014 : les vingt guerres qui ont changé le monde*, s.l., 2014.

LE Huu Khoa, *L'Argumentation cognitive de la conscience*, Paris, Anthropol-Asie, 2020.

TRAN-DINH-HOE Marie-Lise, *Dragon en éveil*, Paris, Éditions LC., 2019.

Articles

HARZOUNE Mustapha, « Pierre Daum, Clément Baloup, Les Linh Tho'. Immigrés de Force. Mémoires de Viet Kieu. », *Hommes & Migrations*, 2017, vol. 1321, n° 2, p. 182-183.

LE Thu Hang, « Le Viêt Nam, un pays francophone atypique : regard sur l'emprise française sur l'évolution littéraire et journalistique au Viêt Nam depuis la première moitié du XX^e siècle. », *Documents pour l'histoire du français langue étrangère et seconde*, 2008, n° 40/41, p. 341-350.

MANTOUX Stéphane, « « Les morts vivants » à Cam Ne. Le premier « Zippo raid » de la guerre du Viêt-nam », *Revue historique des armées*, 2 août 2012, n° 268.

Film

BURNS Ken et NOVICK Lynn, *The Vietnam War*, s.l., Florentine Films, 2017.

Magazine

COUPEAU Maxime, CRESSINI Lucas et VALEToux Gauthier, « La guerre du Viêt Nam et les médias », *Historia*, 19 juin 2017, 19 juin 2017.

Page Web

GUILLEMOT François, *The vietnam war de ken burns et lynn novick (2017) : les vétérans prennent la parole ?* <https://indomemoires.hypotheses.org/26334> , 23 février 2018, consulté le 20 avril 2020.

Presse

BAUGE Florence, « Le Vietnam marxiste découvre richesse et inégalités », *Le Monde*, 4 juin 2010.

ORMESSON Jean, « La chute de Saïgon, un échec sanglant », *Le Figaro*, 2 mai 1975.

VNA, « La population du Vietnam atteint plus de 90.493 millions de personnes », *Vietnam plus*, 13 oct. 2016.

i) Asie

ROTERMUND Hartmut O., *L'Asie orientale et méridionale aux XIX^e et XX^e siècles. Chine, Corée, Japon, Asie du Sud-Est, Inde*, Paris cedex 14, Presses Universitaires de France (coll. « Nouvelle Clio »), 1999.

Presse

AFP, « Le Japon va reconnaître légalement les Aïnous comme peuple indigène », *Le Point*, 15 févr. 2019.

MCPHERSON Poppy, « LAOS. Les bouées de la honte déferlent à Vang Vieng », *Courrier International*, 6 nov. 2011.

Séminaire

LE Huu Khoa, « La Face en Asie ». *Université de Lille, Master LEA RIC1, Cours magistral : Management interculturel*. 2015-2016.

C. Corpus documentaire

Les diverses images utilisées se trouvent dans la *Table des illustrations*

Chansons

ANNE VANDERLOVE, *Quand Vietnam s'appelait Indochine*, s.l., 1974.

BERNARD LAVILLIERS, *Saïgon*, s.l., 1991.

BERURIER NOIR, *Viêt Nam, Laos, Cambodge*, s.l., 1988.

BLEU TOUCAN, *Hanoi Café*, s.l., 2016.

GOLD, *Plus près des étoiles*, s.l., 1985.

HENRI CHRISTINE, *La petite Tonkinoise*, s.l., 1906.

INDOCHINE, *Un singe en hiver*, s.l., 2009.

INDOCHINE, *La sécheresse du Mékong*, s.l., 1983.

JEAN FERRAT, *Un air de liberté*, s.l., 1975.

JOHNNY HALLYDAY, *Vietnam Vet*, s.l., 1989.

LA GRANDE SOPHIE, *Hanoi*, s.l., 2015.

LA SOURIS DEGLINGUEE, *Viêt kieu*, s.l., 1997.

MARCEL'S, *Opium*, s.l., 1931.

MOLODOÏ, *Fille du Vietnam*, s.l., 1995.

PHAM QUYNH ANH, *Bonjour Vietnam*, s.l., 2006.

SUZY SOLIDOR, *Saïgon*, s.l., 1948.

Films/ Documentaires

ANNAUD Jean-Jacques, *L'Amant*, s.l., 1992.

ÉCHAPPEES BELLES, *Les sourires du Vietnam*, s.l., Production BO Travail !, France 5, 2016.

LES TRESORS DE L'ASIE DU SUD EST, *Épisode 5 : le Vietnam et le pays des animaux sacrés*, s.l., Story House production, Arte, 2015.

THALASSA, *Saïgon l'intrépide*, s.l., France 3, TV5 Monde, 2013.

WARGNIER Regis, *Indochine*, s.l., BAC Film, 1992.

Pages Web

EVANEOS, *De la montagne du Vietnam au delta du Cambodge*,

<https://www.evaneos.fr/vietnam/itineraire/9047-de-la-montagne-du-vietnam-au-delta-du-cambodge/>, consulté le 22 août 2020.

EVANEOS, *Rencontres authentiques des villages du Nord au Delta du Mékong*,

<https://www.evaneos.fr/vietnam/voyage/etape/191-rencontres-authentiques-mekong/>, consulté le 12 décembre 2018.

EXOTISMES. DOUCEUR ET FRISSONS DES VACANCES, *Circuit Sri Lanka : L'île Merveilleuse 4* - 7 nuits*,

<https://www.exotismes.fr/voyages/172-circuit-sri-lanka/17670-circuit-sri-lanka-l-ile-merveilleuse-4-7-nuits.jsf>, consulté le 24 novembre 2018.

LA MAISON DE L'INDOCHINE, *Découverte de Bornéo*,

<https://www.maisondelindochine.com/asie/malaisie/decouverte-bornéo>, consulté le 25 décembre 2018.

UNIVERSITE ANGERS, *Parcours Mondes émergents*, <http://formations.univ-angers.fr/fr/offre-de-formation/master-lmd-MLMD/droit-economie-gestion-DEG/master-tourisme-IZFKIT4E/parcours-mondes-emergents-IZFKKUGI/option-monde-chinois-IZFKUJZ2.html>, consulté le 28 septembre 2019.

UNIVERSITE DE LILLE, *MASTER LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES - Parcours Management de projets touristiques*, <https://www.univ-lille.fr/formations/fr-00002672.html>, consulté le 28 septembre 2019.

UNIVERSITE PARIS 1. PANTHEON - SORBONNE, *Master parcours Economie du Développement Touristique International*, <https://formations.pantheonsorbonne.fr/fr/catalogue-des-formations/master->

M/master-tourisme-KBUX2IDP//master-parcours-economie-du-developpement-touristique-international-KBUX4OCE.html, consulté le 28 septembre 2019.

D. Documents en lien avec le corpus

BOUZARD Thierry, *Carnet de chants des parachutistes*, Paris, Diffusia, 2019.

Articles

ASKOLOVITCH Claude, « L'histoire de la chanson censurée de Jean Ferrat contre un édito de Jean d'Ormesson », *Slate*, 5 déc. 2017.

LAVOIGNAT Jean-Pierre, « Reportage exclusif sur le tournage d'"Indochine" », *Studio Magazine*, 1992.

LIEM Thanh et BACH Lien, « Bonjour Viet Nam, a gift to the homeland », *Viet Nam News*, 26 févr. 2006.

MAIRESSE Marianne, « Yann Moix : "même quand on rompt, on ment" », *Marie Claire*, 5 janv. 2019.

« La chanteuse Anne Vanderlove est morte en Bretagne », *Ouest-France*, 4 juill. 2019.

« Nicola Sirkis : "Je ne crois plus en Dieu depuis la mort de mon frère " », *Le Parisien*, 12 déc. 2014.

Documents

ARTE, *2015 Belle progression des audiences d'ARTE*, s.l., 2016.

« Composition du Conseil d'Administration (pantheonsorbonne.fr) ».

Pages Web

ALLOCINE, *Indochine, secrets de tournage*, <https://www.allocine.fr/film/fichefilm-7309/secrets-tournage/#:~:text=Dans%20un%20num%C3%A9ro%20de%20Premi%C3%A8re,dire%20bonjour%2C%20clac%20!>, consulté le 22 mai 2020.

CAP VIETNAM, *Thalassa - Grandes capitales océanes : Saïgon l'intrépide*, <https://www.cap-vietnam.com/node/49167>, 2012, consulté le 14 février 2021.

FRANCE TV, *Palmarès 1986 : 2ème cérémonie des victoires de la musique*, http://evenements.francetv.fr/emissions/les-victoires-de-la-musique/palmares-1986_568463, consulté le 15 septembre 2020.

LESCHARTS, *GOLD - Plus près des étoiles*, http://evenements.francetv.fr/emissions/les-victoires-de-la-musique/palmares-1986_568463, consulté le 17 mai 2021.

LILIGO, *La Grande Sophie : « J'espère que la chanson "Hanoi" donnera envie de voyager en Asie »*, <https://www.liligo.fr/magazine-voyage/la-grande-sophie-hanoi-asie-35623.html>, 2016, consulté le 3 février 2021.

NOSTALGIE, *Indochine, le groupe qui collectionne records et récompenses*, <https://www.nostalgie.fr/artistes/indochine/actus/indochine-le-groupe-qui-collectionne-records-et-recompenses-70216354>, 2 janvier 2020, consulté le 5 juin 2021.

RIFFX, *Baromètre RIFFX by crédit mutuel 2020 : les 100 artistes préférés des français*, <https://riffx.fr/barometre-riffx-by-credit-mutuel-2020-les-100-artistes-preferes-des-francais/>, 2020, consulté le 2 mars 2021.

SNEP (SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE), *Les certifications*, <https://snepmusique.com/les-certifications/?interprete=lavilliers>, consulté le 3 mars 2021.

TILLEAU Guillaume et LALLIER Vincent, *Un singe en hiver*, <https://indo-clips.net/un-singe-en-hiver-2003/>, 2003, consulté le 25 novembre 2020.

Vidéo

Bernard Lavilliers" faits divers" album Solo, s.l., France 2, 1991.

E. Autres références citées

Acte juridique

NATION UNIS, « Convention relative aux droits de l'enfant », 20 juillet 1989.

Articles

JACQUEMET Nicolas, « Micro-économie de la corruption », *Revue française d'économie*, 2006, vol. 20, n° 4, p. 117-159.

MOISDON Jean-Claude, « L'évaluation du changement organisationnel par l'approche de la recherche intervention. L'exemple des impacts de la T2A », *Revue française des affaires sociales*, 2010, n° 1-2, p. 213-226.

Film

COSMATOS George, *Rambo II : La Mission*, s.l., TriStar, 1985.

Presse

DELARUE Christian, « Le classisme au-delà de la discrimination », *Mediapart*, 16 mars 2018.

LEBOURG Nicolas, GOMBIN Joël, FRANÇOIS Stéphane, DEZE Alexandre, CAMUS Jean-Yves et BRUSTIER Gaël, « FN, un national-populisme », *Le Monde*, 7 oct. 2013.

PETIT Pauline, « Lecture papier vs lecture numérique : match nul ? », *France Culture*, 27 nov. 2020.

Rapport

Évolutions du commerce et de la distribution : Faits et Chiffres 2019, Paris, Fédération du Commerce et de la Distribution, 2019.

Table des illustrations

Volume 1

Les images de l'observation participante sur l'exotisme national n'apparaissent pas dans cette rubrique. Nous invitons le lecteur à se rendre au Chapitre XVI pour les consulter.

Figure 1. Réactions sociopsychologiques de perceptions ou d'élaboration de discours par Graumann et Wintermantel.....	49
Figure 2. Affiche du film « Traversée du Sahara », Paul Castelnuau. 1923.....	90
Figure 3. Scène 12 (Indochine). Un personnage mythique apparaît dans une réalité onirique.....	109
Figure 4. Scène 12 (Indochine). La baie d'Along est présentée sous un aspect mythologique.	109
Figure 5. Scène 1. (Indochine). Enterrement qui expose de nombreux symboles assignés à l'Asie.....	110
Figure 6. Scène 7 (Indochine). ED contraste avec les couleurs du décor.....	111
Figure 7. <i>Scène 9 (Indochine). L'attitude et l'esthétique entre Français et Vietnamiens sont une nouvelle fois très contrastées.</i>	112
Figure 8. Scène 8 (Indochine). Les Devries sont les uniques témoins occidentaux d'une cérémonie religieuse.	113
Figure 9. Scène 11 (Indochine). Impression de masse et de pauvreté à la gare.....	114
Figure 10. Scène 11 (Indochine). Cérémonie de mariage fastueuse.	114
Figure 11. Scène 3 (L'Amant). Mise en scène de la vie de rue.....	116
Figure 12. La jeune fille se détache du groupe.	116
Figure 13. Scène 5 (L'Amant). Le barrage détruit montre l'hostilité de la nature vietnamienne.....	116
Figure 14. Scène 5 (L'Amant). Paysage contemplatif qui permet au spectateur de s'immerger dans l'ambiance du film.	116
Figure 15. Scène 4 (L'Amant). Mise en scène du quotidien vietnamien.....	117
Figure 18. Scène contemplative à Sa Dec le jour.	118
Figure 19. Scène de trajet entre Saïgon et Sa Dec.	118
Figure 17. Scène de trajet dans le centre-ville de Saïgon.	118
Figure 16. Scène contemplative à Sa Dec le crépuscule.	118
Figure 20. Völker Europas, wahrt eure heiligsten Güter! Hermann Kanckfuss, 1895.	126
Figure 21. Un photographe et des vacanciers encerclent un Vietnamiens pour prendre des clichés.	143
Figure 22. Six emballages de nems de MDD.....	146
Figure 23. Itinéraire du circuit touristique.	207

Volume 2

- Figure 1.** Publicité Oasis. D'amûre et d'eau fraîche (2017).....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 2.** Publicité FRAM.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 3.** 1 : Leclerc, St Médard, 2020 ; 2 : Intermarché, Vergy, 2020 ; 3 : Intermarché de Groix, 2019 ; 4 : Super U, St Yrieix, 2020 ; 5 : Leclerc, Bourg-lès-Valence, 2019.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 4.** Tel un théâtre, le moindre détail de ce décor péruvien est inspecté et arrangé.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 5.** Les différents ouvriers s'attilent à rendre la plage la plus conforme aux critères du voyageur.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 6.** Un natif cuisine dans une échoppe à l'imaginaire qui appelle à l'assigné au Pérou.....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 7.** Grâce à quelques changements esthétiques, l'échoppe passe du Pérou au Japon.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 8.** Enfants vietnamiens. Affiche de l'agence de voyages Asia, photographiée en 2019 à Toulouse.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 9.** Transporteurs des villes au visage caché. Affiche Carrefour Voyages, photographiée en 2019 à Lille.....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 10.** Femmes vietnamiennes en nón lá et en áo dài. Présentation de la page « Vietnam » sur internet de l'agence de voyages Marco Vasco. (Consulté le 08 février 2020) **Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 11.** Enfants vietnamiens. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Voyageurs du Monde. (Consulté le 25 mars 2020)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 12.** Couché de soleil sur la baie d'Along et ses bateaux. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages TUI. (Consulté le 24 février 2020)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 13.** Baie d'Along. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Partir.com. (Consulté le 5 mars 2020).....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 14.** Rizière et ethnies minoritaires. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Vietnam Original Travel. (Consulté le 6 mars 2020).....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 15.** Journal « Le Parisien » du 9 mai 1954.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 17.** Guerilla Girls de Wilfred Burchett. 1964.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 16.** Journal « Le Figaro » du 8-9 mai 1954.....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 19.** Massacre de My Lai. Ronald L. Haeberle. 1972.....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 18.** Journal « France-Soir » du 2 mai 1975.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 20.** La jonque secourue par le « Mary » en mer de Chine. Patrick Bar. 1988.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 21.** Journal « Libération » du 21 juillet 1979.**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 22.** Tonkin-Haïphong-Femmes fumant la pipe. Carte postale. (Source : eBay)**Erreur ! Signet non défini.**

- Figure 23.** Congaï-Annamite-Cochinchine. Carte postale. 1909. (Source : BNF Gallica)....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 25.** Exposition de Hanoï. 1903 (Illustrateur Tournon Raymond. Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 26.** Tonkin-Doson-Porteuses en marche. Carte postale. 1910. (Source : Les femmes françaises aux colonies. Chivas-Baron)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 24.** Tonkin-Doson-Porteuses en repos. Carte postale. (Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 27.** Le Pousse-Pousse saïgonnais. Carte postale. (Source BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 28.** Éléphants montés par des hommes dans l'Annam (début du XX^e siècle)/Agence économique de l'Indochine. (Source BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 29.** Exportation du riz de Cochinchine. (Source BNF Gallica).....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 31.** [Sans titre] Antonio J. 1902. (Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 32.** Une jeune femme moi (sic) et son poupon . René Tétart. 1919. (Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 33.** [Sans titre] Antonio J. 1903. (Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 34.** Tonkin. Cho-Ra (région des Ba-bé) : femmes Mans-coc. Pierre Mirande. (Source : BNF Gallica).....**Erreur ! Signet non défini.**
- Figure 30.** Indochine - Minorités : [Proto-indochinois] Nha Trang. (Source : BNF Gallica)**Erreur ! Signet non défini.**

Table des matières

(Volume 1)

REMERCIEMENTS	3
SOMMAIRE	4
INTRODUCTION	8
PREMIÈRE PARTIE : CHAMPS THEORIQUES ET CHOIX CONCEPTUELS	16
Chapitre I. Les distances qui font naître l'étrange	17
A. La distance touristique égocentrique contre la distance anthropologique scientifique	18
B. Une distance géographique qui provoque une déterritorialisation	22
C. Une distance culturelle qui néglige la contextualisation	27
Chapitre II. Une différenciation relative au reconnaissable	35
A. Lorsque Segalen confond exotisme et altérité	36
B. Le « reconnaissable », entre découverte de l'inconnu et représentations familières	42
C. Les changements structurels entraînés par la différenciation reconnaissable	45
Chapitre III. L'ethnocentrisme comme annonce d'un pouvoir de domination	49
A. Typologie de l'ethnocentrisme	51
a) L'ethnocentrisme de déni	51
b) L'ethnocentrisme de défense	51
c) L'ethnocentrisme universaliste	52
B. La perspective de la sociologie politique dans l'étude de l'ethnocentrisme	53
Chapitre IV. La mise en scène de l'interaction	58
A. L'analyse de l'imaginaire par la philosophie	59
B. Les cadres de l'expérience : une approche des constructions multiples de la réalité	61
Chapitre V. Le contexte d'une société éclatée	68
A. Les caractéristiques de la postmodernité qui nourrissent l'exotisme	68
a) L'hédonisme	69
b) La participation active	70
c) Fragmentation de l'individu et fragmentation de la consommation	71
d) Centrée sur soi	72
B. Monde profane et monde sacré : un découpage du réel	73

Chapitre VI : Typologie de l'authenticité	81
A. L'authenticité objective	81
B. L'authenticité symbolique	82
C. L'authenticité existentielle.....	83
Chapitre VII. Les différents types de représentations sociales utilisés pendant la recherche.....	83
A. Les stéréotypes	85
B. Les préjugés et idées reçues	87
C. Les héros socioculturels	88
D. Les typologies socioculturelles	89
E. Le topos / <i>topoi koinos</i>	90
F. Le mythe	91

DEUXIÈME PARTIE : EXPLORATION DE L'IMAGERIE EXOTIQUE

VIETNAMIENNE	93
Chapitre VIII. Présentation et justification des corpus analysés.....	94
Chapitre IX. Couverture des guides touristiques : introduction des paysages et des personnages	100
Chapitre X. Les films de l'Indochine : un décor des péripéties du narrateur occidental.....	105
A. <i>Indochine</i> (1992), Régis Wargnier	105
B. <i>L'amant</i> (1992), Jean-Jacques Annaud.....	114
Chapitre XI. Chanson : l'imagerie du Vietnam à travers le temps et l'histoire	119
A. <i>La petite tonkinoise</i> (1906), Henri Christiné.....	119
B. <i>Opium</i> (1931), Marcel's.....	121
C. <i>Saïgon</i> (1948), Suzy Solidor	121
D. <i>Quand Vietnam s'appelait Indochine</i> (1974), Anne Vanderlove.....	123
E. <i>Un air de liberté</i> (1975), Jean Ferrat.....	124
F. <i>La sécheresse du Mékong</i> (1983), Indochine.....	125
G. <i>Plus près des étoiles</i> (1984), Gold	127
H. <i>Viêt Nam, Laos, Cambodge</i> (1988), Bérurier noir	128
I. <i>Vietnam vet</i> (1989), Johnny Halliday.....	129
J. <i>Saïgon</i> (1991), Bernard Lavilliers	130
K. <i>Fille du Vietnam</i> (1995), Molodoi.....	131
L. <i>Viêt kieu</i> (1997), La souris déglinguée	132
M. <i>Un singe en hiver</i> (2002), Indochine	133
N. <i>Bonjour Vietnam</i> (2006), Pham Quynh Anh	134
O. <i>Hanoï</i> (2015), La Grande Sophie	135
P. <i>Hanoï Café</i> (2016), Bleu Toucan	136

Chapitre XII. Le Documentaire : un cadre d'expérience ambigu	137
A. <i>Saïgon l'intrépide</i>	138
B. <i>le Vietnam et le pays des animaux sacrés</i>	140
C. <i>Les sourires du Vietnam</i>	141
Chapitre XIII. Marketing des produits alimentaires : l'exotisme vendeur	145
TROISIÈME PARTIE : DISPOSITIFS METHODOLOGIQUES ET PRESENTATION DES DONNEES POUR APPREHENDER LE COMPORTEMENT SENSIBLE ET INTELLIGIBLE DU VOYAGEUR	150
Chapitre XIV. Méthode quantitative par questionnaire : collecter des résultats par catégorie.....	151
A. Travail préparatoire de l'enquête	152
a) Méthode de conception du questionnaire	152
b) Détermination du mode de collecte	153
c) Difficultés rencontrées	155
d) Synthèse du traitement des résultats de l'enquête.....	156
e) Résultats par catégories différenciées.....	158
B. Compréhension critique et hypothèses à expérimenter	160
a) Des catégories spécifiques voyageant plus longtemps et fréquemment au Vietnam	161
b) Les populations des deux extrêmes recherchent le moins l'exotisme.	162
c) Une différenciation de l'exotisme en fonction du CSP	162
d) Rencontre, expérience, émotions : une stimulation positive ou neutre de l'exotisme	163
e) Conserver une forme de culture même au prix de la mise en scène.....	164
f) L'exotisme simplifie les relations interculturelles.....	165
g) Peu de changement d'opinions sur l'exotisme, surtout chez ceux qui voyagent le plus	166
Chapitre XV. Méthode qualitative par entretien : les prénotions des touristes à l'épreuve de leurs expérimentations	166
A. Caractéristiques de l'échantillon	167
B. La méthode de l'échantillon raisonné.....	167
C. Tableau récapitulatif du profil des répondants de l'enquête	168
D. Difficultés rencontrées lors de l'enquête	169
E. Méthodes d'entretiens et techniques d'analyse.....	171
F. Conception du guide d'entretien	173
G. Analyse des données qualitatives.....	176
a) Base d'analyse.....	176
b) Exercice d'élaboration de critères afin de distinguer les pays exotiques et non-exotiques (ENE).....	189
c) Les représentations du Vietnam : Contradiction entre les attentes et la réalité (V)	193
d) Le sensoriel à l'épreuve d'une subjectivité socialisé (ES)	197
Chapitre XVI. Méthode par observation participante : étude de l'exotisme dans un même espace culturel	206

A. Entre observation ethnologique participative et observation sociale de distance	206
B. Étude de cas au Vietnam : l'exotisme national.....	207
C. Itinéraire et compte rendu de l'observation participante	207
D. L'exotisme national : construire le théâtre d'une distrayante nostalgie.....	219
a) Le paysage comme scène	219
b) Ruralité agencée	220
c) Esthétisme trompeur.....	221
d) Jeu de rôle paysan.....	222
e) Muséification folklorique	223
f) Rareté érotique.....	224
QUATRIÈME PARTIE : LES ACTEURS DE L'EXOTISME DANS L'INDUSTRIE DU	
TOURISME	227
Chapitre XVII. Les populations locales : une mise en scène envahissante et lucrative	228
Chapitre XVIII. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotisme	232
Chapitre XIX. Touristes et voyageurs : une posture différente, mais la même passion de l'exotisme	236
Chapitre XX. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique	243
Chapitre XXI. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchande	251
A. Une formation qui prépare aux mécanismes de l'industrie touristique, mais une intégration encore flottante des sciences humaines	252
B. Une formation équilibrée entre connaissance, compétence, critique et ouverture internationale ..	259
C. Une formation aux interrogations critiques, mais également éthiques	260
CINQUIÈME PARTIE : DES REPRESENTATIONS EXOTIQUES DU VIETNAM QUI	
DEFORMENT LES REALITES LOCALES ET LES PREUVES HISTORIQUES.....	265
Chapitre XXII. Les dualités complémentaires des représentations	267
A. Nostalgie de la souffrance et de la jouissance dans l'histoire commune du Vietnam et de la France.....	267
B. Le jeu des dualités entre modernité et tradition à l'époque actuelle	273
Chapitre XXIII. Typologie des personnages exotiques	278
A. L'image de la population générale : entre confusion, misérabilisme et populisme	278
B. Les populations spécifiques : des figures adaptées aux besoins des exotisants.....	282
a) L'hypersexualisation passée et présente des femmes asiatiques.....	282
b) Animalisation et asexualisation des hommes	288
c) Le culte du « bon sauvage » se prolonge pour les ethnies minoritaires	289
SIXIÈME PARTIE : DES IDEAUX TYPES POUR SAISIR LA RELATION ENTRE LE	
DECODAGE COGNITIF DES INDIVIDUS ET LE REEL	293

Chapitre XXIV. L'Exotisme de conception immersive	296
Chapitre XXV. L'exotisme de conception contemplative	306
CONCLUSION	315
BIBLIOGRAPHIE	332
TABLE DES ILLUSTRATIONS	356
TABLE DES MATIERES	359

Résumé

L'exotisme n'est pas une valeur objective. Il découle d'une trajectoire de pensée spécifique résultant d'un ethnocentrisme qui crée une illusion empirique. La présente recherche se propose de formuler une nouvelle définition sociologique qui prend en compte ses systèmes de sens et de contextes à travers un processus de construction perceptif de l'altérité, qui façonne une image déformée du monde ancrée dans un rapport de force en faveur d'un espace culturel sur un autre. L'étude de cas porte sur la présence française au Vietnam et rejoint l'époque actuelle marquée par l'afflux touristique. Elle explore tout d'abord les représentations des Français sur le Vietnam à partir de différents supports. Cette contribution se nourrit aussi des résultats de plusieurs types d'enquêtes (un questionnaire, des entretiens et une observation participante) visant à mettre à jour les processus cognitifs à l'œuvre et les attitudes des touristes partis en quête d'exotisme. Cette façon d'opérer permet d'examiner de quelle manière la réalité est défiée par des faux-semblants et des fantasmes en marquant l'univers sensible et intelligible des individus et leur subjectivité à l'égard d'un territoire. L'étude s'attache également à identifier les divers acteurs dans l'industrie touristique qui transforment les paysages en décors et les locaux en figurants de leur propre culture. Ce travail finit par la conceptualisation de deux idéaux types : *immersif* et *contemplatif*. Ces derniers expliquent le type de décodage cognitif opéré par les individus exotisants vis-à-vis du réel avec lequel ils interagissent.

Mots-clés : Ethnocentrisme, Exotisme, Interculturalité, Représentation sociale, Tourisme, Vietnam

Abstract

Exoticism is not an objective perspective. It comes from ethnocentrism and a specific thought process that creates an empirical illusion. This study intends to formulate a new sociological definition of exoticism that takes into account meaning and contextual structures. Exoticism is a constructive process that affects an individual's perceptions of alterity, and shapes a biased image which is then embedded in a power imbalance, favoring one cultural space above another. Our case study focuses on French presence in Vietnam leading up to the current era, characterised specifically by an influx of tourism. First it explores French people's representations about Vietnam, which can be understood through different media. Our study then draws from the results of various investigation methods (surveys, interviews, participant observation) through which we seek to reveal the cognitive processes at work and the attitudes of tourists in search of exoticism. This work method enables us to examine in what fashion reality is defined by false pretenses and fantasies and how this marks the senses and intellectual comprehension of individuals, specifically their subjectivity regarding a foreign territory. This research also identifies the different stakeholders of the tourism industry and how they transform landscapes into decors, and individuals into extras of the spectacle of their own culture. Our study then conceptualizes two ideal types: *immersive* and *contemplative*. These two types explain the cognitive translation made by exoticising individuals in regards to the reality they are interacting with.

Keywords: Ethnocentrism, Exoticism, Interculturality, Social representations, Tourism, Vietnam

**UNIVERSITÉ BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ
ÉCOLE DOCTORALE « SOCIÉTÉS, ESPACE, PRATIQUES, TEMPS »**



Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en

SOCIOLOGIE

TOME 2

Annexes

VERS UNE APPROCHE SOCIOLOGIQUE DE L'EXOTISME :

De l'ethnocentrisme à l'illusion empirique

La présence française au Vietnam

Présentée et soutenue publiquement par

Manon BINET

2021

Sous la direction de M. le Professeur LE Huu Khoa



UNIVERSITÉ BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ
ÉCOLE DOCTORALE « SOCIÉTÉS, ESPACE, PRATIQUES, TEMPS »



ÉCOLE DOCTORALE
SEPT

Thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en

SOCIOLOGIE

TOME 2

Annexes

VERS UNE APPROCHE SOCIOLOGIQUE DE L'EXOTISME :

De l'ethnocentrisme à l'illusion empirique

La présence française au Vietnam

Présentée et soutenue publiquement par

Manon BINET

2021

Sous la direction de M. le Professeur LE Huu Khoa



Sommaire

SOMMAIRE	3
Annexe 1. Documentation sur le Vietnam et l'exotisme	4
A. Les définitions du dictionnaire	4
B. Histoire du Vietnam : de la période coloniale française à la guerre américaine	6
Annexe 2. Exploration de l'imagerie exotique vietnamienne.....	28
A. Couverture des guides touristiques français sur le Vietnam	28
B. Questionnaire à destination des Français ayant voyagé au Vietnam	33
Annexe 3. Dispositifs méthodologiques et présentation des données pour appréhender le comportement sensible et intelligible du voyageur	35
A. Guide d'entretien	35
B. Extraits des verbatim	36
C. Documents cités lors des entretiens	92
Annexe 4. Les acteurs de l'exotisme dans l'industrie du tourisme	94
A. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotisme	94
B. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique.....	94
C. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchande	100
Annexe 5. Des représentations exotiques du Vietnam qui déforment les réalités locales et les preuves historiques	118
A. L'image de la population générale : entre confusion, misérabilisme et populisme	118
B. Les populations spécifiques : des figures adaptées aux besoins des exotisants	121
Annexe 6. Des idéaux types pour saisir la relation entre le décodage cognitif et le réel.....	124
A. L'exotisme de conception immersive.....	124
B. L'exotisme de conception contemplative	126
Annexe 7. Autre	127
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	128

Annexe 1. Documentation sur le Vietnam et l'exotisme

A. Les définitions du dictionnaire

Voici les diverses définitions du dictionnaire attachées à la notion d'exotisme :

a) Grand Larousse de la langue française. Tome 1 (1989)

Exotique [ɛgzotik] adj. (lat. *exoticus*, étranger, exotique, gr. *exôtikos*, du dehors, extérieur, dér. de *exô* [v. EXO-]; 1552, Rabelais, au sens 2 [rare jusqu'au XVIII^e s.]; sens 1, 1690, Furetière). 1. Qui appartient, qui est relatif aux pays étrangers : *Usages, mœurs exotiques*. || 2. Qui a été importé de pays étrangers, en particulier des régions chaudes du globe : *Pas un arbre du pays, pas une fleur de France ; rien que des plantes exotiques, des gommiers, des calebassiers, des citronniers* (Daudet).

◆ n. m. (av. 1872, Th. Gautier). Ce qui est exotique : *L'intelligence du passé et le goût de l'exotique ont engendré une longue et magnifique lignée de poèmes où revivent l'art, la pensée et la figure des temps disparus* (Lemaitre).

Exotisme [ɛgzotism] n. m. (de *exotique* ; 1845, Bescherelle, au sens 1 ; sens 2, av. 1872, Th. Gautier). 1. Caractère de ce qui évoque les mœurs, les habitants, les paysages des pays étrangers : *Mme Sarah Bernhardt me fait toujours l'effet d'une personne très bizarre qui revient de très loin, elle me donne la sensation de l'exotisme* (Lemaitre). *L'exotisme de « Paul et Virginie »*. || 2. Goût des choses exotiques : *L'exotisme a été une mode littéraire*.

b) Dictionnaire de langue française, Tome 2/par É. Littré (1873-1874)

Exotique (è-gzo-ti-k.), adj. Qui n'est pas naturel au pays. Végétaux exotiques. *Si je ne trouve point de plantes exotiques et de productions des Indes, je trouvai celles du pays disposées et réunies de manière à produire un effet plus riant et plus agréable*, J. J. ROUSS. *Hél.* IV. || Fig. Termes, usages exotiques.

HIST. XVI^e s. *Marchandises exotiques et peregriues, qui estoyent par les halles du port*, RAB. *Pant.* IV, 4.

ÉTYM. Lat. *exoticus*, du grec *exôtikos*, de *exô*, hors.

c) Dictionnaire français-monolingue Larousse en ligne

Exotique (Latin *exoticus*, du grec *eksôtikos*, étranger).

Qui appartient à des pays étrangers et lointains

SENS ET EMPLOI

Qui appartient à un pays étranger, qui en provient : *le thé à cinq heures est un usage exotique*. Le mot qualifie le plus souvent ce qui a trait à des pays lointains, en particulier à des pays chauds (peut-être à cause de sa ressemblance avec tropique), mais ne contient pas en soi cette idée.

d) Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales

Exotique (adj. et subst.)

I.(adj) Qui est relatif, qui appartient à un pays étranger, généralement lointain ou peu connu ; qui a un caractère naturellement original dû à sa provenance. Décor, genre, mode exotique ; impressions, rêves, souvenirs exotiques ; personnages, peuples, races exotiques. (Quasi)anton. *indigène*. *Les beautés indigènes et exotiques, abritées sous les chapeaux les plus élégants* (BRILLAT-SAV., *Physiol. goût*, 1825, p. 122). *Le choléra serait un champignon, dont le spore exotique parent du spore indigène du typhus, a (...) besoin de chaleur* (AMIEL, *Journal*, 1866, p. 106). *Deux recettes de mets et d'entremets exotiques, dues soit à une dame créole, soit à une mulâtresse (...) certainement inédites en Europe* (MALLARME, *Dern. mode*, 1874, p. 808). *L'emploi inconsideré des mots exotiques ou grecs, des mots barbares de toute origine* (GOURMONT, *Esthét. lang. fr.*, 1899, p. 7)

II.– *Emploi subst., rare*

A.– *Emploi subst. neutre*. Ce qui est exotique. *Sentiment de l'exotique, qui se retrouve dans les singes d'Albert Dürer et dans les lions de Rembrandt* (GONCOURT, *Journal*, 1860, p. 807). *Jugement d'un très petit monde d'initiés faits pour goûter le rare, le particulier, l'exotique et l'étrange* (MAURRAS, *Avenir intellig.*, 1905, p. 45). *Gauguin fuyait dans l'exotique, dans le mystérieux une insatisfaction dévorante* (HUYGHE, *Dialog. avec visible*, 1955, p. 369).

B.– *Au masc. ou au fém.*

1. [Désigne des pers.] Celui ou celle qui est originaire d'un pays étranger, généralement lointain. *Ces exotiques se reconnaissent à leur air* (Ac.1932). *Le vieil enlumineur Giulio Clovio, un exotique lui aussi (dalmate d'origine)* (BARRES, *Greco*, 1911, p. 20). *Un petit exotique, un jeune barbare qui sortait des musées affolé d'impatience* (LARBAUD, *Barnabooth*, 1913, p. 131) :

2. nous adorons les étrangères. (...) Mais je crois que ce qui nous séduit le plus dans les exotiques, c'est leur défaut de prononciation. Aussitôt qu'une femme parle mal notre langue, elle est charmante ; si elle fait une faute de français par mot, elle est exquise, et si elle baragouine d'une façon tout à fait inintelligible, elle devient irrésistible. MAUPASSANT, *Contes et nouv.*, t. 1, Découv., 1884, p. 959.

2. [Désigne des plantes, des animaux qui vivent naturellement sous d'autres climats ; p. ell. d'un subst. déterminé] *Il n'est pas de petit propriétaire (...) qui ne veuille avoir sa serre, sa collection d'exotiques* (Jouy, *Hermite*, t. 3, 1813, p. 183). *Il était visité de temps en temps par des papillons rares, jamais rencontrés ailleurs, (...) tout à fait comme ces exotiques de la Guyane, piqués dans les vitrines de l'oncle au musée* (LOTI, *Rom. enf.*, 1890, p. 186).

e) Dictionnaire de l'académie française

Exotique : adjectif, XV^e siècle. Emprunté, par l'intermédiaire du latin *exoticus*, « étranger, exotique », du grec *exōtikos*, « du dehors, extérieur ».

■ Relatif à un pays étranger, généralement lointain ou peu connu, présentant d'évidentes différences avec celui qui sert de référence. Des bois, des plantes, des fruits, des fleurs, des oiseaux exotiques. Un décor exotique. Ce restaurant est renommé pour sa cuisine exotique. Par extension. Dépaysant, étrange. Un charme, une beauté exotique.

B. Histoire du Vietnam : de la période coloniale française à la guerre américaine

Pour comprendre le lien entre exotisme et colonisation, entre les images exotiques et leur origine, il paraît intéressant de connaître l'Histoire de l'Indochine et l'histoire du Vietnam après les accords de Genève en 1954.

Voici une synthèse des deux différents épisodes historiques qui ont marqué les relations entre le Vietnam et l'Occident. Nous avons tenté de retranscrire précisément les faits, mais aussi les images et les ambiances qui les accompagnent et qui ont créé l'imaginaire du Vietnam.

a) Synthèse de l'histoire d'Indochine

Pour comprendre l'Indochine française, il faut revenir au 17^e siècle. Durant cette période, le Portugal et les Pays-Bas sont très présents en Asie, notamment pour y faire du commerce d'épice et profiter d'autres richesses. Très vite, des missionnaires s'installent dans la région. La France commence à mettre en place sa propre mission d'évangélisation en 1615 (« Les missions étrangères de Paris »).

La France est en pleine industrialisation, elle jouit d'une situation économique et démographique très favorable. Le dirigeant de l'époque, Napoléon III, recherche de nouveaux marchés et terres à exploiter.

Sur les territoires de la future Indochine française, les missionnaires sont très présents. À tel point que l'Indonésie et le Vietnam développent une communauté catholique très forte. Pour illustrer cette dynamique, on peut citer le père jésuite Alexandre de Rhodes (XVII^esiècle), qui à partir du travail d'autres missionnaires, crée une transcription romanisée et phonétique du vietnamien (le *quoc-ngu*).

En 1847, l'empereur Tu Duc dirige une vague de persécution contre des chrétiens. Son action est davantage motivée par des enjeux politiques que par une réelle volonté de répression religieuse. Pour Tu Duc, ce groupe met en danger l'équilibre national. Le pays sort

tout juste de la première guerre de l'opium qui opposait la Chine et le Royaume-Uni. Napoléon III se sert du prétexte de la persécution des chrétiens pour intervenir.

La deuxième guerre de l'opium commence en 1856, la France est entraînée dans cette guerre par le Royaume-Uni. L'Amiral Rigault de Genouilly reçoit l'ordre de faire une démonstration de force dans l'Annam. La France a également des objectifs militaires et économiques sur place. Une présence forte au Vietnam lui permet d'établir « un balcon sur le Pacifique », et ainsi ne pas laisser le Royaume-Uni contrôler toute la région. De plus, cela ouvre par le sud une voie terrestre pour le commerce en direction de la Chine et de son marché potentiel. En 1858, les troupes françaises débarquent à Tourane et en 1859 envahissent Saïgon. La ville qui n'est qu'un petit port de pêche devient une tête de pont de l'implantation coloniale¹.

La France continue d'asservir des territoires. Les amiraux français, dont l'amiral Courbet, imposent leur domination en profitant des tensions entre les pays de cette zone du globe. En 1863, le Cambodge est placé sous protectorat français devant le Siam (Thaïlande), qui cherche également à annexer la région. En 1884, la France contrôle le sud du Vietnam (la Cochinchine), le centre (l'Annam) et le nord (le Tonkin). En 1887, l'Union indochinoise est créée. Elle est gérée par une administration civile et pilotée depuis la métropole. En 1887, le Cambodge, jusque-là soumis au Siam, est intégré à l'Indochine française sous un régime de protectorat. En 1893, le Laos est également rattaché à l'Indochine sous forme de protectorat au désavantage du Siam qui convoitait le pays. C'est le dernier chapitre de cette période appelée : « la période héroïque ».

L'Indochine passe d'un régime colonial un peu « bricolé » à une organisation institutionnelle. Le gouverneur général de 1897 à 1902 est Paul Doumer. La France développe le territoire à la manière occidentale. Elle crée un système centralisé et dynamise l'économie par de grands travaux publics : la construction de ponts, de chemins de fer, de routes, d'écoles... La France commence aussi à exploiter les ressources terrestres du pays : le café, la plantation d'hévéas, le thé, la houille, l'étain, etc. Cette société se développe pendant cinquante ans. Il faut également savoir que l'Indochine n'était pas une colonie de peuplement, peu de Français s'y sont installés (contrairement à la colonie d'Algérie). Avec l'essor économique, on voit apparaître l'émergence d'une bourgeoisie, enrichie par le commerce et l'industrie. Cette classe forme la nouvelle élite intellectuelle vietnamienne, qui souhaite s'impliquer dans la politique de son pays. Des idées nationalistes et anticolonialistes émergent, le pouvoir en place se méfie. Durant une manifestation en 1911 contre le « roi-marionnette », que certains Vietnamiens jugent manipulé par les Français, plusieurs étudiants présents, dont le jeune Hô Chi Minh encore inconnu, sont obligés de quitter le pays pour vivre en exil.

¹ Pierre-Jean Simon, « L'Indochine française : bref aperçu de son histoire et des représentations coloniales », *Hommes et Migrations*, 2001, vol. 1234, n° 1, p. 14 -22.

*« Bien sûr, les Français étaient fiers de leur histoire, ils se vantaient de la présenter au peuple vietnamien. Bien sûr, le peuple vietnamien n'en avait pas besoin ».*²

Bao Ninh, vétéran de l'armée du Nord - Vietnam

Pendant trente ans, Hô Chi Minh vit loin de son pays. On trouve des traces de lui à Paris, Londres et New York. Il découvre le socialisme en rejoignant le Parti socialiste français. Plus tard, il devient communiste en lisant les écrits anticolonialistes de Lénine. Il étudie à Moscou puis en Chine où en 1931 il crée le Parti communiste indochinois.

Les idées communistes font leur chemin en Indochine. En 1930, une crise économique éclate. La valeur de la piastre (la monnaie locale) chute. Des émeutes s'organisent. Les communistes s'opposent à l'impérialisme français et mettent en place des grèves, des manifestations et des insurrections. Ces mouvements subissent des répressions extrêmement violentes par le pouvoir militaire et policier français. On y pratique notamment la torture, les raids de terreur sur les villages, les camps de détentions.³ En 1940, le gouvernement de Vichy est à la tête de la France. En Indochine, l'administration française se maintient sous l'amiral Decoux. Mais compte tenu de la situation en Europe, les relations entre l'Indochine et la métropole sont interrompues.

En septembre 1940, les troupes japonaises envahissent le pays par le nord. Une collaboration entre l'État français et l'empire japonais se met en place. En effet, le gouvernement français de Vichy s'est rallié au régime nazi après que ces derniers soient entrés dans Paris. Par conséquent, il devient allié du Japon. De ce fait, le Japon est autorisé à utiliser des bases navales françaises. Le Japon adopte la stratégie d'entretenir une bonne entente avec la France tout en encourageant les mouvements nationalistes.

En 1941, Hô Chi Minh revient au Vietnam où il fonde le Viêt-Minh (la ligue d'indépendance vietnamienne). Le Viêt-Minh ne regroupe pas que des communistes, de nombreux indépendantistes anti-Français et anti-Japonais en font aussi partie. Les guerriers du Viêt-Minh ont également leur leader militaire : le général Vo Nguyen Giap. Giap est un ancien professeur de civilisation française nourrissant une rancœur pour le colonisateur après que ces derniers aient battu sa femme à mort dans une prison française. C'est lui qui met au point la stratégie de guérilla utilisée contre les Français et plus tard contre les Américains. D'après lui, il faut donner l'impression d'être : « partout et nulle part ».

Au printemps de 1945, le Japon attaque la puissance coloniale française, qui est renversée en une nuit. Les troupes françaises sont faites prisonnières, les civils sont enfermés

² Ken Burns et Lynn Novick, *The Vietnam War*, saison 1, épisode 1. s.l., Florentine Films, 2017.

³ *Ibidem*

dans des camps⁴. « L'indépendance », sous protection japonaise, des trois pays de l'Indochine est proclamée⁵.

Au même moment, le gouvernement des USA cherche des alliés au Vietnam pour se débarrasser des Japonais. Hô Chi Minh et son Viêt-Minh répondent présents. Les Américains leur envoient des aides matérielles.

Le Japon perd la Deuxième Guerre mondiale et la situation change. Le Viêt-Minh profite de cette période de transition pour assurer l'autonomie de son pays. Le 2 septembre 1945, le jour même où les Japonais signent leur capitulation, les communistes prennent le pouvoir au Vietnam et proclament à nouveau l'indépendance. Les Vietnamiens comptent sur le soutien de leurs alliés américains et la promesse d'autodétermination des peuples de Roosevelt.

À la libération, de Gaulle souhaite rétablir la souveraineté française en Indochine avant toutes possibles négociations. Truman devient président des États-Unis. Pris en étau entre leurs deux alliées, les Américains choisissent une posture de neutralité. Le général Leclerc à la tête du corps expéditionnaire français en Extrême-Orient tente de restaurer l'autorité française.

En automne 1945, le Vietnam est entièrement réoccupé par les Français. Le général Leclerc parvient à entrer à Hanoï le 18 mars 1946, après des négociations avec le Viêt-Minh. Le militaire a compris que recourir à la force seule mènerait à un conflit sans fin. Le Haut-commissaire de France et commandant en chef de l'Indochine : George Thierry d'Argenlieu, fait échouer les négociations. Les deux hommes ne s'entendent pas. En juillet 1946, Leclerc décide de retourner en France. Après le départ du général Leclerc, le *status quo* entre Français et Vietnamiens ne tient plus⁶. Les combats entre les Français et le Viêt-Minh sont sanglants. Au sud les Français sont aidés par les Anglais, au nord les Vietnamiens sont soutenus par les Chinois⁷. En décembre 1946, Hanoï, par exemple, fera l'objet d'une grande offensive Viêt-Minh qui durera deux mois et qui la videra en partie de sa population⁸.

Pour asseoir sa présence dans le pays, la France qui contrôle déjà les grandes villes met en place un programme « de pacification » pour convaincre les zones rurales de la nécessité de leur établissement. Ce programme consiste en la construction d'école, de digues, de routes, de campagnes de vaccination. Mais c'est un échec, le Viêt-Minh est bien trop implanté à la campagne. Les Français ne parviennent pas à rallier les ruraux à leur cause. L'État français se rend compte que la réinstallation de leur colonie va être très compliquée. Les Viêt-Minh au

⁴ K. Burns et L. Novick, *The Vietnam War*, op. cit.

⁵ *Ibid.*

⁶ Emmanuel Hecht et Pierre Servent, *Le siècle de sang, 1914-2014 : les vingt guerres qui ont changé le monde*, s.l., 2014, p. 113-131.

⁷ Ken Burns et Lynn Novick, *The Vietnam War*, saison 1 épisode 1. s.l., Florentine Films, 2017.

⁸ Gisèle Bernstein et Olivier Milza, *Histoire du XXe siècle. 2 : Le monde entre guerre et paix*, Nachdr., Paris, Hatier, 2004, p. 147-149.

Vietnam et le Pathet Lao au Laos contrôlent toute une partie du territoire. Leurs méthodes de guérilla sont extrêmement efficaces.

La France adopte une nouvelle stratégie, elle tente de remettre Bao Daï au pouvoir. Bao Daï est le dernier empereur de la dynastie des Nguyen ainsi que le dernier monarque de l'histoire du Vietnam. Le 25 août 1945, le Viêt-Minh l'avait obligé à abdiquer. La France espère pouvoir l'utiliser pour fédérer les opposants aux communistes et l'imposer comme chef d'un gouvernement d'union nationale. Bao Daï accepte cette proposition en septembre 1947. La France et le gouvernement central provisoire (mené par Bao Daï) signent un accord le 8 mars 1949 (les accords Auriol - Bao Daï). La France reconnaît officiellement l'indépendance du Vietnam. Ces accords sont approuvés par Bao Daï, en tant que chef d'État du Vietnam⁹.

Dès 1946, la France met en place une stratégie de « jaunissement » de l'armée en recrutant des locaux dans l'armée régulière indochinoise, demandée par Bao Daï. Néanmoins, les commandants de ces unités indochinoises sont Français¹⁰.

Officiellement, il n'y a pas de guerre en Indochine seulement des opérations de maintien de l'ordre. Pour l'État français, la guerre est un désastre même avec le soutien matériel des USA. Ces derniers sortent de leur position de neutralité. Truman sera d'ailleurs critiqué pour sa passivité dans la montée du communisme. Pour les USA c'est un véritable enjeu de ne pas laisser les communistes gagner le Vietnam. Il faut savoir que durant la même période, dans d'autres pays les insurrections communistes avancent, comme en Chine, en Birmanie, en Malaisie et en Corée. De plus, l'URSS annonce le 29 août 1949 qu'elle a la bombe atomique. La guerre froide s'installe. En 1954, la guerre française au Vietnam sera financée à 80 % par le contribuable américain.

*« Les Français considéraient les Vietnamiens comme un peuple inférieur. Au Vietnam, il n'y avait pas d'égalité. C'est pour ça que je les détestais tant ».*¹¹

Lam Quang Thi, vétéran de l'armée sud-vietnamienne

On note beaucoup d'épisodes très violents (viols, exécutions, incendies volontaires de villages, napalm) de la part des troupes françaises, frustrés par le cul-de-sac que représente le Vietnam. Cette guerre contre le Vietnam dure maintenant depuis 7 ans. La population française se désintéresse de ce pays si loin de la métropole et de leurs problèmes d'après-guerre. Néanmoins, des mouvements de contestations commencent à se structurer en 1949. Le Parti communiste français informe, manifeste et organise des opérations de sabotage.¹²

⁹ Daniel Granclément, *Bao Daï, ou les derniers Jours de l'empire d'Annam*, Paris, J.-C. Lattès, 1997, 382 p.

¹⁰ L'ECPAD, Agence d'images de la défense, *L'indochine dans les fonds photographiques de l'ecpad : 1885-1956*, s.l.

¹¹ *Ibid.*

¹² E. Hecht et P. Servent, *Le siècle de sang, 1914-2014, op. cit.*, p. 113-131.

Dans la métropole française, on appellera ce conflit « la sale guerre » à cause de la brutalité sur place¹³.

Le 20 novembre 1953, le général Navarre lance l'opération Castor. Cette opération aéroportée de 3 jours consiste à s'emparer du village de Diên Biên Phu en envoyant des parachutistes. L'endroit est dans une cuvette et au milieu du territoire Viêt-Minh. Cette position permet d'établir un nouveau camp stratégique ainsi que de couper la route du Laos au Viêt-Minh, soutenu par le Pathet Lao (des communistes laotiens). Une ancienne piste d'atterrissage japonaise est rénovée pour acheminer des hommes, du matériel et des armes¹⁴. Pendant quelques mois, le général Giap déplace plusieurs divisions d'infanteries et d'artillerie autour de la cuvette¹⁵. Les Vietnamiens parviennent à transporter sur leur dos ou sur des vélos des canons et du matériel lourd en pièces détachées sur des montagnes dans une jungle très dense. Les Français sont complètement encerclés. Les premiers assauts débutent le 13 mars¹⁶. La bataille dure 57 jours, jusqu'au 7 mai 1954, date à laquelle les Vietnamiens l'emportent. Plus de 3000 soldats du côté français ont perdu la vie, 10 300 sont faits prisonniers. Seulement 3300 sont rendus à leurs familles¹⁷. Le général Giap se fera appeler : « le bourreau des Français ». Cette lourde défaite met la France en position de faiblesse lors des accords de Genève.

Les accords de Genève actent l'indépendance du Cambodge et du Laos et coupent le Vietnam en deux au niveau du 17e parallèle. Le conflit indochinois prend officiellement fin et la communauté internationale reconnaît le gouvernement démocratique du Vietnam (nord). Le corps expéditionnaire français dispose d'une centaine de jours pour quitter Hanoï. Tous ceux qui le souhaitent ont également 300 jours pour quitter le Vietnam du Nord. Le 9 octobre, Hanoï est remise aux Viêt-Minh.¹⁸

Voici quelques photographies de l'époque. La plupart proviennent de l'ECPAD (Établissement de Communication et de Production Audiovisuelle de la Défense). Certaines des photographies ci-dessous proviennent : « *de fonds privés et des fonds organiques constitués dès 1915 par les sections photographique et cinématographique des armées (SPA et SCA), permettent d'appréhender l'histoire de l'Indochine de 1885 à 1956 à travers le double prisme) des photographes amateurs et des reporters de l'armée* »¹⁹. Le site explique : « *Dans un contexte d'expansion coloniale, l'usage de la photographie revêt de nombreux attraits pour mettre en valeur les ressources de ce fleuron de l'Empire* ». En d'autres termes, ces images

¹³ Ken Burns et Lynn Novick, *The Vietnam War*, saison 1, épisode 1, s.l., Florentine Films, 2017.

¹⁴ Henry Navarre, *Agonie de l'Indochine (1953-1954)*, Paris, Plon, 1956.

¹⁵ *Ibid.*

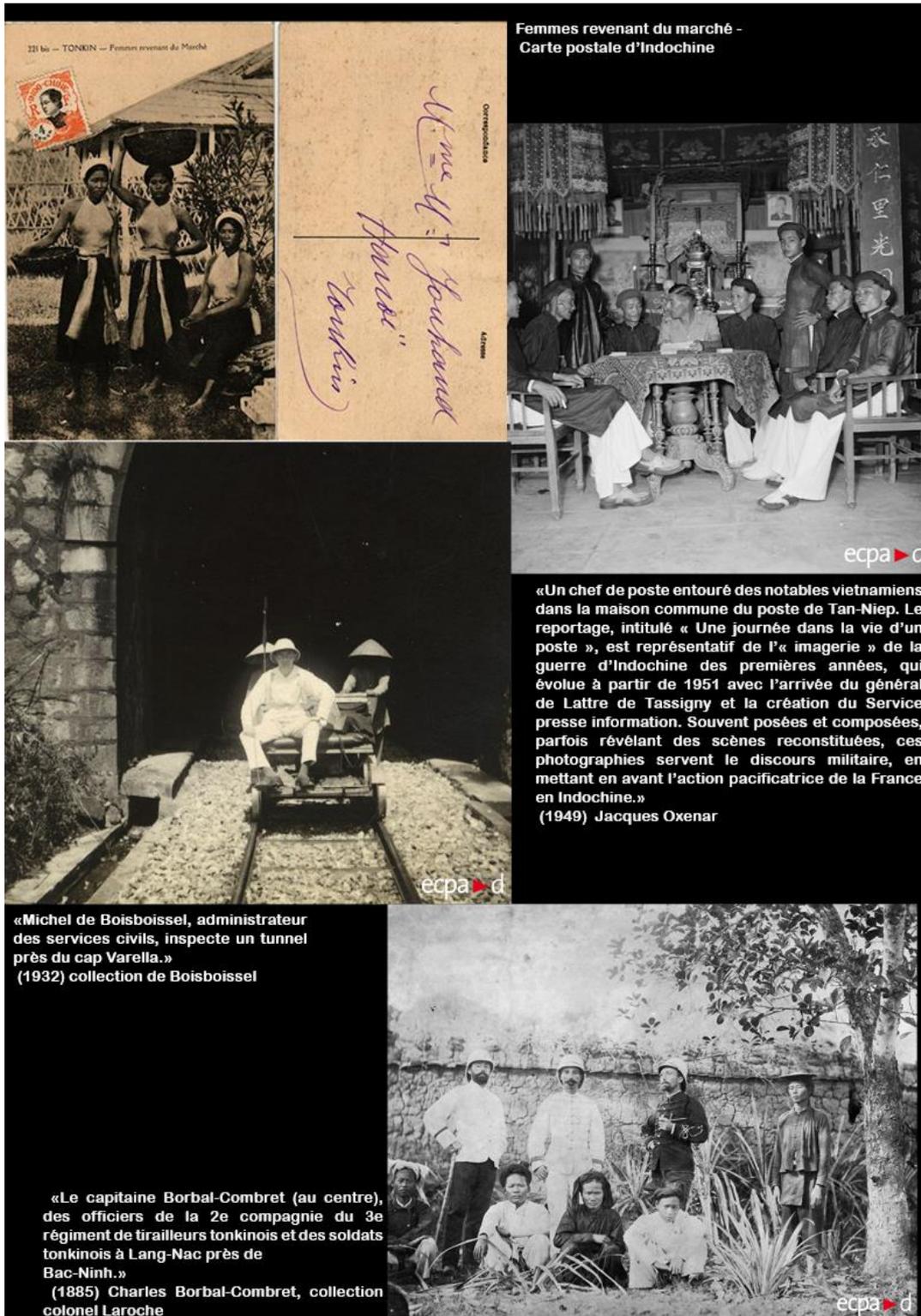
¹⁶ Ministère de la Défense. Secrétariat général pour l'administration, « La bataille de Diên Biên Phu, 13 mars-7 mai 1954 », *Direction de la mémoire, du patrimoine et des archives.*, n° 39.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ L'ECPAD, Agence d'images de la défense. *l'indochine dans les fonds photographiques de l'ecpad : 1885-1956*. [Fond de photographies]. Lien : <http://archives.ecpad.fr/lindochine-dans-les-fonds-photographiques-de-lecpad-1885-1956/>

¹⁹ L'ECPAD, Agence d'images de la défense, *l'indochine dans les fonds photographiques de l'ecpad : 1885-1956*, *op. cit.*

sont de formidables outils de propagande et de création d'imaginaire exotique. Les autres documents ci-dessous ne provenant pas de l'ECPAD, sont des cartes postales de l'époque coloniale. Elles représentent déjà des mises en scène de vie quotidienne à destination de regards occidentaux. Ces images ont participé à l'élaboration de l'imaginaire exotique sur le Vietnam.



**Un pousse - pousse saigonais
- Carte postale d'Indochine**

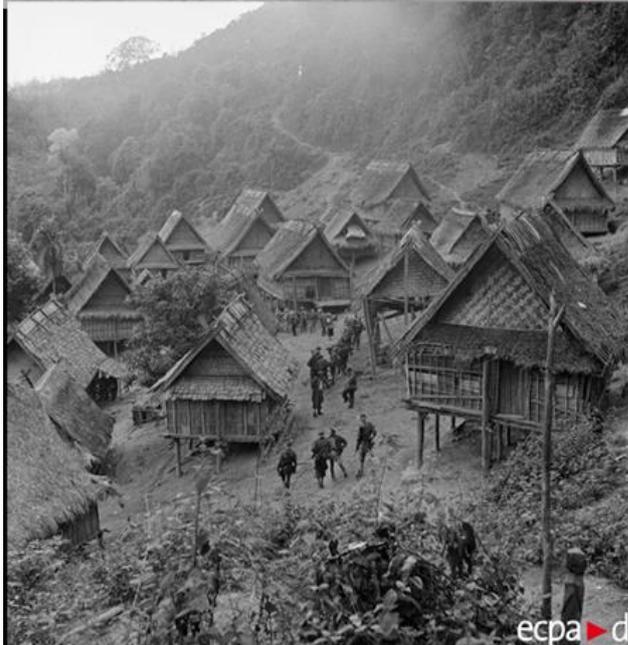
«Des partisans de l'ethnie rhé, à qui l'on vient de distribuer des fusils MAS 36. Hostiles au Viêt-minh, ces autochtones vivant sur les hauts plateaux de l'Annam participent au maintien ou au rétablissement de l'ordre dans leur région aux côtés des forces françaises.»
(1950)



56 - Le Pousse-Pousse saigonais
Photo, A. Huet, S. S. S.



«Soins prodigués à la population d'un village lors de l'opération Gaur. Cette opération de pacification dirigée par le lieutenant-colonel Massu est menée par un fort détachement blindé qui doit traverser l'Annam d'ouest en est.»
(1946) Claude le Ray



«Opération Condor. Progression de la colonne Godard (ou Crève-cœur, du nom du colonel commandant les forces laotiennes qui pilote cette opération), partie de Muong Saï au Laos en direction de Muong Khoua et de Diên Biên Phu pour porter assistance à la garnison assiégée.»
(1954) René Adrian

b) Synthèse de l'histoire de la guerre américaine

La plupart des informations utilisées pour ce chapitre ont pour sources : *The Vietnam War*. Réalisée en 2017 par Ken Burns et Lynn Novick, cette série documentaire regroupe dix films qui présentent la guerre du Vietnam de 1858 à aujourd'hui. Ce projet a été produit par Florentine Films, Weta, PBS en association avec ARTE France. Cette fresque historique est constituée de 17 h de films et regroupe un nombre impressionnant de photos et de films d'archives ainsi que de témoignages américains et Vietnamiens du Sud et du Nord. Néanmoins, notons comme le montre l'historien François Guillemot sur son site web²⁰, que le regard des réalisateurs est davantage concentré sur les Américains. La raison est simple, ce film est à destination du peuple américain. L'objectif est le suivant « analyser la construction de l'identité des États-Unis, et par là même exposer à la société américaine contemporaine la racine de ses maux ». Ceci n'est pas gênant pour notre étude, bien au contraire. D'une certaine façon, nous aussi nous souhaitons par cette étude parler de la société occidentale et plus spécifiquement la société française. De ce fait, il semble intéressant de comprendre quels événements et quelles illustrations de ce conflit ont marqué les imaginaires du Vietnam à cette époque.

La guerre du Vietnam a duré trente ans. Cinq présidents américains démocrates et républicains se succéderont durant cette période. Elle est aujourd'hui considérée comme un cuisant échec pour les USA. Durant ce conflit, un million de soldats nord-vietnamiens, 250 000 soldats sud-vietnamiens, 58 000 Américains et 2 millions de civils sont décédés. En plus de ces chiffres, on ne sait pas combien de personnes sont mortes au Laos et au Cambodge, deux pays également impliqués dans cette guerre.

Les accords de Genève (1954) n'ont satisfait personne. La Chine a perdu un million de personnes lors de la guerre de Corée. L'URSS espère apaiser les tensions avec l'Occident. Ces deux pays que le Vietnam appelle ses deux « grands frères » ont incité Hô Chi Minh à accepter ces accords.

Une autre caractéristique à connaître de cette guerre est que durant cette période de l'histoire les Américains sont en croisade contre le communisme. Pour eux, perdre le Vietnam, c'est laisser les communistes prendre le contrôle de toute l'Asie et plus tard du monde entier. Ils seront convaincus que ce qu'ils font est juste et que c'est leur devoir de libérer le Vietnam.

*« On aurait dû le voir comme la fin de l'ère coloniale dans l'Asie du Sud-Est, ce que c'était en fait. Mais au lieu de cela, on l'a envisagé comme une guerre froide et comme une défaite du monde libre liée à l'essor de la Chine. C'est cette mauvaise analyse d'un événement capital qui nous a coûté cher ».*²¹

Donald Gregg, travaille à la CIA de 1951 à 1982

²⁰ François Guillemot, *The vietnam war de ken burns et lynn novick (2017) : les vétérans prennent la parole ?*, <https://indomemoires.hypotheses.org/26334>, 23 février 2018, (consulté le 20 avril 2020).

²¹ K. Burns et L. Novick, *The Vietnam War*, op. cit.

Au sud du Vietnam, un leader émerge : Ngo Dinh Diem. Ce catholique confucéen est soutenu par les Américains. Pourtant le régime qu'il met en place n'a rien d'une démocratie. Le 26 octobre 1955, il remporte officiellement l'élection avec 98,2 % des voix. La réunification du Vietnam promise à Genève n'aura jamais lieu. Diem se bat pour ses propres intérêts et ceux de sa famille. Année après année, il impose une dictature. À tel point qu'en avril 1955, Eisenhower décide de cesser son soutien au dictateur. Mais Diem sait se rendre nécessaire, les USA qui cherchent avant tout la stabilité du Vietnam se voient contraints de se rallier à lui. Même si cette alliance est très gênante, les USA ne peuvent pas perdre Diem. Ils l'équipent, entraînent ses forces armées et modernisent le pays. L'armée sud-vietnamienne se nomme : l'ARVN.

Au Nord, Hô Chi Minh est prudent. Il ne veut pas d'une guerre frontale. Un autre homme prend de plus en plus de place au sein du gouvernement nord-vietnamien : Le Duan. Il est premier secrétaire du parti communiste. Pendant dix ans, Le Duan fut enfermé dans une prison française. Il préconise une solution plus agressive pour se débarrasser de Diem et reconquérir le Sud.

Le 6 novembre 1960, John Fitzgerald Kennedy est élu président. Six semaines après son élection, dans le village de Tan Lap, au fond de la jungle sud-vietnamienne les représentants communistes se retrouvent pour former un nouvel organisme et remplacer le Viet-Minh. Le FNL (Front de Libération National) est créé. Son bras armé est appelé : Forces armées pour la libération du peuple. Mais leurs ennemis nomment ces guérilleros : les Viêt-Cong.

« C'est un autre type de guerre d'une nouvelle intensité, d'origine ancienne. La guerre des guérillas, d'insurrection, d'insurgés, d'assassins, une guerre d'embuscade au lieu de combats, d'infiltration et pas d'agression ». ²²

John Fitzgerald Kennedy, président des États-Unis de 1961 à 1963

Kennedy est à son tour coincé dans cette dynamique de guerre, qui plus est avec un allié encombrant et guère apprécié de son peuple. Kennedy se sentira obligé d'agir après le désastre de la baie des cochons, la construction du mur de Berlin et le soulèvement communiste au Laos. Il utilise notamment le corps d'élite « des bérets verts » : forces spéciales entraînées à la guérilla et à la contre-insurrection. De plus, il double le budget alloué à l'armée sud-vietnamienne, il déploie des hélicoptères et des véhicules blindés de transport des troupes, il autorise l'usage du napalm et l'épandage de défoliant (pour détruire les cultures) et d'autres produits chimiques comme l'agent orange. Kennedy violera l'accord de Genève en envoyant des soldats se battre au Vietnam. Officiellement, il les fera passer pour de

²² Ibid.

simples conseillers de guerre. La population américaine ne sait pas encore à quel point leur pays tient un rôle actif dans ce conflit.

*« Nous n'allons pas vous détruire avec des armes nucléaires. Nous vous détruirons avec des guerres de libérations nationales ».*²³

Nikita Khrouchtchev, Premier secrétaire du Parti communiste de l'Union soviétique de 1953 à 1964

La stratégie des USA est très controversée. Elle consiste à bombarder et détruire des villages au sud où ils suspectent les Viêt-Cong de se trouver. De ce fait, ils se créent beaucoup plus d'ennemis que d'alliés, sachant que 80 % des Sud-Vietnamiens vivent dans des villages à la campagne.

*« Les Américains qui étaient venus faire la guerre au Vietnam voyaient les gens des villes comme des amis. Mais ils voyaient les villageois comme des Viêt-Cong, parce que les Viêt-Cong n'avaient pas d'uniformes. Comment pouvaient-ils gagner ? S'ils tuaient un vrai ennemi, un autre pourrait le remplacer. S'ils tuaient la mauvaise personne, ils gagnaient dix ennemies. La plupart du temps, ils tuaient la mauvaise personne ».*²⁴

Tran Ngoc Chau, chef de province dans le Sud-Vietnam

*« Tout le sud du Vietnam était un champ de bataille. Si les Américains exigeaient de construire une démocratie sur ces ruines, c'était peu réaliste ».*²⁵

Hoy Duc, vétéran Viêt-Cong

On note que contrairement aux Viêt-Cong, l'armée du Sud est beaucoup moins motivée au combat. En effet, leurs chefs sont choisis pour leur loyauté à Diem plus qu'à leurs compétences en stratégie de guerre. Ils sont corrompus et incapables. Le président Diem montre qu'il n'a aucun lien avec son propre peuple. Il se met la population à dos, notamment par des réformes de restriction religieuse à l'encontre des bouddhistes. Rappelons que Diem est de confession catholique, mais que la majorité du pays est bouddhiste. Saigon plonge dans une guerre civile. Les manifestations sont réprimées à balles réelles. Le 10 juin 1963, un moine : Quang Duc s'immole par le feu lors d'une manifestation. Durant toute son immolation, un autre moine répète inlassablement en anglais et en vietnamien : « Un moine est mort en

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

martyr ». D'autres moines suivront ce geste, et s'immoleront également. Des catholiques, des étudiants ainsi que des officiers de l'armée se rallient aux bouddhistes. Diem divise un peu plus le pays. Les États-Unis l'appellent à être moins intransigent envers les bouddhistes. Il refuse. Certains généraux se préparent à un coup d'État. Les USA déclarent en secret qu'ils ne l'encouragent pas, mais ne feront rien pour l'empêcher. Diem et son frère Nhu, son bras droit, sont renversés puis exécutés avant qu'ils ne puissent quitter le territoire. 18 jours plus tard, Kennedy meurt à son tour, assassiné. Lyndon B. Johnson, en tant que vice-président de Kennedy, le remplace dans sa fonction. Ce que craignent les États-Unis arrive. Les coups d'État au sud du Vietnam se succèdent. Entre janvier 1964 et juin 1965, on dénombre huit gouvernements différents. On les appelle les gouvernements fantoches. Le Nord quant à lui est tiraillé entre ses deux grands frères. L'URSS veut apaiser la guerre froide alors que la Chine appelle à la révolution mondiale. Le Duan est en faveur de la solution chinoise, Hô Chi Minh privilégie les conseils de L'URSS. Après un vote, le Nord-Vietnam décide d'adopter la perspective chinoise. Johnson sent qu'il est dans une impasse. Cette guerre est un borbier.

*« J'ai l'impression d'être un baudet pris dans une averse de grêle au Texas. Je ne peux ni m'enfuir, ni me cacher, ni tout arrêter ».*²⁶

Lyndon B. Johnson, président des États-Unis de 1963 à 1969

Il envoie plus d'hommes au Vietnam pour augmenter la pression militaire notamment par le bombardement du Laos, territoire par lequel des Viêt-Cong passent du nord au sud. En secret, il autorise également des assauts sur les bases côtières du Nord-Vietnam. Les Américains ne déploient pas, pour l'instant, des forces américaines sur le sol vietnamien. Ils redoutent que cela incite les Chinois à se mêler du conflit comme ce fut le cas durant la guerre de Corée en 1950. Cependant le 2 août 1964 la tension monte d'un cran. Un torpilleur américain, le USS Maddox, est attaqué par un escadron de torpilleur nord-vietnamien. Les Américains ouvrent le feu et coulent trois bateaux avec leurs avions. Le Vietnam ignore encore aujourd'hui qui a donné l'ordre d'attaquer l'USS Maddox. Hô Chi Minh était contre une agression aussi frontale. Les chefs d'état-major américains réclament une riposte immédiate. Johnson refuse. Puis les Américains croient à une seconde attaque nord-vietnamienne. En réalité, il s'agit d'une erreur de traduction. Pour la première fois, des pilotes américains bombardent l'intérieur des terres du Nord-Vietnam. En réponse, Hanoï envoie également pour la première fois des soldats de l'armée nord-vietnamienne au sud du Vietnam par le Laos et le Cambodge sur la piste « Hô Chi Minh », appelé aussi dans le nord « la piste 559 ». Johnson adopte la stratégie de « la riposte graduée », ce qui lui fera gagner les élections présidentielles. Cette stratégie consiste à n'effectuer que des attaques de représailles sur des cibles nord-vietnamiennes et laotiennes. Mais le 2 mars 1965, les USA changent de tactique et ont recours au bombardement massif et systématique. Ce plan est appelé l'opération « Rolling Thunder ».

²⁶ *Ibid.*

Ce programme caché à la population américaine est censé booster le moral du Sud et baisser celui des soldats et des guérilleros du Nord. En mars 1965, Johnson finit par faire ce qu'il voulait éviter : envoyer des troupes américaines sur le sol vietnamien. Les mouvements anti-guerres émergent aux États-Unis, particulièrement sur les campus universitaires où les individus s'organisent collectivement. Il semble aujourd'hui clair que le gouvernement américain savait qu'ils allaient perdre cette guerre.

*« Nos intérêts là-bas sont à 70 % d'éviter l'humiliation, 20 % de contenir la Chine et 10 % d'aider les Vietnamiens ».*²⁷

Un assistant du secrétaire de la défense John McNaughton

*« Et tout à coup vous lisez que McNamara savait dès 1965, trois ans avant que j'y aille, qu'il était impossible de gagner cette guerre. C'est ça qui me rend furieux. Tout le monde peut faire des erreurs. Mais couvrir ses erreurs, c'est faire tuer des gens pour flatter son égo ».*²⁸

Karl Marlantes, Marines

À cause de l'intervention américaine, l'URSS et la Chine intensifient leur aide au Vietnam. L'URSS leur fournit du matériel militaire et la Chine des troupes pour défendre le nord du Vietnam et permettre aux Nord-Vietnamiens de combattre au sud.

Les deux camps misent sur une guerre d'usure en brisant la volonté de l'autre. Le Duan compte sur le fait que les Américains se fatiguent d'un conflit aussi coûteux et meurtrier si loin de leur frontière. Et les Américains pensent que leur stratégie du rouleau compresseur, qui consiste à tuer dix Vietnamiens pour un mort américain, sera efficace. Cette guerre est très différente des deux guerres mondiales. Il n'y a pas de front. Les victoires ne se calculent pas en fonction de terrains gagnés. Le pays étant si dense en végétation et connu des Vietnamiens, les Américains ne peuvent pas tenir de manière permanente les territoires sur lesquels se déroulent les batailles. Les victoires du côté américain sont donc calculées en fonction du nombre de cadavres. À cause de ce choix comme critère de réussite, il émerge une tendance à compter tous les corps comme ceux d'ennemis et à vouloir empiler les dépouilles.

Le 3 août 1965, on voit des marines détruire un village. L'Amérique est profondément choquée. Cette manière de faire donne naissance au terme « Zippo raid ».²⁹

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Stéphane Mantoux, « « Les morts vivants » à Cam Ne. Le premier « Zippo raid » de la guerre du Viêt-nam », *Revue historique des armées*, 2 août 2012, n° 268.

*« Safer interroge ensuite certains Marines impliqués dans la destruction du village. L'un d'entre eux répond que sa compagnie a fait du bon travail. Il dit aussi que sa compagnie est pour l'instant la seule à ne pas avoir eu de tués parmi les Marines , et qu'elle a montré aux civils ce qui arrivait quand ils jouaient avec eux. Un autre Marine rapporte qu'il n'a pas de remords, car ces civils sont des ennemis, et qu'on ne peut à la fois faire son travail et avoir de la pitié pour eux ».*³⁰

Johnson envoie de plus en plus de soldats américains. Mais le commandant Westmoreland, en charge des opérations militaires, demandera toujours plus de combattants, sans résultats sur le terrain. Les hommes supervisant la guerre du Vietnam restent extérieurement optimistes et à ignorant de la réalité sur le terrain.

Durant 37 jours, la veille de Noël en 1965, Johnson interrompt les bombardements, espérant que le nord du Vietnam accepte de négocier. Il n'en est rien.

Le Duan lance une première grande offensive sur le Sud-Vietnam en attaquant simultanément 17 points stratégiques. 3 millions d'individus perdent leur foyer, ce qui représente un Sud-Vietnamien sur cinq. En réponse, les Américains bombardent la piste Hô Chi Minh en larguant 3 millions de tonnes d'explosifs sur la portion au Laos. Cela représente un million de tonnes de plus que sur l'Allemagne et le Japon durant la Deuxième Guerre mondiale.

Les images que l'on voit de la guerre du Vietnam se concentrent souvent sur les soldats américains qui y combattent. Surtout au début de l'envoi de troupe sur le sol. Ils sont jeunes, pauvres, issus de la classe ouvrière. Les minorités et les défavorisés y sont surreprésentés. Les Amérindiens, par exemple, ont le taux de service par habitant le plus élevé de tous les groupes ethniques des USA. Il y a certes un grand nombre de volontaires, mais devant le besoin important d'homme, les conscrits au service militaire sont de plus en plus appelés. Mais plus de la moitié des jeunes Américains évitent le service militaire par des exemptions ou des sursis (notamment les universitaires sont exemptés). Un dicton circule chez les GI « si tu peux payer, tu n'as pas à y aller ». Beaucoup de ces jeunes veulent devenir des héros et ressentir la même fierté que celle de leurs aînées ayant fait la Deuxième Guerre mondiale. Les États-Unis sont convaincus qu'ils ne peuvent pas échouer. Les superviseurs de la guerre répètent inlassablement qu'ils sont sur le point de l'emporter. À cette époque les USA n'ont encore jamais perdu de guerre.

Dans le nord Vietnam, les soldats semblent aussi être issus des classes populaires.

*« Certains chefs ont envoyé leurs enfants au front, mais c'est une minorité. La plupart des enfants des chefs comme les enfants de Le Duan ont été en Union soviétique pour étudier ».*³¹

³⁰ *Ibid.*

³¹ K. Burns et L. Novick, *The Vietnam War*, op. cit.

En 1967, une marche massive antiségrégationniste et pacifiste contre la guerre a lieu à Washington D.C. Ces marches prennent de l'ampleur dans leur nombre et dans leur organisation militante. Johnson et son administration sont convaincus d'un complot communiste. Cette même année, une des manifestations tente de bloquer le Pentagone dans la perspective d'arrêter cette guerre plutôt que de la dénoncer. Pour la première fois, des militants affrontent des militaires en service.

De 1967 à 1968, un gouvernement stable, mais corrompu est au pouvoir au Vietnam. Le président est Nguyen Van Thieu et son Premier ministre : Nguyen Cao Ky.

Fin janvier 1968, le nord du Vietnam lance l'offensive du Tet. Cette attaque se veut totale et mise sur le fait que la population du Sud se rebelle contre son gouvernement fantoche et contre les Américains. L'armée vietnamienne du Nord et les Viêt-Cong attaquent la base américaine de Khe Sanh en diversion. Westmoreland est convaincu que c'est l'assaut principal, pensant que les communistes organisent un deuxième Diên Biên Phu. C'est une erreur. Le Nord attaque de grosses villes pour la première fois, comme Hué, Da Nang et même Saigon. À Hué le combat, dure 26 jours. À Saigon, l'ambassade américaine est occupée quelques heures. Les soldats du Nord et les Viêt-Cong sont repoussés, c'est une défaite militaire pour les communistes. L'ARVN n'a pas déserté et la population ne s'est pas soulevée. Mais pour les Américains c'est un choc. Une attaque d'une telle envergure contredit les déclarations du gouvernement américain répétant que les États-Unis semblent sur le point de remporter la victoire. L'offensive du Tet génère beaucoup d'images. La télévision est bombardée de sang, de morts et de brutalité.

Une des images de la guerre du Vietnam marquant la mémoire des Occidentaux est celle des hélicoptères. Le Vietnam a été la première guerre des hélicoptères. Les pilotes ont fait 36 millions de sorties. Ils avaient plusieurs fonctions : répandre des pamphlets de propagande ou d'avertissements d'attaques imminentes, effectuer des tirs mortels, transporter des troupes et du ravitaillement, évacuer les blessés hors du champ de bataille...

En mars 1968, 500 000 soldats américains sont déployés au Vietnam. Westmoreland en demande plus.

Lors d'une allocution le 31 mars, le Président Lyndon B. Johnson annonce l'arrêt des bombardements des zones densément peuplées autour de Hanoï et Haïphong pour inciter à des négociations. Il déclare également qu'il ne se représente pas pour un autre mandat présidentiel.

Les USA s'embrasent et se divisent sur la question de la guerre du Vietnam. Mais cette guerre est symptomatique d'enjeux politiques plus profonds. Le mouvement anti-guerre reflète le refus de l'Ancien Monde et de ses valeurs. Les tensions naissent au sein des familles.

La fracture est aussi générationnelle. Les universités sont occupées. Dans d'autres pays, il y a également des manifestations issues du même esprit : Londres, Paris, Berlin, Prague, Rio, Jakarta, La Hague, etc.

En août, Hanoï accepte de négocier à Paris tout en réalisant une troisième grande offensive appelée : « Le mini Têt ».

Washington décide d'un nouveau commandant au Vietnam : le général Creighton W. Abrams.

*« La guerre ressemblait à une tombe à ciel ouvert. Plus on perdait de jeunes plus on en envoyait ».*³²

Huy Duc, soldat nord-vietnamien

En novembre 1968, Richard Nixon est élu président des États-Unis. L'enjeu de sa présidence sera de rassembler une Amérique fracturée et de mettre un terme à la guerre sans perdre la face.

Au sud Vietnam, une économie parallèle se développe émergeant d'années de présence durable américaines. Alimentés par l'argent des soldats américains, les prix augmentent de 25 % chaque année. Ces marchandises proviennent de denrées importées et détournées vers le marché noir. La corruption et la criminalité grimpent. Certains Américains bénéficient de cette économie de guerre, mais la plupart des profits vont aux généraux du gouvernement fantoche. On les appelle les « profiteurs de guerre ». Dans le pays la corruption est endémique et les USA le tolèrent.

*« On se battait du mauvais côté. Le gouvernement du Sud était corrompu. Et son peuple le savait. Nous le savions ».*³³

Merrill McPeak, Air Force

Avant la guerre, 80 % de la population vietnamienne vivait à la campagne. Fin des années 60, ce nombre ne s'élève plus qu'à 50 %. Ces personnes s'entassaient dans des zones urbaines. La moitié des réfugiés n'a pas d'abris permanents. Ils sont victimes de maladie. Les enfants errent, fouillent, volent et mendient. Les jeunes filles n'ont pas d'autres choix que le travail du sexe. Malgré cela, Saïgon a la réputation d'être une ville de liberté. Contrairement

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

aux habitants du nord, la population est libre de critiquer son régime et de manifester son mécontentement. On dira de Saigon qu'elle est « sale et libre ».

En décembre 1968, jusqu'en mai 1969, l'état-major américain lance l'opération controversée « speedy express »³⁴. Durant cette opération, des hélicoptères patrouillent dans des « zones de feu » où n'importe qui est pris pour cible. En six mois, 11 000 Vietnamiens périront. L'inspection militaire prouvera plus tard que plus de la moitié de ces victimes étaient des civils désarmés.

En 1969 l'armée des USA au Vietnam a changé, elle est principalement composée d'appelés. Les classes moyennes ont rejoint les classes populaires sur le front. L'exaltation des premiers soldats partis au Vietnam a disparu. À la place, on trouve des jeunes qui ne souhaitent pas être au Vietnam, qui ne veulent pas faire partie de l'armée. Ils ne comprennent plus pourquoi ils combattent. La camaraderie qui règne entre eux est forte. Ils donnent sens à la situation en se protégeant les uns les autres. Les rapports d'officier montrent qu'ils sont plus difficiles à discipliner, qu'ils ont moins de sang froid. Beaucoup désobéissent à leur supérieur hiérarchique. On voit émerger un phénomène : « le fragging ». Ce terme désigne l'assassinat d'officiers impopulaires de la chaîne de commandement par des soldats. On dénombre environ 800 cas de fragging. Selon un rapport de l'armée américaine, un soldat sur quatre consomme de la marijuana régulièrement. L'héroïne est également accessible et peu chère.

Nixon a promis la paix en six mois au début de son mandat. Mais en mars, il finit par aggraver la guerre, secrètement, par peur des mouvements anti-guerre. Il ordonne des attaques en avion sur des bases nord-vietnamiennes au Cambodge. Le New York Times le découvre. Washington nie. Les journalistes seront mis sur écoute illégalement.

En mai 1969 devant la pression de la population et des sondages, il décide de la « vietnamisation » de la guerre et d'un retrait progressif des troupes américaines. Le gouvernement américain sait que sans les militaires américains, le Sud n'a aucune chance de résister seul face au Nord.

Le 2 septembre 1969, date de la fête nationale, Hô Chi Minh meurt.

En novembre 1969, la presse rend public le massacre de My Lai, qui a eu lieu le 16 mars 1968. Au cours de cet événement, 500 civils vietnamiens sont morts : tués, violés, torturés, mutilés. 25 soldats sont accusés, mais seulement un lieutenant est reconnu coupable de meurtre et purgera une peine de trois ans en résidence surveillée. Cette tuerie est qualifiée d'épisode le plus choquant de la guerre du Vietnam.

³⁴ Noam Chomsky et Edward S. Herman, *The political economy of human rights*, 1st ed., Boston, South End Press, 1979.

Henry Kissinger, le vice-président de Nixon, effectue des négociations secrètes avec Hanoï. La population américaine ne sait pas que son président tente de trouver une issue diplomatique pour sortir de cette guerre.

Contre le système de conscription qui le rend impopulaire, Nixon met en place un système de loterie, plus égalitaire, pour les troupes envoyées au Vietnam.

Le 30 avril 1970, Nixon surprend le monde entier, en annonçant qu'il déploie des militaires sur le sol cambodgien. Cet élargissement de la guerre crée de vives réactions. Notamment à l'université du Kent où quatre étudiants sont tués par la police, lors d'une manifestation.

En 1971, l'ARVN envahit le Laos pour couper la piste Hô Chi Minh toujours très pratiquée. Ils échouent. Le gouvernement américain fait passer cet échec pour une victoire afin de faire croire au peuple américain que l'ARVN peut se battre sans les forces américaines. Les images sont détournées et utilisées pour l'intérêt des États-Unis.

Des vétérans américains (« les Vétérans du Vietnam contre la guerre ») rejoignent le mouvement anti-guerre.

*« Des millions d'hommes qui ont été formés pour faire le commerce de la violence et à qui on a donné l'occasion de mourir pour le plus grand néant de l'histoire ».*³⁵

Lieutenant de Marines John Kerry devant le comité des affaires étrangères du sénat

Le 30 mars 1975, Le Duan tente une nouvelle grande offensive. Appelée « l'offensive de Pâques » par les Américains et « l'été des flammes » par les Sud-Vietnamiens. L'ARVN ne parvient toujours pas à repousser les Nord-Vietnamiens. Il n'y a plus que 60 000 soldats américains dans le pays. L'armée américaine se sent obligée d'intervenir. Nixon autorise l'opération « Linebacker » : opération de bombardement aérien. La stratégie adoptée par les Nord-Vietnamiens est celle d'une guerre conventionnelle avec des blindés et une armée. Les Américains sont habitués de ce genre de combats. L'armée nord-vietnamienne à découvert est une cible facile. Ces bombardements vont donc être très efficaces et faire basculer la victoire. Nixon ordonnera également aux avions américains de reprendre des bombardements massifs au nord. Cette campagne de bombardement est sans précédente. Elle intensifiera la guerre. Le président des États-Unis souhaite à tout prix repousser la réussite des communistes, qui semble inévitable, jusqu'à la date des élections présidentielles.

Beaucoup de personnalités opposées à la guerre comme Jane Fonda (été 1972) sont allées à Hanoï pour constater les dégâts américains et montrer leur soutien au Vietnam du

³⁵ K. Burns et L. Novick, *The Vietnam War*, op. cit.

Nord. En France aussi des artistes se mobilisent, comme le film documentaire *Loin du Vietnam*, réalisé par Chris Marker, Joris Ivens, Claude Lelouch, Alain Resnais, Agnès Varda, Jean-Luc Godard et William Klein.

Les négociations entre Kissinger et Le Duc Tho (un leader du nord) avancent. Les USA cessent les bombardements au nord du pays. Mais le président du Vietnam du Sud, Thieu ainsi que les Viêt-Cong refusent l'accord de cesser le feu, en grande partie parce qu'ils n'étaient pas invités lors de ces négociations. Finalement, les décisions prises finissent par être acceptées par tous. Nixon est réélu le 7 novembre 1972 (jusqu'à sa démission due au scandale du Watergate). Les USA se retirent du Vietnam après que les Nord-Vietnamiens libèrent tous les prisonniers américains. Le 23 janvier 1973, Nixon annonce la fin de la guerre.

Pendant les deux années qui suivent, les forces du Vietnam du Sud et du Nord continuent à s'affronter dans une guerre fratricide. La guerre civile fait rage. Mais mois après mois, l'armée du sud se désagrège. On compte 20 000 déserteurs mensuels dans les rangs de l'ARVN. Le matériel envoyé par les Américains est inutilisable : par manque de munitions et de compétences pour piloter des avions ou par l'impossibilité à réparer les machines (pièces manquantes).

En décembre 1974, Hanoï réalise un assaut test pour vérifier si les Américains réagissent. Le nouveau président, Gerald Rudolph Ford, laisse faire. En avril 1975, le nord lance son ultime bataille menée par le général Giap. L'ARVN fuit au sud, suivit par 400 000 civils. Ces exodes sont baptisés par la presse : « les convois de larmes ». Le 27 avril, Saïgon est attaquée. Elle deviendra Hô Chi Minh-Ville. Un million et demi de Vietnamiens abandonneront le pays pour fuir le régime communiste. On les appellera les boat people.

Voici quelques photographies de la guerre américaines qui ont été vues par un nombre important de spectateurs occidentaux. Elles aussi marquent notre imaginaire de voyage.



Le chef de police de Saigon exécute un Viêt-Cong, (1968) Eddie Adams



Bataille de Saigon, (1968) Philipp Jones Griffiths



Photo de Larry Burrows



Sommet d'une coline, des marines sous le feu des Viêt-Cong, (1967) Catherine Leroy



Des enfants fuyant le napalm, (1972) Nick Ut



Immolation du moine Thích Quảng Đức, (1963) Malcolm Browne



Massacre de My Lai, (1968) Ronald L. Haeberle



Photo d'Henry Huet



Bataille de Saigon (1968), Philipp Jones Griffiths



Famille de réfugiés, Henry Huet

Ces deux synthèses historiques ont été réalisées dans le but de montrer que l'imaginaire exotique autour du Vietnam s'est aussi nourri des faits historiques rapportés par la télévision, les cartes postales, la radio. Il est toujours actuel du fait qu'il soit encore aujourd'hui enseigné dans les écoles. L'histoire est un des tentacules de l'exotisme.

Durant la guerre d'Indochine et pendant la guerre américaine, l'Occident a été bombardé d'images. D'autant plus que ces images servaient à la propagande politique. En effet, à chaque fois il fallait convaincre la population que l'Occident devait s'impliquer sur des territoires qui n'étaient pas les siens ; que ce soit pour légitimer la présence coloniale de la France par sa mission civilisatrice ou encore pour justifier la guerre des Américains au Vietnam par la lutte contre le communisme. Ces deux époques du Vietnam cristallisent l'image des puissances occidentales contre un pays qui n'est pas membre de leur groupe, mais qui les a pourtant vaincus à chaque fois. Ce qu'il faut retenir aussi de ces deux conflits et peut-être plus particulièrement de la guerre américaine, c'est que l'histoire est racontée par les perdants. Les récits et les représentations que nous avons du Vietnam sont ceux de nations toutes puissantes qui ont été défaites. Peut-être est-ce également à cause de ça que le Vietnam fascine tellement et par conséquent qu'il est d'autant plus exotique. Il a cassé la logique qu'on attendait de l'Autrui non-Occidental, le rendant plus insaisissable et à plus forte raison sujet de fantasmes. L'histoire devient exotique dès lors que nous confondons l'imaginaire construit d'une période passée et le présent.

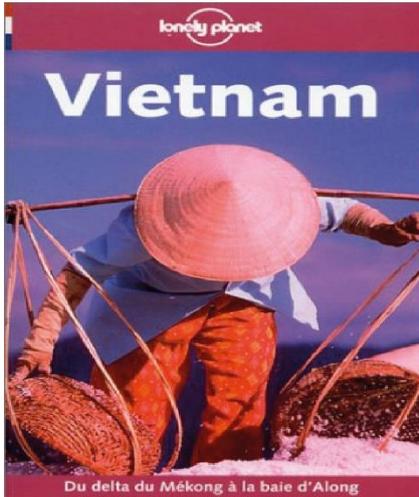
Annexe 2. Exploration de l'imagerie exotique vietnamienne

A. Couverture des guides touristiques français sur le Vietnam

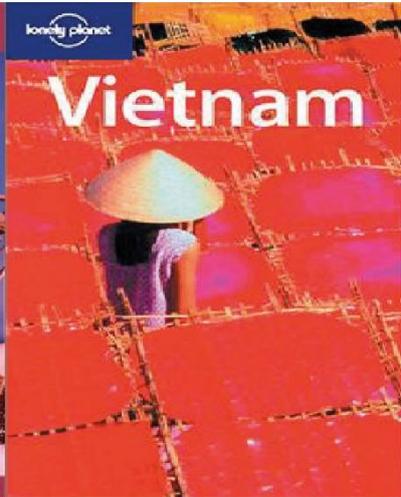
a) Le Guide du Routard



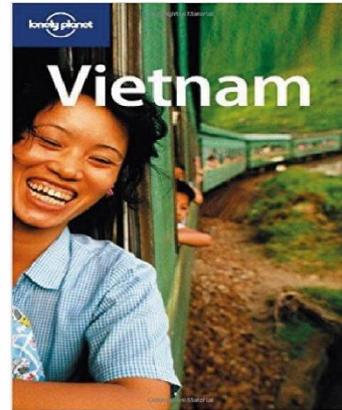
b) Lonely Planet



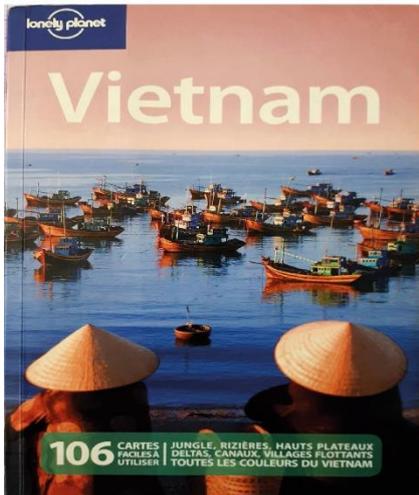
6 ed. 2019



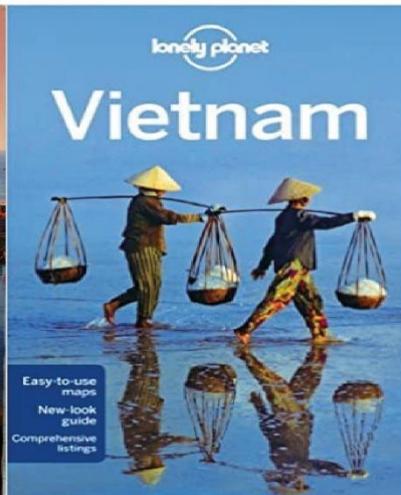
7 ed. 2005



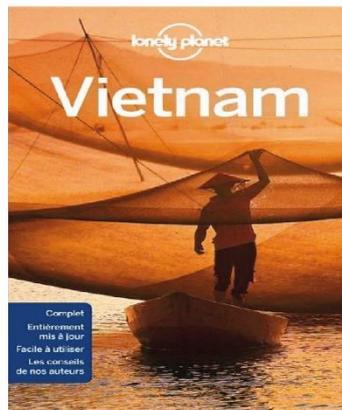
8 ed. 2007



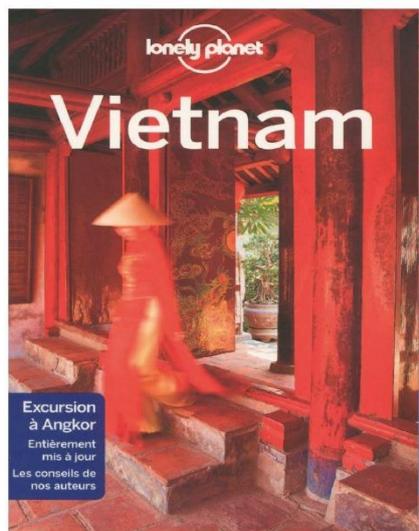
9 ed. 2009



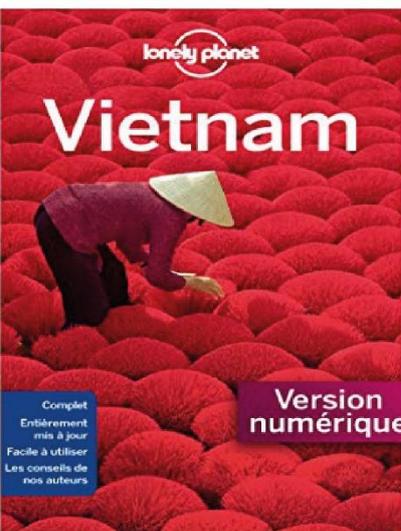
10 ed. 2012



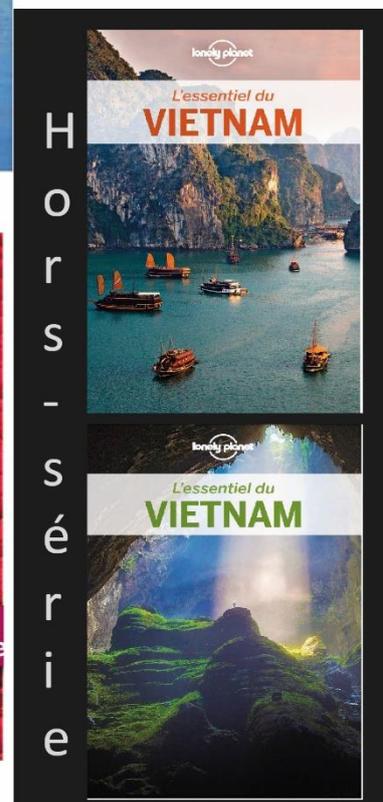
11 ed. 2014



12 ed. 2016



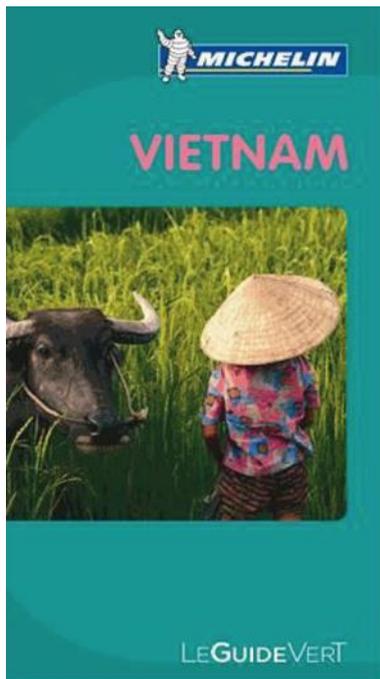
13 ed. 2018



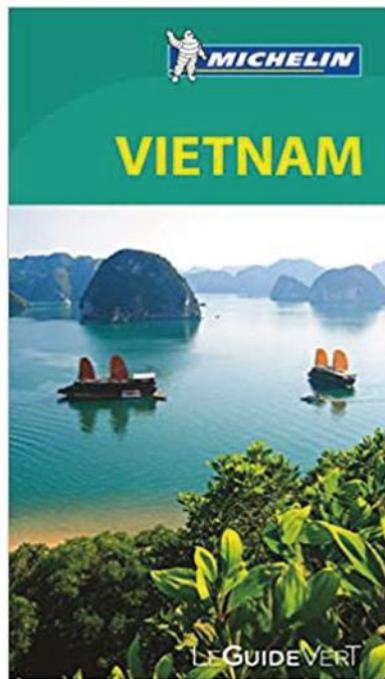
c) Le Petit Futé



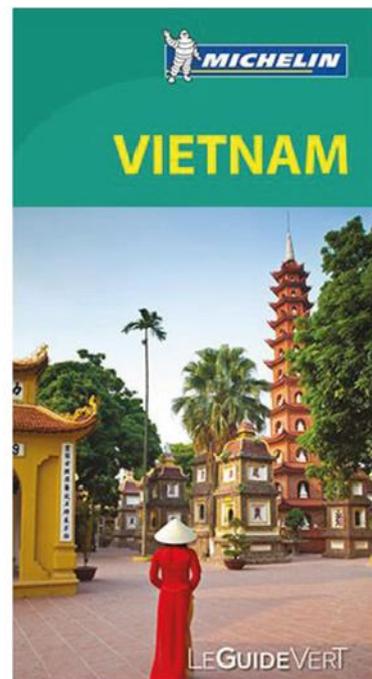
d) Le Guide Michelin



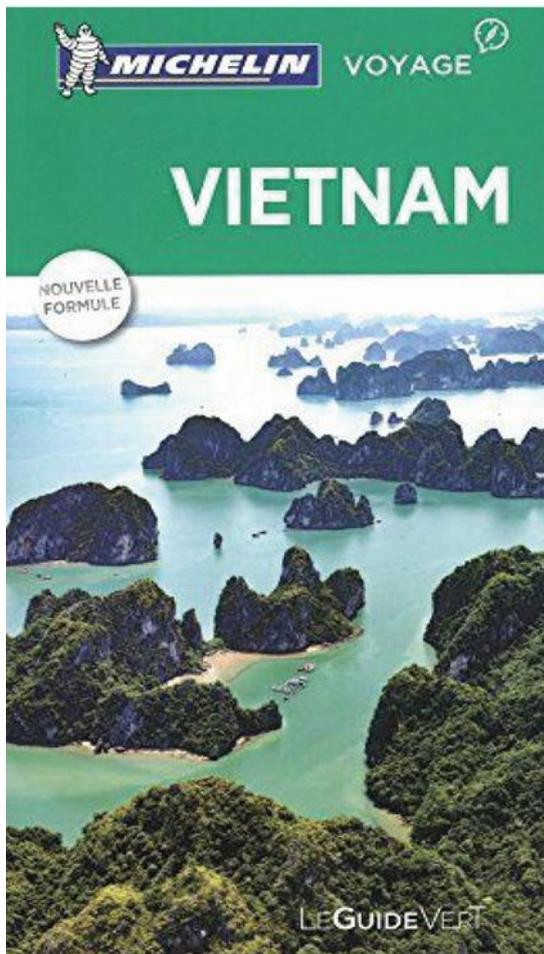
2010



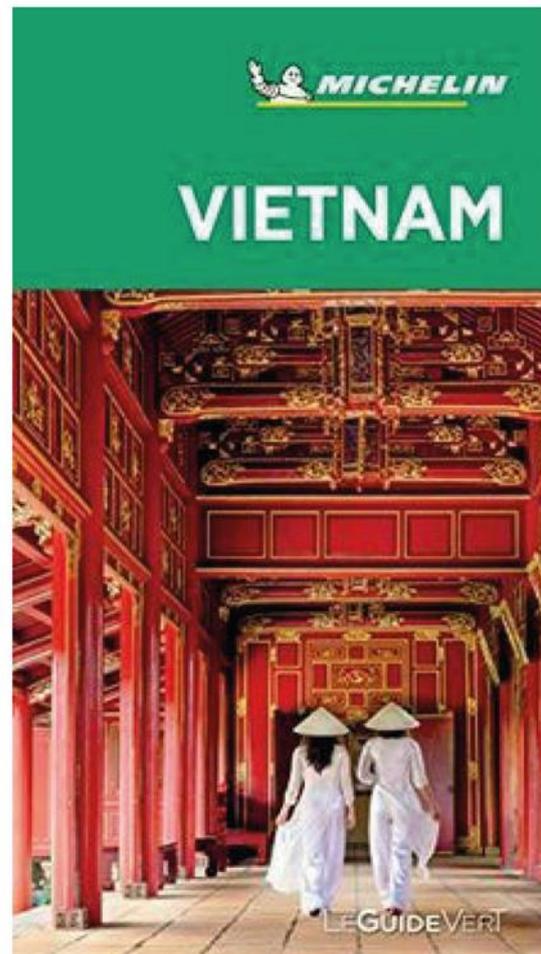
2013



2016



2017



2019

e) Autres guides touristiques



B. Questionnaire à destination des Français ayant voyagé au Vietnam

N° du questionnaire :

Questionnaire : enquête sociologique sur l'EXOTISME au Vietnam

Âge :

Genre :

Profession :

Nombre de séjours au Vietnam :

Durée des séjours :

Question 1

Est-ce que, de manière générale, l'EXOTISME est une chose que vous recherchez pendant vos voyages ?

1. Oui
2. Non

Question 2

*Pouvez-vous cocher les éléments que vous qualifieriez d'EXOTIQUES ?
(Maximum quatre réponses)*

- La cuisine
- Les temples
- Les marchés
- Les échanges avec la population locale
- Les paysages
- La météo
- La circulation
- L'architecture des villes
- Les habitudes de la population locale
- L'artisanat local
- La population locale
- Autre :

Question 3

Pouvez-vous cocher les définitions de L'EXOTISME qui vous semble les plus justes d'après vous ? (Maximum trois réponses)

- Un sentiment de nostalgie
- Une expérience immersive
- La rencontre avec l'altérité et le différent de soi
- Une conséquence du colonialisme
- Une esthétique de l'agréable et du plaisir
- Un jugement de valeur condescendant
- Une émotion de l'ordre de la rêverie
- Le produit d'un rapport de force en faveur de certains pays
- Autre :

Question 4

Selon vous quels sont les impacts que peut avoir L'EXOTISME sur les relations interculturelles* ? (Maximum trois réponses)

- Remettre en lumière certaines pratiques culturelles menacées de disparition
- Créer une mise en scène de la culture locale
- Simplifier la compréhension d'une culture
- Véhiculer des stéréotypes, des clichés, des rumeurs
- Garantir l'authenticité d'une destination
- Autre :

Question 5

De manière générale l'EXOTISME :

- Simplifie les relations interculturelles
- Complexifie les relations interculturelles

Question 6

Est-ce que ce questionnaire vous a fait changer d'avis sur l'EXOTISME ?

- Oui
- Non

*Interculturalité : Phénomènes résultant d'un contact entre deux espaces culturels

Fait à..... le.....

Nous vous remercions de votre participation.

Annexe 3. Dispositifs méthodologiques et présentation des données pour appréhender le comportement sensible et intelligible du voyageur

A. Guide d'entretien

Base d'analyse
Dans quels pays d'Asie du Sud-Est êtes-vous allé ?
Pendant combien de temps ?
Est-ce que vous définissez ce/ces pays comme étant exotique ?
Qu'avez-vous trouvé exotique ?
Pouvez-vous donner des synonymes d'exotisme ?
L'exotisme est un mot qui vous paraît positif, négatif ou neutre ? Pourquoi ?
Est-ce un terme que vous utilisez dans votre langage courant ?
Dans quelles circonstances avez-vous déjà rencontré ce terme ?
Exercice d'élaboration de critères afin de distinguer les pays exotiques et non-exotiques.
Est-ce que vous diriez qu'un pays froid peut être exotique ? (Exemple : Groenland, Russie, Sibérie)
Est-ce que vous diriez qu'il faut une certaine distance géographique nécessaire ? (Exemple : Marseille, Portugal, Roumanie, Hongrie Irlande)
Est-ce que vous diriez qu'il y a une corrélation entre l'exotisme et les pays dits « en développement » ?
Est-ce que vous diriez qu'il faut un bord de mer pour qu'un pays soit exotique ?
Le Vietnam
Est-ce que vous aviez une esthétique, des images en tête avant d'y aller ?
Au Vietnam, qu'avez-vous visité ?
Avez-vous noté une différence par rapport aux autres pays asiatiques que vous avez visités ?
Exercice sensoriel et sensitif
Image, son, odeur, goût

B. Extraits des verbatim

a) BA : Base d'analyse

BA4 : Description des éléments exotiques

P1 : La végétation, les maisons sont différentes... un peu tout en fait. C'est pas le même mode de vie. Pour moi la communication était très exotique. Elle était plus avec les gestes, parce que déjà on parle pas la même langue. La nourriture et les temples c'est pas ce qui m'a le plus dépaylée. Chez nous on en a aussi des temples et de la nourriture asiatique.

P2 : Ben déjà le climat ça c'est la première des choses. Puis les gens, les gens dans leur culture. Oui c'est un autre monde. En tout cas, c'était au départ un autre monde.

Aujourd'hui ce n'est plus un autre monde d'après toi ?

P2 : Si en fait.

Autre chose que tu qualifierais d'exotique ?

P2 : L'architecture.

Par exemple ?

P2 : Les temples, puis les maisons des gens aussi. En même temps, avec ma femme on a fait beaucoup de régions hein. Il y avait Hanoi, bon à la limite ça c'est pas exotique c'est une métropole, mais il y a quand même la sensation d'être quelque part d'autre. La diversité de la nature, je trouve ça exotique aussi.

P3 : Le climat premièrement, parce que exotique ça veut dire différent de nous et là il fait clairement plus chaud et humide. La culture deuxièmement, par exemple la religion, le système de pensée, l'histoire.

P5 : Et bien déjà la gastronomie. Pas forcément les paysages parce que j'étais surtout à Ho Chi Min. Je dirais aussi la façon dont les gens se comportent. Le langage aussi forcément. Au début, quand je suis arrivée je dirais que c'est ça qui m'a marquée.

P6 : Pour moi l'exotisme c'est l'immersion, c'est pas se retrouver sur une plage idyllique, ça on a vu, c'est sympa, mais bon. Quand tu pars trois semaines, tu as envie

de te reposer, je comprends. Mais quand tu pars six mois, c'est pas ce que tu recherches. Oui, c'est d'autres dynamiques de voyageurs. Il faut faire la différence entre les voyageurs qui partent longtemps et le touriste qui veut se détendre.

P7 : C'est une culture totalement différente de la mienne. Parce que j'avais jamais été aussi loin de ma vie dans le monde. Et tout est différent.

P8 : Parce qu'on sort de la culture occidentale et européenne et du coup tout ce qui est étranger devient exotique.

P9 : Ben le Vietnam regroupe tout ce qu'il y a d'exotique. Par exemple des paysages paradisiaques et tropicaux qu'on ne retrouve pas en France. Mais après ça se limite pas à ça, l'exotique c'est le différent.

P10 : Oui dans le sens où évidemment les paysages n'ont rien à voir et la culture est différente ; et non dans le sens où quand tu voyages tu redeviens un humain comme les autres. Peu importe si tu ne parles pas la langue, à la fin de la journée, il faut que tu ailles dormir, il faut que tu te nourrisses, il faut que tu boives de l'eau. Tu as tendance à te remettre au même niveau que les autres.

P11 : Alors pour moi c'est le ciel bleu avec cette végétation luxuriante où tu as plus qu'à tendre la main pour manger des papayes ou manger des mangues. Ça doit exister ailleurs, mais tu sais ailleurs, moi je ne connais pas trop et c'est surtout le raffinement.

Le raffinement ?

P11 : C'est le raffinement des dames au Vietnam, leurs tenues vestimentaires par exemple. Ou encore le paysage du Laos. Quand on est allées au Vietnam, à la frontière avec le Laos, j'ai vu des rizières en escalier à couper le souffle. Vraiment, tu ne t'en remets pas de ça. C'est beau, c'est un travail de titan qui est fait par les gens sur place et il y a beaucoup de respect par rapport à ça. Où que tu ailles en Asie il y aura toujours une maison ouverte, avec un verre d'eau, un grain de riz. Ça change un peu de chez nous.

P13 : Au Vietnam, dans les villes vous avez cette frénésie de voitures et de richesses et il y a à côté, toute cette campagne qui est exotique, dans le bon sens du terme ou pas je sais pas. Mais en tout cas qui, pour nous, ce sont des coins qui ne se sont pas développés. Alors mon jugement c'est que tout le monde vit comme il veut et

tout le monde n'a pas besoin d'être comme nous des consommateurs à plus savoir quoi en faire. Mais enfin, je pense qu'il y a vraiment deux mondes, au Vietnam notamment. Ceux qui sont riches ou qui font semblant de l'être et les pauvres. Et ces derniers finalement c'est eux qui sont exotiques, ça, ça pose question. Si on a la chance de s'arrêter en campagne, on voit des choses assez folles. Au Vietnam on était tombé en panne avec la personne qui nous conduisait, et on a vu un ours en cage sur lequel on prélevait des morceaux de foie pour vendre aux gens qui pensent que ça va dynamiser leur vie sexuelle. Donc là vous voyez, on est sur quelque chose qu'on qualifierait d'exotique, de barbare, de primitif.

Et puis après, on en arrive à un grand développement touristique et ça devient très ou trop touristique et il y a plus de plaisir d'aller dans des villages comme ça. Par contre, nous sommes allés à Da Nang et Hoi An, c'est touristique, mais c'est magnifique. Et là, je ne dirais pas que c'est exotique pour ce cas-là. Alors effectivement c'est exotique dans les fleurs que l'on voit sur la route, les choses comme ça, mais après tout, les gens sont habillés comme nous, jean et tee-shirt. Après, vous voyez au Laos il y a les deux, les personnes habillées en jean et celles habillées en tenue traditionnelle. Là le mélange entre moderne et traditionnel est plus visible.

P14 : Pour moi « exotique » ça veut dire ce qui est différent de ce que je connais déjà et de chez moi en fait donc forcément il y a beaucoup de choses. Donc ça va être tout ce qui est différence culturelle, les façons de faire, l'ambiance... rien que d'être dans un taxi et de voir les paysages, la pollution dans le ciel, de voir cinq personnes sur un scooter sans casque, c'est surprenant.

P15 : Oui dans le sens où il est très développé, mais il y a encore cette culture vietnamienne qui est encore très ancrée. Par rapport aux Coréens qui ont un mode de vie très occidentalisé, les Vietnamiens ont toujours leur mode de vie vietnamien et ça même dans les capitales. Je ne connais pas Hô Chi Minh, mais en tout cas à Hanoï il n'y a pas ce sentiment qu'on peut avoir à Pékin ou Shanghai, d'être dans n'importe quelle ville asiatique. Il y a une culture traditionnelle qui reste. À Hanoï, j'ai vu des personnes, qui étaient millionnaires en dollars et qui continuaient à vivre comme leurs parents et leurs grands-parents.

Du coup, vous diriez une sorte d'altérité par rapport au mode de vie occidental, à l'esthétique occidentale? On se trouve dans le vocabulaire de la différence par rapport à ce que vous dites.

P15 : Oui voilà, c'est quelque chose de nouveau, de surprenant et qui met du temps à être compris, je pense.

P16 : La végétation, les forêts, la verdure...

Du coup vraiment quelque chose en lien avec la nature ?

P16 : Oui vraiment la nature.

P17 : C'est déjà très dépaysant quand on arrive de France et qu'on descend de l'avion la première fois.

Les paysages, les plages, la baie d'Along, Hué, Da Nang, Saïgon et Hanoi, les vieux quartiers sont vraiment exotiques. Parfois, ça rappelle un peu la France. L'architecture de la période coloniale.

Du coup, il y a beaucoup de choses qui vous rappellent le passage des Français au Vietnam ; aujourd'hui ces différents éléments vous les associez à l'exotisme ?

P17 : Oui parce que mon père a fait la guerre d'Indochine et c'est pour ça que j'ai toujours été fasciné par ce pays. J'en entendais beaucoup parler par mon père quand il rentrait. C'est vrai que c'est dépaysant, c'est un pays exotique.

P18 : Forcément par rapport à ce qu'on connaît quoi. Mais ce n'est pas ça que j'en retiens en fait. C'est la beauté des paysages par exemple. Prenons les rizières en escalier, je n'en ai jamais vu des plus belles qu'au Vietnam. J'ai pris des tas de photos dans ce pays, parce que je trouve qu'il y a une couleur qui me touche particulièrement. Il y a la femme habillée en *Áo dài* et son chapeau conique... il y a quelque chose de l'ordre de la vision que moi je n'ai pas retrouvée ailleurs quoi.

Plus tard

Et cette image de plages, d'îles, c'est pas forcément des images que vous avez en tête quand vous pensez au Vietnam ?

P18 : Non pas trop. En même temps quand on est dans le nord du Vietnam avec ses rizières en plateau, on pourrait parler d'exotisme. Mais je sais pas, c'est vraiment pas un mot qui résonne.

P19 : Je pense que je l'aurais plus dit pour le Laos ou le Cambodge. Au début la Thaïlande quand j'y suis allée, c'était juste une étape. Plus tard j'y suis aussi allée pour voir ma sœur qui habitait là-bas, sur une île. Du coup là, il y avait plus un exotisme de « nature ». Mais après je sais pas, j'ai l'impression que ce que je dis ça veut rien dire.

P20 : Alors j'ai du mal à définir ce que c'est l'exotisme. C'est plutôt lorsque je vois quelque chose je pense que je me dis : je pense que les gens trouvent ça exotique. Voir, je sais pas, le cliché du fermier avec sa femme qui tirent leur charrette dans la rue

ou alors des mecs sur leur moto avec quinze mille cages. C'est des images qu'on n'est pas habitué à voir en France, donc on se dit ici c'est comme ça et chez nous c'est pas pareil. Après, ce que moi-même je pourrais trouver exotique, c'est plus des paysages. Par exemple, quand je suis arrivé au Laos je suis monté à Vang Vieng, dès qu'on sort du bourg c'est très nature, avec de grands paysages de montagne, des rivières qui descendent...

Visiblement des paysages végétaux.

P20 : Oui, c'est ça. Des images de montagne avec de la brume autour, comme dans les films.

Et toi les images que tu m'as décrites avant, les charrettes, les campagnards, les motos avec des poules, toi tu ne trouves pas ça exotique ?

P20 : Je pense que ça m'a choqué peut-être lors de mes premiers voyages. Mais maintenant je m'y attends, ça ne me fait plus le même effet. C'est un peu comme la nourriture. Au départ, il y a des choses surprenantes, puis après on s'en fiche parce qu'on en prend l'habitude.

Mais avec les paysages ce n'est pas pareil ?

P20 : Ouais à chaque fois que je vois un paysage, je me prends une grosse claque. Je ne suis pas quelqu'un qui prend des photos, mais devant certains paysages je vais être scotché et prendre une photo. Je vais être en train de fantasmer sur ce que je vois. Sur le fait que c'est beau, sur le mélange des couleurs. Évidemment avec un coucher de soleil c'est encore mieux, des champs au premier plan, derrière des montagnes grises, avec des arbres sur les flancs, la brume.

Du coup, un peu des cartes postales finalement.

P20 : Oui, c'est vraiment des paysages, on les voit, on se tait et on contemple. En tout cas moi c'est comme ça. Je pense que c'est ce qui se rapproche le plus de ma définition de l'exotisme.

P21 : Ils sont dépaysants pour moi en tant que Française, car ils n'ont rien à voir avec l'Europe.

P22 : Ben je sais pas trop. Parce que c'est dépaysant. Je l'associe à quelque chose de positif. Où tu te sens bien.

Entretien de groupe

Et du coup, concrètement, qu'est-ce que vous trouvez exotique dans ces pays-là ?

A : La nature, le soleil, les gens, la nourriture.

S : Les habitudes de vie, les habitudes sociales, voir beaucoup de filles se tenir par la main, voir beaucoup de garçons se tenir par la main, des codes sociaux qui sont pas les mêmes, des politesses qui sont pas les mêmes, des sourires qui veulent pas dire la même chose.

M : La nourriture pour moi c'est peut-être le seul truc que je dirais exotique.

A : Après il y a aussi tout ce qui est temple et architecture aussi.

S : Finalement tout ce qui change de ce à quoi tu es habitué en fait.

A : Je pense que pour moi c'est quand même plus la nature quand même. Vraiment la nature végétale. Je pense que c'est aussi ce que je recherchais le plus aussi.

BA5 : les synonymes de l'exotisme

P1 : Des changements, des choses différentes.

P2 : Changement, nouveauté, aventure, curiosité.

P3 : Radicalement différent. Nous on a une histoire différente de la Pologne, mais je dirais pas que la Pologne est pour autant exotique.

Et pourquoi le Vietnam serait-il plus exotique que la Pologne ?

P3 : Parce que là pour le coup, il y a aucune ressemblance. Ils avaient pas de système féodal comme nous, ils avaient pas de système influencé des Grecs. Il y a vraiment rien de pareil.

Est-ce que la Mongolie te semblerait plus exotique que le Vietnam ? Tu as été au Vietnam et tu as observé leur système culturel. Il y a sûrement des choses qui t'ont fait écho, même si leur mode de vie est totalement dissemblable au tien, alors que la Mongolie ne correspond à rien de ce que tu connais.

P3 : Non ils sont tout autant exotiques. C'est pas parce que tu connais davantage que c'est plus ou moins exotique.

Et pourtant tu dis que l'exotisme c'est la différence. Mais pourtant on est d'accord, le Vietnam semble plus occidentalisé que la Mongolie par exemple ?

P3 : Ouais ça je saurais pas dire du coup.

P7 : Différence, des stéréotypes.

P8 : Pour moi ce qui est exotique c'est tout ce qui est à l'extérieur de ses propres coutumes. Un fruit exotique c'est un fruit qu'on ne va pas trouver sur son territoire. Quand on quitte son territoire, tout devient exotique si tu veux. C'est comme ça que j'entrevois les choses.

P11 : Alors pour moi l'exotisme ici, ça serait les paysages. Et puis ça serait le mode de vie rural.[...] Les paysages et la façon dont vivent les gens.

Toi tu disais que l'exotisme c'est l'expérience de l'extraordinaire, est-ce que tu penses que la notion de vacances et de plaisir y est également présente ?

P12 : Pas forcément. C'est la découverte tu vois, du coup tu sais jamais si ça va être plaisant.

P13 : Et bien je vais vous dire, avant que vous m'appeliez pour l'entretien je suis allée voir dans le dictionnaire, pour vérifier la définition. Pour moi l'exotisme c'est une notion assez légère. L'exotisme c'est ce qui est différent de chez nous. Il est vrai que quand on va dans un pays 8 jours, on ne vit pas vraiment avec les gens, du coup l'exotisme à ce moment-là qualifie une impression superficielle [...].Je me demande, c'est un terme qui a été utilisé lors du colonialisme ?

P14 : Et bien différent déjà. Ce qui me change de mon quotidien. Moi je trouve ça sympa à vivre. Après je peux comprendre qu'il y ait des personnes qui le vivent mal, car trop d'exotisme, ça peut être bouleversant. C'est des nouvelles découvertes, du nouveau en fait.

P15 : On a un peu cette idée de la colonie pour le cas particulier du Vietnam. L'exotisme, ça va surtout être dans le mode de pensée. Je vois en Corée, on est dans

un pays très très développé et, malgré tout, le mode de pensée n'est pas du tout le même. C'est ça qui rend le pays exotique, parce qu'en soi, si vous allez à Séoul c'est comme n'importe quelle grande ville mondiale, mais le mode de pensée est complètement différent du mode de vie occidental. Je pense que l'exotisme c'est avant tout les relations sociales, la manière qu'ont les gens d'interpréter les choses. Après il y a aussi les artifices, on a des visages différents, des peaux différentes, mais je pense que c'est surtout les relations humaines.

P16 : Je ne sais pas vraiment. Pour moi le paysage ou la nature ça représente l'exotisme.

P17 : L'exotisme c'est aussi la façon de vivre, comment pensent les gens. Je sais pas, la nourriture aussi c'est exotique.

Avant vous me parliez de dépaysement donc c'est aussi quelque chose qui sort de l'ordinaire d'après vous ?

P17 : Oui bien sûr, ça n'a rien à voir avec l'Europe et avec la France en particulier. Moi la première fois que j'ai été là-haut... quand je suis descendu de l'avion et que je suis arrivé à la sortie de l'aéroport, j'étais dans un autre monde. Et moi la première fois que j'y étais c'était en 1998 donc c'était autre chose que maintenant.

P18 : Qu'est-ce que c'est que ça l' « exotisme » [rire] ? Et bien je dirais le dépaysement. Après c'est dur. C'est pas un mot qui me parle beaucoup, je sais pas pourquoi. En tout cas, ça ne résonne pas pour moi.

P19 : Ben moi je dirais, différent. Que ce soit la nature ou la culture.

P20 : Le dépaysement. Quand je vois un paysage exotique, je le trouve dépayçant... extraordinaire. C'est quelque chose que j'ai pas l'habitude de voir. À chaque fois c'est des occasions rares.

Tu as utilisé une expression avant qui est plutôt intéressante : « je me suis pris une claque »

P20 : Oui une claque émotionnelle. Je trouve que c'est quelque chose de primordial quand on voyage. Rechercher le choc culturel. De manière générale, lorsqu'on a grandi dans une culture, pas forcément nationale, et qu'on arrive dans une nouvelle région et qu'on est confronté à des éléments qu'on n'a jamais rencontrés,

même si on est la personne la plus ouverte du monde, on se prend une claque. En Asie, il y a toujours quelque chose à découvrir.

Quelles sont les émotions que tu associes à l'exotisme ?

P20 : La contemplation, la béatitude, l'admiration, le plaisir, la détente.

P21 : Donc le dépaysement, ça, c'est vraiment ce que je cherche quand je voyage.

Plus tard

Des gens physiquement différents de toi ?

P21 : C'est un tout en fait. Je vais te donner un exemple. Il y a quelque temps j'étais parti au Gabon parce que j'avais un copain gabonais. C'était pour rencontrer sa famille. Curieusement, là-bas j'avais pas vécu de dépaysement parce que les gens étaient francophones et qu'il n'y avait pas de décalage horaire.

On remarque que pour certaines personnes l'exotisme va d'emblée être caractérisé comme négatif :

P4 : Bah il faudrait définir ce que c'est que l'exotisme. Parce que pour moi c'est un mot péjoratif en fait.

Plus tard

P4 : Alors pour être très honnête le problème c'est qu'avec le milieu militant, l'exotisme moi ça me renvoie à la colonisation ou, effectivement, au tourisme occidental de masse qui arrive et qui vient justement trouver un ailleurs, quelque chose qui les fait se transporter, mais pas nécessairement dans le bon sens. Mais après c'est glissant comme thématique.

Pour d'autres il y aura deux sortes d'exotisme :

P6 : Alors immersion. C'est absolument pas l'exotisme classique. C'est le décalage, c'est un autre monde quoi.

P9 : Quand tu dis exotisme, c'est tout ce qui n'est pas français ou européen. Il faut que ce soit fondamentalement différent. Souvent quand on te dit exotisme, il faut

que ce soit les plages, les palmiers, la nourriture. En fait, on a souvent tendance à confondre exotisme et paradisiaque.

Enfin, certaines personnes vont avoir du mal à se positionner dans la définition de ce terme, ce qui engendrera des réponses contradictoires :

P10 : Pour moi l'exotisme c'est quelque chose qui est extrêmement cliché, il y a l'idée du folklore. Par exemple, la Tahitienne avec des noix de coco sur les seins.

Plus tard

Est-ce que tu pourrais décrire les émotions que toi tu associes à cet état d'exotisme ?

Beaucoup d'émotions, un bouleversement, un dépaysement, une remise en question de tes a priori, de ce que tu penses. Pour moi l'exotisme c'est vraiment à l'opposé de ce que je pense, de ce que je vis.

Au cours de la discussion de l'entretien de groupe, cette différence entre ces deux exotismes est également apparue. On pourrait les appeler *l'exotisme dépayasant* et *l'exotisme carte postale* :

Entretien de groupe :

Et du coup, est-ce que vous utiliseriez le mot « exotique » pour décrire vos séjours là-bas ?

A : Moi je pense que j'utiliserais plus le mot « dépayasant » plutôt qu' « exotique ». Mais oui, en soi c'est exotique aussi.

S : Oui, moi un peu pareil. Quand on est dans une culture différente on va être un peu déphasé par rapport à nos habitudes et coutumes et du coup « exotique » par ça quoi.

Plus tard

A : C'est dur ! Et bien tu vois, le mot « exotique », je le trouve quand même péjoratif. Alors que « dépayasant » c'est un peu plus...

S : Ben « exotique », ça fait quand même plus colonial.

A : Ben voilà, « exotique » moi je vois le Club Med quoi.

Pourquoi le Club Med ?

A : Ben genre les voyages *all inclusive*, c'est gênant à dire, mais je vois vraiment un côté du voyage qui me plait pas.

S : Peut-être que c'est parce que dans « exotique » il y a vraiment un côté superficiel.

P22 ne parvient pas à donner des synonymes, néanmoins il explique que c'est une notion qu'il applique à un ressenti :

P22 : Je sais pas vraiment, mais moi je me suis senti exotique quand j'allais dans des villages et que les gens me remarquaient. Des fois, j'avais l'impression que j'étais le premier blanc que les enfants voyaient, par exemple, voyaient en vrai. Je pense que c'est le décalage aussi ; en France, on ne vit pas dans les mêmes conditions. On se prend très vite une claque en fait. C'est sur place qu'on se rend vraiment compte de ce décalage qu'on voulait essayer de ne pas voir.

BA6.2 : Justification de la réponse précédente

On note que pour les répondants suivants il y a une difficulté à définir l'exotisme :

P2 : « Exotisme » c'est vrai que c'est un mot qui est trop généraliste.

P5 : Je dirais neutre, parce que suivant le contexte ça va vraiment avoir un sens totalement différent. Pour preuve, j'arrive pas à lui trouver une définition exacte.

Du coup l'exotisme pour toi ça ne veut pas dire grand-chose ?

P9 : Oui, ça veut pas dire grand-chose, pour des Vietnamiens la France c'est un pays terriblement exotique. Donc non je l'utiliserai jamais.

P19 : C'est compliqué qu'est ce que ça veut dire « exotique »... je pense que par réflexe oui. Je pense que je l'aurais plus dit pour le Laos ou le Cambodge. Au début la Thaïlande quand j'y suis allée, c'était juste une étape. Plus tard j'y suis aussi allée pour voir ma sœur qui habitait là-bas, sur une île. Du coup là il y avait plus un exotisme de « nature ». Mais après je sais pas j'ai l'impression que ce que je dis ça veut rien dire.

P20 : Alors j'ai du mal à définir ce que c'est l'exotisme.

Les répondants font une distinction entre leur définition de l'exotisme et un exotisme *carte postale* :

Par exemple dans quelle situation verrais-tu l'exotisme négativement ?

P2 : Ben un peu l'image d'Épinal, tu vois le Français avec la baguette et la casquette. Et pareil pour les Asiatiques. Les sourires, ça peut être de l'exotisme négatif. Quand je dis image d'Épinal ça veut dire un peu de la caricature. C'est ça l'exotisme, la caricature d'une culture. Et on la caricature, car on l'imagine comme ça au départ et quand on va sur place on l'imagine autrement. Ou tu continues à l'imaginer d'une façon parce que t'as pas été plus loin que la carte postale. C'est un peu la carte postale l'exotisme pour certaines personnes. Tu vois, juste faire la photo puis après partir. Tu fais de la photo pour garder un souvenir, mais il ne devrait pas y avoir que ça.

C'est quoi le sens négatif qu'il aurait pour toi du coup ?

P5 : Genre des gens qui sont là en mode : « Oui moi je veux voyager là, à la recherche d'exotisme... » et qui vont aller à la rencontre des populations juste pour trouver cet exotisme qu'ils recherchent. Je trouve ça un peu limite. Ça fait un peu comme si on voulait aller voir un spectacle d'une autre culture. Du coup, on demande aux gens d'être dans la tradition, dans le folklore... On est plus dans la logique de comprendre le pays et les gens. Ils partent déjà avec une image biaisée. Par exemple moi je travaille au Sénégal en ce moment et les Français que je vois arriver ici, ils me disent qu'ils sont déçus par Dakar. Parce que c'est pas des personnes qui vivent dans leur case avec trois noix de coco, il y a pas de femmes nues avec des enfants à chaque sein. J'ai l'impression que pour eux il y a pas assez... de misère en fait.

P6 : Ben tu vois, moi le voyage c'est pas aller au Club Med, même si je le comprends, mais pour moi si tu ne fais pas d'immersion ça ne sert à rien. Si c'est juste pour afficher sur ton tableau à la maison : « j'ai fait tel pays », mais que finalement, tu as même pas appris trois mots, tu connais pas le plat typique, c'est nul. Et même on a vu des Français qui mangeaient que dans des restaurants, quand on leur a dit que nous on mangeait de la *streetfood* ils nous ont regardés avec de gros yeux. Mais pour moi quand tu es au Vietnam c'est mieux de manger comme les Vietnamiens. C'est vrai que tu as l'impression qu'il y a des gens qui ont un filtre qu'ils n'enlèvent pas en fait. Ils ne vont pas être à 100 % dans le pays. Après c'est peut-être qu'ils sont pas à l'aise ou qu'ils recherchent pas ça. Chacun est différent.

P7 : Différence, des stéréotypes.

C'est-à-dire ?

P7 : Dans le sens que ce qu'on va attendre de l'exotisme c'est pas forcément l'image réelle. Par exemple pour le Vietnam moi j'imaginai... ben j'imaginai pas qu'ils débarquent avec leur gros quatre-quatre qu'ils aient tous des iPhone et qu'ils étaient, c'est horrible de dire ça, mais aussi évolués que nous matériellement. On les imagine tous avec leur chapeau pointu, avec leur tenue traditionnelle dans les rizières, etc. C'est pas forcément la réalité. Dans le sens où c'est une image que l'on se fait par rapport à ce qu'on nous raconte quand on ne connaît pas. Après cela peut tendre vers le négatif quand des personnes sont instrumentalisées pour répondre à ses attentes, mais ça peut également tendre vers le positif puisque cela crée du tourisme et donc une source de revenus.

P9 : Quand tu dis « exotisme », c'est tout ce qui n'est pas français ou européen. Il faut que ce soit fondamentalement différent. Souvent quand on te dit « exotisme », il faut que ce soit les plages, les palmiers, la nourriture. En fait, on a souvent tendance à confondre « exotique » et « paradisiaque ».

P12 : Alors je sais pas trop, parce que pour moi « exotisme », il a quand même une connotation négative. Si on veut le percevoir positivement, je dirais « quelque chose qui sort de l'ordinaire, qui nous fait sortir de nos habitudes ». Pour moi, tu peux vivre une expérience exotique à Paris, c'est pas forcément un cadre, plus un vécu.

Et l'aspect négatif de l'exotisme ?

P12 : Alors pour moi l'aspect négatif de l'exotisme c'est lorsque la chose qui sort de notre ordinaire on se permet de la juger exotique parce qu'on ne la connaît pas. Souvent, on juge des choses « exotiques » qui sont « normales » tu vois. Et tu vois, parfois, c'est rechercher à tout pris cet « anormal ». C'est comme si on souhaite rester ignorant pour s'étonner du bizarre. Parce que les personnes qui vont juger de s'étonner de ce qui « sort de l'ordinaire » elles utilisent leur filtre et leur interprétation. Tu vois il y a toujours des choses que tu ne connais pas et que tu découvres, mais là ce qui me dérange ça va vraiment être la réaction des gens et l'attente des gens qui veulent voir confirmée. Ça crée des obligations d'images pour les personnes qui seront exotiques. Les gens qui attendent un certain exotisme, inconsciemment ils vont faire ça.

P18 : Qu'est-ce que c'est que ça l' « exotisme » [rire] ? Et bien je dirais le dépaysement. Après c'est dur. C'est pas un mot qui me parle beaucoup, je sais pas pourquoi. En tout cas, ça ne résonne pas pour moi.

Est-ce que c'est un mot dont vous vous méfiez peut-être ?

P18 : Oui c'est ça. Ça a un côté un peu surfait, connoté, qui a une vision d'annonce *flash* et qui ne s'attache pas à tout le reste. Déjà quand moi je voyage, je ne voyage pas pour découvrir les paysages. Bien entendu, ça en fait partie, mais ce n'est

pas ça mon moteur, quand je voyage j'ai envie de rencontrer la population et c'est en ça que le Vietnam a répondu à mes attentes. Bien sûr, c'est un pays photogénique, mais en même temps le côté exotique pour moi, c'est passer du temps dans un pays sans s'imprégner des gens et de l'ambiance. Ça ne correspond pas à une réalité qui me parle.

Entretien de groupe :

S : Je pense que le côté exotique c'est aussi le fait de pas parler aux locaux. Ça va être les gens qui vont dans un autre pays pour faire leur vie dans un lieu où tout est à disposition sans entrer en contact avec les locaux ou juste pour les services.

A : Ou alors de manière très cadrée, par exemple faire des visites avec ton guide.

Ces extraits montrent une tentative des répondants de se réapproprier le concept d'exotisme en lui donnant leur propre sens :

P6 : Je dirais des pays comme le Vietnam ou la Malaisie, contrairement à ce qu'on pourrait en penser, c'est des pays où tu peux être en totale immersion avec la population et pour moi c'est ça l'exotisme. C'est des pays que je trouve faciles. Tu vois le Vietnam on entend toutes sortes de choses dessus et pourtant nous c'est le pays qu'on a préféré en termes d'échanges et d'immersion. C'est dû au fait aussi qu'ils sont hyper curieux, 70 % de la population a moins de 20 ans et ils sont hyper demandeurs. Ils veulent parler avec toi. Et la barrière de la langue c'est pas tant un obstacle que ça, parce qu'on arrive toujours à se débrouiller. Ce qui n'a pas été le cas par exemple sur l'exotisme en Thaïlande. Là-bas, tu auras plus un exotisme de paysage. C'est un pays qui accueille beaucoup de touristes depuis 30 ans et je trouve qu'aujourd'hui sur l'accueil, c'est les derniers. Par rapport à d'autres pays d'Asie, ils sont très loin. Là-bas, je me suis sentie comme un porte-monnaie sur pattes. Ça, tu le ressens beaucoup et c'est assez décevant. Après le pays est magnifique donc ça n'empêche pas d'y aller. Mais il ne faut pas s'attendre à un véritable accueil. Le pays du sourire, moi je l'appelle le pays du sourire coincé !

Alors qu'au Vietnam tu as vraiment senti le contraire ?

P6 : Ah ouais, comme tu peux le voir sur la carte, le Vietnam c'est un pays étiré qui va du nord au sud. Donc c'est un peu différent. Mais au niveau de l'accueil que ce soit au Nord, au Centre ou au Sud, nous on a été bluffés. On nous a dit que les Vietnamiens faisaient un accueil froid, c'est une plaisanterie. Et un service sur le tourisme vraiment top. Ils sont très forts, ils vont venir vers toi anticiper tes besoins avant même que tu ne les sollicites.

Alors qu'en Thaïlande, tu avais davantage l'impression que tu devais demander et chercher ? Que c'était moins naturel pour les gens de rendre le service d'informer ?

P6 : Ouais, ouais, ouais. En Thaïlande, ils l'ont moins. Aujourd'hui, ils se sont lassés peut-être. Et la Malaisie c'est pareil, nous on y est allés un peu par hasard, à cause d'un volcan en éruption. Et là il y a très peu de tourisme. Tu es dans l'exotisme complet. Comme justement il y a très très peu de tourisme, ils sont très curieux et comme rien n'est fait aussi techniquement pour le tourisme, quelque part c'est vraiment chouette.

Et du coup pour toi, quelles sont les circonstances positives à l'exotisme ?

P5 : Moi, dans le sens où j'aimerais l'utiliser, ça serait vraiment pour décrire tout ce qui est hors de mon cadre, aller à la découverte de l'inconnu et de nouvelles cultures.

Mais du coup ta définition, elle se rapproche de la notion d'altérité non ?

P5 : Oui, on pourrait utiliser « altérité » à la place c'est sûr, mais je trouve que dans « exotisme » il y a quelque chose de plus magique. Il y a un petit côté où tu as envie qu'il y ait quelque chose de beau qui en ressort. Et pourtant l'altérité il peut qu'en découler quelque chose de beau aussi, mais je sais pas. C'est pas pareil.

P8 : Ah ouais carrément, on n'est pas sur le même exotisme par contre. Il doit y avoir des nuances dans l'exotisme. On est loin de nos pratiques, loin de notre culture, on est quand même sur autre chose et on s'en prend plein les yeux. Pour moi l'exotisme c'est les odeurs, la chaleur, la moiteur, la surprise. Quand on arrive à Bangkok, on est là-dessus aussi. Moi je suis restée beaucoup à Bangkok, deux mois, et pour moi c'est vraiment LA destination. Il y a vraiment tout ce qui ne nous ressemble pas : il y a des *katoï* [personne transgenre], cette bouffée qui te prend aux tripes quand tu sors de l'avion, il y a toutes ces brochettes qui sont à 50 centimes.

P19 : Et bien moi de mon sens à moi, je le vois plutôt positivement. Dans le sens où pour moi l'exotisme, c'est quelque chose qui ne ressemble pas à des choses que je connais et que du coup j'ai envie de découvrir. Une envie de partager quelque chose aussi.

Ces répondants montrent leur attachement à la définition du dictionnaire et à l'étymologie du terme, tout en relevant que le mot est mal utilisé :

Et du coup par rapport à ce que tu m'as dit au début, est-ce que tu changerais ta définition de l'exotisme ?

P3 : Non, parce que ce n'est pas l'exotisme qui va changer par rapport à ça. C'est juste que ta vision elle est biaisée. Pour moi la définition de l'exotisme elle reste la même. Ce qui va changer par rapport à ça, c'est pas le fait que c'est exotique, c'est juste la véracité des faits.

Et du coup l'exotisme pour toi il sera attaché à ce point de vue biaisé ?

P3 : Hmm oui. De toute façon du moment que tu dis « différent » ça peut être tout. Bleu c'est différent de rouge, mais vert c'est différent de rouge aussi. Peut-être qu'au départ même si c'est la couleur bleue à la fin, elle sera vue comme verte, c'est possible.

P14 : Dans le sens propre du terme oui, mais je trouve qu'il est mal utilisé, par exemple par les agences de voyages pour des voyages sur les îles, etc..

Ces répondants ont changé d'opinion sur l'exotisme au cours de l'entretien :

Parce que pour toi, quels sont les synonymes que tu mets autour de cette notion d'exotisme ?

P8 : Pour moi ce qui est exotique c'est tout ce qui est à l'extérieur de ses propres coutumes. Un fruit exotique c'est un fruit qu'on ne va pas trouver sur son territoire. Quand on quitte son territoire, tout devient exotique si tu veux. C'est comme ça que j'entrevois les choses.

Plus tard

Et tu te souviens dans quelles circonstances tu l'as déjà vu ce mot ?

P8 : Dans les supermarchés [rire]. C'est vrai que la manière dont c'est organisé les rayons « fruits exotiques », c'est assez drôle. Par exemple, ils mettent les bananes avec les fruits exotiques. Des fois, c'est surtout pour faire des figures de style. Je travaille dans le social et c'est vrai que quand on voit une personne qui est un peu en marge de ce qu'on a l'habitude de voir, on peut dire « elle a un petit caractère exotique ». Mais bon, ça peut être connoté comme un jugement de valeur, comme quelque chose de très stigmatisant.

Toi tu verrais ce mot comme une notion neutre, négative, positive ?

P8 : C'est là où je voulais en venir. Je pense que c'est lié à un jugement de valeur, du coup c'est loin d'être positif. Quand on dit qu'une banane c'est exotique

alors qu'en fait c'est ni plus ni moins un produit qui vient du territoire français, ça signifie quoi ? Que c'est connoté domination blanche sur tout ce qui n'est pas blanc en fait. Donc oui pour moi il y a un aspect domination dans ce mot « exotisme ».

P13 : Et bien, je vais vous dire, avant que vous m'appeliez pour l'entretien je suis allée voir dans le dictionnaire, pour vérifier la définition. Pour moi l'exotisme c'est une notion assez légère. L'exotisme c'est ce qui est différent de chez nous. Il est vrai que quand on va dans un pays 8 jours, on ne vit pas vraiment avec les gens, du coup l'exotisme à ce moment-là qualifie une impression superficielle. On va dans un autre pays, on le voit superficiellement, on ne vit pas avec les gens. Ce n'est pas un mot que j'emploie, à part pour les fruits. C'est vrai que je me replongerai dans la définition pour vraiment comprendre ce terme. Je me demande, c'est un terme qui a été utilisé lors du colonialisme ?

[Explication du contexte historique du mot exotisme]

P13 : Je comprends mieux, il est évident qu'on retrouve dans certaines contrées de l'exotisme. Je ne pense pas que le terme ait beaucoup évolué malheureusement. Au Vietnam, dans les villes vous avez cette frénésie de voitures et de richesses et il y a à côté, toute cette campagne qui est exotique, dans le bon sens du terme ou pas je sais pas. Mais en tout cas qui, pour nous, ce sont des coins qui ne se sont pas développés. Alors mon jugement c'est que tout le monde vit comme il veut et tout le monde n'a pas besoin d'être comme nous des consommateurs à plus savoir quoi en faire. Mais enfin, je pense qu'il y a vraiment deux mondes au Vietnam notamment. Ceux qui sont riches ou qui font semblant de l'être et les pauvres. Et ces derniers finalement c'est eux qui sont exotiques, ça, ça pose question.

Entretien de groupe

Et du coup est-ce que vous utiliseriez le mot « exotique » pour décrire vos séjours là-bas ?

A : Moi je pense que j'utiliserais plus le mot « dépaysant » plutôt qu'« exotique ». Mais oui en soi c'est exotique aussi.

Plus tard

A : Finalement, le mot « dépaysement » c'est pareil en fait, c'est juste que c'est plus politiquement correct. C'est vrai que comme tu dis « exotisme » ça me fait un peu penser à la consommation, un peu Club Med, les palmiers, les machins, tu viens profiter que de la carte postale et tout le reste tu t'en fiches.

Ces réponses montrent une certaine méfiance vis-à-vis du concept étudié. Les répondants suspectent un aspect condamnable de l'exotisme :

P9 : Ça dépend comment il est utilisé. Pour des gens qui n'ont pas l'habitude de voyager, je dirais plutôt que c'est de l'ignorance. Après pour des gens qui voyagent beaucoup et qui continuent quand même à utiliser ce genre de termes, c'est très négatif je dirais.

Souvent quand je pose cette question aux personnes que j'interroge, on va souvent me dire qu'il y a quelque chose qui dérange, sans arriver à poser les mots dessus.

P9 : C'est vrai. Je dirais qu'on est un peu mal à l'aise parce qu'on se dit qu'il y a un peu de racisme derrière.

Plus tard

P9 : Oui ce truc de village humain où l'exotisme était argument commercial je crois que c'est encore présent dans la connotation de ce terme.

On observe que ce répondant critique l'exotisme *carte postale* tout en réutilisant ses marqueurs :

P21 : Donc le dépaysement, ça, c'est vraiment ce que je cherche quand je voyage. Sinon je sais pas du tout. Je sais que pour moi par exemple des pays comme la Russie ça ne va pas être exotique. Pourtant la Suède ça pourrait avoir une forme d'exotisme. Mais pour moi ça ne l'a pas. C'est bête, mais moi quand je pense « exotisme » je vois le soleil, la chaleur, l'odeur des épices, des couleurs partout, des gens physiquement différents de toi.

Les différents extraits qui suivent montrent la perception d'un exotisme unique et positif.

Pour ce répondant, l'exotisme est à comprendre au sens de la définition du dictionnaire. Il ne relève pas le fait que son usage puisse être différent :

P22 : Oui, l'exotisme c'est ni plus ni moins que la différence ; des choses qui changent, des choses qu'on voit pas tous les jours. Des choses loin de notre mode de vie. Il y a pas de jugement autour de ce mot. Aimer l'exotisme c'est aimer la différence. En grec, ça veut pas dire « hors de chez soi » ?

Ce répondant valorise un exotisme contemplatif :

Et pour toi ce mot il a une connotation plutôt neutre, positive, négative ?

P11 : Ah l'exotisme c'est positif ! C'est positif pour moi, c'est beau, ça fait rêver.

Du rêve ?

P11 : Ah oui énormément. Tu vois en parlant je me rends compte que l'exotisme je l'associe avec la mer. Oui, avec Tahiti. Tahiti, ça me fait toujours rêver. Ces femmes avec ces colliers de fleurs, ces pagnes, ces façons de danser. Ces femmes lascives, charnues. Tu sais j'ai dans mes relations quelqu'un qui a vécu longtemps là-bas, du coup je pense qu'il m'a emmenée dans ses contes aussi. Il m'a emmenée rêver et ma rêverie m'emmène dans les pays en bord de mer.

Ces deux répondants constatent qu'il n'existe qu'un exotisme unique, général et positif :

P16 : Parce qu'il nous ouvre l'esprit à d'autres cultures, ce qui nous enrichit, la connaissance de l'autre...

P17 : « Exotisme » je le dis au quotidien quand je suis là-haut. J'y fais même plus attention, je suis intégré à l'exotisme moi. Même je suis exotique pour eux.

Enfin, voici la réaction des personnes qui ne pensent pas que le Vietnam soit exotique et qui considèrent ce terme comme négatif.

Dans ces réponses, l'exotisme est associé au racisme et à la colonisation :

P4 : Alors pour être très honnête le problème c'est qu'avec le milieu militant, l'exotisme moi ça me renvoie à la colonisation ou effectivement au tourisme occidental de masse qui arrive et qui vient justement trouver un ailleurs, quelque chose qui les fait se transporter, mais pas nécessairement dans le bon sens. Mais après c'est glissant comme thématique. Je pense que je peux dire que j'ai eu la chance assez jeune de rencontrer des gens qui m'ont raconté très tôt comment est créé le tourisme dans des pays dits « sous-développés ». Je dis ce mot exprès. Et notamment les circuits qui sont créés où les locaux donnent une image que les Occidentaux ont envie de voir et où tous ont les mêmes photos. Cette image elle est construite en fait, pour vendre. Et puis aussi j'ai été confrontée assez jeune à la question de l'humanitaire. C'est-à-dire des blancs qui payent pour aller construire des choses diverses par exemple des puits. Je me souviens quand j'étais en Inde le chef de la troupe s'est promené avec moi et m'a dit : « là, tu vois par exemple on fait venir des blancs d'Occident pour venir construire des puits alors qu'on sait le faire nous-mêmes. Ils payent pour le faire et nous on a besoin d'argent ». Et donc j'ai eu cette prise de conscience assez tôt et je me suis forgé un regard assez critique là-dessus.

Entretien de groupe

Et du coup est-ce que vous utiliseriez le mot « exotique » pour décrire vos séjours là-bas ?

A : Moi je pense que j'utiliserais plus le mot « dépaysant » plutôt qu'« exotique ». Mais oui en soi c'est exotique aussi.

S : Oui moi un peu pareil. Quand on est dans une culture différente on va être un peu déphasé par rapport à nos habitudes et coutumes et du coup « exotique » par ça quoi.

M : Hmm moi c'est vraiment pas un mot que j'utiliserais dans mon langage courant « exotisme ». Ce mot il me fait trop penser aux « grands » explorateurs, type Marco Polo ou Christophe Colomb.

Pour vous le terme « exotisme » est plutôt positif, négatif ou neutre ?

A : C'est dur ! Et bien tu vois « exotique », le mot, je le trouve quand même péjoratif. Alors que « dépaysant » c'est un peu plus...

S : Ben « exotique » ça fait quand même plus colonial.

A : Ben voilà, « exotique » moi je vois le Club Med quoi.

Pourquoi le Club Med ?

A : Ben genre les voyages *all inclusive*, c'est gênant à dire, mais je vois vraiment un côté du voyage qui me plait pas.

S : Peut-être que c'est parce que dans « exotique » il y a vraiment un côté superficiel.

A : Ouais et un côté voyeur un peu. Mais en soi ce que tu cherches dans le dépaysement c'est voyeur aussi. Et de toute façon c'est ce que tous les touristes font. Même-moi si je vais dans un autre pays c'est que je suis un peu voyeuse aussi quand même. L'idée c'est quand même de réussir à être le moins voyeur possible, mais bon c'est compliqué après. Quand tu as trois semaines de vacances, t'es là bon ben...

S : L'exotisme c'est aussi de faire des choses à l'étranger que tu ferais pas chez toi. Par exemple si tu vas en voyage en Asie, tu vas aller dans des trucs de cannes à sucre, des trucs de poivriers. Alors que chez toi, t'es déjà allée dans un élevage ou une bamboueraie ? L'exotisme pour moi c'est ça, aller faire des visites dans un pays étranger, alors que les visites similaires, tu les as pas fait chez toi. C'est aller chercher

autre chose alors qu'en fait t'es entouré de choses tout autant intéressantes. Mais comme c'est là-bas, ça prend une portée exotique.

A : Et tu vois ce truc de voir un maximum de choses en peu de temps. Alors qu'en France tu as même pas visité un tiers du pays. Et que là-bas comme t'es à l'étranger, il faut voir tout. Après je dis pas que c'est forcément comme ça que j'ai fait les choses, mais à mes premiers voyages j'ai l'impression que j'ai fait un peu ça quand même. Ça dépend aussi avec qui tu voyages. Avec ma sœur c'était : on n'a pas de temps, du coup il faut vraiment profiter de là où on est. Peut-être qu'on visite pas la France parce que c'est plus accessible.

M : Ouais il y a l'idée de trouver quelque chose qui te parle à toi, mais qui est ailleurs et du coup ça prend une autre connotation. Il y a la volonté de faire plein de choses et de dire que tu as fait toutes ces choses aussi.

S : Je pense que le côté exotique c'est aussi le fait de pas parler aux locaux. Ça va être les gens qui vont dans un autre pays pour faire leur vie dans un lieu où tout est à disposition sans entrer en contact avec les locaux ou juste pour les services.

A : Ou alors de manière très cadrée, par exemple faire des visites avec ton guide.

M : Et puis souvent en plus, tu vas boire des verres avec ton guide. Et du coup, tu fais comme si tu étais copain avec un Cambodgien ou un Vietnamiens. Mais le gars il reste un guide en fait.

Plus tard

Du coup, j'ai l'impression que dans ce que vous dites il y a quand même une tendance à voir l'exotisme de façon plutôt négative.

S : Pour moi il y a vraiment une connotation de l'ordre du superficiel. On est dans une logique de consommation sans forcément d'intérêt pour ce qu'on fait sur place. Tu vois c'est comme ces gens qui partent pendant 15 jours. Ils ont réservé leurs vacances depuis un an. En 15 jours, tu auras vu trois pays, tu vas en parler pendant 2 ans, tu as eu ta dose d'exotisme.

A : Finalement le mot « dépaysement » c'est pareil en fait, c'est juste que c'est plus politiquement correct. C'est vrai que comme tu dis « exotisme » ça me fait un peu penser à la consommation, un peu Club Med, les palmiers, les machins, tu viens profiter que de la carte postale et tout le reste tu t'en fiches.

M : Complètement, pour moi ce mot il vient du racisme de l'époque coloniale

BA7 : Utilisation de ce terme dans le langage courant de la personne interrogée

Ces répondants considèrent que l'exotisme est passé de mode. Il n'est plus actuel :

Tu utilises ce mot dans ta vie de tous les jours ?

P1 : Non, je trouve que c'est un peu ringard comme mot.

P2 : Quand je suis motivé pour parler d'un pays oui. Après j'ai l'impression que ça fait un peu démodé. Après avec la mondialisation aussi.

Ces répondants expliquent que ce mot permet de faire référence à un imaginaire spécifique :

P7 : Pas vraiment, à part peut-être en cuisine. Je dirais, quand je suis avec mes parents et que je leur cuisine quelque chose qui sort un peu de l'ordinaire.

Est-ce que tu crois que c'est un mot que tu utiliserais sur des personnes de ta génération ou plutôt celle de tes parents ?

P7 : Je pense que c'est pas une question de génération, mais plus de milieu. C'est pas un terme que j'utiliserais avec des personnes qui ont déjà voyagé. Par exemple, c'est un mot que je pourrais utiliser avec mon frère. Je pense que je l'utilise parce que ça résume bien les choses, plutôt que de se perdre en explications. C'est vrai que je l'utilise plus sur des gens qui ont peu ou pas voyagé. C'est vrai que comme l'exotisme est chargé d'un certain imaginaire, ça peut faciliter une conversation. D'une certaine manière, ça va leur parler. C'est vrai que si je leur disais, je fais des *Banh Xeo* de Hué, si tu y es jamais allé, ils ne vont pas comprendre. Alors que si je dis que j'ai fait un plat exotique, ça va très vite résonner.

P14 : J'ai sûrement déjà dû dire : « ah, c'est très exotique » pour dire que c'est folklorique. Quand je pense « exotisme », j'ai un imaginaire fleuri qui me vient en tête.

Tu as tout de suite des images qui te viennent en tête ?

P14 : Oui, je pense à la jungle, à des animaux. Dans ma tête, il y a tout de suite ça, qui arrive.

Pour ces répondants, l'exotisme n'évoque rien de spécifique, néanmoins ils l'utilisent pour qualifier les fruits tropicaux.

P9 : Non, pas du tout. Quand tu prends l'habitude de voyager, tu arrêtes de définir un pays comme étant exotique ou par d'autres adjectifs qui ne veulent finalement pas dire grand-chose.

Du coup l'exotisme pour toi ça ne veut pas dire grand-chose ?

P9 : Oui, ça veut pas dire grand-chose, pour des Vietnamiens la France c'est un pays terriblement exotique. Donc non je l'utiliserais jamais.

P12 : En fait je l'utilise jamais.

Et tu sais pourquoi ?

P12 : Je ne sais pas pourquoi. Ce n'est pas un mot spécial en fait. Je vais pouvoir dire « fruit exotique », mais jamais « destination exotique ».

P13 : Ce n'est pas un mot que j'emploie, à part pour les fruits.

Ces répondants utilisent le terme pour décrire l'attraction des autres pour l'exotisme ou comme synonyme de dépaysement.

P21 : Pas vraiment. Quand je voyage, je vais l'utiliser un peu, mais je vais préférer le mot « dépaysement ».

Comment tu l'utilises ?

P21 : Je vais dire que les personnes sont souvent attirées par ce qui est exotique. Par exemple, j'ai un ami australien, il avait une copine chinoise. Et en Chine, sa copine lui avait dit : « attends je vais te montrer quelque chose d'exotique. » Et elle l'avait emmené devant une sorte de capitole, une architecture occidentale. Elle, elle trouvait ça exotique.

Ces répondants expliquent leur refus d'utiliser ce terme à cause de sa connotation raciste ou sexualisante.

P15 : Disons que pour moi l'exotisme ça a des connotations racistes. Du coup, non j'utilise pas trop ce mot. Quand on parle d'exotisme en parlant du Vietnam, j'imagine un peu l'époque coloniale et c'était vraiment les Français fascinés par le Vietnam. Ce n'est pas vraiment un terme que j'aime utiliser. Oui, c'est exotique, mais ça sonne un peu : « exotique donc différent de nous, donc parfois même inférieur à nous... » Donc voilà ça peut-être utilisé comme ça donc je ne préfère pas utiliser ce mot.

Donc c'est un terme qui vous gêne un peu finalement ?

Oui. Je ne sais pas si vous avez déjà entendu parler de ce phénomène de la fièvre jaune. Quand on dit, cette femme est exotique, ça pourrait être très très mal interprété.

BA9 : Circonstances où ce mot a déjà été rencontré

P1 : Déjà dans tout ce qui est fruits ou plats qui sont pas français. Dans les reportages aussi il me semble j'ai déjà entendu ce mot.

P2 : Dans les reportages TV. Dans le magazine GÉO par exemple, avec de belles photos.

P3 : Plusieurs, le plus souvent dans un contexte animal : serpents, lézards, etc. ou culinaire, les fruits par exemple. De façon plus générale, je le rencontre en tant que synonyme de « hors du commun » et par conséquent on le retrouve dans moult contextes.

P4 : Il y a plusieurs choses. Ce terme, il est, pour moi très connecté politiquement au colonialisme. Mais évidemment, on le trouve dans le langage courant, les fruits exotiques, les voyages. Mais j'arrive plus à le voir comme quelque chose de neutre. Je le vois vraiment comme relevant du fantasme de blanc.

P7 : Justement dans le domaine du voyage ou lors de manière péjorative, lorsqu'on va parler du quartier avec beaucoup de mixité sociale. Ils vont dire : « ah ben dis donc c'est exotique ici ». C'est une façon un peu stylisée d'émettre une critique raciste je trouve. Un peu une manière de dire, on est plus chez nous.

P8 : Dans les supermarchés [rire]. C'est vrai que la manière dont c'est organisé les rayons « fruits exotiques », c'est assez drôle. Par exemple, ils mettent les bananes avec les fruits exotiques. Des fois, c'est surtout pour faire des figures de style. Je travaille dans le social et c'est vrai que quand on voit une personne qui est un peu en marge de ce qu'on a l'habitude de voir, on peut dire « elle a un petit caractère exotique ». Mais bon, ça peut être connoté comme un jugement de valeur, comme quelque chose de très stigmatisant.

P9 : On l'entend souvent dans les médias. Après pour tout ce qui est culinaire, je serais capable de l'utiliser dans ce contexte-là. On voit beaucoup ce terme apparaître dans les documentaires ou les reportages. Chez des gens qui ont pas forcément l'habitude de voyager aussi, et qui vont te dire qu'ils recherchent une destination

exotique. Tu sais toi directement qu'ils vont parler d'un pays de l'hémisphère sud, de soleil... tu sais exactement ce qu'ils ont en tête en fait.

Et du coup, tu l'associerais à un contexte de vacances ?

P9 : Je pense que pour la plupart des gens ce terme est en effet associé à un imaginaire de vacances.

P10 : Énormément dans un contexte d'art, quand l'Asie était devenue une mode au XIX^e siècle. Pour moi l'exotisme c'est vraiment l'image tronquée d'un pays et quand on a commencé à vraiment parler du voyage comme un art, c'était au XIX^e. En Histoire beaucoup aussi, j'ai l'impression que cette notion d'art est abordée au Moyen Âge, quand on parle de l'Orient, le *Livre des merveilles* de Marco Polo aussi. L'exotisme devient quelque chose fantasmé.

Est-ce que tu dirais que l'exotisme c'est une notion qui est propre à l'Occident ?

P10 : Complètement, parce qu'au départ l'exotisme est associé à l'Orient. Comme toujours, c'est ceux qui voyagent le plus qui théorisent sur ce qu'ils voient et du coup ce sont les Occidentaux qui ont défini à ce moment-là ce qu'est l'exotisme.

P11 : Quand je suis allée au Vietnam, à Da Nang et Hoi An c'était vendu comme exotique. On le retrouve ce mot-là. Mais sinon je ne l'ai jamais trop entendu. Même en France je l'entends pas trop. Après, là où je vis en France, les gens ne savent pas où est le Laos sur une carte. Mais ce mot ne me parle pas trop. Je pense que si on parlait d'îles comme la Nouvelle-Calédonie, les Seychelles, Martinique, Guadeloupe, peut-être on parlerait plus d'exotisme à ce moment-là.

P12 : Alors oui dans un cadre gastronomique, on va te dire : « cette nourriture est très exotique ». Ou alors le Bénin, un pays qui est proche de moi, quand j'en parle, je vais entendre des gens dire : « ah, Bénin c'est exotique, ce n'est pas la France ».

Et cette dernière remarque tu la vois de façon négative ?

P12 : Ben en fait je SAIS que ça a une dimension négative du coup. Pour moi, c'est forcément négatif parce que tu as l'impression que la France c'est la normalité, la vie que tout le monde devrait avoir, et le Bénin pas du coup.

Et du coup, tu penses que ce terme on peut le trouver, le traduire dans d'autres langues, d'autres pays où tu penses qu'il est principalement occidental ?

P12 : Je pense qu'il est principalement utilisé par les Occidentaux. C'est super intéressant ça d'ailleurs. Je commence à me dire que je suis persuadée que non.

P13 : Peut-être quand j'étais à l'île de la Réunion ? Je ne connais pas grand monde qui utilise ce mot. Après je crois que j'ai déjà vu affiché ce mot sur des affiches de vacances, du coup de la pub pour les agences de voyage. Dans les supermarchés aussi pour la nourriture.

P14 : En général, j'ai entendu le mot « exotisme » ou plutôt « exotique » en parlant de fruits, ou de paysages ou encore de destinations vues comme des endroits où il fait beau, chaud, etc. De mon point de vue ce mot est utilisé pour parler de quelque chose d'inhabituel, d'extraordinaire, qui change du quotidien.

P15 : Ben justement ce mot je l'entends dire par des gens qui ne voyagent pas beaucoup, qui ont beaucoup d'a priori et qui jugent très facilement. Ce mot il est rattaché à ce type de personnes pour moi. C'est les documentaires des années trente ou quarante où on parle du Vietnam, comme une « terre exotique ». Il y a un côté malsain dans l'utilisation de ce mot. C'est un terme qui peut être utilisé par des gens qui focalisent sur ce côté exotique. Ce que j'entends par là c'est que quand je m'adresse à un Vietnamien je ne me rends pas compte que cette personne est vietnamienne. Je ne me dis pas « cette personne est exotique », je me dis « cette personne est un être humain ». Le fait de catégoriser « d'exotique » ça me gêne.

P16 : Oui, quand on se raconte nos voyages. Pas quand on parle de la France, mais quand on parle de l'étranger, des vacances...

Donc vraiment aussi un contexte de vacances ?

Oui.

P17 : Oui, je le verrais plus sur des îles, des plages magnifiques... l'exotisme, ça serait plus assimilé à ces images-là.

P19 : C'est trop bizarre, mais j'ai l'image, de la pub d'Oasis. Tu sais : « *Oasis is good* ». Dans leur truc, je ne sais même pas si tu as le mot « exotique », mais tu as une pub avec tous les fruits que tu n'as pas en France. En fait à chaque fois c'est perroquet, grenade, machin. C'est vrai que de manière générale dans les publicités c'est un peu ces images-là.

Et toi pourtant tu ne l'associes pas forcément à ces décors.

Après je pense que... si tu vois, la première image de l'exotisme c'est effectivement soleil tout ça. En tout cas, c'est quelque chose que je devais penser il y a plusieurs années. Mais plus maintenant en tout cas. Peut-être à force de voyager et de m'informer, de lire... Après, c'est rigolo parce que tous les pays où je suis allée tu vois il faisait chaud. Après, c'est peut-être aussi pour d'autres raisons tu vois. Mais finalement, je ne connais pas l'exotisme norvégien ou russe [rire].

P20 : En parlant de fruits, aussi je l'ai vu sur une affiche d'un spectacle de danse asiatique très récemment.

P21 : Dans les vacances. Quand les gens veulent partir en vacances, j'ai l'impression qu'ils sont à la recherche de l'exotisme que je te décrivais, les belles plages, la chaleur, le sable blanc... le cliché finalement. Genre rester dans la détente, sans contraintes.

P22 : Dans des publicités je pense, sur les devantures d'épicerie asiatiques, dans des restaurants...

Entretien de groupe

Est-ce que vous pourriez dire pourquoi on a justement ces images en tête ?

A : C'est FRAM ça. Je sais pas si vous avez connu cette agence de voyages des années soixante-dix, quatre-vingt, qui faisait France-Maroc. Parce que pour le coup dans leur communication c'était que plage et cocotier. Tahiti, les DOM-TOM, c'était des territoires que tu associais directement aux images exotiques. On nous en a fait bouffer de ces images. À cette époque-là, on parlait pas encore de l'Asie.

b) ENE : Exercice d'élaboration de critères de distinctions des pays exotiques et non-exotiques

ENE1 : Est-ce que vous diriez qu'un pays froid peut être exotique ?

Non

Les répondants font une association claire de l'exotisme avec des images précises :

P4 : Dans l'imaginaire collectif pour moi, c'est des personnes qui n'ont pas la physionomie occidentale.

P5 : C'est vrai que ce mot finalement je l'associe trop à la chaleur, les palmiers et la papaye.

P10 : Non, pour moi l'exotisme s'est associé au chaud et aux plages de sable fin. Il y a un côté paradisiaque associé à ce terme.

P11 : J'associe vraiment l'exotisme au soleil.

P13 : Alors c'est vrai qu'on associe l'exotisme aux pays chauds.

P22 : Pas du tout. Pour moi dans l'exotisme il y a chaleur, moiteur, végétation.

Entretien de groupe

S : Pour qu'il y ait exotisme dans ma tête il faut un maillot de bain, surtout féminin en plus.

M : Je pense que c'est lié à la détente et l'effort aussi. Dans un pays froid, on a l'impression de devoir lutter contre les éléments, alors que dans un pays chaud, on peut être en tenue légère et profiter de la météo.

Un répondant se rend compte, quand on lui pose la question, que l'exotisme fait référence à des images précises :

P8 : C'est marrant, mais j'associe l'exotisme au soleil et à un climat en fait. Pour moi tout ce qui est nordique c'est pas très exotique.

P3 : Techniquement oui, mais je ne le ferais pas par réflexe. Inconsciemment, j'associe l'exotisme avec les pays chauds comme les tropiques, la jungle, etc.

Selon ces répondants, les images associées à l'exotisme sont suggérées par des acteurs extérieurs :

P5 : Je sais pas si c'est parce que j'ai été orienté dans ce sens-là avec les pubs par exemple. Je pense que j'ai été influencée par tout ce qu'on voit à la TV, par des images affichées un peu partout. Je me souviens quand on était ado, on voyait des publicités à la télévision avec des perroquets de toutes les couleurs. C'est à ce moment-là qu'on voyait ce mot utilisé.

Entretien de groupe

A : Je pense qu'on nous a mis dans la tête que l'exotisme c'est les cocotiers, 40 degrés, la plage...

Ces répondants expliquent que l'exotisme comme seul synonyme d'altérité ne correspond pas à la réalité de son usage :

P9 : C'est vrai que c'est ça qui est étrange, on ne peut pas dire de l'Islande que c'est un pays exotique. Alors que d'après la définition du dictionnaire ça rentrerait dedans. Alors que dans notre imaginaire l'exotisme c'est la Thaïlande, le Vietnam, Tahiti... Je pense que littéralement un pays froid peut être un pays exotique, mais dans l'esprit des gens l'exotisme est un endroit souvent tropical ou des pays ayant une culture radicalement différente de la culture judéo-chrétienne.

P19 : Oui je pense qu'on peut les qualifier d'exotiques [Groenland, Russie].

Donc d'après toi l'exotisme n'a pas forcément un lien avec la chaleur, le soleil ?

P19 : Oui, mais je pense que j'ai... Si c'est vrai que quand on voit le mot « exotisme » souvent ça fait référence à des palmiers, le soleil, etc. Mais je sais pas, le paysage de l'Arctique c'est des paysages qu'on n'a pas du tout ici.

P20 : Je pense que non. Techniquement, ça devrait. Mais je serais devant un *fjord* en Norvège, je me dirais pas que c'est exotique.

Oui

Ces répondants se réapproprient le concept de telle sorte que des pays froids comme que le Groenland ou la Russie peuvent être qualifiés d'exotique :

P6 : Bien sûr. Pour moi, l'exotisme n'est pas forcément dans un pays chaud. Parce que l'immersion forcément c'est dans le monde entier. Après moi, j'aime pas le froid, mais il est évident que ça serait pareil.

P7 : Un pays froid peut également être exotique parce que il y a un dépaysement et une différence de milieu par exemple pour la Sibérie on va imaginer de la neige à perte de vue rien dans les environs et la vodka à flot.

Ces répondants se réapproprient également le terme, mais ils ont conscience que cela entre en contradiction avec les premières associations d'images qu'ils ont :

P2 : Ouais je pense, parce que pour moi c'est un monde différent. On pense toujours tropical, mais ça devrait pas. Peut-être pas l'Europe par contre.

P14 : Bah, je n'ai jamais vu ces pays de cette façon, mais si je pars du principe que l'exotisme c'est la différence, du coup oui. Je dirais que les pays européens pas tellement parce que leur façon de vivre se rapproche de celle de la France.

Donc vous l'associeriez plus à des pays chauds.

P18 : Oui plus des pays chauds. Mais après je sais pas trop, j'ai l'impression qu'il y a un lien avec la beauté... oui la beauté du paysage, même si un pays froid peut me paraître exotique.

ENE2 : Est-ce que vous diriez qu'il faut une certaine distance géographique nécessaire ?

Oui

P1 : Je pense que c'est plus une affaire de géographie. Plus le pays est loin, plus il est exotique. Parce que si il est moins loin, les habitudes là-bas ressembleront plus à ton mode de vie et à la population que tu côtoies tous les jours. La Hollande ou la Suède ça va pas être exotique.

P2 : Il faut une bonne distance je dirais. Il faut des choses que on connaît pas. Pour moi un Finlandais est exotique parce que je connais pas sa culture.

P4 : Ouais le lointain c'est très important, je pense. Parce que moins on connaît une destination plus on peut y faire de projections.

Tu trouves du coup qu'il y a un aspect géographique à l'exotisme ? Ça doit être loin de chez toi ?

P5 : Oui, faut que ce soit éloigné géographiquement. Tu vois, au final le soleil, les cocotiers ça suffit pas. J'ai vécu à Marseille et je ne trouvais pas que cette ville soit exotique. Bien qu'on y trouve de la chaleur et des palmiers. Là-bas c'est plutôt les énormes goélands qui m'ont marqué.

Alors que le Sénégal ou le Vietnam ça m'a mis une claque. C'est ça en fait, pour que ça soit exotique il faut que ça me mette une claque. Il faut que ça soit assez éloigné de mon cadre pour que ça me perturbe. Tu sais ce moment de déclic ou tu te dis : « oh putain je suis en Asie, au putain je suis au Vietnam ». J'ai envie que ça me chamboule dans mes habitudes. J'ai envie d'avoir besoin d'un temps d'adaptation tu vois.

P10 : Complètement, la distance géographique matérialise la distance culturelle, la sortie de zone de confort.

Et du coup géographiquement quand c'est trop proche ça ne peut pas être exotique ?

P14 : Oui.

Et par exemple des territoires comme les DOM-TOM, qui sont de cultures françaises, est-ce que tu les qualifierais d'exotiques ?

P14 : Oui, je dirais qu'ils sont exotiques. Mais là je dirais que c'est les paysages, mais aussi la manière de vivre, les coutumes.

P16 : Pour moi mon image ça serait plutôt les pays lointains.

P19 : Au premier abord, je dirais que ça l'est moins du coup. Dans le sens où la on parle de l'Europe. Du coup au niveau paysage et climat on retrouve plus de choses qui nous sont proches. Pourtant c'est vrai que si on regarde l'Espagne et le nord de la France c'est des choses complètement différentes [rire]. Mais ouais j'aurais quand même tendance à dire que c'est des choses moins exotiques parce qu'elles sont géographiquement trop proches.

Tu as une idée du pourquoi ?

P20 : Peut-être déjà parce que c'est le seul autre continent que j'ai vu. C'est les seuls souvenirs que j'ai aussi. Je sais pas je trouve que le mot « exotisme »

s'associe avec l'Asie presque naturellement. Tu vois quand on parle de fruits exotiques, on parle papaye, de mangue... donc des fruits qu'on trouve en Asie.

Donc finalement il te faut une certaine distance pour que ça soit exotique ?

Oui sans doute puisque l'Asie c'est loin.

P21 : C'est moins exotique, là je pense que tu as raison le côté géographique joue beaucoup. L'avion j'imagine que ça amplifie l'exotisme aussi.

P22 : Ah oui obligé, si tu peux y aller trop facilement ça perd de son charme.

Entretien de groupe

S : Ben par exemple Marseille je dirais que c'est vite fait exotique parce que c'est multiculturel.

A : Mais non Marseille ça peut pas être considéré comme exotique ! Après je saurais pas te dire pourquoi.

M : Non Marseille c'est pas assez lointain et différent pour être exotique.

Non

P3 : Plus qu'une distance géographique, je pense qu'il faut une distance culturelle. Par exotisme je comprends ce qui sort du commun, hors d'Europe, partager peu de traits communs. Malgré des différences certaines, les coutumes sont diffusées et donc pour parler d'exotisme il faut nécessairement s'éloigner, soit une idée de distance géographique.

P6 : Oui, je pense aussi. J'ai fait l'Irlande et la Hongrie il y a longtemps. À l'époque c'était des destinations où les gens commencent à aller, mais qu'on a pas forcément en tête. Aujourd'hui quand on dit l'Asie, on pense immédiatement au Cambodge, mais il y a des destinations comme le Kirghizistan où les gens vont de plus en plus. Même l'Asie centrale en générale, bon après il y a des pays où ça craint un peu comme le Bangladesh. Il y a finalement plein de pays qui sont pas encore ouverts au tourisme et je pense que les gens ont envie de découvrir des endroits un petit peu moins touristiques aussi.

P7 : Je n'associe pas l'exotisme à une distance géographique on peut en trouver à Paris selon ce qu'on entend par exotisme. Il y a des quartiers très marqués par l'immigration comme le quartier asiatique du 13e ou le nord de Paris avec Château Rouge, Barbès. Ce ne sont pas les mêmes codes que pour le Français moyen, le commerce ne s'effectue pas de la même manière, la restauration n'est pas la même, les langues ne sont pas forcément les mêmes. On est en France la plupart sont certainement Français, mais il y a encore une part d'exotisme selon ce qu'on entend par exotisme.

Et l'exotisme tu le rattaches au plaisir et aux vacances ?

P11 : Et bien tu vois, je rattache plus cette notion à la géographie. Plus je te parle et plus je me dis que le mot exotique ça va bien avec Tahiti.

Est-ce que tu dirais qu'il faut une certaine distance géographique nécessaire ?

P11 : Non, tout est dans la façon de vivre, mais automatiquement d'autres continents le sont plus que les pays limitrophes à la France.

P12 : Non pas nécessairement. L'Islande par exemple me paraîtrait exotique tout autant que la Nouvelle-Calédonie par exemple même si c'est moins loin.

P13 : Non, le Portugal, l'Italie je pense que c'est fini, c'est plus exotique. Alors effectivement on va trouver au Portugal le petit village sur lequel on va s'émerveiller ; or, on a les mêmes en France dans la Nièvre, hein. On pourrait parler d'exotisme aussi chez nous, parce qu'en France on a des campagnes qui sont encore un peu reculées, hein.

Du coup, diriez-vous que le phénomène des vacances est inhérent au processus d'exotisation ?

P13 : Oui je pense, quand on est en vacances, tout est beau et tout devient complètement différent. Et puis, il n'y a pas besoin d'être à l'étranger pour voir des coins magnifiques, en France il y a des lieux absolument époustouflants. On a la possibilité de partir maintenant et c'est vrai qu'on recherche l'exotisme peut être, et vous voyez j'emploie à nouveau ce mot. Peut-être qu'on recherche la différence aussi.

P18 : Non pas de distance géographique nécessaire, on peut trouver à côté de chez nous un endroit qui nous rappelle l'exotisme.

ENE3 : Est-ce que vous diriez qu'il y a une corrélation entre les pays dits « en développement » et l'exotisme ?

Oui

P3 : Oui, puisque la plupart des pays en développement sont des pays distants à la France et majoritairement dans l'hémisphère sud. Ce qui reprend donc l'idée de distance et de pays « chauds ». En revanche, je n'associe pas les États-Unis ou l'Australie à de l'exotisme par exemple. Donc cette idée de développement est importante, peut être aussi à cause des différences plus accrues entre les pays en développement et le mien.

P4 : Oui définitivement. Un pays riche ne va pas être perçu comme exotique. Les USA ne seront jamais exotiques par exemple. C'est pas la même trajectoire de pensée.

P7 : Par rapport à la notion de base de l'exotisme je pense que malheureusement oui il y a un lien entre l'exotisme et les pays en développement, car il y a toujours la notion de différence et un peu de mépris de la part des pays riches. En mode : on part à l'aventure.

P9 : Oui, il y a une corrélation. Étant donné que la plupart des pays en développement sont justement des pays où la culture y est radicalement différente. Mais il y a des pays développés comme le Japon qui sont considérés comme des destinations exotiques.

P10 : Je pense qu'il y a une forte corrélation. Encore une fois reliée à la sortie de zone de confort culturel et matériel, la capacité à s'émerveiller que des gens vivent bien sans la dernière PS4 [PlayStation 4] ou autre... Comme une récupération d'humilité et d'humanité.

P11 : Oui, pourquoi pas, le Laos se développe et en même temps est exotique

P20 : Alors moi pas personnellement, mais je pense qu'il y a une tendance comme ça. Même dans l'évolution des termes, on a parlé de tiers monde, des quarts mondes, de pays en développement, de pays émergents. On sait pas comment les

appeler ces pays. Je dirais que comme on perçoit la croissance comme le seul moteur d'un pays, dans certains pays pour qu'elle augmente vite, ça va passer par le tourisme. Donc on va envoyer des images qui émerveillent pour faire venir les gens. Après je pense moins aujourd'hui qu'avant.

Finalement, l'exotisme était un argument commercial.

P20 : Exactement. Il y a quelque chose aussi que je trouve très malsain, je sais pas si c'est lié à la notion d'exotisme. Mais je trouve que les gens parfois qui voyagent, vont mettre l'accent sur leur grandeur d'âme. C'est-à-dire qu'ils ont été et ils ont constaté que vraiment c'était triste, que les gens ils sont pauvres et vraiment il faut le voir de ces propres yeux. Les gens qui reviennent et qui font que parler des orphelins... t'as vraiment envie de leur dire : c'est tout ce que tu as retenu du pays ? Tu en as vu tellement des orphelins, tu étais dans une asso' ? Je trouve que les gens aiment bien avoir une vision misérabiliste et condescendante de certains pays. Eux de là où ils sont, ils jugent l'autre culture. Et les gens vont retenir un maximum de points négatifs pour après se dire : « chez nous c'est mieux quand même, là-bas j'ai vu des choses catastrophiques ». Ça peut aller de la vie des personnes au traitement animal. J'ai des amis qui voulaient aller là-bas juste pour améliorer les conditions de vie des animaux d'élevage. Bon, est-ce que vraiment chez nous, c'est mieux ? C'est chaud de tout juger d'après son seul référentiel culturel. C'est comme si on avait des lunettes qui filtraient ce qu'on voit. Si on se détache pas de son propre référentiel culturel, c'est fini, faut rester chez soi.

Entretien de groupe

S : Bien sûr, parce qu'ils sont beaucoup moins chers. Là-bas avec un salaire français tu peux vivre six mois ou dix mois. Je pense que ça entre dans l'exotique parce que tu peux être un cadon là-bas avec un salaire qui serait considéré comme bas en France. Tu augmentes ton niveau de vie.

Non

P2 : Non. Pour moi exotisme c'est pas une question sociale. Exotisme c'est un beau mot pour un pays.

P5 : Tu vois quand je parlais, du mauvais côté de la définition de l'exotisme, je pense que ça impliquerait seulement les pays dits « en développement », parce que ça a pas encore été assez touché par la mondialisation pour que la culture en soi altérée. Alors que quand tu regardes les pays dits « développés », c'est pas qu'ils se ressemblent tous, mais on a peut-être du mal à y trouver l'authenticité tant recherché. Mais après je pense pas que la définition change pour autant, tu vois en

Corée ou au Japon, ta claque tu te la prends quand même et pourtant ces pays on les catégorise dans les pays dits « développés ».

P12 : non pas vraiment.

P13 : Je ne me suis jamais posé la question.

P14 : Je ne dirais pas que c'est une question de riche ou de pauvre, dans les pays riches, tu peux avoir des endroits exotiques. C'est vraiment plus les paysages en fonction de la géographie. Après, je dirais pas qu'une ville c'est exotique par exemple. Après il y a des endroits en ville qui peuvent être très exotiques, un marché par exemple.

Est-ce que c'est parce que toi tu vis en ville qui fait que tu trouves les campagnes plus exotiques ?

P14 : Je ne pense pas. Même si je vivais dans une campagne française, je pense que je trouverais les campagnes vietnamiennes toujours aussi incroyables et donc exotiques.

Souvent quand tu fais référence à l'exotisme tu me parles de végétation, mais aussi d'animaux. Tu as vu beaucoup d'animaux durant ta semaine au Vietnam ?

P14 : Non, beaucoup de chiens et de chats, mais après j'étais à Hanoï pas vraiment dans la jungle. On a fait une excursion à Ninh Binh, un tour en barque, mais c'était très touristique.

P16 : Non pas du tout.

P18 : Non pas forcément l'exotisme je pense qu'on peut le voir partout. Il est par forcément dédié à certains pays.

P21 : Non, pas pour moi. Je trouve pas.

P22 : Non, je pense pas, je crois que c'est plus une question de paysage et d'ambiance générale.

ENE4 : Est-ce que vous diriez qu'il faut un bord de mer pour qu'en pays soit exotique ?

L'ensemble des répondants a répondu « non ». Les extraits ci-dessous développent et justifient ce résultat :

P1 : Non, je pense pas. Monaco par exemple c'est en bord de plage, ça va pas être exotique.

P3 : Non. Le cas le plus évident est la jungle par exemple, mais d'autres pays qui n'ont pas accès à la mer me semblent exotiques comme l'Afrique centrale, certains pays d'Amérique du Sud.

P7 : Non je pense pas que le bord de mer soit nécessaire à la notion d'exotisme. Peut-être initialement, car cela devait provenir des îles, mais je pense que la notion a évolué avec le temps et la mondialisation et que maintenant au contraire on l'associe plus à des endroits plus reculer comme les Africains dans leur hutte, les Vietnamiens dans leurs montagnes, etc.

P8 : Non il y a des arbres exotiques, donc pas forcément que ce qui est plage et sable. Je reste vraiment sur cette idée de climat et tout ce qui est à l'extérieur du territoire.

P9 : Non, je dirais que le Laos est tout de même exotique.

P10 : À titre personnel non, mais je n'ai pas la même expérience de voyage ni les mêmes valeurs que le Club Med ou autre qu'on peut imaginer.

P11 : Non en fait, parce que comme dit avant, le Laos est exotique et pas au bord de la mer.

P21 : Et bien tu sais j'habite en bord de mer, donc c'est pas forcément quelque chose qui va me changer beaucoup. Mais c'est pas que les plages. C'est un environnement différent, par exemple ne pas voir les mêmes arbres.

c) V : Le Vietnam

V1 : Esthétique projetée du Vietnam avant le séjour

Avant d'y avoir été, c'est quoi les images que tu avais quand tu entendais le mot Vietnam ?

P1 : Beaucoup d'espaces verts avec des végétaux. Des espaces sauvages pas domestiqués par l'Homme, vert très dense. J'avais pas d'images de ville en tête.

Et l'image des personnes ?

P1 : Et bien, j'imagine accueillants, gentils, tout ça.

Et toi, avant d'aller au Vietnam. C'est quoi l'image que tu avais de ce pays ?

P2 : Bon alors ça va être l'image d'un Français, mais je dirais l'Indochine. On nous a tellement balancé des images exotiques de ce pays à une époque. La baie d'Along, des gens avec des chapeaux pointus dans une rizière. Le Vietnam je dirais que c'est vraiment plus marqué que la Thaïlande. Au Vietnam, j'imagine encore la guerre. On nous en a mis plein les oreilles de ce pays, pour ma génération c'était énorme. On voyait des directs à la TV. D'ailleurs, je me souviens qu'on nous faisait envoyer des dessins pour là-bas, quand j'étais ado. Je sais même plus pourquoi. Je vois les rizières et puis les jeunes filles avec leurs vêtements blancs ouverts de chaque côté là, leur tenue traditionnelle. Le sourire. Les Vietnamiens sourient tout le temps. Même pendant la guerre, tu les voyais sourire. J'ai aussi une image de gens très volontaires. Sans les connaître, tu vois, ils ont fait la guerre contre nous, contre les Américains, c'est une folie quoi. C'est des gens à part, je pense. Bon, ils vont changer aussi avec la nouvelle génération. Et oublions pas que c'est un pays communiste quand même, très, très « règle ». J'ai un collègue vietnamien, quand il travaille il faut vraiment que les choses soient dans les cases.

Et ces décors que tu as en tête, ils te viennent d'où ?

P2 : Ben on en voit beaucoup à la TV. Quand tu regardes un documentaire sur le Vietnam, il y aura toujours la baie d'Along. Ben peut être qu'aujourd'hui j'irais moins, il y a quand même trop de touristes qui vont là-bas. Après il doit encore y avoir des endroits où il y a pas trop de monde. Je voulais beaucoup voir les images que j'ai vues dans le film Indochine. C'est quand même fou de se dire que ces images, elles existent en vrai, les temples, les vallées... Mais je suppose que ça doit être aussi pourri par les touristes.

Quelles sont les images que tu avais du Vietnam avant d'y avoir été ?

P3 : La guerre du Vietnam, les chapeaux, les forêts avec les Viêt-Cong dedans, les pièges. Mais aussi les plages. Après les seules images qu'on a du Vietnam c'est les trucs de film. Par exemple, je pourrais pas dessiner une ville vietnamienne. J'ai vraiment cette image de jungle en tête.

P4 : Je pense que je connaissais mal le Vietnam, donc je m'y suis intéressée avec la venue de mon amie dans ma vie. Après moi, c'était des images liées à la guerre, à l'histoire, aux manifestations aux États-Unis, en France. Tout cet imaginaire-là. Après oui, je devais avoir des images des rizières tout ça. Mais ça restait assez flou quand même.

Du coup sur place t'avais eu ou pas cet effet de « désenchantement » par rapport à des images que tu aurais eues ?

P4 : Nan, mais après, le fait que je sois allée en Inde à 21 ans et que j'ai complètement capoté parce que c'était mon premier gros voyage avec un cadre très spécifique et qu'on m'a balancé très rapidement une partie des réalités.

Quand je suis partie en Thaïlande et au Vietnam j'avais l'impression que c'était beaucoup moins difficile. Quand je suis arrivée en Thaïlande y avait un truc de : « ah oui c'est assez tranquille, c'est la destination des Occidentaux ».

P5 : Et bien j'avais en tête la gastronomie... les nems bien surs. L'image des rizières, de la chaleur... Le bouddhisme aussi. Une image de calme aussi [rire] je me suis vite rendu compte du contraire en arrivant sur place.

P6 : Avant d'y aller je t'aurais dit la baie d'Along tout court, mais en y allant vraiment, la baie d'Along terrestre avec cette brume qui rappelle l'Irlande et ses dunes. On pensait pas qu'on trouverait ça au Vietnam. Si on avait suivi le guide du Routard, on n'aurait jamais été. Parce que sur cette étape, ils te disent qu'il n'y a rien à voir. Je crois que le Routard c'est plus la peine d'en parler.

P7 : Et bien à de vieux clichés de pauvres petites françaises, soyons honnêtes. Tu t'imagines que tu vas être la plus riche sur place. Après, j'y suis pas allée avec cette vision : « la façon dont je pense est mieux que la leur », mais des fois ça te rattrape. Ou tu vas voir des choses en te disant : « mais non ça ce n'est pas possible ». Et en même temps, tu as envie que ça se passe de voir ces choses pas possibles. Faut se remettre en question, je pense, sur ces choses-là.

Arriver sur place, tu dirais que tu as vécu une sorte de désenchantement ?

P7 : Non, au contraire, j'étais plutôt soulagée que ça ne soit pas comme j'imaginai. J'avais peur de pas m'y retrouver. Parce que j'y restais quand même trois mois, et j'avais peur qu'il y ait trop de chocs, trop de choses différentes et je ne m'y plaise pas. Et en fait si, c'était super. Même pour les gens sur place tu te dis : « c'est cool, ils vivent mieux que ce que j'avais imaginé au départ ». Le Vietnam est quand même considéré comme un « pays en développement » et en fait ce mot, il te crée des images de pays qui sont dans le besoin. Peut-être au niveau financier ou dans les campagnes, mais il faut faire attention par l'image qui est véhiculée par ces termes. Là, on est allées en tant que touristes, mais quand tu es dans le monde professionnel je me dis que ça peut se retourner contre toi. Je pense qu'on les sous-estime.

P8 : Et bien déjà, la baie d'Along et les marchés, la nourriture.

Des images de campagnes finalement ?

P8 : Oui, je n'imagine pas du tout la ville ou les motos, alors que je sais qu'il y en a.

Est-ce que tu te souviens des images que tu avais du Vietnam avant d'y aller ?

P9 : Ouais je m'attendais à voir les rizières, la verdure, les chapeaux pointus...

Finalement, une image de ruralité.

P9 : Oui, après ayant beaucoup voyagé surtout en Chine, je savais comment toutes ces images qui nous influencent sont finalement inconsistantes.

Et les premières fois que tu as voyagé en Asie, tu as vécu une sorte de « désenchantement » par rapport à tes attentes ?

P9 : Oui. En Chine vraiment. Pas la toute première fois, parce que j'ai fait que des très grandes villes. Mais quand je suis allée à Wuhan au centre de la Chine, là c'était le choc.

C'est-à-dire ?

P9 : J'avais vu Shanghai, j'avais vu Hong Kong, mais finalement ces villes ne sont pas représentatives de la Chine. Arrivée à Wuhan, j'ai vu la vraie Chine. Des bâtiments gris pourris partout, l'odeur du graillon partout, les gens qui crachent... je ne m'attendais pas à ça en fait.

Tu t'attendais à quoi ?

P9 : Je m'attendais à des villes plus développées. Je ne m'attendais pas à ce qu'il y ait des villes qui soient comme ça en Chine. Pour moi, il y avait soit la Chine rurale soit la Chine hyper développée. Il n'y avait pas d'entre-deux en fait.

P10 : Je m'attendais un peu à retrouver ce que j'avais vu quand j'y suis allé en étant enfant. C'était très différent de ce que j'avais retrouvé quand j'avais 25 ans. À l'époque, t'avais beaucoup plus d'artisans qui travaillaient dans la rue. Tu avais aussi une culture occidentale à l'ancienne, qui était très présente. Par exemple, tu trouvais des tee-shirts de *Tintin et le lotus bleu*, et puis la grande mode à l'époque, c'était de racheter des objectifs d'argentique qui coutaient pas très cher au Vietnam. Je me souviens de mon père qui s'est fait refaire une paire de chaussures. Le type chope un pneu, coupe une tranche, il lui découpe la semelle, et colle sa tranche de pneu. Je crois que mon père a jeté les chaussures parce que les coutures ont lâché, mais certainement pas la semelle tu vois. J'ai vu la baie d'Along quand j'avais 7 ans, elle était beaucoup moins polluée. Du coup quand j'y suis retourné à 25 ans j'avais vraiment cette image fantasmée de quand j'étais gosse. Mais cette image elle a volé en éclat.

Est-ce qu'on peut parler d'un désenchantement ?

P10 : Alors oui et non, c'est-à-dire que je savais que ça ne ressemblerait pas du tout à ce que j'avais dans la tête et à ce que j'ai vu quand j'avais 7 ans. Quand tu prépares un peu ton voyage et quand tu discutes un peu avec les gens, ils te mettent le holà tout de suite, surtout en termes d'écologie.

P11 : Et bien j'imaginai la baie d'Along évidemment. Les beaux paysages avec ces rizières en plateaux, ces villages perchés dans les montagnes. Les photos de la guerre aussi. À une époque, on voyait le Vietnam tous les jours à la télévision. J'ai toujours vu les Vietnamiens comme un peuple déterminé et fier. Ils en ont bavé quand même. En tout cas, j'avais en tête de belles images et ça s'est confirmé sur place !

Et pour revenir sur le Vietnam est-ce que tu te souviens des images que tu avais du Vietnam avant d'y aller ?

P12 : En fait, je ne connaissais pas vraiment le Vietnam. Même la nourriture finalement, je connaissais peu. La politique, j'y connaissais rien. Les gens, je savais pas à quoi m'attendre.

Et est-ce que tu avais un peu une esthétique en tête avant d'y aller ?

P12 : Je savais qu'au niveau propreté et pauvreté, ça ne serait pas comme en France. Mais vraiment, c'était flou pour moi. Finalement, j'avais des attentes similaires aux autres pays d'Asie. Parce que tu vois à travers mes études, je connais un peu l'Asie [stage en Corée, master en coopération internationale et coopération interculturelle, option Asie du Sud-Est], les habitudes et les bons comportements à avoir pour avoir une attitude de respect par rapport à la culture locale. Je me souviens d'avoir vu un documentaire sur la baie d'Along avant d'y aller. Mais ils en faisaient un tableau ultra touristique. C'est pas du tout le Vietnam que j'ai vu quand j'y suis allée.

Est-ce qu'il y avait un moment de ton voyage où tu as désenchanté ?

P12 : Non pas vraiment. Moi ce qui m'a le plus choquée c'est de voir la pauvreté. Voir des personnes tellement vieilles qui travaillent et tu te demandes comment une telle situation est possible. Ça, ça m'a rendu un peu triste.

P13 : J'ai toujours été attirée par le Vietnam dès toute petite. Alors mes premières impressions furent vues dans des livres, puis ce fut, soit des souvenirs par des gens y étaient allés, soit les médias. Je voyais bien sûr la baie d'Along, incontournable, les villes, l'habillement et surtout la campagne avec les rizières.

Et du coup tu disais que la pollution, c'est quelque chose auquel tu ne t'attendais pas ?

P14 : Ouais alors je savais que ça allait être pollué, mais j'imaginai plus ça en Inde, pas au Vietnam. C'est étrange d'être dans la ville et de ne pas voir le ciel. Avant que je parte, je ne m'étais pas demandé si le Vietnam était pollué ou pas, mais en tout cas, je ne m'attendais pas à ça.

Et quelles étaient les images du Vietnam que tu avais avant de partir ?

P14 : Eh bien, je me suis pas trop renseignée avant de partir. Après j'y allais pas pour les vacances, mais pour un projet professionnel. Après j'imaginai plus une destination de vacances avec un ciel bleu.

P16 : Je l'imaginai comme dans le film *Indochine*.

P18 : Ben j'y suis allé sans a priori. Je n'avais pas forcément d'images et je n'ai pas le souvenir d'avoir projeté des choses sur le pays. Ce qui a été génial c'était

le début de l'ouverture au tourisme et c'est vrai que les gens étaient très surpris et curieux de nous voir. Ils avaient pas vu souvent des Européens surtout avec des enfants. Ça a créé beaucoup de rencontres autour des enfants. J'étais conquise tout de suite.

Et le Vietnam, comment tu imaginais ce pays avant d'y aller ?

P19 : Je voyais beaucoup les chapeaux pointus. J'avais des images de maison sur pilotis, des images de mobylettes. En fait, j'avais l'impression que c'était l'Asie du Sud-Est, mais en un peu plus rapide enfaite. De ce que j'avais pu entendre des fois c'était plus rapide que les autres pays d'Asie. Surtout dans les grandes villes. Après tu vois ça peut aussi être spécifique aux grandes villes. Il y en a quand même beaucoup au Vietnam. J'imaginais aussi une forte présence du bouddhisme. Comme ça aussi, j'avais l'impression qu'il y avait une moins grande différence de niveau de vie comme ça peut être le cas en Thaïlande. Tu vois, moins inégalitaire, mais je sais pas.

P20 : Avant d'y aller une image que j'avais en tête c'était la baie d'Along. D'ailleurs, c'est bien bête parce que je n'y suis pas allé quand j'étais au Vietnam. J'ai une amie franco-vietnamienne qui avait été à la baie d'Along et qui m'avait montré des photos. J'avais trouvé ça magnifique. Après je me rends compte que je n'avais pas trop d'images. J'aime pas trop aller sur Google Image ou sur des forums avant d'aller dans un pays. J'aime bien me faire ma propre idée. Par contre, je peux te dire les premières images qui me reviennent quand je repense à mon voyage.

P21 : Et bien, écoute, avant d'y aller je pense que j'avais en mémoire les cours de géopolitique de licence sur l'Indochine. J'ai pas mal étudié la colonisation française et la guerre du Vietnam. Je pensais vraiment à ça.

P22 : Je sais pas trop, j'avais pas trop d'idées en fait.

Est-ce qu'il y a moment où tu as déchanté ?

P22 : Et bien, je ne m'attendais pas à ce que ce soit si moderne des fois. Par exemple, quand tu attends dans certaines boutiques, on te donne un ticket et tu attends que ton numéro s'affiche.

Entretien de groupe

A : Moi c'était le bouddhisme, clairement. C'est une religion polythéiste. Ça change complètement de la France. Ça offre plein de perspectives, des mentalités, des choses qui sont plus diversifiées. Ils ont une sagesse différente.

M : Avant d'aller au Vietnam, j'ai toujours eu cette image des Vietnamiens avec leur chapeau conique qui font le marché. Et je les voyais comme étant des commerçants rusés, presque un peu filou, avec un très grand sens des affaires.

Toi S. tu n'es encore jamais allée au Vietnam, c'est quoi l'image que tu as de ce pays ?

S: Les tuk-tuk et surtout les images de l'Indochine dans les divers films que j'ai vus. C'est bête, mais quand je pense au Vietnam, je vois vraiment les images du film *Indochine* ou du film *l'Amant*. J'ai vu aussi des photos des copains, je trouve que tu retrouves un peu la même esthétique que la Thaïlande. Je vois beaucoup les modes de transports. Et j'ai toujours voulu voir la baie d'Along. Je sais pas pourquoi dans mes voyages j'ai toujours évité ce pays-là. Peut-être parce que les gens m'en dépeignaient pas la meilleure des images.

V3 : Lieux visités et activités au Vietnam

P15 explique que le Vietnam n'est pas très intéressant d'un point de vue touristique :

P15 : Pour être honnête, vous savez, je pense pas que le Vietnam soit très intéressant sur le point de vue du tourisme. Dans le sens où il y a des très belles plages, des très belles pagodes, mais il n'y a pas de grandes richesses. Il y a des très belles choses, mais il y en a pas beaucoup. On a très vite fait le tour. En un mois, on a vu l'essentiel. Ce n'est pas aussi riche que la France, que la Chine...

P2 explique pour quelle raison c'est important de visiter des lieux touristiques incontournables :

La baie d'Along, tu es allé ?

P2 : Ben oui quand même. Dire que tu vas pas y aller parce que c'est trop touristique ce n'est pas forcément intelligent. Si tu vas à Paris, tu vas voir la tour Eiffel. J'ai regardé la baie d'Along de loin sans y faire une expédition. Mais j'avais quand même envie de regarder.

Pourquoi à ton avis a-t-on envie de voir ce genre de sites ?

P2 : Parce qu'ils sont beaux ! Non, mais forcément quand tu vas quelque part tu te fixes des objectifs que tu connais, donc les grands sites. Et du coup tu veux

cocher ta liste quoi. Quand tu vas dans un pays, c'est pour voir ça. On peut dire ce qu'on veut, ça reste des lieux très impressionnants. Ça peut le gâcher si il y a cinquante mille personnes, mais c'est histoire de dire que quand tu vas dans un pays, tu as fait ça.

d) ES : Exercice sensoriel

ES1 : Images

P1 : Les éléphants, les gens. Les gens étaient très gentils, quand tu faisais rien ils venaient discuter avec toi. Surtout les personnes plus âgées et surtout les femmes. Ça, je m'en rappelle. Ils sont toujours souriants. La jungle aussi ça m'a marquée, des arbres beaucoup plus grands que les nôtres tout ça. Le climat aussi il m'a marquée.

Si tu devais faire un tableau de ton périple au Vietnam, il y aurait quoi ?

P1 : Un temple au milieu de la jungle avec beaucoup de bonzes.

Il y aurait des touristes dans ce tableau ?

Non.

P2 : Les couleurs, on voit bien les couleurs. Les gens, les visages des gens.

Et si tu devais faire une peinture ou un dessin de ton voyage ? Dans une perspective purement esthétique ?

Ce que je dessinerais ? Ben un Vietnamien sur une barque. Avec de l'eau. Le Vietnam c'est vraiment l'eau. Bon après le Nord c'est différent. J'aime bien aussi le Nord. Puis, quand on est revenus une deuxième fois on avait vu quand même beaucoup d'eau. Et le bouddhisme c'est frappant aussi. Les gens qui font la prière, les temples dans tous les quartiers.

P3 : Beaucoup de couleurs.

Si on devait te demander de peindre un tableau qui résumerait l'esthétique que tu as trouvée durant ton voyage, il représenterait quoi ?

Alors la jungle en fond et devant la ville. La ville un peu comme Hanoï avec des immeubles pas trop hauts. Tu vois genre en fond le truc bien vert et devant une ville un peu grise comme ça. Vraiment une différence entre la ville d'un côté et la nature de l'autre.

P4 : Je dirais une espèce de contraste entre la ville et la campagne. Vraiment ce contraste entre les deux, ça m'avait marquée. Je représenterais aussi les diverses façons de se déplacer.

P5 : Déjà, il y aurait le tableau d'oncle Hô (Hô Chi Minh), il y aurait un temple, des baguettes, évidemment le Mékong. Mais en même temps, il y aurait aussi des rizières, des forêts et des montagnes. Leur rapport à la famille ça m'avait aussi marqué, alors peut-être, je dessinerais aussi une maison avec plusieurs générations en dessous.

Et pourtant toi, là-bas tu as vécu en ville, à Saigon.

Ouais, c'est vrai, mais c'est vraiment la verdure qui me vient en premier lieu.

P6 : Alors il y a deux choses qui me viennent. Ça serait un tableau à deux visages en fait. Ça serait un tableau avec la baie d'Along terrestre et pas l'autre. Elle est magnifique, car tu peux la voir sous trois angles différents. Ensuite au sud du Vietnam, nous on y est allé un peu par hasard, Mui Ne, un endroit avec des dunes de sables blanches ou rouges. Tu te croirais au Maroc. Avec pleins de bateaux ronds aussi et des montagnes ocre. On s'attendait pas à un tel paysage.

P7 : Je dirais une plage où on est allée à Da Nang, à la montagne aux singes, une petite critique tranquille et ensoleillée où on avait passé un bon moment.

P9 : Et bien, je dirais les plages [rire] de Da Nang. Les criques un peu cachées où on a eu la possibilité de se baigner. Je crois que c'est le truc qui m'a le plus marqué. Mes voyages dans le nord aussi avec ces pics karstiques.

P10 : Beaucoup de vert, très verdoyant, des couleurs très chaudes, très fortes, très ocre. Beaucoup de rouge parce que la terre est rouge. La mer, des fleuves. En tout cas des couleurs très vives.

P11 : Le monde rural avec les tuk-tuk, avec ses marchés très colorés, ces grands parasols derrière lesquels les dames se protègent avec leur petit barbecue. Ça, c'est exotique pour moi.

Plus tard

P11 : Alors la foule. La foule grouillante, compacte, stressante. Tu te demandes si tu vas réussir à traverser.

Tu penses à une ville en particulier ?

P11 : À Hanoï, cette foule omniprésente, je sais pas si j'arriverais à y vivre. Et après le raffinement et la gentillesse. Après tu vois les Vietnamiens c'est des gens très très *speed*. C'est vraiment des bosseurs. C'est des fous de travail. Et même sur la moto, ils vont vite je trouve. Mais après il y fait bon vivre.

Da Nang, ça ne m'a pas spécialement plu, mais après on n'a pas trouvé les bons endroits aussi. De toute façon on y était que 48 h. Hoi An, ça m'a beaucoup plus, mais c'est surfait. C'est surfait dans le sens où tout est organisé, tout est propre. C'est aseptisé si tu veux. Ça donne une impression d'artificiel.

Après Hanoï c'est l'histoire, c'est Hô Chi Minh. Tu peux même visiter son mausolée tiens. Et ça m'a fait me rappeler des histoires de familles avec des personnes qui étaient parties à Diên Biên Phu. Tu vois, ça te fait te rappeler de certains trucs.

P12 : Je pense que le visuel qui m'a marqué, ça serait vraiment la rue. Plus la nuit où tu vois des gens qui vivent avec la rue. L'ambiance des rues, mais pas forcément les rues du centre-ville. Tu vois les gens qui dorment, des restaurants de fruits de mer ouverts tard.

P13 : Ce qui m'a beaucoup marquée, c'est ces rizières qu'on a visitées. À ce moment-là, j'ai beaucoup pensé à la guerre. À ce moment j'ai pensé aux américains, comment ont-ils pu s'en sortir avec de telles conditions ? C'est de la boue de l'humidité, et les Américains avec leurs équipements lourds et leurs rangers ont dû vivre l'enfer. Pas que je soutiens les Américains, loin de là, mais ça m'a beaucoup fait penser à la guerre quand j'étais là-bas. En tout cas, ça m'a beaucoup fait penser aux images que j'ai pu voir dans le film : *Full Metal Jackets, Apocalypse Now, Platoon*, etc. Tous ces films qui sont sortis il y a très longtemps. Vous avez pas dû les voir en première main vous haha. Mais en tout cas, c'est ce que je me suis dit quand j'ai vu ces rizières : ils ne pouvaient pas s'en sortir.

Après on a vu la baie d'Along qui est magnifique, mais c'est pareil, on l'a tellement vu à la télé tout ça. C'est pour ça que pour moi pour ne pas être dans l'exotisme il faut vraiment être dans le pays et côtoyer les gens, parce que finalement on a tellement l'habitude par les images.

P14 : Alors je dirais gris. Parce que du coup j'ai été un peu déçu du fait que Hanoï, ça soit tout gris et qu'il y ait de la pollution. Ma première journée, j'ai voulu me promener, faire des photos et tout était gris. Mais sinon les personnes dans la rue assise sur leur mini tabouret qui boivent le café, qui discutent... sinon je pense aux temples. Au début, j'étais très intéressée par les temples, mais tu en fais deux, trois,

quatre et après tu en peux plus des temples [rire], tu as l'impression qu'ils se ressemblent tous. Mais après tu vois c'est dans ces endroits-là, que je suis assez gênée aussi. Dans ces lieux-là, il y a quand même des gens qui sont là pour se recueillir.

Toi ça te dérange, cet aspect voyeurisme ?

P14 : Un peu oui. Parce que bien sûr j'ai envie de voir, mais en même temps je suis pas à ma place non plus. Tout le monde est là en train de prier et moi je suis là en train de prendre des photos. Après j'essaye de prendre le moins de photos possible.

Tu penses que ça t'aurait mise plus à l'aise d'aller dans un temple fait pour les touristes où il n'y a pas des gens qui se recueillent ?

P14 : Ça enlève l'authenticité, ça serait du faux, je n'irais pas dans ce genre de truc. Je pense qu'il n'y a pas de solutions miracles. Il faut respecter les pratiques des gens et se faire le plus petit possible.

P15 : Et bien, je vivais sur une artère routière du coup beaucoup de circulation, c'était très dynamique. Du coup, c'est vraiment ça que je vois. Toutes ces motos dans tous les sens. Après pour compléter, parce quand même c'est pas toujours ça, le Vietnam, les gens sont tranquilles, il y a rien qui presse, on prend le temps de vivre.

P16 : Et bien, je revois le Mékong avec tous les palmiers, les fruits, la richesse de la nature.

P17 : La première image c'est quand je suis descendu de l'avion. La chaleur étouffante qui m'a heurté. Après c'est la circulation dense, complètement folle.

P18 : Moi c'est vraiment la couleur des rizières. Parce que vraiment il y a un vert, mais qui est pas uniforme, qui est très changeant, magnifique. Quand on est en plus dans le Nord, on voit même des montagnes bleues, sublimes.

Est-ce que c'est des images que vous avez souvent vues au Vietnam ?

P18 : Ah oui, ces couleurs on les voit partout, quand on va en campagne, c'est ça quoi.

P19 : Et bien je vais dire l'eau en général que ça soit les rivières, les cascades ou les mangroves. Les temples aussi.

P20 : La première image c'est quand on est arrivée à Hô Chi Minh City, la rue Diên Biên Phu et le rond-point au bout avec ses milliers de motos qui circulaient. On était en voiture et là je me demande, mais comment on va faire pour circuler ? Et plus loin dans la rue, que des restaurants ou des chaînes de restaurants. C'est vraiment les premières images que j'ai. Sinon une image forte que j'ai aussi c'est les mangroves du delta du Mékong. Avec un ami vietnamien, on avait fait une marche de 2 heures dans la jungle et c'était sublime. Il y avait des manguiers partout, des mangroves... c'est marrant parce que les deux images que j'ai retenues elles s'opposent un peu, la ville et la jungle.

P21 : La première que j'ai en tête c'est le chapeau conique et la variété des plats vietnamiens.

Et tu as vu beaucoup de gens porter des chapeaux coniques lors de ton séjour ?

Oui, j'en ai vu énormément à Saigon. J'en ai ramené énormément en France d'ailleurs. J'en ai donné un à ma grand-mère qui fait le jardin avec maintenant [rire].

P22 : Les petites rues serrées où il y a qu'un scooter qui passe. Les magnifiques paysages de nature aussi. Les rats plus gros que les chats aussi et les cafards partout.

Entretien de groupe

A : De l'eau, beaucoup d'eau. Un peu montagneux avec de la brume et quelques maisons sur pilotis ou alors complètement à l'inverse, les grosses villes avec des centaines de scooters.

M : En image, je dirais une Vietnamiennne âgée qui sourit et qui est dans une barque sur le Mékong. Après c'est étrange parce qu'en quatre mois que j'étais là-bas je suis pas sûr que j'en ai vu. De mon voyage, je me souviens sinon de ces maisons vietnamiennes construites en hauteur pour faire circuler l'air et la chaleur.

ES2 : Sons

Pourtant tu étais à Hanoï, ça t'a moins marquée ?

P1 : Ben je me souviens des grands bâtiments, mais c'est pas ce que je retiens en premier.

Un son plutôt calme, parce qu'il y avait moins de voitures qu'ici. C'était plus des sons

de nature. Des sons d'animaux. Ou des sons du quotidien... mais qui font plus naturels. Par exemple des gens qui font le marché des choses comme ça.

P2 : Les bruits de la campagne, les bruits des temples, quoi que ça, ça fait pas trop de bruit. Le bruit c'est difficile à définir. Mais après je retiens quand même les sons calmes. Les gens là-bas quand ils parlent ils crient pas. J'ai pas entendu un Vietnamien crier moi.

P3 : Les singes hurleurs.

P4 : Oui, là comme ça je dirais Hanoi et le fait que la ville ne dorme jamais. Ça, c'est un truc qui reste fort présent.

P5 : Les klaxons des scooters.

P6 : Les klaxons. Au début, c'est un peu perturbant, mais après tu t'y fais. Au Vietnam en scoot' ils roulent pas très vite par rapport aux autres pays. Mais par contre, ça klaxonne sans arrêt, en fait ils te signalent qu'ils te doublent. Après quand tu l'as intégré, ça te surprend pas parce que tu sais qu'ils sont en train de te doubler. On s'y fait.

P7 : Le trafic dans les rues.

P9 : Après c'est plus au niveau des sons que ça me revient vite, les klaxons, les criquets, les bruits de rues. Finalement là-bas c'est toujours bouillonnant.

-

P10 : Les bruits dans la rue, entre les scooters qui font pas de bruit, ceux qui en font, les pousse-pousse, les gens qui se klaxonnent, les conversations des gens... quelque chose d'un peu bruyant.

P11 : [rire] Les mobylettes. Les klaxons, klaxons de voitures, klaxons de moto.

P12 : Le son des motos et des klaxons.

P13 : Le bruit à Hanoi ! Oh lala oui.

P14 : Les klaxons. Ça vraiment du début à la fin je les entendais. Et vraiment, j'en pouvais plus, je voulais juste que ça s'arrête. Même la circulation en elle-même, c'est assez terrifiant. La fin de la semaine ça allait, mais le premier jour j'étais pas bien. Sur la route, il n'y a aucune courtoisie en fait, mais c'est leur façon de faire, qui est assez perturbante pour nous.

P15 : Ah, je pourrais vous dire de jolies choses comme les pagodes tous ça, mais c'est surtout les scooters. Peut-être les restaurants assez bruyants aussi. Le bruit dans un restaurant c'est pas grave là-bas.

P16 : Le son des klaxons.

Les klaxons des villes ?

P16 : Oui, mais aussi ceux dans la campagne. J'ai beaucoup été dans les terres et même les vélos, ils vont klaxonner. Si j'entends pas de klaxons, je ne me sens pas là-bas.

P17 : Les klaxons.

P18 : Le bruit des mobylettes. Alors ça, c'est vraiment quelque chose d'unique au monde.

P19 : Le moteur des mobylettes.

P20 : Et bien là où j'étais, j'avais des voisins, qui avaient une espèce d'oiseau infâme qui n'arrêtait pas de piailler. Le bruit des motos aussi.

P21 : Les scooters. Un jour un Vietnamien m'a dit qu'il y avait 10 millions d'habitants à Saigon et 8 millions de scooters.

P22 : Le bruit en continu. La rue, les scooters.

Entretien de groupe

A : En ville, une espèce de bordel sonore.

M : [...] Sinon pour les sons je me souviens de la langue vietnamienne que j'avais trouvée très belle [...].

ES3 : Odeurs

P1 : Les odeurs des marchés qui n'étaient pas toujours très très bonnes.

P2 : L'odeur de l'encens, toujours dans les temples. Les odeurs de fruits. Ouais beaucoup plus d'odeurs que chez nous, enfin des odeurs différentes de chez nous. Je les ai toujours dans le nez ces odeurs de temples. Nan et quand tu sors de l'aéroport tu as une odeur. Je pourrais pas la définir, mais tu as une odeur de là-bas.

P3 : Là pour le coup c'était le marché aux poissons. Ça puait. Avec la chaleur et tout quand tu es pas habitué, c'est une odeur qui marque.

P4 : Oui alors j'ai eu un gros *crush* pour les soupes. Pas que la saveur, les odeurs aussi.

P5 : Alors sachant que le Vietnam a une des cuisines les plus savoureuses du monde, c'est très dur. Alors l'odeur du riz déjà. Il y avait aussi le durian, un fruit qui sent très fort.

P6 : La nourriture évidemment. Autant tu vois la Thaïlande, ils sont pas accueillants, les paysages sont beaux et la nourriture très bonne, mais le Vietnam ça surpasse tout. Les plats sont très équilibrés. Alors vraiment les odeurs de plats salés, parce que là-bas ils n'ont pas de dessert.

P7 : L'odeur de la sauce poisson et l'odeur de l'encens. Peu importe où tu allais, tu avais ces odeurs.

P9 : Je n'arrive pas à m'en souvenir. J'arrive à me souvenir de l'odeur de la Chine qui te prend au nez instantanément, mais pas du Vietnam. Peut-être l'odeur des fruits. Une odeur de chaud en fait.

P10 : Les odeurs du marché avec le poisson séché, définitivement.

P11 : Les soupes de rues. Les Pho. D'ailleurs, c'est toute une aventure ça, avec leurs toutes petites chaises ou toi avec ta carrure d'Occidentale tu peux pas t'asseoir [rire]. Au Laos, ça va plutôt être les odeurs de barbecues. Mais on a mangé beaucoup de soupes dans la rue vraiment.

P12 : Le Banh Mi le matin [sandwich local].

P14 : Dans la rue, je dirais les voitures et les gaz d'échappement, mais sur une note plus positive, je dirais le jus de goyave.

P15 : Le Bun Cha. Du porc grillé, des nouilles et un peu de salade. Ça, il faut absolument goûter.

P16 : Alors des odeurs il y en a tellement. L'odeur des marchés évidemment, l'odeur des fruits. Puis la nourriture de manière générale.

P17 : Ah, il y a beaucoup d'odeurs. Les épices quoi. L'odeur du café aussi.

Donc plutôt des odeurs qui sont reliées à la nourriture ?

P17 : Beaucoup oui.

P18 : Alors là c'est un peu plus difficile. En même temps, quand on débarque de l'aéroport, il y a vraiment une odeur spécifique quand même. Une odeur liée à la chaleur, à l'humidité qu'on reconnaît, mais qui est difficile à décrire.

P19 : L'odeur de chaud et humide, je pense. L'odeur que tu sens quand tu arrives en Asie.

P20 : Franchement l'odeur de la chair brûlée. Je me suis brûlé 3 fois durant mon séjour à cause des pots d'échappement de moto. On appelle ça « le Saigon Kiss » là-bas. Ça te laisse une marque ronde de brûlure sur la jambe. En plus comme je suis très poilu, à chaque fois ça sent le cochon grillé.

P21 : Vraiment la nourriture.

P22 : Les fortes odeurs de poissons dans les marchés.

Entretien de groupe

A : La pollution, mais après dès que tu quittes la ville c'est plus du tout les mêmes ressentis. Après... une odeur de chaud. Aussi les odeurs de marché surtout les odeurs de poissons ou de crevettes fermentées.

M : [...] et les odeurs... les odeurs de Banh Mi des vendeurs de rue.

ES4 : Goûts

P1 : Il y avait les épices et les nouveaux fruits que j'ai goûtés. Des fois c'était de la découverte et des fois c'était vraiment de la surprise. Par exemple la mangue que pourtant on connaît, là-bas, elle avait pas du tout le même goût. Ça se trouve c'était juste psychologique.

Est-ce que les mangues tu qualifierais ça d'exotique ?

P1 : De la mangue je peux en manger tous les jours donc non je qualifierais pas ça d'exotique, plutôt de tropical.

P2 : La banane, surtout pour l'odeur, c'est exotique, le riz aussi. Dès que je fais du riz ça me rappelle mon voyage.

P3 : Des plats salés, épicés.

P4 : Alors ouais en dehors de la soupe Pho [rire], l'odeur des marchés c'est assez spécifique ainsi que des saveurs et des textures, que je n'ai jamais retrouvées en France.

P5 : La sauce Shiracha.

P6 : Les sauces.

P7 : La coriandre. Avant j'aimais pas ça, mais aujourd'hui je l'associe au Vietnam du coup maintenant j'aime cette saveur. Le Banh Mi aussi, un sandwich local. Et les fruits de mer surtout !

P9 : sauces de Saumur, la sauce soja, la sauce huitre.

P10 : Les rouleaux de printemps végétariens avec de l'oignon frit.

P11 : Et bien les soupes.

P12 : La coriandre.

P13 : Et bien écoutez, c'est pareil, je n'ai rien trouvé d'exotique parce que maintenant on mange ça partout. On est peut-être un peu blasé par ça. Vous voyez-moi, j'ai beaucoup voyagé et mes parents ils étaient déjà des précurseurs en leur temps. Quand j'étais petite, on mangeait déjà des kiwis. En région parisienne on trouvait déjà depuis longtemps toutes ces choses exotiques. Il n'y a plus grand-chose qui m'étonne.

P14 : [La goyave] et la coriandre. Je déteste la coriandre et il y en a dans tous les plats. Mais sinon une sensation, ça serait l'humidité. Souvent, j'avais la sensation de suffoquer. Quand je posais un papier dans mon hôtel, il était humide. C'est particulier cette sensation où tout est humide. C'est un peu lourd. J'ai vécu avec une collègue qui a vécu deux mois en Thaïlande et qui m'a dit que là-bas c'était tellement humide, qu'à la fin de son séjour elle a dû jeter ses vêtements parce qu'ils étaient moisis.

P15 : Ouais le Bun Cha et plus généralement la nourriture. Le thé aussi, il a une saveur particulière.

P16 : C'est vrai que la gastronomie vietnamienne est vraiment riche. On mange tout le temps tout est bon. Ça n'a rien à voir avec ce qu'on mange, même les légumes.

Vous au Vietnam vous allez vraiment manger local ?

P16 : Oui vraiment local

P17 : La sauce caramel (rire). Une saveur que j'aime bien. Après moi, je mange vraiment tout. J'ai goûté à tout.

P18 : La soupe, le Phô. C'est un truc que je pourrais manger matin, midi et soir.

P19 : Les fruits et le riz. Après c'est difficile il y a tellement de choses savoureuses à manger là-bas.

P20 : Je dirais le mélange entre la coriandre et la menthe. C'est un mélange qu'on retrouve souvent dans les rouleaux de printemps à la crevette. Pourtant je suis pas très menthe, mais là dans ce plat, à chaque fois c'est dosé à la perfection.

P21 : Ça va être dur. Y en a plein. Je dirais toutes les choses que je mangeais le matin dans la rue.

P22 : Le piment. Mais en vrai, c'est dur comme question, tu as tellement de choses excellentes à manger en plus c'est pas cher, pour moins d'un euro, tu manges comme un roi.

C. Documents cités lors des entretiens



Figure 1. Publicité Oasis. D'amûre et d'eau fraîche (2017).



Figure 2. Publicité FRAM.

Au cours des entretiens, P8 a expliqué qu'elle a rencontré le mot « exotisme » dans les rayons de supermarché. Nous avons sélectionné quelques-uns de ces rayons. Tous appartiennent à de grands distributeurs et se trouvent en France. On observe plusieurs éléments que nous avons déjà relevés dans les représentations sociales du Vietnam, et qui font référence à des imaginaires particuliers. La moto énonce l'aventure et la virilité, la végétation rappelle la nature sauvage et hostile, le tonneau et la carriole font référence au monde rural, le bambou est rattaché au monde asiatique, le bouddhisme montre la tradition et la spiritualité, la cabane exprime la rusticité et la simplicité. Notons la tête de Bouddha en statue dans un décor de feuille. Elle évoque l'exploration et les « grandes découvertes ».



1



2



3



4



5

Figure 3. 1 : Leclerc, St Médard, 2020 ; 2 : Intermarché, Vergy, 2020 ; 3 : Intermarché de Groix, 2019 ; 4 : Super U, St Yrieix, 2020 ; 5 : Leclerc, Bourg-lès-Valence, 2019.

Annexe 4. Les acteurs de l'exotisme dans l'industrie du tourisme

A. Les autorités locales : la corruption et la manipulation favorisent l'exotisme

Ces deux extraits d'entretiens réalisés par Dam Duy Long dans la communauté lagunaire de Tam Giang - Cầu Hai³⁶, montrent la façon dont les autorités locales vont parvenir à occuper une place privilégiée auprès des agences touristiques. De ce fait, ils ont une responsabilité si ces agences montrent aux touristes une représentation exotique des populations locales :

*« Dans ce village, il n'y a que ma maison et une autre capable d'accueillir les touristes. On peut faire aussi des repas délicieux pour les touristes. Les autres dans notre village ne savent pas comment faire avec le tourisme, ils n'ont pas d'expériences ni les connaissances nécessaires ».*³⁷

Chef de village de Phước Tích

*« Nous ne savons pas quand les touristes arrivent. C'est Monsieur Té (chef de village) qui voit avec Monsieur Thanh (un dirigeant de district). Tous les touristes sont toujours amenés chez Monsieur Té. Ils vont dormir et manger là-bas ».*³⁸

Propriétaire d'une autre maison dans le village

B. Les agences de voyages : vendre l'illusion de l'expérience singulière par la mobilisation d'un imaginaire exotique

Internet semble donner aux individus une plus grande autonomie. Les personnes mettent en avant le fait que leur destination leur a semblé plus accessible. Néanmoins, les répondants ne pensent pas que cette décentralisation leur a donné une plus grande liberté. Ils mettent en avant son côté illusoire. Ils ne se sentent pas plus en proximité avec la population. Ils expliquent que l'industrie touristique a changé ses formes, mais qu'elle oriente toujours, par différents agencements, les voyageurs :

³⁶ Duy Long Dam, *Developpement touristique et developpement local : La communauté lagunaire à Tam Giang - Cầu Hai, province de Thừa Thiên Huế, Vietnam*, Université de Franche Comté, s.l., 2017, p. 132.

³⁷ *Ibid.*, p. 141.

³⁸ *Ibid.*

Entretien de groupe

M : Après le tourisme, j'ai l'impression qu'il a beaucoup changé. Tant qu'il y avait internet, tu étais pas autonome. Tu avais plus tendance à faire des voyages en groupe, avec des guides qui connaissaient le terrain et les endroits à visiter. J'imagine que ça centralisait le tourisme sur des lieux bien précis. Avec l'arrivée d'internet, tout a paru accessible. Du coup, les gens ont voulu voir l'inaccessible, ce qui est rare. J'ai souvent entendu cette phrase : « Moi j'ai envie d'aller où personne n'est allé ». Ça, c'est un peu un attrape-nigaud. Toi qui ne connais rien au pays et à la culture comment tu peux te dire que tu vas trouver un endroit où personne n'est allé, ça n'a aucun sens.

S : Alors que tu peux très bien trouver un endroit « où personne n'a été », en ville, dans un bar et passer un bon moment avec des locaux.

M : C'est vrai que maintenant que tu peux aller où tu veux avec ton portable, tu demandes beaucoup moins aux locaux où tu veux aller. Ça coupe un peu le contact quand même.

S : Et puis maintenant, il est vachement plus compliqué de trouver une *guest house* sans internet. Il y a internet partout, même dans le trou du cul du monde. Tu as plus de mal à aller voir un gars et lui demander une chambre, que de réserver sur Google. Ça m'est déjà arrivé de voir que sur *Booking* il y avait de la place, d'aller voir le gars et comme il avait réservé toutes ses places pour *Booking*, il ne peut pas te prendre.

A : C'est vrai qu'avant je furetais à fond dans la ville pour trouver la bonne *guest house*, mais maintenant je vais sur *Booking*.

Dans cet extrait d'entretiens, la personne a conscience que son cadre d'expérience est transformé par l'organisation de l'agence de voyages. Ses interactions se situeront dans un cadre de modalisation et plus dans un cadre primaire :

Et cette mise en scène ce n'est pas ce que vous recherchez dans vos voyages ?

P13 : Pas trop. Après ça dépend des destinations aussi et des personnes. Par exemple, je suis partie en Afrique du Sud avec ma mère qui avait 80 ans, on pouvait que faire un voyage organisé. Surtout quand on ne connaît pas le pays. Mais c'est vrai que du coup même la découverte est organisée.

En janvier 2018, Havas Voyage diffuse un spot publicitaire pour une nouvelle application³⁹. Dans ce spot, on découvre un homme sur sa tablette, à qui on propose plusieurs destinations de vacances (le Portugal et le Pérou). L'environnement est mis en scène, rien n'est laissé au hasard



Figure 4. Tel un théâtre, le moindre détail de ce décor péruvien est inspecté et arrangé.



Figure 5. Les différents ouvriers s'attellent à rendre la plage la plus conforme aux critères du voyageur.

³⁹ YouTube, Havas Voyages, le Réseau des Nouveaux Voyageurs. 2018, https://www.youtube.com/watch?v=Z6w_DCmcVr4, (consulté le 18.08.2020)



Figure 6. Un natif cuisine dans une échoppe à l'imaginaire qui appelle à l'assigné au Pérou.

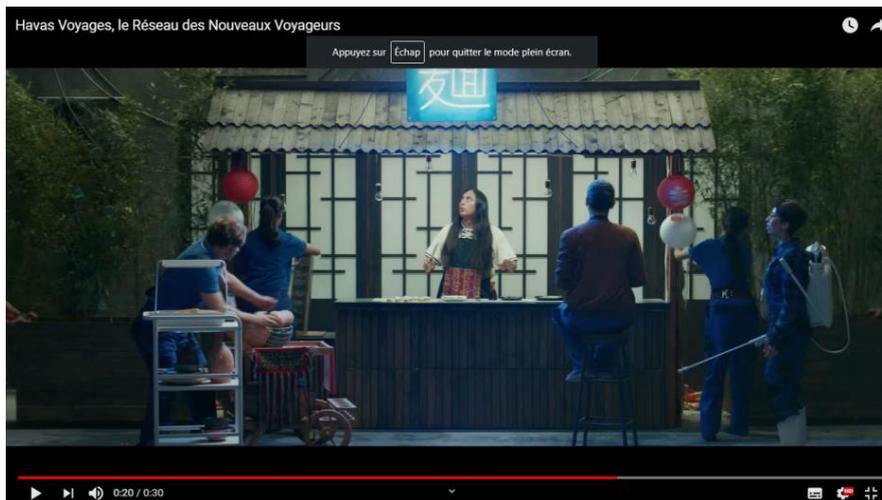


Figure 7. Grâce à quelques changements esthétiques, l'échoppe passe du Pérou au Japon.

Lorsqu'on regarde les affiches publicitaires qui vendent des circuits touristiques, on se rend compte qu'elles sont très similaires aux couvertures de guides touristiques. On voit des représentations socioculturelles et des topoï que nous avons déjà mis en avant dans nos analyses :

Figure 8. Enfants vietnamiens. Affiche de l'agence de voyages Asia, photographiée en 2019 à Toulouse.



Figure 9. Transporteurs des villes au visage caché. Affiche Carrefour Voyages, photographiée en 2019 à Lille.



Figure 10. Femmes vietnamiennes en nón lá et en áo dài. Présentation de la page « Vietnam » sur internet de l'agence de voyages Marco Vasco. (Consulté le 08 février 2020)



Figure 11. Enfants vietnamiens. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Voyageurs du Monde. (Consulté le 25 mars 2020)



Figure 12. Couché de soleil sur la baie d'Along et ses bateaux. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages TUI. (Consulté le 24 février 2020)



Figure 13. Baie d'Along. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Partir.com. (Consulté le 5 mars 2020)



Figure 14. Rizière et ethnies minoritaires. Présentation de la page « Vietnam » de l'agence de voyages Vietnam Original Travel. (Consulté le 6 mars 2020)

C. Les formations universitaires liées au tourisme : entre connaissance critique et séduction marchande

a) Master (1 et 2) mention Langues Étrangères Appliquées. Parcours Management de Projets Touristiques. Université de Lille

Dans cette formation, la plupart des matières sont détaillées, mais dans un souci de plus grande clarté nous avons retranscrit ici toutes celles qui semblaient en lien avec la thématique abordée.

Master 1	
SEMESTRE 1	
UE 1 Recherche	
L'objectif est d'offrir aux étudiants de Master 1 des connaissances solides sur la société et la culture contemporaine des pays étudiés ainsi que des compétences sur la méthodologie de la gestion de projets grâce à l'appropriation de ses principaux outils. En outre des journées d'études sont organisées sur des thématiques précises.	
Méthode outils gestion (22h)	
2 séminaires : Cultures et sociétés (11h +11h)	
+ journée d'études et conférence	
UE2 langues appliquées	
Les cours de langues se composent d'un cours de pratique de la langue en contexte professionnel et un cours de Recherche et Traitement de l'Information	
Langues (anglais, espagnol, italien, portugais, allemand)	
UE 3 Enjeux du secteur touristique	
L'objectif est d'appréhender la construction socioéconomique des mondes du tourisme, afin d'en déterminer les enjeux. En complément, l'acquisition de connaissances sur les différents modes de transport des voyageurs et la réglementation qui y est associée doit permettre aux étudiants d'être en capacité de proposer des solutions adaptées aux clientèles cibles.	
Tourisme et transport (16,5 h)	
<u>Socio-eco mondes tourisme (16,5 h)</u>	
Ce cours est une introduction à l'économie du tourisme. L'objectif est de découper le produit en activités de services et d'en analyser les spécificités et les dysfonctionnements. On insistera particulièrement sur la question de la qualité du produit.	
<ul style="list-style-type: none"> - Chap 1 : Introduction à l'économie du tourisme - Chap 2 : La configuration économique du produit touristique - Chap 3 : La construction socioéconomique des mondes du tourisme, la question de la qualité en jeu 	

UE 4 Management sectoriel
<p>L'objectif est d'aborder les spécificités du secteur événementiel prenant en charge l'organisation des salons, congrès, foires et événements de toutes sortes, pour le compte de collectivités locales, d'entreprises, d'associations,... Ce qui implique d'utiliser au mieux les synergies entre les activités impliquées par l'organisation desdites manifestations (transport, hébergement, découverte du patrimoine local...). En complément, le management hôtelier vise l'acquisition de connaissances sur les différents acteurs de l'hébergement, ainsi que les pratiques et réglementations dans ce domaine.</p>
Management hôtelier (16,5 h)
Management événementiel (16,5 h)
UE 5 Planification des actions touristiques
<p>Cette UE a deux objectifs complémentaires. En premier lieu, il s'agit de maîtriser et de mettre en œuvre un plan d'action stratégique adapté en fonction de l'organisation touristique (agence de voyages, voyageur, excursionniste, hôtel, office de tourisme,...) en ayant, au préalable, effectué une analyse minutieuse de l'environnement. Le deuxième objectif concerne la mise en place de procédures de contrôle de gestion qui doit permettre d'optimiser financièrement le plan d'action stratégique de l'organisation.</p>
Gestion budgétaire (16,5 h)
<u>Diagnostic et stratégie (16,5 h)</u>
<p>Ce cours est basé sur une simulation d'entreprise consistant à créer et gérer une entreprise de tourisme fluvial. Regroupés en équipes concurrentes, les étudiants jouent le rôle de dirigeants d'entreprise. A partir de documents économiques et financiers, ils doivent s'adapter, définir une stratégie et prendre des décisions de gestion.</p> <p>La simulation permettra d'aborder la démarche stratégique de l'entreprise de tourisme, le diagnostic externe, le diagnostic interne et les choix stratégiques</p>
UE 6 Montage de projets touristiques
<p>L'objectif de cette UE est d'acquérir, dans un premier temps, les compétences méthodologiques du montage d'un projet touristique permettant à l'étudiant d'être en capacité de proposer un projet touristique structuré et complet, qui doit tenir compte des contraintes de l'environnement (concurrence, réglementation...). En complément, cette UE permettra aux étudiants de comprendre les principes du tourisme durable et de savoir promouvoir le développement de ce type de tourisme, enjeu important dans ce secteur.</p>
Montage projets touristiques (11h)
Développement durable (16,5 h)
UE 7 Production d'offres touristiques
<p>L'objectif est de permettre aux étudiants de proposer un produit touristique et un mixmarketing adapté. Une analyse fine de l'environnement, des besoins de la clientèle et des connaissances sur les destinations</p>

touristiques et leurs spécificités sont les éléments indispensables, à la mise en place d'un produit touristique abouti. Les éléments du marketing opérationnel sont également abordés et incluent les particularités liées au secteur touristiques.

Géographie destination (16,5 h)

Approche géographique des destinations touristiques tendances et Top 10.

Savoir faire : Savoir analyser les diagrammes climatiques, cartes, statistiques, articles, vidéos, sites internet afin d'établir le profil d'une destination touristique en utilisant le vocabulaire spécifique. Utiliser judicieusement l'actualité économique, politique dans la présentation d'une destination touristique.

Objectifs : Savoir présenter géographiquement une destination touristique avec rigueur et passion, à l'écrit et à l'oral.

Production offres touristiques (16,5 h)

UE 8 Informatique

L'objectif est ici d'acquérir les bases permettant d'être opérationnel sur un logiciel de réservation spécifique au secteur du tourisme, logiciel fréquemment utilisé dans le secteur et permettant principalement de réserver des prestations aériennes et terrestres. Cette UE permet également d'être en capacité de construire un site internet adapté à l'activité de l'entreprise touristique (site marchand/non marchand).

Logiciels appliqués (en TD) (11h)

Création de site web (en TD) (16,5 h)

SEMESTRE 2

UE 1 Recherche

L'objectif est d'offrir aux étudiants de Master 1 des connaissances solides sur la société et la culture contemporaine des pays étudiés ainsi que des compétences sur la méthodologie de la gestion de projets grâce à l'appropriation de ses principaux outils. En outre des journées d'études sont organisées sur des thématiques précises.

2 séminaires : Cultures et sociétés (8h + 8h)

+ journée d'études et conférence (8h)

UE2 langues appliquées

Les cours de langues se composent d'un cours de pratique de la langue en contexte professionnel et un cours de Recherche et Traitement de l'Information

Langues (anglais, espagnol, italien, portugais, allemand)

UE 3 apprentissage (atelier d'échanges réflexifs) (15h)

L'apprentissage doit permettre à l'étudiant d'être en responsabilité ou d'être le collaborateur direct d'un(e) responsable de service (production, accueil, marketing,...) l'objectif étant notamment de confirmer une aptitude au management de projet (élaboration, mise en œuvre, évaluation d'une politique, management d'un service ou d'une équipe, etc.).

UE 4 management de l'entreprise touristique

L'objectif de cette UE est de connaître les règles juridiques propres au secteur touristique. Ainsi, l'ensemble de la réglementation fondamentale, liée au droit du tourisme et au droit des voyageurs, est abordée. Il s'agit également de maîtriser l'analyse financière appliquée à l'entreprise touristique et de savoir monter un budget de trésorerie afin d'avoir une vision globale au niveau comptable.

Droit travail national (20h)

Financement et gestion

Analyse financière (16h)

UE 5 acteurs du tourisme et développement

L'objectif est de réfléchir à l'émergence du tourisme de masse et aux formes alternatives de tourisme qui émergent. Ces notions sont indispensables à la construction d'une offre touristique, puisqu'elles permettent d'apporter une spécificité au produit/projet. La connaissance des acteurs du tourisme, des différentes parties prenantes, des producteurs et distributeurs de forfaits touristiques (réceptifs, voyagistes, agences), de leurs fonctions et les évolutions de leurs métiers, permet d'identifier rapidement et clairement les interlocuteurs nécessaires dans les différentes phases de montage du projet ou du produit (de la construction à la distribution).

Producteur et distributeur de forfaits touristiques (16h)

Acteurs du tourisme (8h)

Cycle de conférences réalisées par différents acteurs du secteur touristique

Développement formes alternatives (16h)

Ce cours vise à réfléchir à l'émergence du tourisme de masse, à sa crise et à la possible émergence de formes alternatives en s'appuyant sur la théorie économique et l'histoire.

- Chap 1 : La crise du tourisme fordiste
- Chap 2 : Le tourisme : atout ou mirage économique pour les pays en développement. La question des impacts en jeu.
- Chap 3 : Vers l'émergence de formes alternatives de tourisme, bilan critique.

UE6 : tourisme, territoire et politiques publiques

L'objectif de cette UE est triple, puisqu'il s'agit de connaître les enjeux géopolitiques et les territoires à risques, éléments particulièrement sensibles dans le secteur touristique. Mais aussi d'être en capacité de proposer une stratégie marketing adaptée au territoire et aux contraintes environnementales et enfin de connaître les méthodes et techniques visant à développer le pilotage de la décision publique.

Marketing territorial (16h)

Appréhender les spécificités du marketing territorial avec les problématiques inhérentes à la nature du territoire, la création d'une marque et son développement au niveau national et international

Géopolitique tourisme (16h)

La mise en œuvre et le management de Projets touristiques nécessitent d'avoir une connaissance actualisée de la situation géopolitique des destinations touristiques. A partir de données statistiques fournies par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) élaborant une classification des destinations touristiques, l'analyse de cartes, d'articles, de sites internet ministériels permettra de connaître les territoires à risque, sans risques. Les situations géopolitiques seront étudiées à trois niveaux : géographique, historique et humaine (« espace perçu »).

Management politique publique (16h)

Le cours prend en compte plusieurs approches relatives à la mise en œuvre des politiques publiques. Une introduction souligne l'importance de l'approche territoriale. Ensuite, les notions de politiques publiques sont déclinées afin de présenter ce qu'est concrètement une politique publique et comment celle-ci se décline :

- Au niveau des processus de régulation
- Pour ce qui concerne les stratégies d'acteurs
- Dans le cadre des différentes dimensions territoriales
- Le cours se clôture sur les aspects spécifiques du management public.

UE7 : Montage de projets et production d'offres touristiques

L'objectif de cette UE est de compléter les éléments de méthodologie abordés au premier semestre sur le montage d'un projet touristique ainsi que sur la production d'offre. Les notions abordées sur les méthodes de calcul de prix d'un forfait touristique se complexifient et les bases du logiciel de réservation spécifique au secteur sont développées.

Montage projet touristique (12h)

Organisation de voyage (20h)

Il s'agit de mettre en œuvre une démarche rigoureuse afin de créer un produit répondant à la demande du client et de proposer un prix qui est compatible avec les contraintes stratégiques, commerciales, organisationnelles et financières. Les dimensions éthique et durable doivent être prises en compte. La prestation touristique : montage d'un circuit de visite ou d'un itinéraire, d'un voyage dans une région française ou à l'étranger, d'une manifestation autour d'un événement, de l'accueil ou de l'accompagnement d'un groupe de touristes. Ce montage se compose d'un assemblage de services : transport, hébergement, restauration, guidage, vente de produits dérivés, assurance... méthodologie de montage de visites ou de voyages : A partir d'une demande bien identifiée, on étudie les différentes phases de construction de la prestation pour répondre à cette demande. Cahier des charges recherche d'informations, sélection des fournisseurs et prestataires,

négociation d'achat assemblage des composantes du produit, schéma – programme, itinéraire. Budgétisation de la prestation (présentation du devis, coût de revient, marge, TVA) offre de vente.

Infographie (8h)

MASTER 2

SEMESTRE 1

UE 1 Recherche : (cf. Master 1)

Cultures et sociétés : Séminaire A « Négociier avec ses partenaires dans un contexte interculturel » (17h)

Cultures et sociétés : séminaire B « Coopération, solidarité et promotion à l'international » (17h)

Methodologie de recherche (6h)

UE 2 langues appliquées (cf. Master 1)

Langues

UE3 atelier et mémoire (30 h)

L'apprentissage doit permettre à l'étudiant d'être en responsabilité ou d'être le collaborateur direct d'un(e) responsable de service (production, accueil, marketing,...) l'objectif étant notamment de confirmer une aptitude au management de projet (élaboration, mise en œuvre, évaluation d'une politique, management d'un service ou d'une équipe, etc.).

Mémoire, grande thématique

UE 4 Management de l'entreprise touristique

L'objectif est de savoir gérer et animer une équipe de collaborateurs, notamment une équipe internationale, impliquant des méthodes de travail, de recrutement et de gestion du personnel complexes. Il s'agit également dans cette UE de comprendre les principes et savoir mettre en œuvre une démarche qualité au sein d'une organisation touristique, permettant d'améliorer la satisfaction client et la fidélisation de ces derniers. En complément, les éléments liés à la stratégie de communication « off » et « on »-line sont présentés, permettant de connaître l'ensemble des outils utiles à la visibilité et à la notoriété de l'organisation touristique

Gestion de la communication de l'entreprise touristique et réseaux sociaux (12h)

GRH et animation équipe internationale (15h)

Voici un sujet transversal que vous retrouverez à tout niveau de votre vie professionnelle, car vous serez amené à communiquer avec ce service de manière régulière. Vous effectuerez des mises situations réelles avec une partie négociation. Également, vous comprendrez les enjeux et le rôle du service RH d'une entreprise. Problématique : comment limiter le turn over qui coûte très cher à l'entreprise. Nous ferons un focus sur un sujet clé : le recrutement et le suivi des new joiner. Enfin, nous aborderons les sujets suivants : le bien-être au travail et la montée en compétence des employés

Management de la qualité et de la satisfaction client (18h)

UE 5 tourisme, développement et politique territoriale

L'objectif est d'acquérir les compétences nécessaires à l'analyse et à la compréhension des implications des politiques territoriales, de savoir évaluer l'impact d'une politique territoriale et d'être en capacité de proposer des stratégies de développement adaptées aux territoires et à leurs spécificités

Politique territoriale (18h)

Ce cours s'intéresse aux stratégies de développement territorial. Il prend en compte la démarche de diagnostic territorial jusque la démarche de développement d'un projet.

Pour cela, le cours souligne dans un premier temps les notions et concepts clés du développement territorial :

- Développement endogène versus développement exogène
- Développement top down versus développement bottom up
- Le concept de développement durable.
- Il s'appuie sur la démarche classique de montage de projet.

Développement territorial (16h)

Ce cours s'intéresse aux stratégies de développement touristique dans le contexte du territoire et de ses spécificités. A partir d'une présentation des concepts-clés, bibliographie/sitographie, et d'études de cas, il s'agit de comprendre la relation « Tourisme & Territoire » (modalités, outils, expérimentations) à travers 4 thématiques :

- Tourisme & Attractivité territoriale : ressources, acteurs, valorisation, mondialisation/différenciation,...
- Tourisme & Planification territoriale : développement socio-économique, aménagement, environnement, durabilité,...
- Tourisme & Imaginaire territorial : image et identité territoriales, représentations socio-culturelles, événementiels,...
- Tourisme & Populations locales : rôles, appropriation, dialogue, intégration, résistance,...

UE 6 Tourisme, patrimoine et culture

L'objectif est de comprendre les principes du tourisme durable et savoir promouvoir le développement de cette forme de tourisme, de comprendre et remettre dans leur contexte les pratiques socioculturelles et de savoir détecter les éléments d'attrait d'une culture, les mettre en valeur et à disposition du public sélectionné. Cette UE est complétée par des conférences animées par des professionnels du tourisme, permettant la mise en perspective des notions acquises

Développement durable (21h)

Patrimoine territoire (15h)

Après avoir défini les termes Patrimoine et Territoire d'un point de vue d'un Géographe, nous nous intéresserons à la localisation, aux caractéristiques des sites, lieux patrimoniaux et de leur intégration territoriale, à l'échelle mondiale. Les patrimoines matériel et immatériel (classification UNESCO) seront traités à travers des cartes, des reportages vidéo, des photos...

Les risques et les enjeux concluront cette approche. Une intervention Hors des Murs en fonction de la programmation (sortie Terrain sur la métropole lilloise) permettant la découverte du patrimoine flamand illustrera ces interventions.

Tourisme et culture (20h)

Ce cours sera scindé en deux parties.

Partie 1 :

Cette partie présentera d'une part l'histoire du tourisme, d'autre part une réflexion sur le tourisme culturel aujourd'hui.

Origines du tourisme culturel :

- Présentation du « Grand Tour » du XVI^e au XIX^e siècle dont vient le mot « tourisme ».
- Les grandes étapes européennes du tourisme culturel : la France, l'Italie, l'Espagne,...
- Eléments d'histoire de l'art (Antiquité, Moyen Age, Renaissance, Baroque). - Le tourisme culturel aujourd'hui : l'exemple de l'Italie.

Partie 2 :

Ce cours présentera l'histoire du tourisme dans les mondes néerlandophones (Flandre et Pays-Bas) et anciennement néerlandisés (l'Indonésie), en mettant en particulier l'accent sur deux destinations très prisées par les touristes : l'une proche, Amsterdam et l'autre lointaine, Bali. Les voyages et parcours existants seront dans un premier temps analysés à travers différents supports papier ou en ligne (guides de voyage, brochures d'agence, récits de voyage, photographies). Les étudiants pourront imaginer à leur tour et à leur guise d'autres parcours correspondant aux réalités du tourisme d'aujourd'hui.

Des documents tirés de guides et de brochures depuis le début du XX^e siècle seront fournis au début du cours aux étudiants.

Conférences (20h)

UE 7 e -tourisme et m-tourisme

L'objectif est de connaître les tendances et les spécificités du E et M-tourisme qui doit permettre de proposer une stratégie de distribution adaptée. Les connaissances sur le logiciel de réservation spécifique au secteur du tourisme sont approfondies et l'utilisation des logiciels de conception graphique est abordée.

Numérique et stratégie de distribution (16h)

Infographie (16h)

UE 8 gestion de projets touristiques et entrepreneuriat

Cette UE permet d'acquérir les outils nécessaires à la gestion de projet ou à la création d'entreprise ainsi que les outils nécessaires à la gestion de projets événementiels. En complément, les différents modes de financement des projets touristiques (notamment les projets de création d'entreprise) sont abordés tout comme l'utilisation des outils de gestion des risques des projets touristiques.

Gestion projet événementiel (16h)

Gestion projets touristiques et entrepreneuriat (18h)
Développement personnel (TD) (6h)
Autres matières qui ont été ajoutés récemment (présentes pour l'année 2018-2019) dont l'UE n'a pas pu être connue
Evaluation politiques constantes
Négociation internationale et culturelle
Management interculturel (2h)
Montage projets touristiques

Master 2

SEMESTRE 2

Rapport d'activité, mémoire

b) Master (1 et 2) mention Tourisme. Parcours Monde Émergent. Option : Monde Chinois. École Supérieure de Tourisme et d'Hôtellerie de l'Université d'Angers.

Master 1

SEMESTRE 1

UEF1 Langues, civilisations et communication

- Anglais LV2 (Allemand, Espagnol, Italien, FLE, Russe, Chinois)
- LV3 (Allemand, Espagnol, Italien, FLE, Russe, Chinois)
- Régions et lieux touristiques en Europe
- Civilisations et histoire des idées

UEF2 Management et Gestion

- Marketing des services
- GRH
- Politique d'investissement
- Management des organisations

UEF3 Sciences Sociales

- Géographie et tourisme
- Sociologie et tourisme
- Économie et tourisme
- Dynamiques des pratiques touristiques

UEF4 Projet

- Méthodologie de la recherche
- Séminaire de recherche
- Projet professionnel
- Méthodologie de projet
- PEA
- Pratique théâtrale

UP1 Comportements et méthodes - Mondes Émergents
- Management interculturel
- Connaissance du système touristique
- Histoire et civilisation

SEMESTRE 2
UEF5 Management et Gestion
- Droit du tourisme
- Analyse financière
- Veille stratégique
UEF6 Enjeux du monde contemporain
- Développement durable
- Révolution numérique
- Mondialisation
UP2 Processus et outils - Mondes Émergents
- Histoire et actualité des pratiques touristiques
- Conception de produits touristiques
- Informatique de gestion
UP3 Stage et projet
- Stage
- Bilan expérientiel
- Suivi de stage
- Projet de mémoire
US1 Spécialisation
<u>Voir liste des spécialisations</u>

Master 2
SEMESTRE 2
UEF7 Langues, civilisations et communication
- Anglais
- LV2 (Allemand, Espagnol, Italien, FLE, Russe, Chinois)
- LV3 (Allemand, Espagnol, Italien, FLE, Russe, Chinois)
- Civilisations de l'Europe Centrale et Orientale
UEF8 Management et Gestion
- Démarche qualité
- Management d'équipe
- Droit international
- Marketing expérientiel
UEF9 Projet
- Bilan expérientiel
- Ateliers d'écriture
- PEA

- Animation de réunion
UP4 Comportements et méthodes - Mondes Émergents
- Analyse géopolitique
- Économie de l'aire culturelle
- Communication marketing
UP5 Processus et outils - Mondes Émergents
- Gouvernance et management des territoires
- Accueil des clientèles
- Études de marché
US2 Spécialisation (25 propositions)

SEMESTRE 4
UP6 Stage et projet
-Stage
- Suivi de stage
- Bilan expérientiel
- Mémoire

Extrait de l'entretien en partie cité dans la composition qui illustre l'imaginaire associé à la notion de pays en développement :

À quoi tu t'attendais avant d'aller au Vietnam ?

P7 : Et bien à de vieux clichés de pauvres petites françaises, soyons honnêtes. Tu t'imagines que tu vas être la plus riche sur place. Après, quand j'y suis pas allée avec cette vision : « la façon dont je pense est mieux que la leur », mais des fois, ça te rattrape. Ou tu vas voir des choses en te disant : « mais non, ça, ce n'est pas possible ». Et en même temps, tu as envie que ça se passe de voir ces choses pas possibles. Faut se remettre en question, je pense, sur ces choses-là.

Arrivée sur place, tu dirais que tu as vécu une sorte de désenchantement ?

P7 : Non, au contraire, j'étais plutôt soulagée que ça ne soit pas comme j'imaginai. J'avais peur de pas m'y retrouver. Parce que j'y restais quand même trois mois, et j'avais peur qu'il y ait trop de chocs, trop de choses différentes et je ne m'y plaise pas. Et fait si, c'était super ! Même pour les gens sur place, tu te dis c'est cool, ils vivent mieux que ce que j'avais imaginé au départ. Le Vietnam, c'est quand même considéré comme un « pays en développement » et en fait ce mot, il te crée des images de pays qui sont dans le besoin. Peut-être au niveau financier ou dans les campagnes, mais il faut faire attention par l'image qui est véhiculée par ces termes. Là, on est allées en tant que touristes, mais quand tu es dans le monde professionnel, je me dis que ça peut se retourner contre toi. Je pense qu'on les sous-estime.

c) Master (1 et 2) parcours Économie du Développement Touristique International (edti). Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme (IREST). Université Paris-Sorbonne

Master 1	
1er SEMESTRE 250 heures	
UE 1 : Les concepts fondamentaux du tourisme Gestion	
Droit et tourisme	
<u>Les concepts économiques fondamentaux</u>	
<p>Le cours explorera à la fois les dimensions économiques du tourisme et la place du tourisme dans l'économie. Dans un premier temps, les difficultés conceptuelles et méthodologiques d'une approche économique du tourisme seront mises en évidence et examinées. Ensuite, le cours examinera le produit touristique, en approfondissant les spécificités du service touristique et les problèmes de coordination posés. Au-delà de l'offre, la demande touristique sera étudiée en précisant les fondements, formes et fonctions de demande. Dans cette perspective, une double approche micro et macroéconomique sera présentée. Enfin, le cours portera sur les impacts du tourisme, non seulement économiques, mais aussi sociaux, culturels et environnementaux. À ce propos, l'importance du tourisme pour l'économie nationale sera définie à partir de différentes méthodologies : mesures d'impacts, balance des paiements et comptes satellites du tourisme. Une attention particulière sera portée sur l'évaluation des emplois du secteur touristique, en précisant l'importance des emplois directs et indirects, les formes particulières d'emplois et les difficultés du marché du travail touristique</p>	
<u>Les fondements du marketing touristique</u>	
<p>Le contenu du cours tient compte des objectifs suivants : L'acquisition de connaissances de base dans les domaines du marketing des services et du tourisme : notions de base, « boîte à outils » marketing ; L'application des concepts fondamentaux du marketing au contexte des entreprises et structures touristiques en tenant compte de différentes spécialités de M1 ; La prise en compte du développement d'internet et de la variété des clientèles des entreprises organismes et destinations touristiques en France</p>	
<u>Géographie du tourisme</u>	
<p>Le cours introduit l'approche géographique dans la compréhension du phénomène touristique, depuis l'apparition du tourisme et jusqu'à aujourd'hui, selon une triple perspective géohistorique, d'aménagement, et critique. L'enjeu est de replacer le développement du tourisme dans le temps long, en lien avec la production des lieux touristiques, pour comprendre leurs transformations contemporaines et les enjeux du tourisme dans la globalisation. Il s'agit également de se familiariser avec une approche géographique du tourisme, croisant la production des lieux, l'étude des mobilités, les pratiques spatialisées</p>	
<u>Socio-anthropologie du tourisme</u>	

Ce cours mettra d'abord en évidence comment, du fait des spécificités historiques de ces deux disciplines, sociologie et anthropologie ont développé des thématiques qui leur sont propres. Nous aborderons les approches spécifiquement sociologiques du tourisme, en lien notamment avec la sociologie de la culture et des loisirs et la sociologie du travail. Nous examinerons ensuite comment les anthropologues ont peu à peu pris en compte les phénomènes touristiques sur des terrains dits « lointains » avec en premier lieu des préoccupations liées à l'impact des pratiques touristiques sur des sociétés qualifiées de « traditionnelles ». Puis nous verrons que les deux approches convergent désormais autour de l'objet tourisme, à travers des thématiques communes, notamment l'authenticité, les imaginaires, et l'ethnicité et les constructions identitaires. I. Introduction à la sociologie et à l'anthropologie II. Sociologie du tourisme : thématiques et méthodes III. Anthropologie du tourisme : thématiques et méthodes IV. Thématiques croisées (1) : la question de l'authenticité V. Thématiques croisées (2) : ethnicité et constructions identitaires

UE 2 : Outils et méthodes

Anglais LV2

Atelier de terrain

Méthodologie de la recherche

Conférences de Spécialistes

Depuis plusieurs années, l'IREST organise un cycle de conférences animées par des professionnels et des chercheurs, sur de grandes questions d'actualité touristique, patrimoniale et culturelle. Conçues comme des forums d'échange et de débat, ouvertes aux professionnels, aux chercheurs et aux étudiants s'intéressant aux problématiques touristiques, les conférences seront suivies d'un échange avec le public. Ces conférences donnent lieu à des comptes rendus publiés sur le site de l'IREST : <http://www.univparis1.fr/ufr/irest/conferences-de-lirest/> Trans-spécialités, elles visent à sensibiliser les étudiants aux enjeux contemporains du tourisme, et à les mettre en contact de professionnels de haut niveau, de France et de l'étranger. L'assiduité à toutes les conférences est obligatoire (listes d'émargement).

UE 3 : Les systèmes du tourisme et du patrimoine

Outils et méthodes de l'observation du tourisme

Tourisme (é) TIC

Gouvernance de territoires dans le cadre du développement durable

Le cours vise à comprendre les contextes politiques et socio-économiques d'émergence de concepts mobilisés par une diversité d'acteurs poursuivant des agendas économiques et politiques pluriel, voire divergents, et dont les contours conceptuels demeurent flous. Il s'agira ainsi de saisir d'une part, les enjeux du paradigme de la durabilité dans le champ de l'action publique et privé à plusieurs échelles, et d'autre part, ceux de la gouvernance territoriale, précisément reconfigurée par l'émergence de la question environnementale. Des cas d'études en France et dans le monde seront explorés dans le cadre du développement touristique, à partir d'une approche critique.

Le centrage de cette formation est clairement orienté vers l'acquisition pratique d'une méthode de raisonnement pour être en capacité de faire le point sur le fonctionnement d'une organisation (une entreprise, une association,...) et définir une stratégie d'intervention pour transformer cette organisation, ce système d'action. Son but est clairement de former les étudiants à un « usage opérationnel » de la sociologie des organisations en

tant qu'outil de diagnostic et d'intervention (Pourquoi les membres d'une organisation agissent-ils de telle manière ? Pourquoi et comment transformer les fonctionnements d'une organisation ?)

Patrimoine culturel, patrimoine naturel : quels enjeux aujourd'hui ?

Le cours aborde la notion de patrimoine dans ses différentes dimensions (culturelle/naturelle, tangible/intangible, monumentale/vernaculaire) depuis le contexte de la mise en place de cette notion au XIX^e siècle à son élargissement (thématique, spatial, chronologique) au cours du XX^e et du XXI^e siècle. L'objectif du cours vise à analyser les multiples dimensions (politiques, sociales, culturelles, économiques) d'une notion polysémique et les enjeux de la valorisation touristique du patrimoine. Un des axes majeurs du cours sera de saisir les enjeux que charrient les concepts de Nature/Culture, un grand partage historiquement construit et situé, ainsi que leurs évolutions dans le champ patrimonial et touristique

2e SEMESTRE 260 heures

UE 1 : Fondamentaux du tourisme

Les marchés du tourisme

Ce cours sur l'étude des marchés du tourisme fait appel aux développements de l'économie industrielle pour donner les clés essentielles à la compréhension des marchés du tourisme et des logiques micro-économiques qui sous-tendent les réponses des acteurs concernés aux différentes politiques publiques. Dans une partie introductive, il reprend les principes essentiels de la théorie économique (rareté, choix, allocation, etc.), laquelle est née en partie du constat d'une relation de déséquilibre entre les ressources disponibles et les besoins des individus tout d'abord à l'échelle des nations puis aujourd'hui, avec l'introduction du concept de développement durable, au niveau planétaire. Dans une seconde partie, le cours s'intéresse au fonctionnement des entreprises et des marchés (formes), ainsi que leurs interactions (modèles de concurrence). Une dernière partie portera sur les évolutions récentes de marchés avec l'émergence de l'économie collaborative, le rôle de l'innovation et les enjeux du développement durable dans le secteur du tourisme

La mise en tourisme des sites

Il a pour objectif d'aborder les fondamentaux nécessaires pour construire une politique cohérente de mise en tourisme d'un site géographiquement défini. Les politiques de mise en tourisme étudiées sont celles des différents acteurs impliqués dans la valorisation des sites touristiques. Il s'agit notamment de mettre en application des outils méthodologiques, des indicateurs et des grilles d'audit, pour évaluer les politiques et les moyens que se donnent

les acteurs étudiés en vue de définir et mettre en œuvre ces politiques (étude de marché, etc.) et pour interpréter les attentes des touristes et des populations locales.
Conférences de Spécialistes Voir semestre 1
Etudes marketing
Anglais LV2
UE 2 : Tourisme international
Finances internationales et tourisme
Tourisme et transports internationaux
<u>Institutions internationales, géopolitique et mondialisation</u> Avec l'importance croissante du tourisme dans l'économie internationale sont apparus des entités responsables de sa mesure, de sa gestion et de son développement, mais également des institutions de lobby pour la reconnaissance du tourisme comme force économique et de changement. Toutefois, malgré une volonté d'amener le tourisme vers un développement durable de ses activités, il reste et demeure un secteur répondant principalement à des impératifs économiques. Quel rôle joue véritablement ces institutions internationales dans l'accompagnement du phénomène touristique, de ses crises et de ses transformations ? Si l'OMT possède le leadership politique voire idéologique, un manque de moyens certain porte à croire qu'il n'est peut-être pas l'organisme le plus à même d'opérer ou d'encourager la transition vers un tourisme durable. [...]
<u>Tourisme international et économies émergentes (BRIC)</u> Today the tourism industry is one of the most important driven forces of economic growth worldwide, and the BRICs and Developing Countries are playing a crucial role in this trend. After many years of rapidly development and industrialization, many developing economies and emerging markets are paying more and more attention to tourism, by addressing the policy actors and decision-makers to enhance broaden their horizons (and implementing new alternatives of development) within their regional economic systems. Following this assumption, at this time the tourism represents the main economic and cultural pivot for re-thinking a new form of qualitative growth that supposed to hold the sustainability and the environment principles as the main paradigms of reference. Therefore, we also need to look at the essential factors and reasons which have resulted in some profound changes to tourism worldwide (Asia, Africa, and South America in particular) and at how new forms of tourism have emerged and are emerging in Developing Countries. During the course, we will analyse the important elements and factors of change, the main international framework of global development and how Europe is reacting to these rapid changes in a multi-polarity world system. We will pay attention to the local, regional and global phenomena in order to face and understand their impacts (natural, social, cultural, economic, political, and environmental) and effects in the emerging economies and how the new tourist markets are developing their specific services and products. In the developing countries and BRICs, the emergence of new forms of tourism in terms of sustainable, cultural and eco-tourism is testimony to the rising of new characteristics of tourism and hospitality industries, which need to upgrade and work together in order to foster the level of competitiveness and social innovation in terms also of co-creation and co-production in specific tourist destinations. It is known that the "new" in tourism also helps us to trace the relationships with new types of

consumer (known as the middle class from emerging countries), new types of institutional and private organizations by local and political linkages and new forms of economic productions related to these particular countries, which are experiencing a huge growth based on tourism and hospitality industry. To conclude, the course will provide the main contents concerning the fundamental and rapid changes in the tourism sector (and regions involved) and it will target the main learning outcomes in order to meet the students' needs and expectations. It will show different examples and models of development based on practical and strategic tourism approaches in order to meet the required objectives, underlined by the IREST program.

Politiques d'attractivité à l'international

La question de l'attractivité a suscité depuis quelques années un intérêt croissant, aussi bien dans le monde des chercheurs en économie qu'au sein des agences de développement territoriales. Ce cours a pour objectif d'aborder les fondamentaux nécessaires pour comprendre les politiques menées pour développer l'attractivité du tourisme à différents niveaux.

L'internationalisation de la demande touristique

Dès ses origines, le phénomène touristique a revêtu une dimension transfrontalière. Cette caractéristique s'est accentuée avec l'avènement du tourisme de masse et l'abaissement relatif du coût du transport longue distance. Non seulement la croissance des flux des déplacements internationaux a été forte et soutenue, mais le phénomène s'est globalisé et des interrelations de plus en plus marquées se sont développées avec les grands problèmes économiques, financiers, commerciaux, mais aussi environnementaux, politiques, sanitaires, sociaux et culturels, de notre temps. Des structures et des politiques de coopération ont été bâties pour répondre à cette nouvelle problématique.

Spécialisation touristique et compétitivité internationale

La concentration économique et géographique des activités et l'accroissement de la concurrence sont des tendances fortes des économies contemporaines. Dans ce cadre, le cours examinera les stratégies de spécialisation touristiques et ceci par rapport à une compétitivité internationale accrue. Les thèmes de la spécialisation et de la compétitivité seront abordés, dans un premier temps, à partir des principales théories économiques. Ensuite, sur la base de cette approche historique et théorique, l'analyse de cas d'étude (principalement du Groenland et des régions Nordiques) permettra de comprendre l'intérêt d'une spécialisation touristique internationale, son effectivité, et ses perspectives de pérennisation.

UE 3 : Outils et méthodes

Approche quantitative du tourisme

Tourisme et interculturalité

Le cours vise l'acquisition d'outils théoriques permettant de comprendre les phénomènes interculturels selon un point de vue qui dépasse une approche essentialiste de la culture. A l'issue du cours, les étudiants seront à même de distinguer les différentes approches - en particulier celles de la socio-anthropologie et de la gestion - appliquées à l'interculturalité. Ils auront connaissance des différentes manières dont la question de l'interculturalité se pose dans les contextes touristiques. A partir d'études de cas, les étudiants seront amenés à analyser des situations définies comme interculturelles en choisissant un point de vue disciplinaire

Méthodologie du mémoire
Techniques de recherche d'emploi
Atelier de terrain

Master 2
SEMESTRE 1 275 heures
UE 1 : Gestion de Projets
Gestion budgétaire et financière des projets touristiques
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques
<u>Tourisme et développement durable</u>
Sensibiliser les étudiants aux contenus du développement durable et plus précisément à leur mise en œuvre dans les établissements et activités touristiques
<u>Droit international public et privé, anglo-saxon du tourisme</u>
Partie 3: Cultural Heritage and Sustainable Tourism Development: A legal study of the field of planning for economically and environmentally sustainable communities focusing on traditional government land use and environmental regulations, but also on private sector initiatives to create ecologically sensitive new industries. Mention of successful and troubled cultural and religious tourism in its legal system's context, giving examples from Muslim countries, Egypt, Nigeria, Canada, USA, India, China, Japan, Europe, New Zealand, Australia, and other countries. Emphasis is placed on law, good laws and bad laws, from international governmental organization standards such as OECD, EU, UNESCO, UN-WTO, the millennium development goals, as well as, regional agreements, country based laws, and local ordinances protecting religious development and those laws that harm religious tourism.
<u>Politiques d'attractivité, tourisme et territoire national</u>
Thiard (2007) évoque le polymorphisme de la notion d'attractivité. Il existerait une attractivité territoriale au sens large et à laquelle contribueraient des attractivités définies au sens étroit (économiques, résidentielles, touristiques, culturelles, commerciales). Ainsi, l'attractivité d'une destination touristique ne peut être dissociée de la problématique générale de l'attractivité d'un territoire (Fabry, 2009). Ce cours présente la notion d'attractivité et son développement parallèlement à la notion de compétitivité. Cette compétition croissante a conduit à une véritable course à l'attractivité par des biais et politiques divers. La mise en place d'infrastructures ou de politiques d'incitation à l'investissement constitue le premier levier de l'action publique. Le management culturel avec la promotion de l'identité de la destination ou la mise en place d'un flagship (projet Phare) pour dynamiser l'attractivité forme le second levier

Stratégies des destinations touristiques

The objective of the course is to understand the socio-economic, political and cultural dimensions of the strategies applied to tourism destinations at several scales and by a diversity of public and private actors. The concepts of strategy will be introduced, its background will be highlighted and its methodologies and tools will be presented. The concept of tourism destinations will also be challenged. The role of space and heritage will be emphasized in the processes of strategic planning within the frame of tourism development. Several case studies applied in France and in the world will be explored based on tourism destinations presenting very different socio-economic, political and cultural realities.

UE 2 : Spécialisation Internationale

Le tourisme vu par l'Europe

Economie du Patrimoine

Métropolisation, Globalisation et Tourisme

Tourisme en bassin méditerranéen

Les politiques de coopération internationale

Ce cours traite du développement du tourisme au niveau international et des principaux défis auxquels sont confrontés les gouvernements dans ce domaine. Il apporte aux étudiants des éléments d'information et de compréhension concernant les mécanismes de coopération multilatérale et l'implication des institutions internationales (OMT, UNESCO, OCDE...) dans ce domaine. Il traite également des politiques de coopération Nord/Sud, Sud/Sud, décentralisées, ainsi que des actions de coopérations mises en place au niveau régional

Tourisme international et réduction de la pauvreté

Si le tourisme est facteur de croissance économique, nombreux sont ceux qui défendent également sa capacité à lutter contre la pauvreté. Pourtant cette approche ne fait toujours pas l'unanimité et en particulier l'idée qu'il puisse être possible de développer un tourisme dit « pro-pauvres ». Entre volonté politique et réalité du terrain, l'implication des plus pauvres dans le développement du secteur touristique n'a pas toujours rencontré les résultats attendus.

UE n° 3 : Outils et méthodes

Méthodologie de la recherche

Atelier de terrain

Anglais/LV2

Master 2

SEMESTRE 2

Stage ou apprentissage & Mémoire

Annexe 5. Des représentations exotiques du Vietnam qui déforment les réalités locales et les preuves historiques

A. L'image de la population générale : entre confusion, misérabilisme et populisme

Sur ces différentes photos, nous pouvons voir que la population vietnamienne est associée à trois représentations : guerrier, victime et exilé.

a) Guerrier

Ces images montrent la représentation guerrière des Vietnamiens pendant les conflits d'Indochine et la guerre américaine. Les guerriers Viêt-Minh ou Viêt-Cong sont décrits comme une force qui parvient à tenir tête aux armées occidentales :



Figure 16. Guerilla Girls de Wilfred Burchett. 1964.



Figure 15. Journal « Le Parisien » du 9 mai 1954.

Figure 17. Journal « Le Figaro » du 8-9 mai 1954.



b) Victime

Sur ces images les Vietnamiens sont montrés comme victimes de la guerre. Le spectateur devant ces photos voit la mort et la souffrance.



Figure 18. Journal « France-Soir » du 2 mai 1975.



Figure 19. Massacre de My Lai. Ronald L. Haeberle. 1972.

c) Exilé

Ces images représentent des Vietnamiens qui recherchent l'exil. Ils sont montrés vulnérables et dans l'attente de solidarités internationales.



Figure 20.
La jonque secourue par
le « Mary » en mer de
Chine. Patrick Bar.
1988.



Figure 21.
Journal « Libération » du
21 juillet 1979.

B. Les populations spécifiques : des figures adaptées aux besoins des exotisants

Nous exposons ici quelques images datant de l'Indochine. Nous invitons le lecteur à comparer ces images aux différentes illustrations de guides touristiques et d'agences de voyages qui apparaissent dans ce volume. Il s'apercevra de certaines similarités esthétiques.

a) L'hypersexualisation des femmes asiatiques durant la colonisation

Figure 26.
Tonkin-Doson-
Porteuses en
marche. Carte
postale. 1910.
(Source : Les
femmes
françaises aux
colonies. Chivas-
Baron)



Figure 24.
Tonkin-Doson-
Porteuses en repos.
Carte postale.
(Source : BNF
Gallica)

Figure 22.
Congoï-Annamite-
Cochinchine. Carte
postale. 1909.
(Source : BNF
Gallica)



Figure 25.
Tonkin-Haiphong-
Femmes fumant la
pipe. Carte postale.
(Source : eBay)

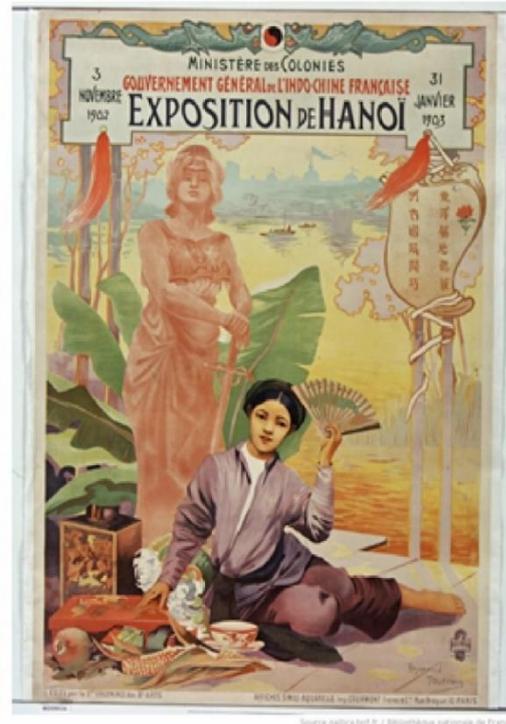


Figure 23.
Exposition de
Hanoï. 1903
(Illustrateur
Tournon
Raymond.
Source : BNF
Gallica)

b) Animalisation et asexualisation des hommes

Figure 28. Éléphants montés par des hommes dans l'Annam (début du XX^e siècle)/Agence économique de l'Indochine. (Source BNF Gallica)

Figure 27. Le Pousse-Pousse saïgonnais. Carte postale. (Source BNF Gallica)



Figure 29. Exportation du riz de Cochinchine. (Source BNF Gallica)

Source gallica.bnf.fr / CIRAD

c) Le culte du « bon sauvage » se prolonge pour les ethnies minoritaires

Figure 34. Tonkin. Cho-Ra (région des Ba-bé) : femmes Mans-coc. Pierre Mirande. (Source : BNF Gallica)



Figure 31. [Sans titre] Antonio J. 1902. (Source : BNF Gallica)



Figure 30. Indochine - Minorités : [Proto-indochinois] Nha Trang. (Source : BNF)



Figure 32. Une jeune femme moi (sic) et son poupon . René Tétart. 1919. (Source : BNF Gallica)



Figure 33. [Sans titre] Antonio J. 1903. (Source : BNF Gallica)

Annexe 6. Des idéaux types pour saisir la relation entre le décodage cognitif et le réel

A. L'exotisme de conception immersive

Pour cette personne, l'industrie touristique montre la culture seulement de manière superficielle. Elle explique que voyager « hors des sentiers battus » permet de voir des réalités moins artificielles et aménagées. Voyager de manière autonome permettrait de se confronter à des situations et des populations plus authentiques.

Quelle est la manière de voyager que vous préférez ?

P13 : Même si j'ai beaucoup voyagé en voyage organisé, ce que je trouve intéressant aussi et cela donne une bonne approche du pays, je préfère voyager « à l'aventure » ce que j'ai fait lors de retrouvailles par exemple avec ma sœur qui a habité quelques années en Guyane. J'y suis allée 3 fois et ça m'a permis d'appréhender le pays avec quelqu'un de très « aventurier ». J'ai apprécié également le Laos, où je suis allée 3 fois également. J'ai vécu avec les « gens du cru ».

Voyager par ses propres moyens permet une approche plus réelle du pays et aussi de sortir des sentiers battus, c'est-à-dire ne pas voir ce que l'on veut nous faire voir !

Dans ces deux extraits, on retrouve des représentations sociales que les touristes/voyageurs projettent sur les Vietnamiens. On observe qu'il s'agit de représentations idéalisées. Dans l'enquête, ces deux personnes ont expliqué envisager de partir au Vietnam parce que leur vie en France ne leur convient plus. Elles voudraient vivre sur le long terme les expériences qu'elles ont faites dans le monde sacré. Pourtant, notre analyse a montré que la satisfaction et les ressentis du monde sacré sont indissociables d'un monde profane.

P16 : La première fois, j'étais perdue, je n'avais pas mes repères. Par exemple, juste traverser une rue c'était une épreuve. On est complètement différent des Vietnamiens, ils pensent différemment de nous, ils n'ont pas les mêmes réactions que nous. Eux ils sont super souriants. Je veux dire nous en France, il y a beaucoup de personnes qui viennent en vacances. Pour autant, on ne les invite pas chez nous, on n'a pas envie d'apprendre à les connaître. Chez eux, un petit sourire et hop on t'invite, tu bois un petit thé même s'ils te connaissent pas. C'est naturel chez eux.

P15 : Si on peut faire des généralités, je pense que c'est des gens qui ne se prennent pas la tête pour des broutilles. Ils perdent pas leur temps, s'ils ne sont pas

d'accord, ils ne vont pas débattre. C'est des gens qui sont « pratiques ». Ils vont être très très malins pour chercher et trouver ce qui est pratique. C'est des gens qui se soucient peu des règles [...]. Je pense que les Vietnamiens c'est des gens qui sortent tout juste de l'ère communiste et du coup ils ont vraiment envie de tenter leur chance dans l'entrepreneuriat. Ils sont très très optimistes sur l'avenir de leur pays et ils savent que leur pays va se développer très rapidement. C'est des personnes qui ont un niveau d'étude très important, mais pas par compétition comme la Corée. Je pense qu'ils sont vraiment motivés par leur réussite personnelle. Ils font des études pour les compétences, pour construire un réseau. Ils veulent profiter du *Vietnames Dream*. C'est des gens qui n'ont pas peur de l'échec. Ils ont vu tellement de misère qu'à un moment ils se disent « qu'est-ce qui peut nous arriver de pire ? ». Ce n'est pas des gens qui sont faux, ils sont très fraternels et ils se respectent. Au Vietnam, on sent pas cette hiérarchie, ils sont plus dans un respect fraternel oui. C'est des personnes aussi très fières de leur pays. Ils ont une réelle fierté patriotique et une fierté de leur culture.

Dans cet extrait d'entretien que nous avons découvert sur un blog de voyage, l'individu se projette dans un imaginaire d'aventure. Il a l'impression d'incarner des héros qu'il associe à l'exploration. Il est dans un phénomène de *Einbildung*. Nous nous situons dans un exotisme de conception immersive. Voyageur et population possèdent chacun leur rôle dans l'univers mental du voyageur. Le natif tient le rôle du « bon sauvage » ravi d'accueillir le voyageur en lui montrant ses coutumes. Le voyageur s'imagine être l'unique et le premier explorateur à entrer au contact de ces populations isolées. Il trouve l'authenticité, le réel orienté, qu'il projette et qu'il a attendu. On peut supposer que le cadre d'expérience (d'après la théorie de Goffman) est transformé. Le voyageur cherche la jouissance et non la rencontre ou la découverte. Les locaux ont conscience de ce que souhaite le voyageur.

Je me rappellerai toujours de la fascination que j'ai vécue en chassant à la sarbacane chez les Kélabits de l'île de Bornéo et en observant une dame Kalinga effectuer des tatous de manière ancestrale dans le village de Buscalan aux Philippines. J'avais alors l'impression de vivre exactement le même sentiment que les explorateurs tels Christophe Colomb et Jacques Cartier qui découvrent de nouveaux territoires.

S'aventurer vers une tribu ou un coin du monde qui sort des sentiers battus est garant de dépaysement. On est alors souvent chaudement accueilli et on peut y vivre pleinement l'authenticité d'une culture bien vivante (de quoi rassasier le petit côté « Indiana Jones » qu'on peut avoir en nous) !⁴⁰

⁴⁰ Pierre-Luc Côté, *À la rencontre des peuples isolés : 18 ethnies à visiter à travers le monde*, <https://www.explorerlaplanete.com/a-la-rencontre-des-peuples-isoles/>, (consulté le 25 septembre 2020).

B. L'exotisme de conception contemplative

P2 qui pratique des circuits organisés explique le confort de cette forme de voyage.

P2 : C'est intéressant aussi de voyager en groupe. Quand on est avec d'autres Européens, on découvre ensemble. Mais attention les voyages organisés il faut une bonne agence, pas le genre « touriste-touriste ». Mais après le problème c'est quand tu veux faire des choses très bien en groupe c'est très cher aussi. Mais après tu vois de belles choses. Je pense que quand tu voyages seul, t'es un peu livré à toi-même. Tu vas passer du temps à trouver un logement, un restaurant et ça, c'est chiant. Quand tu es avec un groupe ben tu ne te poses pas la question. Tu as pas le souci de te demander : qu'est-ce que je vais faire ce soir. Mais de l'autre côté, tu es canalisé sur un truc. Il faut vraiment bien choisir son organisme.

Des aménagements sont mis en place pour permettre aux visiteurs de voir certains événements culturels relevant du folklore. Dans cet exemple, on observe que c'est la culture sur place qui s'adapte au visiteur. Cela pose la question de l'authenticité d'une culture mise en scène.

Entretien de groupe

S : J'avais vu qu'il y a un phénomène qui apparait de plus en plus maintenant, celui de rajouter des dates à des cérémonies ancestrales. J'ai vécu ça en Indonésie, à Sumba durant le rituel du Pasola. Ils ont rajouté des dates dans l'année parce qu'il y avait trop de touristes qui venaient voir l'événement. C'est un rituel de passage où des personnes ramassent des vers luisants dans l'eau, et font des joutes à cheval, ça s'étale sur 15 jours. Nous on n'y a pas été du coup, parce quand on est arrivé tout était complet et on nous a proposé de rajouter des dates alors que c'est des rituels, une cérémonie, qui existaient bien avant l'arrivée des touristes.

Annexe 7. Autre

Ce graphique est énoncé dans le chapitre XIII.

Bamboo distribution

(source: N. El Bassam, K. Jakob, 1996)

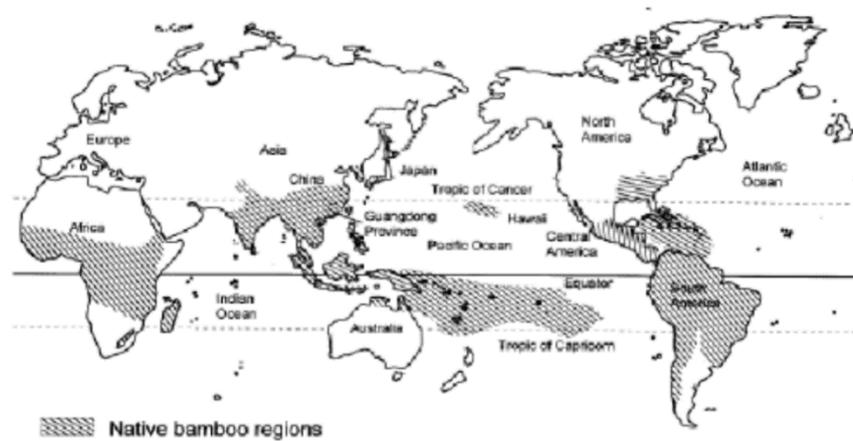


Table des Illustrations

Figure 1. Publicité Oasis. D’amûre et d’eau fraîche (2017).....	92
Figure 2. Publicité FRAM.	92
Figure 3. 1 : Leclerc, St Médard, 2020 ; 2 : Intermarché, Vergy, 2020 ; 3 : Intermarché de Groix, 2019 ; 4 : Super U, St Yrieix, 2020 ; 5 : Leclerc, Bourg-lès-Valence, 2019.	93
Figure 4. Tel un théâtre, le moindre détail de ce décor péruvien est inspecté et arrangé.	96
Figure 5. Les différents ouvriers s’attlent à rendre la plage la plus conforme aux critères du voyageur.....	96
Figure 6. Un natif cuisine dans une échoppe à l’imaginaire qui appelle à l’assigné au Pérou.....	97
Figure 7. Grâce à quelques changements esthétiques, l’échoppe passe du Pérou au Japon.	97
Figure 8. Enfants vietnamiens. Affiche de l’agence de voyages Asia, photographiée en 2019 à Toulouse.	98
Figure 9. Transporteurs des villes au visage caché. Affiche Carrefour Voyages, photographiée en 2019 à Lille.....	98
Figure 10. Femmes vietnamiennes en nón lá et en áo dài. Présentation de la page « Vietnam » sur internet de l’agence de voyages Marco Vasco. (Consulté le 08 février 2020).....	98
Figure 11. Enfants vietnamiens. Présentation de la page « Vietnam » de l’agence de voyages Voyageurs du Monde. (Consulté le 25 mars 2020)	98
Figure 12. Couché de soleil sur la baie d’Along et ses bateaux. Présentation de la page « Vietnam » de l’agence de voyages TUI. (Consulté le 24 février 2020)	99
Figure 13. Baie d’Along. Présentation de la page « Vietnam » de l’agence de voyages Partir.com. (Consulté le 5 mars 2020).....	99
Figure 14. Rizière et ethnies minoritaires. Présentation de la page « Vietnam » de l’agence de voyages Vietnam Original Travel. (Consulté le 6 mars 2020).....	99
Figure 15. Journal « Le Parisien » du 9 mai 1954.....	118
Figure 17. Guerilla Girls de Wilfred Burchett. 1964.....	118
Figure 16. Journal « Le Figaro » du 8-9 mai 1954.....	118
Figure 19. Massacre de My Lai. Ronald L. Haeberle. 1972.....	119
Figure 18. Journal « France-Soir » du 2 mai 1975.	119
Figure 20. La jonque secourue par le « Mary » en mer de Chine. Patrick Bar. 1988.	120
Figure 21. Journal « Libération » du 21 juillet 1979.	120
Figure 22. Tonkin-Haïphong-Femmes fumant la pipe. Carte postale. (Source : eBay)	121
Figure 23. Congaï-Annamite-Cochinchine. Carte postale. 1909. (Source : BNF Gallica).....	121

Figure 25. Exposition de Hanoï. 1903 (Illustrateur Tournon Raymond. Source : BNF Gallica)	121
Figure 26. Tonkin-Doson-Porteuses en marche. Carte postale. 1910. (Source : Les femmes françaises aux colonies. Chivas-Baron)	121
Figure 24. Tonkin-Doson-Porteuses en repos. Carte postale. (Source : BNF Gallica)	121
Figure 27. Le Pousse-Pousse saïgonnais. Carte postale. (Source BNF Gallica)	122
Figure 28. Éléphants montés par des hommes dans l'Annam (début du XX ^e siècle)/Agence économique de l'Indochine. (Source BNF Gallica)	122
Figure 29. Exportation du riz de Cochinchine. (Source BNF Gallica).....	122
Figure 31. [Sans titre] Antonio J. 1902. (Source : BNF Gallica)	123
Figure 32. Une jeune femme moï (sic) et son poupon . René Tétart. 1919. (Source : BNF Gallica) ...	123
Figure 33. [Sans titre] Antonio J. 1903. (Source : BNF Gallica)	123
Figure 34. Tonkin. Cho-Ra (région des Ba-bé) : femmes Mans-coc. Pierre Mirande. (Source : BNF Gallica).....	123
Figure 30. Indochine - Minorités : [Proto-indochinois] Nha Trang. (Source : BNF Gallica).....	123