



Article scientifique

Article

2008

Accepted version

Open Access

This is an author manuscript post-peer-reviewing (accepted version) of the original publication. The layout of the published version may differ .

Qu'est-ce que l'exotisme ?

Staszak, Jean-François

How to cite

STASZAK, Jean-François. Qu'est-ce que l'exotisme ? In: Le Globe, 2008, vol. 148. doi:
10.3406/globe.2008.1537

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:76448>

Publication DOI: [10.3406/globe.2008.1537](https://doi.org/10.3406/globe.2008.1537)

QU'EST-CE QUE L'EXOTISME ?

Jean-François STASZAK

Département de géographie
Université de Genève

Résumé : *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. L'article analyse 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. L'exotisation passe par une mise en scène de l'Autre, réduit au rang d'objet de spectacle et de marchandise – mais quelques pistes se présentent pour le dés-exotiser et lui rendre son statut d'alter ego.*

Mots-clés : *Ailleurs, altérité, exotisme, exotisation, objectivation, orientalisme, pittoresque, postcolonial, tourisme.*

Abstract: *A place or a thing is not exotic because of its own characteristics but rather because of somebody who sees and describes it that way. The paper presents exotization as a process involved in the geographical production of otherness, specific to the European and colonial context. The Occidental ambiguous fascination for the exotic does not apply to any faraway country: the attribution of this "privilege" takes place within the political and cultural history of colonization. The exotization process implies the objectification and the commoditization of the Other, reduced to a stereotyped role in a picturesque show. To be de-exotized, the exotic Other has to become an alter ego.*

Keywords: *Elsewhere, exotic, exoticism, objectivation, orientalism, otherness, picturesque, postcolonial, tourism.*

Introduction

Tenter de caractériser l'exotisme d'un point de vue géographique (c'est le propos de cet article), ce n'est bien sûr pas essayer de le localiser, encore qu'on montrera que les objets ou les paysages exotiques se situent quelque part. C'est évidemment s'interroger sur une catégorie géographique. Pour comprendre l'exotisme, conçu comme un discours, il faut examiner qui l'énonce et dans quelles conditions – non seulement en termes d'histoire sociale et politique mais aussi en termes d'histoire culturelle et des représentations. Si l'exotisme relève d'un imaginaire

géographique, il ne débouche pas moins sur des pratiques bien réelles, qui ont un impact sur le monde réel : ainsi la caractérisation de tel pays comme exotique nourrit des flux touristiques qui en transforment les paysages, la société, l'économie, etc. L'intérêt d'une approche géographique de l'exotisme tient à l'analyse de l'articulation des représentations, des pratiques et des espaces concernés.

C'est dans cette optique que l'on propose d'examiner ce qu'est l'exotisme. Beaucoup de dictionnaires le définissent à raison comme le propre de lieux lointains et bizarres, ou des objets et des personnes qui en proviennent. Cette définition pose des problèmes géographiques de trois ordres différents.

D'abord comment caractériser un lieu comme lointain : où se trouve-t-il au juste, et à quelle distance de quoi ? Ensuite, dans quelle mesure un lieu lointain est-il bizarre, ou comment devient-il bizarre - et que recouvre cette bizarrerie ? Enfin, le mot exotisme désigne aussi le goût pour les lieux et les objets exotiques (d'où les connotations positives de l'adjectif) : pourquoi aimer ce qui est loin et bizarre ? De quoi procède le plaisir exotique, et sur quoi porte-t-il au juste ?

Un point de vue

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. C'est lui qui définit le proche et le normal dont l'exotisme se démarque. Il faudrait donc toujours dire qui caractérise tel lieu comme exotique – de même qu'on a besoin de savoir qui dit « je » ou « maintenant » pour que ces mots fassent sens. Les linguistes qualifient d'embrayeurs ces mots dont la signification dépend du contexte de leur énonciation, qui relèvent du discours et non du récit. Parmi ces embrayeurs se trouvent les déictiques spatiaux (« ici », « là-bas », etc.), au rang desquels il faudrait compter « exotique ».

L'exotisme n'est ainsi jamais un fait ni la caractéristique d'un objet : il n'est qu'un point de vue, un discours, un ensemble de valeurs et de représentations à propos de quelque chose, quelque part ou quelqu'un. Parler d'exotisme, c'est moins analyser un objet que le discours d'un sujet à son endroit. La question « qu'est-ce qui est exotique ? » est en ce sens seconde par rapport à la question « pour qui ? ». Le sens du mot

exotisme porte bien en français cette ambiguïté : c'est à la fois le propre d'un objet (on parle de bois exotique) et d'un sujet (on parle de l'exotisme de G. Flaubert), alors que l'anglais distingue *exotism* (l'exotisme de la chose) et *exoticism* (le goût pour la chose exotique).

Pourtant, les dictionnaires, les écrivains, les journalistes qui usent du mot ne ressentent jamais le besoin d'explicitier au nom de qui ou dans quel contexte ils l'emploient. Cette nécessité de situer (matériellement et symboliquement) le discours est un *mantra* des géographes postmodernistes. 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, celui de l'homme blanc. Si l'on ne dit pas de quel point de vue tel lieu est exotique, c'est qu'il l'est du point de vue occidental ou européen, supposé être objectif et universel et qui a en tout cas réussi à s'imposer comme tel.

Ce qui est exotique ne l'est donc que dans la bouche et les yeux de l'Occidental. Tel fruit, tel bois, tel poisson exotique n'ont rien de lointain ni d'étrange pour les habitants des pays où on les trouve. Si, dans bien des expressions, exotique est synonyme de tropical (voire colonial), c'est bien d'un point de vue issu de la zone « tempérée ».

En toute logique, les habitants des Tropiques (de même que ceux de l'Orient ou des continents autres que l'Europe) pourraient ou devraient considérer comme lointains et bizarres les produits de la zone tempérée (ainsi que ceux de l'Occident et de l'Europe), et les caractériser à leur tour comme exotiques. Or, il n'en est rien.

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). Oui, Londres et Paris constituent ou constituaient bien un ici absolu (le méridien originel, le centre de la mappemonde) par rapport auquel se défini(ssai)t un ailleurs absolu, aussi bien pour les habitants du centre qui imposait cette vision du monde que pour ceux de la périphérie que celle-ci marginalisait. Et la plupart de ces périphéries n'eurent et n'ont pas les moyens politiques, militaires, économiques et ultimement culturels et linguistiques de s'autoproclamer centres de façon durable et

convaincante (fig. 1). C'est dans la langue dominante que se dit et se pense l'exotisme.

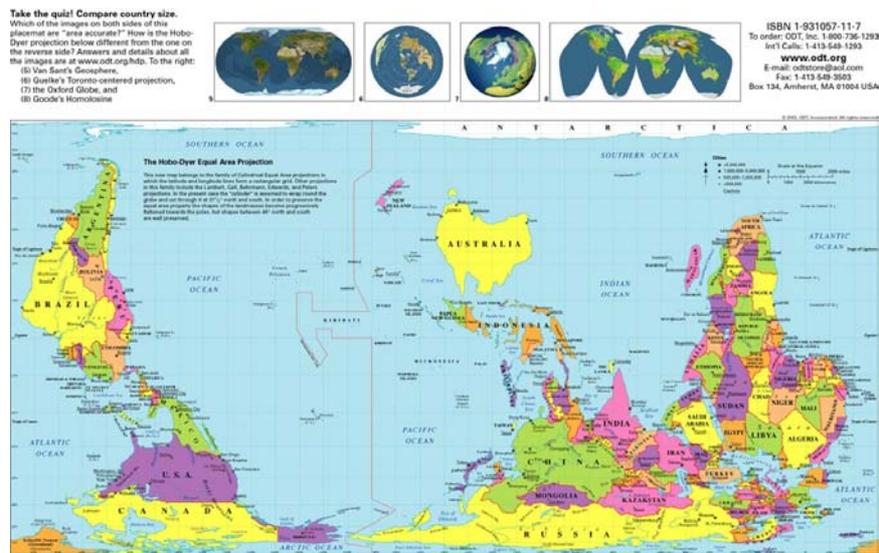


Fig. 1 : Une projection qui respecte les surfaces, centrée sur le Pacifique, avec le Sud en haut. Ce type de carte, qui n'a rien de moins naturel ou légitime que celles auxquelles on est habitué, est promu en Nouvelle-Zélande et en Australie. Elle ne parvient pas pourtant à s'y imposer comme une norme, et conserve une dimension de canular.

Evidemment, ce qui vient d'être dit à propos de la définition du « lointain » vaut aussi pour celle de « bizarre ». Les caractéristiques (climatiques par exemple) et les valeurs (morales par exemple) de l'ici sont érigées en normes ; celles, le plus souvent différentes, des pays lointains sont non pas d'autres normes mais bien des écarts à la norme, des excès ou des déficits, des exceptions, des scandales. Dans bien des cas, l'Occident a réussi à en persuader les ressortissants de ces pays eux-mêmes. Ceux-ci ont bien rarement été en mesure de renverser les positions.

Bien sûr, il existe des poches de résistance politique, économique et culturelle, qui refusent avec plus ou moins de résultats l'imposition du

point de vue occidental. Par ailleurs, l'Occident ne détient pas le monopole de l'impérialisme et de la colonisation ; il est ainsi possible que l'exotisme puisse ou ait pu se dire et se penser de façon spécifique en turc, en russe ou en japonais, par exemple, sur la base d'autres centres et d'autres normes. Il est possible que l'émergence d'une superpuissance chinoise s'accompagne dans le moyen terme de l'affirmation et la diffusion d'une nouvelle vision du monde. Mais, pour l'instant, seul l'Occident est parvenu à imposer ses valeurs et sa puissance avec une telle efficacité, sur une telle échelle et sur un pareil laps de temps : le phénomène est sans précédent et sans équivalent. Il est assez réaliste de présenter le point de vue occidental comme ayant une valeur et une portée universelle – pour le meilleur ou pour le pire.

L'altérité géographique

Comment et pourquoi les catégories « bizarre » et « lointain » en viennent-elles à se superposer ? Cette assimilation de l'étrange à l'étranger suppose une superposition des distances symbolique et matérielle. Selon J.-M. Mourra, c'est au début du XVIII^e siècle que l'on passe d'une valeur objective (l'étranger) à une valeur impressive (l'étrange), donnant naissance à l'exotisme.

Il y a une certaine logique à ce glissement. D'abord parce que la connaissance est freinée par la distance : ce qui est plus lointain est ainsi moins familier. Ensuite parce que, 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 ?), comme l'explique la théorie de l'évolution (et la version que certains spécialistes des sciences sociales en propose). De même, beaucoup de civilisations, dont la diffusion à partir d'un centre peine à dépasser certaines distances et à franchir certaines barrières, dessinent sur la carte des grands blocs. Si l'on se trouve au milieu d'un de ces blocs, il faut franchir de grandes distances pour rencontrer un milieu naturel ou une société très différente.

Mais cette façon de voir sur-estime l'homogénéité interne des blocs et l'hétérogénéité entre ceux-ci. C'est là un biais cognitif classique,

essentiel à l'ethnocentrisme. Dans notre endogroupe, nous sommes tous les mêmes ; les Autres (les membres de l'exogroupe) sont tous pareils ; mais les Autres sont très différents de Nous.

Cela suppose une définition spatiale des groupes, ou, pour le dire autrement, des identités géographiques fondées sur des territoires. Ce modèle n'est ni ancien, ni universel. On peut faire l'hypothèse que les sociétés dans lesquelles les identités sont moins fondées sur un espace (et plus sur une religion, une langue, etc.) ou se réfèrent à un espace non-territorial (comme un réseau, dans le cas de diasporas) se prêtent moins à penser l'exotisme. Ainsi, les citoyens athéniens savaient qu'il y avait dans leur propre ville des hommes fort différents d'eux (esclaves, métèques, étrangers et barbares de passage), et que les colonies grecques réparties sur presque tout le pourtour de la Méditerranée abritaient des populations avec lesquelles ils avaient tout en partage (la langue, la religion, les institutions, etc.) et ils étaient en étroit contact.

Par ailleurs, pour s'articuler à des grands blocs géographiques (milieux naturels et civilisations), l'exotisme nécessite une échelle spécifique, qui ne fait pas sens pour toutes les sociétés. L'horizon ne déborde des limites continentales qu'à l'occasion d'échanges commerciaux, d'expéditions d'exploration ou de conquête dans lesquelles une société ne s'engage que dans certaines conditions matérielles (par exemple la maîtrise des moyens de transport) et symboliques (une curiosité scientifique, une volonté de prosélytisme, une soif de conquête, etc.). Inversement, l'exotisme s'accommode mal d'identités réduites à l'échelle régionale et nationale. Si le Maroc est exotique pour un Français de la fin du XXe siècle, l'Espagne – trop proche matériellement et symboliquement – ne l'est plus. Il faut qu'ait émergé une identité d'échelle moyenne, supranationale ou continentale, pour qu'un certain ailleurs puisse être considéré comme exotique. Ce n'est qu'à partir du moment où la Chrétienté, l'Europe, l'Occident se considèrent comme tels, formant une entité géographique et identitaire, que l'on peut s'y tourner vers un ailleurs commun envisageable comme lointain et bizarre : exotique.

Le lien entre l'identité et l'exotisme indique que celui-ci ne se fonde pas exactement sur la différence entre l'ici et l'ailleurs. La différence se mesure (elle est plus ou moins importante), elle peut théoriquement

s'énoncer en termes objectifs (sans jugement de valeur), elle ne suppose pas de rupture mais plutôt une gradation. L'exotisme porte sur l'étrange. Il n'est pas quantitatif mais qualitatif, il correspond à un jugement de valeur, il marque une rupture franche. Il s'agit non de différence mais d'altérité. Un endogroupe dominant construit un exogroupe dominé, en stigmatisant une différence – réelle ou imaginaire -, érigée en déni identitaire et motif de discrimination potentielle. L'exotisme, en tant que construction d'une altérité géographique, opère une dichotomie entre deux groupes hiérarchisés : eux, ailleurs et nous, ici.

Si l'ethnocentrisme est sans doute un invariant anthropologique et si l'exotisme en est une manifestation, celle-ci est donc doublement singulière : en ce qu'elle articule la construction de l'identité et de l'altérité à la géographie et parce que celle-ci s'opère à une échelle intermédiaire.

Le processus d'exotisation

Si l'exotisme relève d'un point de vue, d'un discours et d'une construction, il constitue davantage un processus qu'un état de fait. P. Mason, historien des images, identifie deux moments dans ce processus d'exotisation.

D'abord, pour qu'un lieu, être humain ou objet lointain paraisse bizarre, il faut parvenir à l'aborder, à se saisir de lui et à le déconnecter du contexte local dans lequel il est parfaitement intégré et n'a rien de bizarre : il faut le dé-contextualiser. Pour ensuite le considérer selon notre point de vue, repérer ce qu'il a de curieux ou d'anormal, il faut le placer dans le cadre de notre société, où on le contemple et où on voit comme il s'écarte de nos valeurs et de nos habitudes : c'est la re-contextualisation. L'exotisation est un changement de contexte, par lequel l'objet exotisé est mis à disposition (de lointain il devient proche) et qui construit son étrangeté.

Ce processus correspond à un mouvement matériel : celui des objets exotiques qui quittent les terres lointaines et leur sens pour parvenir en Europe où ils sont si étranges ; celui des voyageurs européens qui, venus sur place, appréhendent avec leurs habitudes les objets locaux et les trouvent si curieux.

Le changement de contexte est nécessaire à l'exotisation, mais il doit être perdu de vue ou occulté pour fonctionner correctement. La re-contextualisation qui fait perdre son sens à l'objet ou qui plus exactement réduit celui-ci à la bizarrerie brute de son altérité ne s'accommode pas du souci ethnographique ou géographique de présentation de celui-ci dans son cadre d'origine. L'objet perd de son exotisme si on en explique l'usage et le fonctionnement, si on le replace dans son lieu où il est finalement bien normal et compréhensible. Pour rester bizarre, l'objet exotique doit être opaque. Les notices et les cartels des musées ethnographiques ou d'art premier expliquent les objets qui y sont exposés ; s'ils atteignent leur but, ils en détruisent l'exotisme.

Les processus de dé- et de re-contextualisation reviennent à rendre matériellement appréhendable un objet qui doit rester symboliquement non appréhendable. Il s'agit en quelque sorte d'organiser le malentendu, ce qui n'est pas difficile.

Le goût des autres

Alors que l'exotisme renvoie à l'étrange et à l'autre, ses connotations sont curieusement positives. Contrairement à ce qui fait toute la logique du biais ethnocentrique qui fonde l'exotisme, un lieu exotique est attirant : il suscite la curiosité, appelle le touriste et l'appareil photographique. Un objet exotique attise l'intérêt et le désir ; on souhaite le posséder. Si la vahiné est exotique, le guerrier kanak l'est beaucoup moins.

Pour revenir à la définition de l'exotisme, tout ce qui est lointain et bizarre ne tombe pas dans cette catégorie : encore faut-il qu'on puisse l'apprécier d'une certaine façon. L'intérêt ou même la fascination ne suffisent pas. 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. Une étrangeté trop radicale, qui va à l'encontre des valeurs ou des habitudes les plus profondes et les moins négociables, stupéfie, révulse 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.

Le sauvage n'est exotique que quand c'est un bon sauvage, ou en tout cas un sauvage anodin. Le barbare peut fasciner, mais on ne trouve pas exotique ce qu'il a de féroce.

T. Todorov mentionne la dimension paradoxale de l'exotisme, qui consiste à valoriser ce que l'on ne connaît pas, ou ce que l'on connaît moins (« un éloge dans la méconnaissance »). Mais, à la vérité, le paradoxe va plus loin. Le goût de l'exotisme conduit à aimer ce qui est (légèrement) autre : cela ne suppose-t-il pas un certain désamour de soi ? Si la dévalorisation de l'autre correspond à la valorisation du même (ce qui est largement démontré), la valorisation de l'autre ne correspond-elle pas à une forme de dévalorisation du même ? L'exotisme manifesterait un doute, une fatigue, une lassitude si ce n'est une haine de soi.

La passion de l'exotisme qui saisit l'Occident dans la deuxième moitié du XIXe siècle présente bien ces deux faces. A la suite de J.-J. Rousseau et des romantiques, l'Occident considère sa civilisation avec circonspection, en perçoit les travers ou les impasses et rêve à un passé dont l'ailleurs est l'incarnation géographique : état de nature ou de sauvagerie d'une humanité heureuse et innocente ; civilisations en enfance, fortes et authentiques ; traditions anciennes d'un monde pré-moderne. L'exotisme est une forme de nostalgie ; le voyage dans l'espace, un déplacement dans le temps. L'anti-modernisme fin de siècle qui se développe en Europe dans les années 1880 nourrit bien sûr le primitivisme (le goût pour l'antan) mais aussi l'exotisme (le goût pour l'ailleurs), comme l'illustrent si bien la vie et l'œuvre de Paul Gauguin (fig. 2).

Mais tout comme l'exotisme manifeste un goût pour l'ailleurs superficiel, réduit aux aspects anodins de celui-ci, le dégoût de l'ici est une lassitude bien plus qu'une remise en cause. On est fasciné par l'autre et l'ailleurs, dont on dit le plus grand bien, mais sans se départir des privilèges inhérents à l'ici. L'admiration pour les sauvages et les barbares, aussi sincère qu'elle soit, se fait toujours sur la base de valeurs occidentales et s'actualise dans des pratiques que seule la domination occidentale autorise. Et il y a bien souvent de la condescendance dans la démarche.

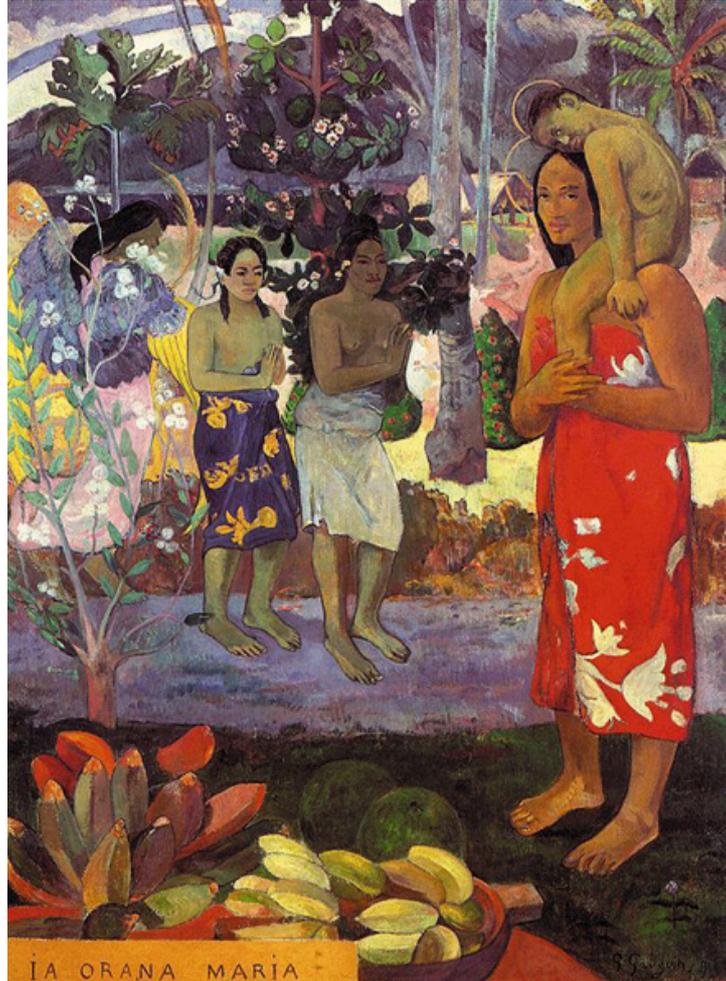


Fig. 2 : P. Gauguin, *Ia orana Maria (je vous salue Marie)*, 1891-1892, Metropolitan Museum of Art, New York. Ce tableau atteste de la quête exotique du peintre, qui vient de débarquer en Polynésie. Il y cherche un stade premier de l'humanité, plus authentique jusque dans ses expressions artistiques, auxquelles il cherche à emprunter. Par ailleurs, le tableau fourmille d'objets typiques et pittoresques : plantes et fruits tropicaux, paréos, architecture et artefacts traditionnels... : spectacle exotique bien complété par les vahinés demi-nues.

Quelque suspect qu'il soit, ce goût pour l'ailleurs qui fait le plaisir de l'exotisme reste à élucider. De quoi procède-t-il ? Selon Victor Segalen, qui a écrit son *Essai sur l'exotisme* entre 1902 et 1918, il s'agit d'une « esthétique du divers ». Les sens s'émeussent avec l'habitude et la sensation ne retrouve de la vigueur que face à quelque chose de nouveau, de différent. C'est bien ce dont semblent attester les connotations négatives que le terme exotique acquiert quand il est usé, trop familier, et perd tout son attrait : l'exotisme est alors frelaté, inauthentique, folklorique, de pacotille, de bazar, touristique.

Ce retournement de valeur s'inscrit dans la dévalorisation du tourisme et sa massification récente. Le touriste ne veut plus se reconnaître comme tel ; il prétend visiter des sites où les touristes ne vont pas et se distinguer (du reste) de ceux-ci, de leur comportement vulgaire, leurs attentes stéréotypées, leur étroitesse d'esprit, etc. Le touriste, c'est toujours l'autre, explique J.-D Urbain. Un lieu touristique n'est plus un lieu qui présente suffisamment d'attrait pour attirer les touristes : c'est un site trop fréquenté qui a perdu son authenticité et ne mérite plus le détour. De la même façon, le produit ou le spectacle exotique est perçu comme ayant été trop vu : il a perdu son étrangeté et son attractivité, et il n'en reste plus que la dimension stéréotypée.

Le pittoresque et le déjà-vu

L'exotisme correspondrait alors à un moment rare et précis. Point d'exotisme lors de la première rencontre : la différence à laquelle on fait face est trop surprenante et menaçante pour présenter le charme de l'exotisme. Point d'exotisme non plus quand le monde a été parcouru de part en part, que tout en est connu et que plus rien n'y est vraiment étrange. L'exotisme prendrait ainsi place entre l'exploration et la mondialisation, à une époque qu'on pourrait dire être celle de la colonisation. L'exotisme a-t-il alors disparu ?

Il n'en est rien. D'une part, la mort de l'exotisme et l'idée que le voyageur arrive trop tard est précisément un lieu commun de la littérature de voyage : V. Segalen en déplorait la disparition dès le début du XXe siècle. D'autre part, le développement du tourisme international et l'essor actuel de la curiosité pour les cultures de l'autre manifeste un

goût de l'exotisme plus fort que jamais. La mondialisation semble avoir produit de l'exotisme et non l'avoir fait disparaître.

Pour le comprendre, il faut revenir sur le propre de l'exotisme et du plaisir qu'il suscite. La rencontre du lieu ou de l'objet exotique n'offre pas la joie de la surprise, vite teintée d'inquiétude quand elle est offerte par l'altérité. L'objet exotique présente l'attrait de la chose certes bizarre, mais attendue, annoncée. Il relève du déjà-vu ou du déjà-lu, de la re-connaissance. Si le paysage exotique est pittoresque au sens propre, c'est-à-dire qu'on juge qu'il peut être peint ou pris en photo, c'est parce qu'on l'a déjà vu en image. On est heureux de le retrouver, préparé qu'on a été à cette rencontre, rassuré face à cette altérité déjà cadrée. C'est en cela que l'exotisme ne remet jamais en cause l'identité. Au contraire, il tient au spectacle rassurant d'une altérité repérée, conforme à l'idée et plus précisément à l'image qu'on s'en faisait.

L'exotisme est ainsi indissociable de tout un corpus de textes et d'images qui non seulement fabriquent l'altérité du lointain, l'étrangeté de l'étranger, mais permettent aussi une première familiarisation avec celui-ci, grâce à laquelle la rencontre directe avec l'ailleurs, loin d'être effrayante, présente le charme des retrouvailles. La médiatisation de l'exotisme est la condition de l'acceptabilité de l'altérité.

La littérature de voyage, les revues de géographie grand public, les guides touristiques participent de cette entreprise de domestication qui est la matrice de l'exotisme. En ce sens, la diffusion de tant d'images nous présentant tous les lieux du monde dans leur bizarrerie ne tue pas l'exotisme : c'est au contraire autant d'appels au voyage, autant de matériaux à engranger dans notre mémoire pour sur place éprouver le plaisir du pittoresque.

Il est dans la nature de l'exotisme d'être stéréotypé, en série, au sens où il s'inscrit dans un processus de reproduction. L'objet ou le paysage exotique sont adéquats à un imaginaire dont ils constituent une déclinaison.

Les domaines géo-sémantiques de l'exotisme

Tout ailleurs n'est pas exotique. Il doit être assez loin, hors du continent européen. Il a nécessairement été déjà présenté, écrit ou mis en image. Il faut qu'on puisse y voir quelque chose de positif, de charmant.

On doit pouvoir le considérer avec un intérêt mêlé de condescendance, y voir une forme antérieure et/ou inférieure de civilisation.

L'Amérique urbaine et industrialisée présente sans doute des paysages lointains et différents, qui surprennent les visiteurs européens. De nombreux textes et de nombreuses images les préparent à la surprise que constitue New York. Mais la ville n'en est pas exotique pour autant. Il est difficile pour un Européen de s'y sentir supérieur. Impossible d'y voir un stade antérieur de développement : les Européens ont plutôt l'impression d'y faire face à leur avenir (pour le meilleur ou pour le pire). Pour les mêmes raisons, la mégalopole japonaise peut fasciner par son étrangeté, sa démesure, sa modernité – mais elle ne suscite pas le ravissement propre à l'exotisme. En revanche, la maison de bois japonaise, perdue dans les rizières ou sur les pentes du Fuji Yama, habitée par une famille vêtue de kimonos et dormant sur des tatamis présente le même charme exotique qu'au XIXe siècle. Il n'est pas certain que la tribu « indienne », ses tipis et sa chasse aux bisons produisent le même effet. Si son altérité fascine (cf. Chateaubriand), c'est sur un registre qui n'est pas celui de l'exotisme.

Les « Indiens » d'Amérique (du Nord au Sud), malgré les efforts de Las Casas et de tous ceux qui ont voulu en faire de « bons sauvages », relèvent d'un autre imaginaire, marqué par la violence. Le prêtre aztèque plonge son couteau d'obsidienne dans la poitrine du prisonnier pour en arracher le cœur qu'il offre, encore palpitant, aux divinités monstrueuses ; le guerrier sioux, le visage rougi de peintures de guerre, danse autour du poteau de torture auquel est attachée la malheureuse fermière, dont le cuir chevelu sera arraché pour finir comme scalp à sa ceinture. Ces scènes phantasmatiques fascinent certes les Occidentaux, mais elles n'ont pas le caractère pittoresque et charmant propre à l'exotisme. Pour des raisons comparables, la Papouasie n'est pas exotique. L'Arctique et l'Antarctique pas davantage : le *Petit Robert* (1993) identifie comme exotique ce qui « n'appartient pas aux civilisations de l'Occident ou qui appartient aux pays lointains *et* chauds » (je souligne). C'est certainement que l'imaginaire colonial se déploie plus vers les tropiques que vers les cercles polaires, c'est aussi que la banquise et les glaciers semblent trop hostiles et pénibles pour présenter l'attrait de l'exotisme.

Il n'est pas dans la nature de l'exotisme de se décomposer en une multitude de lieux, chacun singulier dans son attrait, car l'exotisme est stéréotypé. Si chaque pays, voire chaque lieu, peut posséder une place à part dans l'imaginaire occidental, ceux-ci, du point de vue de leur exotisme, se regroupent en grands ensembles, qu'on propose d'appeler domaines géo-sémantiques. Un domaine géo-sémantique est constitué d'une part d'un espace géographique, considéré comme cohérent, vaste et assez lointain, d'autre part d'un ensemble assez homogène de stéréotypes qui lui sont propres, qui participent de sa définition et, dans le cas de l'exotisme, de son attractivité.

En la matière, une analyse de contenu de l'imaginaire géographique occidental reste à faire. A ce stade, on peut avancer l'hypothèse que l'exotisme se décline en six domaines géo-sémantiques : proche-oriental, moyen-oriental, extrême-oriental, océanien, latino-américain et africain. L'importance démontrée par E. Saïd de l'orientalisme dans la perception occidentale de l'ailleurs (et de l'ici) explique les trois premiers et les termes retenus pour les qualifier. L'existence d'exotismes correspondant à des continents tient d'une part à ce que l'ici est aussi défini de cette façon (l'Europe), d'autre part à ce que, surtout depuis le XIXe siècle, l'appréhension de l'ailleurs et des autres passe effectivement par la fiction des continents et des races qui leur corresponderaient. La détermination des domaines géo-sémantiques et de leur contenu résulte de l'histoire des explorations et de la colonisation, ainsi que des interactions complexes entre les Européens et le reste du monde.

On pourrait énumérer pour chaque domaine géo-sémantique les éléments stéréotypés qui en font à la fois la spécificité, l'étrangeté et le charme. A titre d'exemple, l'exotisme proche-oriental caractérise un ailleurs turc, arabe et/ou musulman, qui se déploie du Maroc à l'Anatolie, en passant par l'Egypte et la Palestine (voir fig. 5). Il est nourri de paysages de désert et d'oasis, de casbah, de souks et de mosquées, plantés de palmiers et parcourus par des caravanes de dromadaires. Le caravansérail, le harem, le hammam, le minaret, les Pyramides, etc. en sont des hauts-lieux. L'odalisque, la danseuse du ventre, l'eunuque, le pacha, le mameluk, le cavalier arabe, le méhariste bédouin, etc. : les personnages principaux. Tapis, porcelaines, narguilés, armes blanches, plateaux de cuivres : autant d'*exotica* susceptibles de

décorer les intérieurs occidentaux. C'est un décor, des personnages, des accessoires de théâtre qu'on reconnaît. On pourrait aussi mentionner des motifs (calligraphie, arabesques), des couleurs (le beige du sable), des sons (l'appel du muezzin), des odeurs (épices), des goûts (la douceur presque écœurante des dattes et des loukoums).

Le spectacle et sa mise en scène

Pour fabriquer des objets exotiques, nul besoin de trouver ou copier des artefacts authentiques (leur unicité pouvant alors poser problème) : il suffit de produire des objets conformes aux attentes occidentales, précisément dans ce qu'elles ont de plus stéréotypées. Les magasins de souvenirs et d'art d'aéroport (expressions très significatives) regorgent de marchandises de la sorte.

La conformité du lieu ou de l'être lointain à l'idée qu'on s'en fait (c'est-à-dire à l'image dont on en dispose), essentielle au plaisir exotique, est plus problématique. Parce que les images sont partielles et inexactes ; les lieux, les objets et les êtres infiniment variés et changeants. Le voyageur risque fort d'être déçu par ces plages tahitiennes de sable noir, encombrées de débris végétaux, d'où l'on voit les faubourgs de Papeete et où l'on n'ose se baigner. Et il peut chercher longtemps dans le quartier de son hôtel ces splendides tahitiennes, vêtues d'un simple paréo noué à la taille. Où sont passés les paysages et les femmes de Gauguin ? Tahiti a changé, et Gauguin avait beaucoup d'imagination...

Mais l'industrie touristique, si essentielle à l'économie de la Polynésie, peut-elle prendre le risque de décevoir ce touriste en quête d'exotisme ? Pour le satisfaire, on nettoie la plage, on répand du sable blanc au bord des piscines, on isole l'hôtel d'une banlieue qu'on ne saurait voir. On embauche de jeunes tahitiennes pour faire en paréo de la figuration dans un décor d'éden. On transforme le paysage en spectacle. C'est ainsi que Tahiti se transforme en tableau de Gauguin.

L'exotisme procède souvent d'une mise en scène. L'exotisme qui justifie un circuit au Kenya n'est pas celui de l'irruption improbable et dangereuse du lion au bord de la piste, ni celui de la rencontre avec les habitants de la banlieue de Nairobi. C'est celui de la visite du parc paysagé et de la faune planifiée de la réserve, du spectacle de la danse

des « guerriers masai » que l'on rétribue à la porte de celle-ci pour se livrer à l'exercice. Le bus s'arrête, et les touristes photographient les fauves puis les hommes, reconnaissant et reproduisant des images qu'ils ont déjà vues – celles qu'ils étaient venus chercher.

L'objet exotique

Si l'exotisme est d'abord et surtout affaire de point de vue, occidental, celui-ci s'exerce bien sur quelque chose, quelque part ou quelqu'un, qui existe ailleurs, indépendamment du processus d'exotisation. La Vénus hottentote a été brutalement dé-contextualisée (enlevée de son Afrique natale) puis re-contextualisée comme curiosité ethnographique et érotique en Europe, et produite sur les scènes de Paris ou de Londres, où l'on a joui du spectacle de son corps « monstrueux » (fig. 3). Son exotisme est bien une affaire européenne. Mais ce n'est pas une raison pour oublier Saartjie Baartman (1789-1815), dont le squelette et certains organes baignant dans le formol furent conservés et exposés jusqu'en 1974 au Musée de l'Homme de Paris. Il fallut attendre l'intercession de N. Mandela pour que le peuple Khoïsan obtienne en 2002 que ses restes, jusque-là objectivés comme patrimoine scientifique et donc inaliénables, lui soient restitués pour être brûlés – dans une entreprise qu'on hésite à qualifier de re-contextualisation.

Saartjie Baartman fut (transformée en) un objet. Objet de curiosité et de commerce, objet sexuel, objet scientifique, objet de recherche et de musée. V. Segalen écrit que le premier exotisme, c'est celui de l'objet pour le sujet, qui précisément éprouve l'altérité de quelque chose qui n'est pas lui-même et en tire plaisir.

L'exotisme géographique (qui selon le même auteur n'est qu'une variante de la chose) ne se traduit-il pas nécessairement par une mise à distance et en scène qui objective ce(ux) sur quoi/qui il porte ? En témoignent, outre Saartjie Baartman, les indigènes présentés lors des expositions ethnographiques et coloniales, parfois au sein des jardins zoologiques (comme à Paris les Kanaks du zoo de Vincennes en 1931, qui firent suffisamment scandale pour mettre fin à cette pratique).

L'objectivation propre au désir exotique trouve une illustration dans la dérive sémantique du mot en anglais.

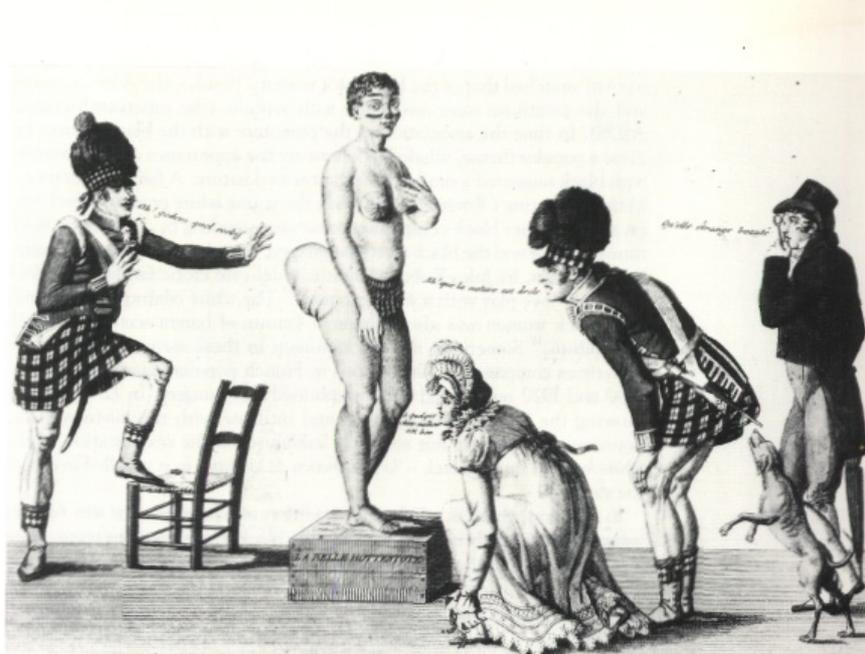


Fig. 3 : Cette gravure française du début du XIXe siècle, en même temps qu'elle montre l'exhibition de la « belle hottentote », placée comme une statue sur un socle qui lui sert de scène, se moque de l'attitude des spectateurs.

Le terme *exotic* en est venu à désigner tout objet attirant dans son étrangeté, sans aucune dénotation géographique. Ainsi, aux Etats-Unis, une voiture exotique (*exotic car*) ne se caractérise pas par son origine mais pas sa puissance, son prix, sa beauté, etc., qui en font un objet rare et désirable. Quant aux termes *exotic dance*, qui renvoyaient jusqu'aux années 1930 à des chorégraphies non-européennes, son sens change ensuite pour devenir à la fin des années 1950 un simple synonyme de *erotic dance* ou *strip tease*, sans que le spectacle n'évoque d'aucune façon des pays lointains.

L'exotisme passe par la mise à disposition de quelque chose ou quelqu'un, privé de son sens, réduit à son altérité et offert comme tel au désir d'appropriation. La question de l'exotisme aboutit fatalement à

celle de l'érotisme. La littérature coloniale raconte le plus souvent une histoire d'amour (terme bien peu idoine) entre un jeune colon et une indigène d'une sensualité ravageuse – union stérile qui ne peut déboucher que sur la mort de la seconde et/ou du premier. La « petite épouse » est fréquemment présentée comme un animal ou un enfant, en tout cas une forme inférieure d'humanité : elle est à la fois lointaine et différente. L'étrangeté de son corps (ainsi la couleur de sa peau) ou de ses mœurs (en particulier sexuelles) procède d'une dé-contextualisation par laquelle on l'arrache au lieu et à la société indigène ; son attrait et sa possession passent par une re-contextualisation dans le cadre colonial. La disponibilité (notamment sexuelle) de la femme indigène, à laquelle on peut faire subir tout traitement, tient bien sûr à son statut de quasi-objet. Sa présence dans le paysage exotique n'est pas accidentelle : elle en est sans doute l'ultime incarnation (fig. 4).

Ce que l'exotisme fait (faire)

L'exotisme constitue une invitation au voyage et à considérer l'Autre et l'Ailleurs comme des objets de curiosité. On ne saurait lui imputer vraiment le désir d'exploration – au sens où il ne pousse pas vers l'inconnu. Il engage à reproduire un voyage qui a déjà été fait : celui d'où proviennent les textes ou les images si attirants qu'on veut les aller voir en vrai. Longtemps après les premières découvertes, les itinéraires sont balisés et le spectacle bien rôdé ; l'exotisme alors déploie son double mouvement.

Dans un sens, les voyageurs se rendent vers les destinations rendues attractives par leur exotisation. Le rôle de l'exotisme dans l'adhésion passive ou active au projet colonial est difficile à évaluer. Le désir suscité par l'Empire, qui poussait tant de jeunes hommes à tenter l'aventure, tient à des facteurs multiples qu'on ne saurait certes réduire à l'imaginaire géographique de la colonie de destination. Mais la littérature de voyage (spécialement destinée aux jeunes), les tableaux et les romans des orientalistes sont pleins de promesses d'aventures (notamment sexuelles), de paysages enchanteurs, d'une vie facile qui ont attisé le désir de leurs destinataires et très certainement joué un rôle majeur dans le départ de beaucoup.



Fig. 4 : Cette affiche des années 1930 présente sur le même plan, offerts au désir des marins, des animaux, des fruits et une femme exotique. Sont-ils tous à vendre ?

C'est d'ailleurs une arme que la propagande colonialiste utilisait efficacement : les affiches de la première moitié du XXe siècle qui vantent tel produit, telle destination ou telle entreprise coloniale sont des collections d'éléments stéréotypés correspondant à son domaine géosémantique (fig. 5). Autant de lieux communs qu'on retrouve ensuite sous une forme comparable dans la publicité touristique. Les flux touristiques, par nature très focalisés, se concentrent sur quelques sites ou circuits dont l'attractivité tient pour beaucoup d'entre eux à leur exotisme – la littérature scientifique sur le développement du tourisme et ses conséquences est si abondante qu'il n'est pas nécessaire d'en dire plus, si ce n'est de signaler l'écueil de la diabolisation.



Fig. 5 : Cette affiche du premier quart du XXe siècle cherche (tout comme celle de la fig. 4) à convaincre les jeunes gens de s'engager dans la marine française « pour voyager ». C'est le premier argument employé et le motif de l'image, qui présente un littoral maghrébin à l'exotisme stéréotypé propre au domaine géo-sémantique proche-oriental : la ville blanche, le palmier-dattier et le figuier de barbarie, les autochtones en djellaba, etc.

Dans un autre sens – et cela a peu été étudié -, des objets et des êtres humains sont exportés en tant que produits exotiques vers l'Ici (l'Occident, l'Europe), où ils sont consommés ou contemplés en lieu et place de l'Ailleurs dont ils sont le substitut. Les domestiques africains ont constitué une attraction pour l'aristocratie et la bourgeoisie européenne jusqu'au XIXe. Les « sauvages » des colonies ont été mis en scène dans des expositions, des zoos ou des spectacles de cabaret des années 1830 jusqu'aux années 1940 (fig. 6). Le marché de la prostitution a été alimenté par des femmes venues des colonies, dont le charme tenait

pour partie à leur exotisme. Cette importation d'êtres humains exotiques a heureusement pratiquement cessé.

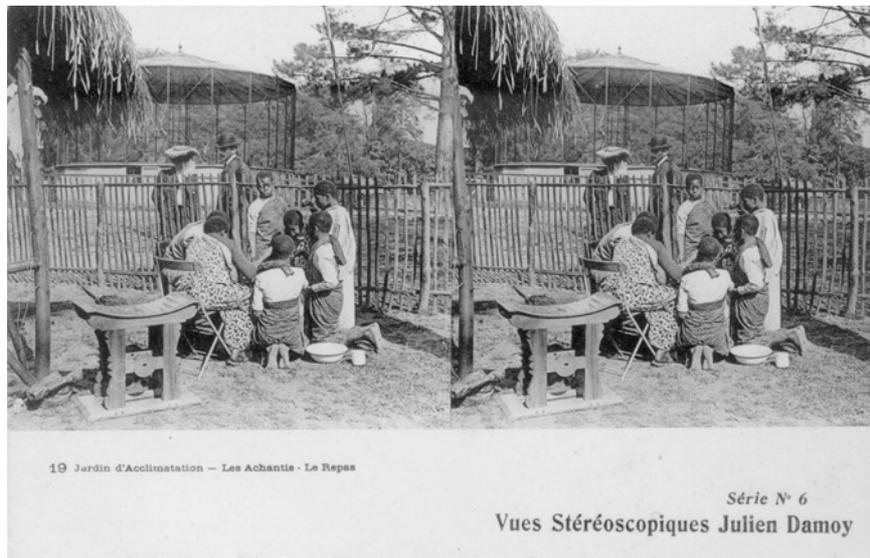


Fig. 6 : Carte postale, 1887 (?). Le Jardin d'acclimatation de Paris a exhibé dans ses enclos de nombreux « sauvages » à la fin du XIXe siècle.

Le commerce des objets exotiques reste en revanche florissant. Les modes successives des turqueries, chinoiseries et japonaiseries ont déversé entre le XVIIIe et le XIXe siècle sur l'Europe leur lot de soieries, tapis, porcelaines, laques, estampes, etc., nourrissant l'imagination des artistes et encombrant les espaces domestiques. Rapidement, ces *exotica* sont produits sur place, copiant avec plus ou moins de fidélité et de bon goût les artefacts importés ou se contentant d'en reprendre les motifs ou les couleurs. Une véritable industrie se développe pour répondre à cette demande. Celle-ci a faibli au milieu du XXe siècle, plus friand de modernité que d'exotisme, mais elle reprend de la vigueur au début du XXIe, avec l'épanouissement postmoderne du goût pour l'Autre et « les cultures du monde ». Les produits « ethniques » camouflent leur exotisme par une appellation qui semble

politiquement plus correcte. D'autres ne s'encombrent pas de scrupules : ainsi *La Maison Coloniale*, entreprise française fondée en 1997 qui vend, essentiellement en Europe mais aussi dans le monde arabe, des meubles et des objets de décoration d'inspiration indienne, indonésienne ou chinoise. Plantes et animaux exotiques génèrent un trafic important pour donner une touche d'originalité et de distinction à nos intérieurs et nos jardins. La cuisine constitue un spectaculaire domaine d'expansion de l'exotisme. Certes, on a consommé des épices venues de fort loin dès l'Antiquité, mais le développement d'un goût pour la cuisine chinoise, thaï, marocaine, mexicaine, etc. est un phénomène nouveau qui relève bien de l'exotisme : une légère lassitude du pot-au-feu et un enthousiasme mesuré pour le curry d'agneau, tant qu'il est encore nouveau. Les fruits exotiques procurent le même type de rafraîchissement jusqu'à leur banalisation (laquelle passe souvent par leur acclimatation, comme dans le cas du kiwi). L'exotisme, dans ses liens avec le commerce de produits venus d'ailleurs et avec le tourisme international, constitue un secteur économique de tout premier plan.

Dépasser l'exotisme ?

Les quelques éléments qui viennent d'être cités ne visent qu'à donner la mesure des implications politiques et économiques de l'exotisme, qui sont majeures. La question ne relève pas seulement de l'imaginaire occidental ou d'une géographie culturelle désincarnée, exclusivement intéressée par les représentations. C'est à travers l'exotisme que l'Occident appréhende ou a appréhendé le monde. L'exotisme, en tant que catégorie de la pensée, détermine des pratiques qui ont un effet réel sur le monde réel, et parmi ces pratiques, celles qui ont permis ou permettent à l'Occident de dominer ou d'exploiter le reste du Monde.

A la suite d'autres penseurs postcoloniaux, D. Chakrabarty invite à « provincialiser l'Europe », c'est-à-dire à ne plus la considérer comme un centre et une norme : un ici absolu. Dans le même mouvement, il faudrait dés-exotiser le reste du monde. Pour ce faire, trois perspectives se dessinent.

La première passe par la continuation et le dépassement du processus d'exotisation, c'est-à-dire par re-contextualisation, qui replacerait – au moins symboliquement – chaque objet exotique dans son cadre d'origine,

lui redonnant son sens (au risque de lui faire perdre de son charme ?). C'est la tentative dans laquelle s'engagent ethnologues et géographes qui travaillent depuis la fin du XIXe siècle sur des terrains « exotiques ». Aussi considérable que soit leur apport sur le plan scientifique, aussi louables que soient leurs intentions politiques ou morales, leur long effort a eu peu de résultats sur la dés-exotisation du monde, à l'encontre de laquelle leurs récits ont d'ailleurs parfois été instrumentalisés.

Le deuxième consiste en une déconstruction de l'exotisme. L'exposé du processus d'exotisation, l'explicitation de ses non-dits, la relativisation de son point de vue, la caractérisation de ses stéréotypes, etc. sont autant de moyens pour replacer l'exotisme dans le cadre de l'histoire des rapports entre l'Europe et le reste du monde. Il s'agit de re-contextualiser l'objet exotique, non pas dans son cadre d'origine (qui peut-être n'existe plus et reste opaque à beaucoup) mais dans celui de la société qui l'a exotisé (voire dans celui de la société qui a été exotisée avec lui). Cette perspective présente une plus-value par rapport à la première. Elle ne cherche pas à nier l'exotisme par une sorte de retour dans le temps et dans l'espace qui redonnerait à l'objet exotique sa virginité et sa transparence, mais prend acte de la réalité de son exotisation et cherche à en rendre compte. C'est pour une part le but que se donnent les études postcoloniales.

La troisième passe par un retournement des points de vue. La dés-exotisation du monde nécessite peut-être l'affirmation, dans l'ancienne périphérie, d'un point de vue et d'une parole qui refusent de considérer l'Occident comme une norme et un centre absolu. Les Caraïbes, l'Inde sont aussi des ici, en droit et capables de se considérer comme tels. S'agit-il de renverser les rapports de pouvoir et de poursuivre dans la voie de la domination, en tentant de faire des anciennes périphéries à leur tour des centres absolus, et de l'Occident une marge exotique ? Doit-on mettre l'accent sur l'émergence de positions et d'identités hybrides qui, dépassant les oppositions de l'ici et de l'ailleurs, vident ainsi de son sens l'exotisme ou plutôt le renvoient à l'héritage colonial et à la gestion de celui-ci ? Voilà des pistes explorées par V.S. Naipaul, S. Rushdie, E. Glissant, P. Chamoiseau et tant d'autres auteurs dont l'œuvre littéraire, les essais et les prises de position proposent une nouvelle vision du monde – qui, quoique dés-éxotisé, ne perd rien de son attrait.

Bibliographie

- Affergan F., 1987, *Exotisme et altérité*, Paris, PUF.
- Bensa A., 2006, *La Fin de l'exotisme*, Toulouse, Anacharsis.
- Chakrabarty D., 2000, *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*, Princeton, Princeton University Press.
- Mason P., 1998, *Infelicities. Representations of the Exotic*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- MIT, 2002 & 2005, *Tourismes 1 & 2*, Paris, Belin.
- Moura J.-M., 1998, *La Littérature des lointains. Histoire de l'exotisme européen au XXe siècle*, Paris, Champion.
- Rousseau G.S. and Porter R. (eds), 1990, *Exoticism in the Enlightenment*, Manchester, Manchester University Press.
- Said E., 1997, *L'Orientalisme*, Paris, Seuil.
- Segalen V., 1986 [1902-1918], *Essai sur l'exotisme*, Paris, Le Livre de Poche.
- Staszak J.-F., 2003, *Géographies de Gauguin*, Paris, Bréal.
- Staszak J.-F., 2008, « Danse exotique, danse érotique », *Annales de Géographie*, 660-661, mai-juin, pp. 129-158.
- Todorov T., 1989, *Nous et les autres*, Paris, Seuil.
- Urbain J.-D., 1993, *L'Idiot du voyage*, Paris, Payot.

Jean-Francois.Staszak@unige.ch