HAL
open science

Penser l'altérité : de l'expérience sensible à la figure sensible de l'étranger

Alexander Frame

▶ **To cite this version:**

Alexander Frame. Penser l'altérité : de l'expérience sensible à la figure sensible de l'étranger. Jean-Jacques Boutaud. Sensible En Communication: Du Cognitif Au Symbolique, ISTE Editions, pp.73-89, 2016. hal-01429803

HAL Id: hal-01429803

https://hal.science/hal-01429803

Submitted on 9 Jan 2017

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.

Penser l'altérité : de l'expérience sensible à la figure sensible de l'étranger

Alex Frame

Mots clés : Sensible, interculturalité, intersubjectivité, interactionnisme symbolique, altérité, esthétique, étranger

Introduction

La figure de l'étranger est une figure qui puise son sens dans une relation d'altérité *familiarisée*. De Simmel (1908) à Ricœur (1990) ou à Todorov (1989), l'étranger est cet Autre proche, qui renvoie en négatif à un Je ou à un Nous qui se construit dans la différence. Rêvée, recherchée, fantasmée, crainte, fuie ou haïe, la figure de l'étranger peut condenser toutes les aspirations et toutes les peurs. L'ambition de ce chapitre est de mieux comprendre les mécanismes représentationnels associés à cette figure bien particulière. Comment influencent-ils nos interactions sociales avec des « étrangers » ? [1] Comment la figure sensible de l'étranger se déploie-t-elle au quotidien dans nos publicités, nos médias ? L'étranger sera évoqué tour à tour comme sujet dans une interaction et comme objet esthétique, sur le plan interpersonnel puis sur le plan de l'expression de manière plus générale.

Dans le domaine des interactions sociales, l'appréhension sensible de l'étranger repose sur une relation dialectique entre les dimensions esthésique et éthique : ce que l'on perçoit, ressent, passe aussi à travers le filtre du symbolique (les représentations), pour participer ainsi à notre expérience (esthétique). Du fait de cette relation entre esthésique (les sens) et éthique (le symbolique), le sensible est nécessairement lié à la culture, comme le soulignent Jean-Jacques Boutaud et Pascal Lardellier dans leur présentation de l'approche « sémio-anthropologique du sensible » (2003). Dans la mesure où nous sommes tous des êtres pluriculturels, la multiplicité de codes dans une interaction peut mener à des malentendus, lorsque des paroles ou des actes sont interprétés différemment à la lumière de codes culturels différents. Nonobstant le travail intersubjectif qui consiste à *performer* dans l'interaction des codes mutuellement reconnus (Frame, 2013; Frame & Boutaud, 2010), l'identité d'étranger introduit souvent le doute quant à sa capacité de communiquer de manière transparente avec nous[2]. Au-delà des différences culturelles, c'est aussi et avant tout *ce que représente* l'étranger qui peut marquer nos relations avec lui sur le plan intersubjectif, et qui fonde cette figure sensible.

Hermann Parret pose la distinction entre l'expérience de l'Autre (fusionnelle, affective) et l'idée qu'on peut se faire de l'Autre (les représentations), tout en soulignant leur influence mutuelle (Parret, 1999, p. 19). Ce chapitre partira des représentations de l'étranger pour évoquer ensuite le choc esthétique

---

[1] Le terme d'« étranger » est défini ici de manière très large, mais en rapport à l'altérité face à un groupe social d'appartenance. Nous entendons donc par « étranger » toute personne considérée, dans une interaction, comme appartenant à un autre groupe national ou ethnique, quel que soit son état civil. Ainsi, le terme d'étranger recouvre, pour ce chapitre, à la fois l'habitant d'un autre pays, le touriste en voyage à l'étranger, le migrant de première, deuxième ou troisième génération, etc. Ces personnes peuvent être connues ou non au préalable : le terme est utilisé ici dans le sens de « *foreigner* » en anglais, et non pas d'« inconnu » (« *stranger* »).

[2] Eric Dacheux fait souvent la distinction entre « communion » et « communication », utilisant le premier terme pour désigner l'idéal d'une intercompréhension totale, impossible à atteindre en pratique, et le second pour évoquer les tentatives nécessairement imparfaites pour se comprendre lors d'une interaction. Bien entendu, personne ne communique de manière transparente, mais ce qui importe n'est pas tant la justesse de la représentation que le fait qu'on la considère comme possible, selon les maximes de Grice (1979).

qui peut résulter, lorsque l'expérience sensible de l'Autre dépasse soudain, dans la rencontre, nos représentations préfigurées. Car l'expérience humaine est davantage marquée, selon Jean Caune, non pas par la raison cartésienne, rationnelle, mais par la « *raison sensible* », produit de l'affect, des représentations sociales et du sentiment d'appartenance (Caune, 1997, p. 7). Cette raison est celle du groupe, alors que l'étranger est par définition celui qui n'en fait pas partie, qui n'en partage pas les représentations et les logiques. Selon Georg Simmel (1908, p. 54), « *l'étranger est un élément du groupe lui-même, tout comme le pauvre et les divers « ennemis de l'intérieur », un élément dont la position interne et l'appartenance impliquent tout à la fois l'extériorité et l'opposition* ». Tout comme les stéréotypes sur lesquels elle peut être fondée, la figure sensible de l'étranger est en quelque sorte un regard en négatif que l'on porte sur l'Autre, sur l'extérieur, vu à travers le prisme de nos « mondes possibles » familiers, de nos espoirs, de nos manques et de nos craintes. L'exotisme, l'authenticité, l'évasion, l'hospitalité, l'ingéniosité, la convoitise, la malhonnêteté… : voilà des valeurs, enchantées ou déchantées mais toujours socialement ancrées, qui peuvent servir à jeter les bases de notre figure sensible de l'étranger, figure qui prendra corps tout au long de ce chapitre.

1. Figures de l'étranger dans les interactions

Pour les interactionnistes symboliques, l'étranger est une figure qui pose problème. Simmel lui réserve un statut particulier d'*outsider*, non aveuglé par la *doxa* du groupe, qui lui confère une lucidité toute particulière dans les interactions sociales, alors que Goffman le rejette en dehors du groupe, comme être non (correctement) socialisé. La « mauvaise » socialisation de l'étranger est source de problèmes sur le plan intersubjectif :

> « If he and the others were not socialized in this way, interaction in most societies and most situations would be a much more hazardous thing for feelings and faces. The person would find it impractical to be oriented to symbolically conveyed appraisals of social worth, or to be possessed of feelings – that is, it would be impractical for him to be a ritually delicate object. […] It is no wonder that trouble is caused by a person who cannot be relied upon to play the face-saving game. »[3]

Entre des individus conscients de leur appartenance sociale commune, la subjectivité se résume, la plupart du temps, à une question de degré : l'Autre est élevé a priori au statut hypothétique de sujet, hypothèse affinée selon ses actes et propos au cours de l'interaction. En ce qui concerne l'étranger, en revanche, il doit souvent prouver d'abord qu'il est digne de confiance, avant d'être pris au sérieux. Si l'individu doute de la compétence communicationnelle (Hymes, 1984) de l'étranger, il peut éviter de prendre le risque d'initier des procédés de figuration comme la *déférence* et la *bonne tenue* (Goffman, 1992), de peur de perdre la face si son interlocuteur ne tient pas « correctement » son rôle. Or, il peut s'agir là d'un cercle vicieux, dans la mesure où ces procédés contribuent très souvent à renforcer la confiance et la relation intersubjectives. Lorsqu'il est perçu comme étant plus ou moins ignorant des rites de la société dans laquelle il se trouve et, par conséquent, susceptible de se conduire de façon imprévisible, l'étranger représente une menace pour la face de chacun et pour le bon déroulement de

[3] Goffman, 1963 : 31. « *Si tous n'étaient pas socialisés de cette manière, l'interaction, dans la plupart des sociétés et des situations, serait un danger bien plus grand pour la sensibilité et la face de chacun. L'expression symbolique des jugements de valeur deviendrait impossible et les sentiments impraticables ; autrement dit, plus personne ne serait un objet rituel délicat. […] Il n'est donc pas surprenant que celui à qui on ne peut faire confiance dans ce domaine sème la perturbation.* » (Traduction : Éditions de Minuit [1974 : 30]).

l'interaction en général. L'interaction devient anxiogène (Gudykunst, 1995 ; 1998 ; *infra*, page **Erreur ! Signet non défini.**), et exige de l'individu une concentration et une tolérance accrues. Nier ou invalider poliment la subjectivité de l'étranger permet de réduire l'anxiété ressentie à son contact.

Déjà dans sa thèse de doctorat (1953), Goffman identifie les étrangers comme l'une des trois catégories de « personnes défectueuses » (« *faulty persons* »), aux côtés des enfants et des personnes handicapées, à qui on n'accorde pas le statut d'individus socialisés, de sujets dans l'interaction. Les étrangers sont ceux qui ne connaissent pas les rites, les codes, les cadres sociaux et qui sont donc susceptibles de commettre des « bourdes ». Ces acteurs sociaux « défectueux » ou « discrédités » peuvent se voir infliger des traitements tels le faux-semblant (« *phantom acceptance* » et « *phantom normalcy* » - (Goffman, 1963, p. 148)). Ce procédé consiste à faire ouvertement comme si l'étranger était un sujet à part entière, mais en discréditant ses actes, à l'image de l'enfant à qui l'on fait plaisir en le traitant de « grand ». Rapprocher l'identité étrangère de la notion de « stigmate » permet de comprendre la façon dont cette identité peut devenir totalitaire aux yeux d'autrui et finir par occulter toutes les autres caractéristiques de l'individu, qui devient alors un simple objet unidimensionnel.

D'un point de vue phénoménologique, Guy-Félix Duportail (1999) rappelle l'importance du postulat du recouvrement Je-Tu dans la relation à l'Autre. Fondé sur un rapport analogique (la ressemblance physique révèle la ressemblance psychique) et sensible, l'individu se projette ou non dans la personne de son interlocuteur. S'il voit dans l'étranger un semblable, capable de se montrer pertinent à travers ses actes symboliques, il lui accorde provisoirement le statut de sujet. Inversement, si l'impression d'altérité prime, et l'étranger n'apparaît pas comme une version possible de soi, il peut être réduit au statut d'objet dans l'interaction. L'objectivation de l'étranger, notamment dans des contextes de guerre ou de colonisation (mais également dans le cas du tourisme sexuel, par exemple) peut devenir le prétexte pour des actes de barbarie[4] de tout genre. Privé de son humanité, l'étranger est réduit à son altérité, contre laquelle l'individu jouit de sa puissance supérieure dans un dialogue imposé de façon monologique[5].

La subjectivité des étrangers

Heureusement, les étrangers ne sont évidemment ni toujours, ni même généralement, abordés comme des objets, sur le plan intersubjectif. Dans cette discussion des différentes représentations possibles de l'étranger, il convient de resituer cette figure du « barbare » – l'étranger-objet – parmi les modalités de représentation possibles de l'étranger, dans la mesure où l'individu peut y faire appel à chaque fois qu'il considère l'étranger comme totalement imprévisible et dénué de subjectivité. A l'autre extrême de cet espace représentationnel, certains « étrangers » peuvent se montrer tellement bien socialisés dans les cultures de leurs interlocuteurs qu'il arrive à ceux-ci d'oublier momentanément (ou plus durablement) leur appartenance étrangère : ils semblent aussi prévisibles dans leurs interactions que n'importe quel membre de la société en question. Le cas d'individus « issus

---

[4] Rappelons que les « barbares » étaient, pour les Grecs, des étrangers non civilisés à la langue et aux mœurs incompréhensibles. Les atrocités, la « barbarie », qu'ils pouvaient commettre étaient attribuées à un manque de moralité. Or, ici il s'agit d'actes de barbarie perpétués *contre* les étrangers, par ceux qui se considèrent comme le groupe civilisé (*cf*. aussi (Morin, 2005)).

[5] Le cas le plus extrême d'objectification d'un individu (étranger ou non) se trouve dans la torture, comme le rappelle Paul Ricœur. Le tortionnaire ne se contente pas de traiter sa victime comme un objet sur lequel il exerce une puissance totale, mais, en la privant de tout « pouvoir sur », il cherche à lui faire accepter et assumer ce statut d'objet, en brisant son estime de soi (Ricoeur, 1990, p. 256).

de l'immigration », de deuxième ou troisième génération, nés et socialisés dans la société hôte mais confrontés souvent à l'identité d'« étranger » peuvent très bien correspondre à ce type de représentation.

Entre ces deux positions extrêmes et opposées, on peut imaginer d'autres figures de l'étranger, plus ou moins prévisibles. Il y a la figure qu'esquisse Simmel, dont la prévisibilité repose sur ce que l'on sait de la culture étrangère :

> Lorsque l'étranger est d'un pays, d'une ville, d'une race différents, ses caractéristiques individuelles ne sont pas perçues : on ne fait attention qu'à son origine étrangère, qu'il partage ou peut partager avec beaucoup d'autres. C'est pourquoi **nous ne considérons pas les étrangers véritablement comme des individus**, mais surtout comme **des étrangers d'un type particulier** : l'élément de distance n'est pas moins général, en ce qui les concerne, que l'élément de proximité.[6]

On accorde alors à l'étranger le statut de sujet, mais il s'agit d'une subjectivité bien particulière, puisque l'on sait aussi, généralement, que l'on ne comprend que partiellement les logiques culturelles étrangères. Ce type d'étranger est d'une prévisibilité limitée, susceptible de mal comprendre, d'adopter des propos ou des comportements jugés étranges, car obéissant à des logiques culturelles étrangères en partie opaques.

Enfin, on peut postuler l'existence d'une quatrième figure-type de l'étranger, celle de l'étranger dont on reste conscient de son appartenance étrangère, tout en le « considérant comme un individu », pour reprendre en la paraphrasant l'expression de Simmel, c'est-à-dire en prenant en compte d'autres facettes de sa personnalité, d'autres identités sociales ou de rôle, comme fondements de prévisibilité. C'est l'exemple de l'étranger médecin – ou du médecin étranger – qui se conforme à son rôle et à son identité sociale en effectuant une consultation médicale. Tout en étant conscient que la pratique de la médecine varie d'un pays à un autre, on a une idée de la manière dont on doit se comporter vis-à-vis du médecin et du rôle social qu'il va jouer (schèmes culturels). On reste conscient de l'identité étrangère du médecin, susceptible donc de se comporter de manière inattendue, mais l'identité professionnelle constitue une source de prévisibilité supplémentaire, lorsque cette identité est activée dans le contexte de la visite médicale.

Ces quatre figures-type de l'étranger correspondent à quatre modalités de représentation différentes, impliquant à chaque fois une qualité intersubjective et un degré de prévisibilité particuliers. Elles sont mises en relation dans la figure 1, par rapport aux axes de la particularisation (l'Autre considéré davantage comme un individu ou comme un type) et de la différenciation (prise en compte ou non de la culture étrangère comme logique culturelle à part).[7]

---

[6] (Simmel, 1908, p. 59). Mes emphases.

[7] Figure adaptée de (Frame, 2011, p. 277). Les arguments développés ici sont traités plus en détails dans l'article en question.

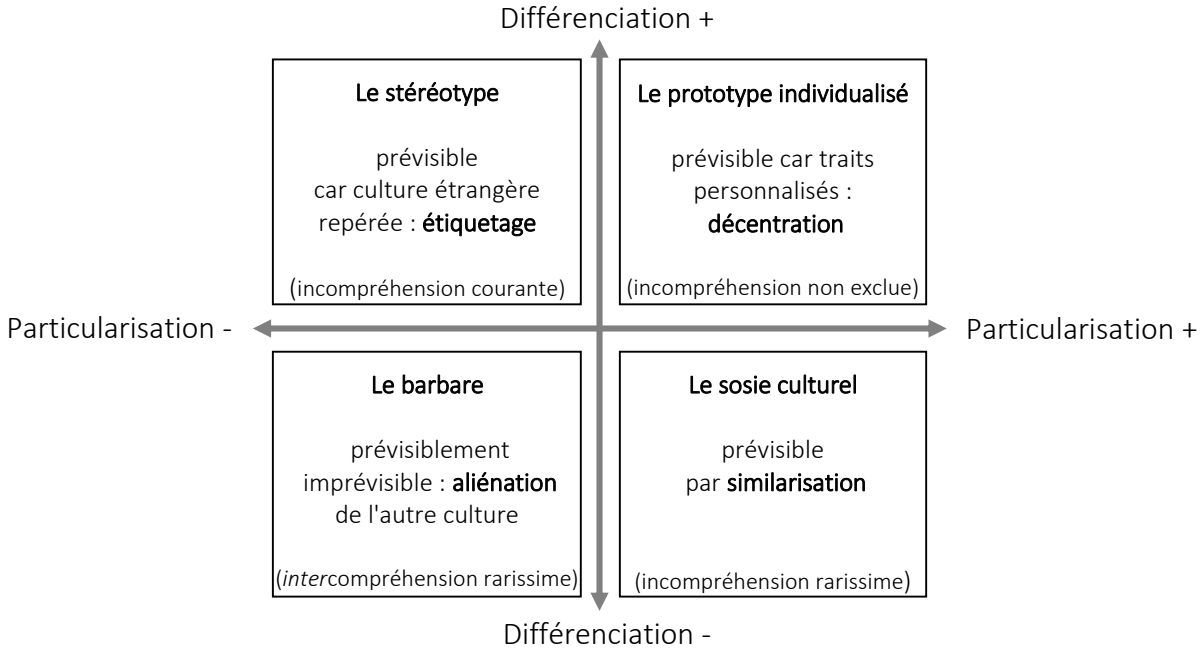

Figure 1 : Figures-type de l'étranger dans les interactions interpersonnelles

Ces figures-type vont ainsi du sosie culturel, supposé prévisible car assimilé à notre propre culture, au barbare supposé imprévisible, dont on ne cherche pas à comprendre une quelconque logique culturelle étrangère. Entre les deux, on passe par le prototype individualisé, cet étranger sur qui on porte un regard décentré, pour le distinguer des autres membres de son groupe à travers ses différentes identités ou le rôle qu'il joue, et par l'étranger prévisible uniquement par son appartenance étrangère, à qui on colle des stéréotypes pour chercher à le comprendre. Ces figures-type ne sont naturellement que des représentations possibles, idéalisées de l'Autre. En réalité, les représentations d'un étranger dans une interaction sociale sont dynamiques, dépendent d'énormément de facteurs, et évoluent tout au long de l'interaction, prenant en compte bien d'autres identités que la seule identité étrangère (Frame, 2011, p. 279).

Hermann Parret (1999 : 211) rappelle que la subjectivité n'est pas seulement rationnelle ou éthique dans le sens d'Habermas, mais également (et avant tout, dit-il) passionnelle ou esthétique. Ainsi, le rapport à l'étranger ne saurait point être réductible à sa seule dimension cognitive, rationnelle, ni même symbolique. L'on est dans une relation sensible complexe, où sensoriel et représentations, sensible et symbolique participent à la construction d'une image dynamique de l'Autre, dans un contexte qui ne cesse d'évoluer. David Le Breton souligne cette idée (2004, p. 51) :

> Les interactions ne sont pas des processus mécaniques se greffant sur des statuts et des rôles. Le fait d'être avocat et client, par exemple, donne seulement un cadre formel à l'action, il ne dit rien sur le déroulement de l'interaction. Il reste muet sur le style de l'avocat, celui du client, la nature de leur rencontre, la somme de routines ou de surprises qui apparaîtront, etc.

La négociation du sens et des identités n'est jamais transparente, ni rationnelle, ni utilitariste, mais de l'ordre de l'expérience sensible dans ses dimensions esthésiques (sensorielles, polysensorielles) et esthétiques, par les formes mêmes de l'expérience (Boutaud et Lardellier, 2003 ; Boutaud et Martin-

Juchat, 2003). Les rapports de séduction, de répulsion, et tous les phantasmes liés à l'exotisme de l'altérité peuvent venir s'ajouter à l'« étrangeté » sensorielle de la rencontre interculturelle. Les malentendus sont susceptibles de faire ressurgir les stéréotypes de façon inattendue, bouleversant les relations établies et poussant les uns et les autres à réévaluer le sens qu'ils attribuaient jusqu'alors aux actes symboliques. L'imprévisibilité et l'instabilité propres à toute communication humaine apparaissent comme des traits tout aussi inévitables lorsque les acteurs sont conscients d'être face à un « étranger ».

L'étranger comme objet esthétique

Dans le sens de Caune (*supra*), l'étranger peut être abordé comme un « objet esthétique », défini comme un objet qui provoque une expérience sensible chez celui qui l'appréhende (1997 : 20).[8] Cette expérience repose sur les sensations et les émotions stimulées par la considération de l'objet, qui passent par le filtre du symbolique (mythes, représentations) pour créer du sens (*ibid*. : 52). Les sensations provoquées par l'appréhension de l'objet peuvent influencer les représentations cognitives qu'il convoque, en se révélant complémentaires ou non aux représentations préfigurées. Une réaction esthésique de dégoût face à un plat exotique, par exemple, peut faire ressortir des représentations sociales négatives à propos de la gastronomie en question, alors que d'autres sensations ressenties privilégieraient des représentations plus favorables (Frame, 2010). Inversement, des représentations très positives peuvent réduire la magnitude d'une réaction sensorielle négative, etc. La teneur de l'expérience sensible est déterminée par l'ensemble de ces facteurs, et les qualités sensibles de l'étranger étant indissociables des expériences antérieures de l'individu à son égard. L'individu fait le lien entre l'objet qu'il perçoit et la signification latente que provoque cet objet dans sa conscience par effet de symbolisme.

Face à l'étranger dans une interaction interpersonnelle, en l'absence d'un cadre culturel commun, les marqueurs sociaux (tels que l'âge, le sexe ou la profession, par exemple), perdent de leur valeur en tant qu'indices pour prévoir le comportement de l'Autre. Cela est d'autant plus vrai lorsque, sur le plan des représentations (figure 1), l'on a tendance à considérer l'Autre, dans l'interaction, comme un « type » et non comme un « individu » (particularisation négative), le réduisant ainsi à sa non-appartenance au groupe (*aliénation*), ou à son appartenance étrangère (*étiquetage*). L'incertitude envahit alors la relation intersubjective, que ce soit de l'incertitude *prédictive* (« que va dire/faire l'étranger ? ») ou *comportementale* (« comment comprendre ce qu'il a fait/dit ? »), à emprunter la distinction utilisée par Gudykunst et Kim (1992). Comme le soulignent ces auteurs, l'incertitude provoque souvent l'anxiété et un retour précipité des stéréotypes, chez l'individu qui cherche à tout prix à s'accrocher à du familier pour ne pas s'avouer perdu ou démuni face à cette incertitude. Dans un registre plus positif, un degré moindre d'incertitude peut se révéler décomplexant face aux normes sociales : puisque les codes habituels ne sont pas de rigueur face à l'étranger, il devient possible de les transgresser presque sans risque symbolique dans le sens de Goffman, car la face peut être sauvée si nécessaire en plaidant l'ignorance face à la différence des codes. La communication tend alors à

[8] Il ne s'agit pas ici de l'objectivation intersubjective de l'étranger dont il a déjà été question, mais de la prise en compte de la dimension sensible de la relation avec lui.

devenir plus permissive, davantage ouverte sur le cadre naturel[9] de la relation, par rapport à son cadre social.

Merleau-Ponty (1945) souligne la primauté de l'expérience corporelle chez l'Homme, nous rappelant que c'est à travers le corps qu'on perçoit et qu'on s'exprime, mais la dimension sensorielle peut se révéler d'une importance toute particulière dans notre rapport à l'étranger. Face à l'incertitude relative quant à la signification d'indices symboliques, la réaction sensorielle devient proportionnellement plus pesante dans l'expérience sensible de l'Autre, souvent confortée par des stéréotypes de l'étranger fondés sur des attributs physiques voire sexuels (positifs ou négatifs)[10]. Les traits visuels, le corps, la couleur et la texture de peau, les odeurs, ou encore l'accent ou le timbre vocal de l'étranger peuvent devenir plus saillants, jusqu'à envahir ou éblouir les sens de son interlocuteur.[11]

Sous l'effet d'une réaction sensorielle surdéveloppée et d'une symbolique souvent marquée par des représentations sociales clivantes, l'expérience esthétique de l'étranger, de valence positive ou négative, ne laisse généralement pas indifférent, ce qui fait la force de la figure sensible de l'étranger lorsqu'on la déploie sur le plan de l'expression. Les traits considérés comme saillants chez l'étranger sont généralement ceux qui sont absents du groupe de l'individu, auquel il est opposé. Vécue de relativement loin, la réaction face à l'étranger, objet esthétique, est parfois marquée par l'exotisme, une idéalisation de l'altérité que Tzvetan Todorov définit comme le contraire du nationalisme (1989 : 297). Une réaction distante de valence plutôt négative est le ridicule : les pratiques (culinaires, vestimentaires, sociales, religieuses…) du groupe étranger peuvent prêter à rire, un rire de censure sociale comme l'analyse Bergson (Bergson, 1992). De plus près, les réactions peuvent se manifester à travers des émotions plus fortes, telles le désir ou le dégoût, la peur, l'amour ou la haine.

Lointain, l'étranger peut attirer par son exotisme, mais également pour l'altérité qu'il représente. D'un point de vue psychanalytique, l'étranger au groupe social est associé au tabou, à l'interdit. Le séduire, que ce soit par curiosité ou par esprit de rébellion, revient à transgresser les normes et les règles du groupe dominant, s'affirmant, au passage, comme un être indépendant. Or, séduire un étranger implique souvent des contacts qui dépassent le simple exotisme. La littérature coloniale et postcoloniale met souvent en scène les rapports quotidiens entre colonisateurs et colonisés, généralement strictement codifiés, mais également marqués par des tensions sous-jacentes prêtes à s'embraser en violences dès lors que la proximité engendre des contacts trop intenses. *L'exil et le royaume*, ou *L'étranger* de Camus et *En route vers l'Inde* de Forster offrent des exemples d'une relation sensorielle violente envers l'étranger-objet qui est l'antithèse de l'exotisme vécu de loin. La perte de contrôle de Meursault, héros de *L'étranger*, qui semble souffrir d'un éblouissement sensoriel lors de son crime, rappelle l'expérience d'Adèle Quested, personnage clé de l'ouvrage de Forster. Victime de ce qu'elle qualifie d' « avances outrageuses » de la part d'Aziz, son hôte musulman, Adèle

---

[9] (Goffman, 1991, pp. 30–4). Un cadre naturel est marqué par l'absence de conventions sociales : l'activité des individus est soumise aux seules lois naturelles.

[10] L'ambivalence des stéréotypes permet à l'individu de sélectionner ceux qui correspondent le mieux à la réaction affective éprouvée à l'égard de l'Autre. Citons, à titre d'exemple, le stéréotype du petit Italien machiste à la chevelure huilée, qui harcèle les touristes féminines, opposé à l'image du « *latin lover* », ce Casanova galant à peau mate.

[11] La prégnance du rapport sensoriel à l'étranger est attestée par de nombreuses illustrations littéraires : des personnages dépeints par les orientalistes (*Salammbô* de Flaubert ou les figures des poésies exotiques de Baudelaire) aux relations décrites dans les récits de Gide (*L'immoraliste*) ou de Camus.

assimile à un viol sexuel, ce qui apparaît plus « objectivement » comme un viol de cadre expérientiel. Une telle lecture illustre parfaitement la violence symbolique qui éclate lorsque l'étranger objectivé, pris dans une relation esthétique dans le cadre naturel[12] d'une grotte obscure, se transforme en sujet à la lumière aveuglante du jour. Le désir se mue en dégoût sous les projecteurs des représentations sociales rendues incontournables par un changement de contexte social. Comme en témoigne cet exemple, la limite de l'esthétique est éthique. Lorsque l'exotisme dépasse les limites et remet en cause des valeurs fondamentales culturellement ancrées, l'individu peut rapidement basculer de l'idolâtrie à la révulsion face à l'altérité[13].

En tant qu'objet esthétique, l'étranger peut exercer de l'attirance ou de la répulsion, mais la réaction qu'il provoque est souvent d'ordre passionnel. Nous suggérons que ces réactions sont d'autant plus fortes dans les interactions entre étrangers lorsqu'elles reposent sur un décalage entre la place que l'individu accorde à l'étranger dans un « monde possible » énonciatif, sous-tendu par des valeurs et des représentations socialement préfigurées, et ce qu'il vit et ressent sur le plan intersubjectif.

Etrangers et « mondes possibles »

La prise en compte de la dimension sensible dans les interactions sociales nous permet d'affirmer que l'activité interactionnelle entre individus socialisés au sein d'un même groupe implique souvent plus que des normes partagées ou des repères de signification communs. La prise de forme, la cristallisation spontanée d'une relation, de sens, lors d'une interaction, peut être imputée à l'adhésion des interlocuteurs à une vision commune vectorisée de la situation et des identités, fondée sur des univers sensibles partagés : des « mondes possibles ». Le monde possible de la communication (énonciation) inclut les représentations, collectives ou non, d'un monde idéal, par rapport auquel on se positionne symboliquement (Boutaud, 2006). La « prise » d'une relation, la cristallisation de sens entre des interlocuteurs, est favorisée lorsque ceux-ci s'entendent sur une vision partagée d'un monde idéal, dans lequel chacun joue son rôle particulier. La « prise » est ici entendue comme un phénomène émergeant d'un autre ordre que l'abduction ou que la déduction rationnelles. Sur le plan phénoménologique, les individus ne sont pas dans une métalogique réflexive de la recherche de ce qui peut « faire sens », mais vivent leur rencontre, au contraire, au premier degré. Le monde possible contient ses propres vérités axiologiques et sa trame narrative, par rapport auxquelles les individus se situent pour asseoir leur sentiment de l'« authenticité » de la situation et de leurs identités.

Peut-il exister des mondes possibles partagés entre « étrangers » ? Cela suppose qu'ils partagent une vision de la situation, qui fait appel à des univers sensibles communs et qui attribue aux participants des rôles particuliers. La « prise » momentanée d'une relation autour d'un monde possible partagé nécessite des représentations suffisamment clairement définies pour permettre aux individus d'y adhérer et de communiquer implicitement cette adhésion à leurs interlocuteurs à travers leurs actes. Une socialisation au sein d'un même groupe, de groupes différents dans une même société, ou de

---

[12] Le sens savant goffmanien (*supra*) recouvre ici son acception plus familière.

[13] Arjun Appadurai développe la thèse selon laquelle la violence extrême des actes souvent associés aux conflits interethniques les plus meurtriers, est liée à un sentiment de trahison. L'auteur suggère que si l'on viole ou tue ses voisins d'ethnie différente, c'est parce que l'on se sent soudainement trahi, à l'intérieur d'un contexte social particulier, par ces « imposteurs » que l'on côtoyait depuis des années, sans jamais qu'ils montrent leur « vrai » visage. Il ajoute que les discours primordialistes des médias ou des hommes politiques qui réduisent les membres de différentes ethnies à cette seule identité, ne font qu'accentuer ce phénomène (Appadurai, 2001, pp. 216–7).

groupes homologues dans différentes sociétés, un vécu personnel important de l'Autre ou un contexte suffisamment déterminant peuvent constituer les fondements d'univers sensibles communs. La « prise » éventuelle dépend, bien évidemment, de tout un ensemble de facteurs, dont les relations entre les uns et les autres, les identités convoquées, le contexte, les dispositions individuelles, etc. Sur le plan théorique, il est possible d'imaginer l'émergence d'un monde possible conforté par une relation intersubjective marquée par la confiance, par un niveau de réflexivité (« *mindfulness* ») relativement bas, et par des représentations de l'Autre fondées sur la similarisation ou du moins la décentration (*supra* : figure 1). Mais, pour ce qui concerne les interactions avec des personnes identifiées comme étrangères, ces conditions ne peuvent être réunies que dans des cas bien particuliers et là encore de manière ponctuelle, face à une relation intersubjective qui ne cesse d'évoluer au fil de l'interaction.

Par ailleurs, le monde possible fait appel à des univers sensibles dont les résonances intertextuelles risquent fort de dépasser la situation en cours, une culture organisationnelle ou un vécu personnel de l'Autre. Comme le rappelle Jean-Jacques Boutaud, le caractère transversal du processus de signification convoque tout un ensemble de représentations et de valeurs – une sémiosphère – qui resitue les participants à l'interaction dans un contexte social et culturel plus large :

« Il est nécessaire d'aborder toute valeur, toute figure sensible *de la vie en société de façon longitudinale, sans couper par exemple, l'émergence des signes et des valeurs dans les organisations, des formes même de vie développées et valorisées en société »*[14].

Interagir avec un étranger, à moins de faire totalement abstraction de son identité étrangère, c'est aussi définir sa place dans un monde possible, par rapport à un discours social ambiant. Ce discours social, reflet des valeurs et des représentations d'une société qui se définit dans sa relation à l'altérité, et qu'on y adhère ou non, réserve une place particulière à la figure d'étranger, de manière générale ou en fonction de sa provenance. L'étranger peut être vu comme une menace, jusqu'à ce qu'on le découvre en bon voisin. Il peut attirer par son exotisme, jusqu'à ce qu'on soit exposé de près à ses pratiques, à ses discours, jugés « peu civilisés ». L'étranger du monde possible, totem de l'altérité, structure d'un côté l'expérience sensible, alors que l'étranger du monde réel impose d'autres significations, à travers l'objectivation sensorielle de sa présence. Ce décalage, ce difficile passage de l'objet qui peuple un monde possible au sujet qui en revendique le sien, permet de comprendre les réactions parfois fortes que le contact avec l'étranger peut provoquer dans la relation intersubjective.

Un constat analogue peut être fait pour l'expérience touristique : entre le monde possible « authentique », vendu par l'agence de voyage et le monde réel rencontré sur place par le touriste qui réussit à sortir du sentier battu, il peut y avoir… un monde. En dehors de l'industrie touristique, la figure de l'étranger est utilisée de manière positive pour vendre dans bien d'autres domaines : de l'automobile à l'agroalimentaire, en passant par la mode ou l'industrie de luxe. A l'inverse, le champ de la communication politique fait plus souvent appel aux connotations négatives de cette figure sensible, afin de réunir des partisans face à une altérité menaçante. La dernière partie de ce chapitre propose d'esquisser les contours de la « figure sensible de l'étranger », afin de mieux caractériser le discours social sur les étrangers et mieux comprendre son influence possible du sur les interactions.

[14] Boutaud, 2006 : 5. Emphase dans l'original.

2. La figure sensible de l'étranger

L'espace figuratif de l'étranger se déploie à travers tous les messages, les objets, les dispositifs, les cadres d'exposition et d'action qui mettent en scène l'étranger (espace au-delà des frontières), les étrangers (originaires de cet espace), et même les artefacts étrangers (produits ou pratiques associés à ces personnes). Cet espace figuratif est en relation étroite avec d'autres sous-espaces réservés à des étrangers de certains types : les Japonais, les Asiatiques, les migrants, etc. La discussion qui suit, autour de la figure sensible de l'étranger en France, se limite à l'étranger généralisé, et puise son inspiration dans deux domaines particuliers : celui de la publicité et celui de la communication politique.

En plus de son caractère assez général, cette figure sensible ne présente pas de cohérence interne à l'échelle globale. Les représentations qu'elle véhicule sont d'intensités et de valences différentes selon le domaine de discours, le registre, et la mise en scène adoptée (*infra*, figure 2). En publicité, notamment, les évocations de la figure d'étranger sont polysensorielles et jouent souvent sur une synesthésie entre le visuel (les habits, la couleur de peau, les paysages, la luminosité, l'intensité des couleurs…) et l'auditif (les musiques, les accents, les langues, les chants, les bruits d'animaux…). Cette synesthésie peut être prolongée, selon la mise en scène, à travers l'odorat et le goût (une forte intensité, des sensations de piquant ou d'épicé…), et également l'haptique et la proxémique (la température, l'ensoleillement, l'humidité, la proximité des uns aux autres ou, au contraire, les grandes distances…). Lorsqu'on met en scène les comportements de l'étranger, ces comportements apparaissent souvent stéréotypés. Les stéréotypes varient selon la sous-catégorie d'étranger, mais traduisent généralement une inadaptation aux normes sociales du groupe majoritaire de la société de référence (*infra*).

Sur le plan narratif, les représentations et les discours sont adaptés en fonction du domaine. En publicité, la stratégie consiste souvent à présenter l'étranger sous une lumière positive, mettant en scène, par exemple, un savoir-faire culinaire qui fait appel à des ingrédients et des recettes présentés comme traditionnels et « authentiques ». La différence de l'étranger cautionne sa créativité, son ingéniosité, la valeur ajoutée de ses produits dans un domaine particulier. Pour les publicités touristiques, l'étranger, objet de curiosité ou terre de plaisirs, représente une promesse d'évasion, de bien-être, de rupture temporaire par rapport au quotidien familier. En communication politique, en revanche, le discours est généralement tout autre. Grâce au terme d'étranger, on invoque des migrants désespérés, des ghettos malfamés, des extrémistes religieux, des régimes non respectueux des droits de l'homme… ou de la femme, ou encore des entreprises concurrentes sans scrupules. L'étranger représente ainsi une menace pour la nation, que ce soit sur le plan de l'emploi, de la sécurité, de la laïcité, des droits fondamentaux, de l'économie ou du patrimoine national.

En prenant en compte la notion d'intensité chère à la sémiotique tensive (Fontanille, 1998)[15], la figure 2 propose une série de thèmes et d'émotions correspondantes qui semblent structurer l'espace figuratif de l'étranger :

[15] Bien qu'inspirée par les travaux de Fontanille et de Zilberberg, la figure présentée ici n'est évidemment pas un schéma tensif, car la dimension de l'extensité représentée sur l'abscisse est remplacée ici une valence binaire sans réelle profondeur.

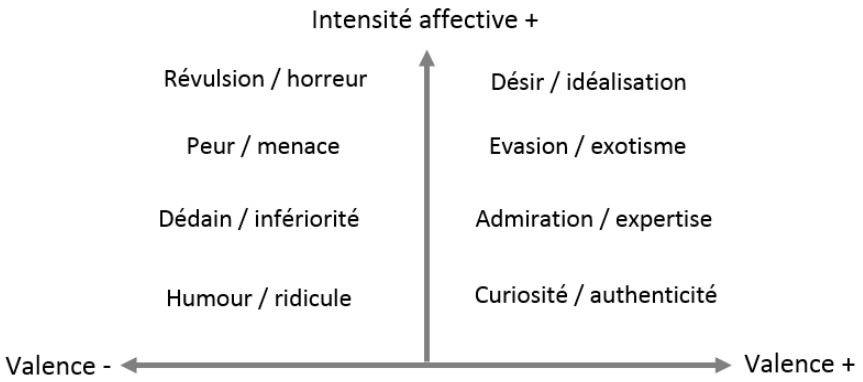

Figure 2 : Modalités de représentation et réactions affectives structurant l'espace figuratif de l'étranger

La figure fait apparaître une échelle d'intensité des émotions, positives et négatives, qui peuvent être provoquées face à des jugements de valeur à propos de l'étranger. Une réaction d'humour face à un comportement jugé ridicule à la lumière d'autres normes sociales semble ainsi comparable dans son intensité, mais opposée par sa valence, à une réaction de curiosité vis-à-vis d'un comportement jugé « authentique ». Le dédain ou l'admiration sont aussi deux réactions possibles devant les pratiques maîtrisées par l'étranger, qu'on les aborde de manière positive ou négative. L'exotisme ou la menace représentés par l'étranger sont deux conceptions face à la différence, qui peuvent provoquer le désir d'évasion ou de fuite et enfin, les réactions affectives les plus intenses sont le désir ou la révulsion, face à un étranger idéalisé ou jugé horrifiant.

Les utilisations de la figure d'étranger dans les discours politiques peuvent habituellement être traduites dans la partie supérieure gauche du schéma, ce qui reflète le plus souvent une stratégie de rassemblement et de gestion de l'électorat du groupe majoritaire qui fait appel à un Autre présenté comme une menace à combattre. Les effets d'*agenda setting* et de *framing* dans ce contexte sont bien connus. Inversement, la publicité occupe en général toute la partie droite du schéma, notamment lorsqu'il s'agit de vendre un produit présenté comme étranger, grâce à des arguments commerciaux positivement connotés. Or il convient de remarquer que la publicité fait aussi appel, parfois simultanément, à des représentations négatives de faible intensité : l'humour et, plus rarement, le dédain de l'étranger.

En effet, de nombreuses publicités pour des produits d'origine étrangère soulignent cette provenance à l'aide de stéréotypes. A titre d'exemple, citons des spots télévisés français qui mettent en scène des étrangers à fort accent, souvent habillés de manière « étrange », qui s'exposent ainsi au ridicule en vantant les mérites d'un aliment (McVites, Twinings, Krisprolls…) ou d'un produit technologique (Dyson, Opel, Bosch…). Dans ce cas, le ridicule peut servir à dédramatiser la préférence (tabou) d'un produit étranger : si le consommateur admet que les voitures étrangères (allemandes) sont de bonne facture, l'allure des Allemands mis en scène dans la publicité lui permet de garder la tête haute vis-à-vis de ses voisins germaniques qui parlent un mauvais français.

Dans une tentative d'inversion du signal, la marque Renault pousse cette logique plus loin, en revendiquant l'origine française de ses voitures, grâce à des publicités qui comparent favorablement leurs qualités à celles de leurs concurrents étrangers, par exemple à travers la campagne « *French touch* », lancée en 2013. Non sans humour, ces publicités jouent sur les stéréotypes et racontent la

jalousie des étrangers face à la supériorité prétendue des voitures Renault. A destination d'un public français acquis à sa cause et sensible à son ironie dans le contexte des publicités automobiles, cette campagne de mise en valeur d'une marque à forte identité nationale au dépens des étrangers obéit à une logique de valorisation du groupe majoritaire.[16] De telles stratégies soulignent la complexité dont il faut tenir compte dans le déploiement de cette figure sensible de l'étranger, construite contre les autoreprésentations du groupe et qu'il faut nécessairement penser dans son rapport à lui.

Conclusion

Ce chapitre a voulu explorer les particularités de la figure d'étranger, fondée sur une relation dialogique entre intériorité et extériorité. Il a été question de son impact sur les relations que l'on entretient avec les personnes considérées comme étrangères, sur le plan de l'intersubjectivité. Les représentations possibles de l'étranger varient énormément (figure 1) et évoluent de manière dynamique dans les interactions. Par rapport à une interaction avec un membre de son propre groupe social, la rencontre avec l'étranger peut être caractérisée par une perte de certains repères symboliques, due à un non-alignement perçu des codes culturels et l'absence d'univers sensibles partagés. Lorsque le cadre social est dépouillé de certains repères, le cadre naturel de la relation peut assumer plus d'importance et la dimension sensorielle dans le rapport à l'étranger peut être hyperinvestie. Les indices symboliques sont perçus et interprétés, dans l'incertitude, à la lumière de représentations préfigurées de l'étranger et parfois à gros renforts de stéréotypes, mais aussi dans l'intelligence du contexte et de la relation intersubjective performée.

La figure de l'étranger que l'on retrouve dans les médias et notamment à travers le discours publicitaire et politique est également influencée par le contexte social, politique, et naturellement par le contexte d'énonciation. Cependant, en l'absence physique de l'étranger représenté, les représentations préfigurées, la figure sensible avec son déploiement multimodal, structurent les discours. L'espace figuratif de l'étranger, structuré par une axiologie sous-jacente (figure 2), révèle la bivalence de notre relation avec cet « Eux » plus ou moins proche. Une approche polysensorielle de la figure sensible de l'étranger reste à construire et constitue une piste prometteuse pour d'autres recherches qui viendront mieux identifier et caractériser les contours de cette figure, afin de mieux comprendre cette grammaire de l'altérité et la manière dont elle se déploie dans l'espace social.

Références :

Appadurai, A. (2001). *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris: Payot.

Bergson, H. (1992). *Le Rire. Essai sur la signification du comique*. Paris: Presses Universitaires de France.

[16] La marque au losange avait déjà tenu un discours similaire à l'étranger, à travers une campagne en 2005 qui se servait de stéréotypes étrangers pour critiquer ses principaux rivaux et vanter les qualités sécuritaires des voitures Renault. Mais les publicités « Baguette » ou « French Kiss » étaient alors diffusées en Allemagne devant un public bien plus hostile à la marque française.

Boutaud, J.-J. (2006). Les organisations, entre idéal du moi et monde possible. In *Pratiques et usages organisationnels des sciences et technologies de l'Information et de la Communication*. Rennes.

Boutaud, J.-J., & Lardellier, P. (2003). Sémio-anthropologie du sensible. *Degrés*, *n°113*.

Caune, J. (1997). *Esthétique de la communication*. Paris: PUF.

Fontanille, J. (1998). *Sémiotique du discours*. Presses Univ. Limoges.

Frame, A. (2010). Les " Frogs " et les "Rosbifs" : vers une entente cordiale autour de la table. *Revue Interdisciplinaire "Textes & contextes" [en ligne]*, (N°5 : "Stéréotypes en langue et en discours").

Frame, A. (2011). Représentations de l'Autre dans l'interaction: stéréotypes, prototypes, sosies et barbares. In S. Rouquette (Ed.), *L'identité plurielle : images de soi, regards sur les autres* (pp. 271–286). Clermont-Ferrand: Presses universitaires Blaise Pascal.

Frame, A. (2013). *Communication et interculturalité : cultures et interactions interpersonnelles*. Paris: Hermès Science Publishing.

Frame, A., & Boutaud, J.-J. (2010). Performing Identities and Constructing Meaning in Interpersonal Encounters: A Semiopragmatics Approach to Communication. In *Constructing Identity in Interpersonal Communication* (Vol. LXXXI, pp. 85–96). Helsinki: Société Néophilologique.

Goffman, E. (1953). *Communication Conduct in an Island Community*. University of Chicago, Illinois.

Goffman, E. (1963). *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*. New Jersey: Prentice Hall.

Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris: Editions de Minuit.

Grice, P. (1979). Logique et conversation. *Communication*, *n°30*, 16.

Gudykunst, W., & Kim, Y. Y. (1992). *Communicating With Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw Hill.

Le Breton, D. (2004). *L'interactionnisme symbolique*. Paris: PUF.

Merleau-Ponty, M. (1945). *Phenomenologie de la perception*. Paris: Gallimard.

Morin, E. (2005). *Culture et barbarie européennes*. Paris: Bayard.

Parret, H. (1999). *L'esthétique de la communication*. Bruxelles: Editions OUSIA.

Ricoeur, P. (1990). *Soi-même comme un autre*. Paris: Editions du Seuil.

Simmel, G. (1908). Digressions sur l'étranger. In Y. Grafmeyer & I. Joseph, *L'École de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine.* (pp. 53–60).

Todorov, T. (1989). *Nous et les Autres*. Paris: Seuil.