

Stéréotypes : l'héritage des premiers voyageurs britanniques en France

Les racines des présupposés francophobes de nos voisins d'outre-Manche s'ancrent dès le XIX^e siècle, notamment dans les écrits des écrivains-voyageurs de l'époque. Entre attraction et répulsion, de la condescendance à l'affection, le cœur de l'Anglais en France balance.

par **Jacques Barou**,
chercheur au CNRS,
Grenoble

Le tourisme est un phénomène majeur de la vie contemporaine. Il est porteur d'échanges économiques considérables, mais également producteur d'images sur les pays et les peuples visités, pour les peuples et les pays des visiteurs. À l'heure où les relations diplomatiques se tendent entre la France et les États-Unis à propos de la question de l'Irak, on voit fleurir dans la presse d'outre-Atlantique et dans une moindre mesure dans la presse d'outre-Manche toute une série d'images caricaturales à propos de la France et des Français. Les oppositions politiques déchaînent le recours à des réminiscences dont les origines précises sont assez floues mais ont manifestement à voir avec un certain nombre de souvenirs rapportés par les touristes anglophones venus visiter la France au temps des premières migrations de loisirs. On trouve dans ces témoignages, produits essentiellement par des visiteurs britanniques appartenant aux couches sociales les plus aisées de leur pays, toute une série de jugements qui ont tendance à globaliser et à simplifier la réalité observée. Il en ressort un certain nombre de thèmes qui vont alimenter de façon récurrente d'autres récits de voyages et de séjours en France pendant près de deux siècles. Il y a en effet une étonnante continuité dans les témoignages des visiteurs britanniques en France depuis ceux des aristocratiques voyageurs du XVIII^e siècle jusqu'à ceux produits à la fin du XX^e siècle par des personnes de condition sociale différente et souvent résidents permanents dans notre pays.

Dans un style et sur des tons différents, on retrouve à peu près les mêmes thématiques dans le récit d'Arthur Young écrit en 1790, *Travels in France*⁽¹⁾ et le *best-seller* de Peter Mayle, *A year in Provence*, publié deux cents ans plus tard⁽²⁾. Est-ce la réalité de la France qui se révèle dans une étonnante permanence aux yeux plus objectifs des visiteurs britanniques de différentes époques, ou est-ce la référence plus ou moins inconsciente aux premiers témoignages qui façonne le regard des touristes qui les suivent dans le temps ? Il est probable que les récits de voyage nous apprennent plus de choses sur la personnalité des auteurs, sur leur environnement social et culturel propre que sur la réalité des pays traversés. Si le profil des touristes britanniques auteurs de descriptions de la France a beaucoup changé au cours du temps, il n'en reste pas moins que l'on observe une certaine continuité

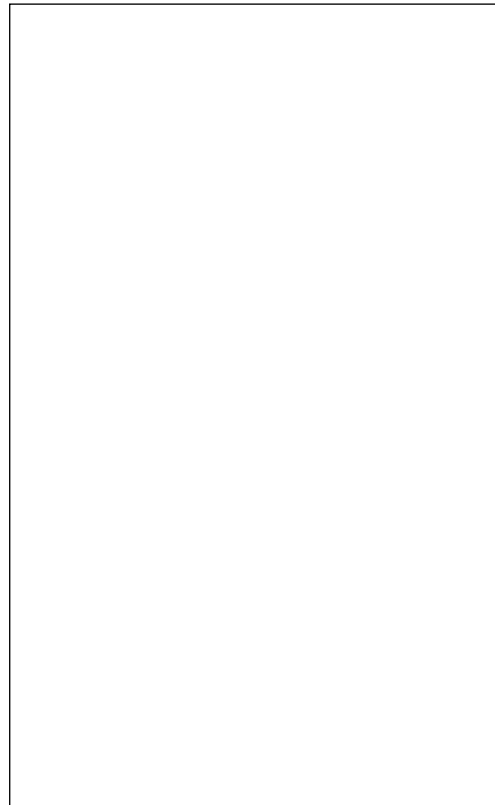
1)- Arthur Young, *Travels in France*, Tavistock, Londres, 1965.

2)- Peter Mayle, *A year in Provence*, Pan Books, Londres, 1989 ; *Une année en Provence*, Seuil, Paris, 1996.

dans le décalage entre les réalités anglaises et les réalités françaises, pour ce qui est tout au moins de celles qui font la matière principale des récits. Or c'est la France rurale qui constitue cette matière principale. De ce point de vue, les différences entre la France et la Grande-Bretagne se sont formées il y a plus de deux siècles, c'est-à-dire à l'époque où s'écrivent les premiers récits des voyageurs anglais en France.

3)- Robert-Louis Stevenson, *Voyage avec un âne dans les Cévennes*, Éditions Gérard Tisserand, Clermont-Ferrand, 2002.

Lorsqu'en 1878, Robert-Louis Stevenson entreprend de traverser les Cévennes en compagnie d'un quadrupède à longues oreilles⁽³⁾, il y a déjà longtemps que la révolution industrielle a chassé la plupart des paysans de la campagne anglaise, alors qu'on trouve en France une paysannerie qui est sans doute à son apogée en termes de poids politique et économique et qui inspire fortement la création littéraire et artistique. Alors que la paysannerie française en est à son âge d'or, selon les historiens de la France rurale, la paysannerie anglaise vit un complet effondrement sur le plan social. En 1880, sept mille propriétaires possèdent 80 % des terres britanniques. Réduite à un peuple de valets de ferme, asservi par les *landlords*, la paysannerie anglaise n'a d'autre destin que de poursuivre l'exode qui lui a été imposé depuis l'enclosure en 1760. La fin du XIX^e siècle voit ainsi la fin des paysans anglais, contraints d'aller travailler dans les usines des grandes agglomérations industrielles ou d'aller peupler le Canada ou l'Australie. La campagne anglaise, réorganisée pour fournir la laine aux grandes filatures, se transforme aussi en une sorte de parc paysager qui pendant longtemps ne profitera qu'à l'aristocratie traditionnelle et à la nouvelle bourgeoisie. C'est une campagne sans mémoire. L'homme de la terre n'y a plus sa place et le citadin n'y a plus de racines. De ce fait, le rural devient la figure même de l'altérité.



L'insoumission de la paysannerie française étonne

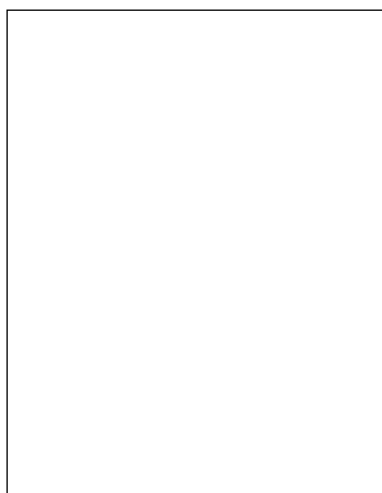
Les premiers touristes anglais en France vont se confronter à cette altérité. Dans leurs récits, ils apparaissent souvent comme de hardis aventuriers avançant en terre hostile, d'authentiques explorateurs tantôt charmés, tantôt effrayés par la "sauvagerie" de la paysannerie fran-

4)- Ce terme de déférence renvoie au titre d'un ouvrage de Howard Newby sur la condition paysanne dans les grandes plaines du Sud-Est de l'Angleterre : *The deferential worker, East Anglia*, Allen Lane, Londres, 1977.

çaise. Le fait que pendant longtemps, le tourisme anglais en France ait été le fait de privilégiés, habitués à se confronter chez eux à une paysannerie largement "domestiquée" et déférente envers ses maîtres⁽⁴⁾, explique la rugosité de la confrontation avec une paysannerie française majoritairement composée de petits propriétaires, conscients de leurs droits et plus volontiers portés à "rouler" l'étranger de passage qu'à se mettre courtoisement à sa disposition.

Ce sont les premières impressions des voyageurs des XVIII^e et XIX^e siècle à propos du monde paysan français qui engendrent ce phénomène de globalisation des traits de caractère observés et le processus ultérieur de fabrication de stéréotypes, invoqués lors de toute entreprise de stigmatisation de la France et des Français dans leur ensemble. Le mode de vie paysan de cette époque est marqué par une certaine rudesse. Les villages dans leur ensemble ne sont guère avancés sur le plan de l'hygiène. C'est ce qui frappe en particulier les délicats voyageurs que sont le duc de Kinston, Lawrence Stern (1768), et surtout Mrs Craddock (1783), l'étonnement nommée ! Le thème du Français dégageant des odeurs d'ail, de vin rouge ou de sueur qui traverse sans précautions des rues boueuses et des cours de ferme maculées de fumier se construit à cette époque, et il est promis à une certaine longévité et même à un transfert outre-Atlantique quand les besoins de stigmatisation le justifient. Dans le délire récent qui s'est emparé d'une partie de la presse anglophone à propos de la France, un journal américain n'a pas hésité à reprendre le stéréotype du Français sale. Le *New-York Post* du lundi 17 février 2003 écrit que *"les Français sont hostiles à tout, y compris à cette curieuse habitude américaine de prendre une douche quotidienne"*. Le *Sun*, quant à lui, n'hésite pas à faire une édition spéciale, en date du 20 février 2003, avec en un gros titre en français : *"Chirac est un ver"*, surmontant un montage photographique dans lequel la face de Jacques Chirac apparaît au bout du long corps d'un

The Sun, 20 février 2003.



lombric qui s'extrait du sol d'une carte de l'Hexagone. Le choix de la comparaison n'est pas le produit du hasard. Le ver (*worm*) évoque la terre, le fumier, bref la saleté. L'écrivain Robert Acroyd précise les réminiscences qui se lisent à travers une telle insulte : *"Pour les Anglais, les Français sont des bouseux accrochés à leur lopin de terre, anxieux de l'agrandir par tous les moyens. Prêts à tuer frères, oncles, neveux, nièces pour quelques arpents. C'est ainsi qu'ont fonctionné vos rois qui ont dépensé toute leur énergie à agrandir le domaine royal, à acquérir de nouvelles provinces par ruse, guerre ou mariage. Les Anglais, eux, se voient avant tout comme des marins. Ils ont sillonné les mers, grimpé dans les cordages par gros temps, pris les vaisseaux ennemis à l'abordage. Les Anglais ont d'eux-mêmes l'image*

d'un peuple viril. Un peuple de guerriers qui se moque de vous parce que vos ancêtres étaient des serfs attachés à la glèbe. C'est peut-être idiot mais c'est comme ça."⁵⁾


5)- Voir le *Nouvel observateur*, n° 2000, du 6 au 12 mars 2003, p. 89.

Un regard affectueux et condescendant

Bien que le profil des touristes anglais en France n'ait cessé d'évoluer et que la campagne française se soit profondément transformée au cours des dernières décennies, il existe manifestement un conditionnement du regard du visiteur anglais sur la France, qui s'appuie inconsciemment sur cette première confrontation entre des touristes aux mœurs pour le moins bourgeoises et une population française qui dans son ensemble gardait des mœurs paysannes. Si les Anglais manient facilement l'injure à destination des Français, c'est aussi parmi eux que l'on trouve les gens les plus à même d'analyser de façon critique cette recrudescence des stéréotypes forgés lors des premières rencontres. Nous citons ci-après un commentaire pertinent d'un journaliste londonien à propos de l'ouvrage de Peter Mayle, *A year in Provence*, qui connut un large succès en Angleterre au point d'être mis en image par la BBC et diffusé à une heure de grande écoute.

*"Mayle exprime un grand fantasme britannique : en remontrer aux indigènes. C'est l'anglo-solitaire qui se bat avec la langue et dont la vie est rendue impossible par des personnages caricaturaux, flemmards, incompetents, imbibés d'alcool et sournois, qui essaient de profiter de son innocence et de son état d'étranger, sans parler du chaos bureaucratique endémique, des coutumes régionales ineptes et des villageois aux étranges habitudes. Mais n'ayez crainte, l'anglo-solitaire finit même par aimer ces rustres ridicules et rougeauds. Il y a plus de cinquante ans, lady Winifred Fortescue écrivit elle aussi des livres chaleureux sur son expérience provençale : 'J'avais fini par m'attacher à ces Méridionaux émotifs et irritables et à les considérer comme mes enfants. Ils n'étaient guère plus que cela... tout à fait irresponsables mais tout à fait adorables'." Marcel Berlins, *The Independent on Sunday*, 1993.*

Ce regard sur les Français, conditionné par les mêmes stéréotypes, ne se retrouve pas seulement à diverses périodes de l'histoire du tourisme britannique en France, il fournit aussi la matière d'une globalisation qui transcende allégrement les différences locales. Au cours d'une recherche menée il y a une dizaine d'années, nous avons rencontré des Anglais installés en Bretagne ou en Normandie qui voulaient absolument voir dans leurs voisins français, dont beaucoup étaient d'ailleurs des résidents secondaires venus de la région parisienne, les traits de caractère attribués par Peter Mayle aux paysans provençaux⁶⁾. Cette capacité de généralisation et de simplification de réalités par nature complexes et chan-

 le stéréotype, redoutable marqueur identitaire s'il en est, n'est pas l'apanage des Anglais.
Les Français en ont aussi en réserve à propos de leurs voisins et de leurs ex-colonisés.

6)- Jacques Barou et Patrick Prado, *Les Anglais dans nos campagnes*, L'Harmattan, 1995.



geantes est ce qui fait la force et le danger du stéréotype. Issu du grec *stéréo*, qui signifie "solide", le stéréotype peut durer des siècles. On en oublie l'origine mais on le porte en soi avant même d'avoir pris en compte la réalité à propos de laquelle il va resurgir. De ce point de vue, le stéréotype, redoutable marqueur identitaire s'il en est, n'est pas l'apanage des Anglais. Les Français, comme tous les peuples, en ont aussi en réserve à propos de leurs voisins et de leurs ex-colonisés, comme ils en ont encore l'usage entre eux à travers les différenciations régionales.

On peut en conclure que le touriste vient avant tout chercher dans le pays qu'il visite non pas ce qu'il y a à y découvrir mais ce qu'il est amené à vouloir y trouver de par sa propre histoire, et de par l'environnement culturel et social dans lequel il a baigné. En ce sens, le voyage à l'étranger ne s'éclaire que comme reflet du voyage interne auquel il renvoie. S'il y a un inconscient collectif britannique à propos de la France il est cependant loin d'être purement négatif. La figure ambiguë du paysan français, telle qu'elle apparaît dans de nombreux récits anglais à propos de la France, exprime un phénomène d'attraction-répulsion pour une réalité disparue de l'espace britannique, celle de la ruralité. Beaucoup de touristes britanniques ont tenté de vivre en France le rêve du village anglais disparu. Là aussi, leur propre culture leur apporte de nombreux éléments susceptibles de construire des attentes qui ne demandent qu'à rencontrer des occasions favorables pour se concrétiser dans une réalité qu'elles transformeront inconsciemment. Beaucoup d'entre eux veulent voir dans la localité périgourdine ou bretonne dans laquelle ils ont choisi de s'installer, l'image de la campagne anglaise d'autrefois, non pas une campagne de rustres attardés mais une campagne d'innocence et de pureté qui serait un peu l'image du *Paradis perdu* chanté par Milton, dont nombre d'écoliers anglais ont récité les vers jusque dans les années cinquante. La disparition brutale du monde rural anglais au cours des XVIII^e et XIX^e siècles a laissé chez nombre de Britanniques une nostalgie qui ne peut trouver à s'épancher que dans des pays qui ont pu davantage conserver des images renvoyant à la campagne idéalisée. Guidés par cette quête d'un vert paradis oublié, beaucoup d'Anglais parviennent à s'adapter remarquablement bien dans certains villages français et à y nouer des relations très positives avec les habitants, contribuant même parfois à la renaissance de certaines traditions abandonnées⁽⁷⁾. Cela montre qu'en se cherchant soi-même, on peut aussi rencontrer l'autre, pour peu que l'on soit attentif à tout ce qu'il peut y avoir de commun entre visiteurs et visités. ◀

7)- Voir à ce sujet Patrick Prado, *Le rêve de village anglais en France*, in Michel Rautenberg, André Micoud, Laurence Bérard et Philippe Marchenay (dir.), *Campagnes de tous nos désirs*, Maison des sciences de l'homme, Paris, 2000.



Jacques Barou, "Néo-ruraux britanniques et ruraux français"
► Dossier *L'étranger à la campagne. Figures de l'altérité en milieu rural*,
n° 1176, mai 1994