

Université de Montréal

Conflits sur un navire de croisière : étude descriptive

Par

Martin Charette

Département d'anthropologie
Faculté des arts et des sciences

Thèse présentée à la Faculté des arts et des sciences
en vue de l'obtention du grade de maîtrise
en anthropologie

Avril 2012

© Martin Charette, 2012

Université de Montréal

Faculté des études supérieures et postdoctorales

Ce mémoire intitulé :

Conflits sur un navire de croisière : étude descriptive

Présenté par :

Martin Charette

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Guy Lanoue, président-rapporteur

Karine Bates, directrice de recherche

Bernard Bernier, membre du jury

Résumé :

Cette étude vise à comprendre les motifs qui peuvent s'avérer source de conflits dans une situation où il est le plus inattendu : les navires de croisières. Nous analysons les constructions de la propagande de vente de croisières avec l'utilisation des mythes marins. Nous nous questionnons ensuite sur la relation entre l'être humain et la mer à partir de la grande diversité mythologique entourant celle-ci ainsi que l'expérience empirique de la vie sur un navire de croisière (également sur un paquebot, cargo et bateau militaire).

Dans ce contexte touristique, nous abordons le thème de la rencontre de l'Autre : l'Autre étant les personnes habitant les destinations visitées, les touristes, et principalement, les employés sur le navire responsables du service à la clientèle. Enfin, nous analysons plusieurs conflits représentatifs vécus à bord d'une croisière afin de comprendre les structures conflictuelles ; l'espace, la subordination, les jeux de rôle, les classes sociales, etc.

Mots clés : conflit, croisière, mer, mythes, propagande, attente, tourisme, espace, navire, service à la clientèle, classe sociale.

Abstract:

This study focuses on causes of conflict in a situation least expected: cruise ships. This analysis illustrates the structure of cruising propaganda and how it is linked to oceanic mythologies. Then, the study reveals the connection between humans and the sea, based on the wide mythology and one's empirical experience on a cruise ship (as well as on a liner, cargo or military ship).

In a touristic context, this study focuses on the subject of encounter with The Other which, from point of view of the tourist, refers to the locals of the visited destinations, other tourists and mainly the customer service representatives of the cruise lines. The final analysis demonstrates relevant conflicts on board a cruise ship experienced by several informants. The ultimate objective of this study is to understand the causing structures of conflict such as the space, subordination, social roles, social classes, etc.

Keywords : conflict, cruising, sea, myths, propaganda, expectation, tourism, space, ship, customer service, social class.

Table des matières



INTRODUCTION	11
1.1 · Une anecdote comme tant d'autres	14
1.2 · Le réalisme de l'anecdote : comment les deux protagonistes peuvent s'engager dans une dispute ?	16
1.3 · Objectifs principaux et contexte de la recherche	17
CADRE THÉORIQUE	19
2.1 · L'être humain, la mer et le voyage en mer	19
2.2 · Qu'est-ce qu'un mythe?	22
2.3 · La propagande	23
2.4 · Le quotidien marginal des marins	26
2.5 · Le tourisme en anthropologie	27
2.6 · L'espace et le conflit	28
MÉTHODOLOGIE.....	33
MYTHES : SOURCES D'ATTENTES VS LES RÉALITÉS MARINES.....	35
4.1 · La résurgence des mythes marins	35
4.2 · L'universalité, la diversité et les contradictions des mythes marins	36
4.3 · Historique de la navigation	39
4.4 · Création de l'attente par la propagande	41
4.5 · L'Autre	44
LA VIE EN MER : CETTE VIE QUE L'ON NE PEUT IMAGINER.....	50
5.1 · Le navire : qui est-il ?	50
5.2 · Marins hommes d'intérieurs	51

5.3 · Les réalités qui séparent un marin employé d'un marin passager	52
5.4 · L'inévitable : la discipline à bord	53
5.5 · Des craintes ? Bien sûr, des craintes	54
5.6 · L'expérience touristique	55
5.7 · Nous sommes en mer, et la mer dans tout ça?	61
L'INATTENDU : LES CONFLITS	65
6.1 · Le snobisme	66
6.2 · L'espace	70
6.3 · La division de l'espace	72
6.4 · Le réceptionniste : un pion	81
6.5 · Un cercle vicieux	82
6.6 · Mélange des classes sociales	84
6.7 · Les conflits entre employés	89
CONCLUSION	93
BIBLIOGRAPHIE	97
ANNEXES	cii
Tableau i	cii
Tableau ii	ciii
Tableau iii	civ

À mon père

À ma mère

À ma grand-mère

À Karen

Remerciements

J'aimerais remercier mes parents qui m'ont encouragé à mener mes ambitions à terme, tant sur les navires de croisière que dans les salles de classe. Ils ont été d'un soutien précieux. Ma grand-mère, à qui je dois cet esprit d'aventure et la curiosité qui été si utile pour réaliser ce projet.

Je tiens également à remercier Karine Bates, ma directrice, qui a reconnu l'originalité de ma recherche et qui m'a aidé à l'orienter et à préciser d'importants détails tout au long de la rédaction. Je suis reconnaissant envers Andrée Dufour, sans qui il aurait été bien difficile d'accomplir ce mémoire.

J'exprime aussi toute ma gratitude à Paola et Sabine pour leur patience et leurs relectures. Un petit mot pour Adrien, Nordin, Dimitri, Salma, Léon et Alex pour leur amitié et leur intérêt envers mon travail. Finalement, je dédie une grande partie de ce travail à Karen, mon amoureuse, qui a fait preuve d'une patience sans fin.

1

Introduction

Le voyage en mer vient à peine de débuter, le navire se dirige tranquillement vers le large pour une croisière de deux semaines où les passagers visiteront des contrées de rêve. À bord, ce n'est pas le calme, mais plutôt la tension qui règne. Sur le navire se trouvent plus de deux mille passagers impatients de partir en vacances, n'ayant même pas réalisé qu'ils les ont déjà entamées. L'un d'eux se dirige tout droit vers la réception du navire, visiblement enragé, il se place dans la file d'attente pour ainsi comprendre qu'il devra patienter avant de pouvoir se soulager du problème qui l'afflige. L'attente s'étend déjà sur une dizaine de minutes. Enfin, il s'adresse au premier réceptionniste disponible pour engager la conversation qui, aussitôt, ressemble plus à un débat musclé qu'à un échange courtois. La tension monte entre les deux personnes lors de l'échange, elle s'apaise un instant, puis la colère envahit le passager à nouveau. La sérénité de ce dernier est plutôt précaire. Les vacances du passager, tant attendues, ont commencé il y a à peine vingt-quatre heures, il est passé de son foyer jusqu'à l'aéroport pour prendre un vol interne de quelques heures avant d'aborder le navire, et finalement, lever les voiles vers sa destination qu'il rêve de rejoindre depuis déjà plusieurs mois. Suite au stress dû aux complications liées aux procédures du voyage, la goutte a fait déborder le vase tôt après avoir abordé le navire. Le passager a besoin de régler un simple ennui qui est la cause de sa frustration ; le réceptionniste ne sait pas encore si les valises ont été perdues, si un appareil de la chambre fonctionne mal ou si le passager est absolument déçu de la chambre et désire un transfert, mais il sait que ces causes sont les plus propices de faire enrager un passager le jour de l'embarquement. Le passager, lui, sait très bien que la ligne de croisière avec laquelle il a contracté ce voyage avait prévu qu'il pourrait lui arriver ce type d'incident et met à la disposition des passagers une équipe de réceptionnistes formés pour résoudre les conflits de ses invités, et ce, avec la meilleure civilité et efficacité possible. Pourtant, le réceptionniste avec lequel doit traiter notre passager ne semble pas être doté de ces qualités. Le problème, déjà formulé clairement par celui-là, ne semble pas être accompagné de sa solution et le réceptionniste agit avec une attitude plus inflexible que collaboratrice. Suite à quelques insultes et menaces de la

part du passager, dont le réceptionniste n'a fait aucun cas, la rencontre est sur le point de se terminer sans que le premier ne soit satisfait. Pire encore, son interlocuteur semble avoir bien hâte de terminer l'entretien pour servir le prochain passager dans la file d'attente.

Jusqu'à ce moment, le voyage n'a rien à voir avec ce qu'on lui avait promis avant de partir. Le passager s'était fait des attentes bien précises concernant le tourisme en croisière. S'il y réfléchit bien, personne ne lui avait fait de promesse formelle quant au déroulement de la croisière, pourtant l'idée qu'il s'en était faite était bien réelle. Le passager, comme la plupart de ses compagnons de voyage, s'était laissé envouter par les médias, si nombreux, qui semblaient tous propager la même image des croisières. Il ironise en pensant que la situation dans laquelle il se trouve n'a rien de commun avec ce qu'il avait vu dans les courts vidéos publicitaires qui montraient des prises de vue impressionnantes du navire ; on l'aurait cru presque magique, comme s'il ne naviguait que dans les eaux claires et brisait toutes les vagues avec la puissance qu'il inspire. C'était comme si le navire avait le pouvoir d'ordonner un beau coucher de soleil pendant tout le trajet. Les vidéos ne montraient que des passagers souriants, constamment en train de relaxer, tout comme les employés, si bien entraînés qu'ils n'étaient jamais incommodés par quoi que ce soit, ni même par la chaleur du soleil dans leurs tuxedos, les bras chargés de cabarets énormes remplis de fruits appétissants. Partout, les gens souriaient. À en croire les images de ces vidéos publicitaires, même au casino les passagers étaient à l'abri du stress ; les gens gagnaient ! Les amoureux devenaient encore plus tendres qu'aux premiers instants. Les chambres étaient majestueusement colorées. En rien elles ne ressemblaient à la cabine monotone et bruyante qu'on avait préparée pour l'embarcation du passager et de sa famille.

Même ses amis l'avaient dit ; les employés auront autant de plaisir à servir les passagers que ces derniers à voyager. Le passager se demande franchement s'il sera capable d'apprécier le reste de sa croisière depuis que ses attentes ont été si rapidement et si intensément déçues dès l'embarquement. Il se demande si les spectacles auront réellement une touche magique, féérique même, comme lui ont dit les membres de sa famille qui ont voyagé sur le même navire un an auparavant. Il réalise que les histoires de bateaux, comme les histoires de pêche, sont peut-être

exagérées par ceux qui les racontent. Il s'aperçoit que l'on n'est pas tout à fait comme sur un nuage de rêve, mais bien sur les vagues de la mer. Il l'avait justement oubliée. Entre tous les arrangements qu'il a dû régler avant d'arriver et tous les détails positifs qu'on lui avait racontés concernant les buffets de nourriture et justement les spectacles, le passager en était arrivé à oublier l'inévitable. Mais depuis que le navire a levé l'ancre, la mer est omniprésente, elle ne manquera pas de rappeler sa présence, ou plutôt la présence des passagers chez elle, et ce jusqu'à la fin du voyage. Dès le premier soir, on verra quelques passagers déambuler dans les corridors, à la recherche d'un support contre le mal de mer. Ils sont impossibles à soulager ; leurs compagnons s'affolent. Le passager se rappellera, tout à coup, des commentaires moins positifs auxquels il avait inconsciemment refusé de porter attention avant de s'embarquer, probablement pour ne pas gâcher ses attentes. Un ami, habitué des voyages en mer, lui avait dit qu'avant d'être frappé par le mal de mer, il se pensait immunisé au point où il n'arrivait même pas à comprendre ces gens qui avaient de la difficulté à se tenir debout, s'accaparant l'attention de tous ceux qui se trouvaient aux alentours d'eux. Cet ami l'avait mis en garde : « ne te moque pas de ces gens parce que même si tu es épargné par le mal de mer pendant des années, quand ça te frappe, il n'y a plus rien à faire. Il faut attendre que ça passe, et parfois, tu peux attendre longtemps ».

Le passager est confus. Après les publicités et les amis, son agente de voyage aussi avait contribué à gonfler ses attentes quant à la croisière. Elle avait juré à son épouse que toute la famille allait adorer le voyage, jusqu'à tomber amoureux du navire, disait-elle avec tellement d'assurance. Pendant qu'elle réglait ce qu'elle appelait des détails de logistique, elle leur avait bien expliqué qu'une fois qu'ils seraient sortis de la maison, ils seraient complètement pris en charge. Tout devait être organisé au point où il ne leur restait qu'à se rendre au port, embarquer et relaxer. En y réfléchissant bien, il semble même qu'elle avait dit qu'il y aurait toujours quelqu'un de disponible pour les aider, où qu'ils soient. En fin de compte, quand il repense un instant à toutes les informations qu'on lui avait fournies concernant la croisière, le passager se rend compte que, involontairement, il s'était imaginé que pendant tout le voyage, la réalité ne serait plus la même ; il s'était mis à penser qu'absolument aucun conflit ne serait perceptible à bord. Il avait l'impression que l'organisation serait si parfaite qu'elle ne tolérerait jamais une quelconque

problématique sur le navire.

1.1 • Une anecdote comme tant d'autres

De toutes les anecdotes difficiles à imaginer à bord d'un navire de croisière, nous pouvons effectivement être témoin d'une scène conflictuelle semblable à celle-ci, où un rapport de force s'installe, où le jeu de pouvoir est de mise et où la manipulation joue un rôle essentiel au niveau des interactions. La scène décrite ci-haut est certainement difficile à imaginer pour un touriste qui planifie de partir en croisière pendant ses vacances. Néanmoins, la même anecdote n'est aucunement difficile à concevoir pour un réceptionniste expérimenté dans le domaine du tourisme sur mer. De même, ce type de narration pourrait s'étendre et s'appliquer à plusieurs exemples de cas que les employés chargés du service à la clientèle de tous les secteurs du navire doivent traiter lors d'une journée d'embarcation typique. Nous reconnaissons facilement, à travers la lecture du récit, le manque de personnalisation du service des grandes organisations qui réunissent un nombre important de personnes pour une activité touristique. Nous reconnaissons aussi l'indulgence avec laquelle un réceptionniste, tout comme n'importe quel agent du service à la clientèle, doit traiter les clients, même les plus condescendants. Bref, en renversant l'imaginaire idéalisé des croisières que nous offrent les agents de voyage, les publicités ou même les proches, par une projection plutôt réaliste, la scène n'a rien de fictif dans sa représentation des faits. Les exemples de plaintes sont sans fin : bagages perdus ; demande de changement de cabine ; crainte d'allergies ; problème de bruit ; etc. Des informateurs m'ont confirmé qu'on entend parler de fuite d'eau, de problème d'odeur, de température et même de désagrément puérils entre différents groupes de passagers.

Dans l'anecdote fictive ci-dessus, j'ai choisi de décrire un jour d'embarquement, et ce n'est pas sans raison. Certes, les conflits peuvent arriver à n'importe quel moment de la croisière, mais le jour de l'embarquement et du débarquement sont souvent marqués par les événements les plus notoires. Dans le cas du premier jour de croisière, l'anxiété atteint son paroxysme. Les passagers ne sont pas encore familiers avec les aires du navire, donc, pas encore à l'aise dans ce nouvel univers. Également, n'oublions pas que les premiers problèmes rencontrés à bord heurtent

fortement les attentes que les passagers s'étaient faites de leurs vacances.

Même ceux qui partent pour la première fois sont aux faits de nombreux détails de logistique désagréables à bord, malgré cela, les attentes peuvent être très élevées. Depuis plusieurs années déjà, presque tout le monde connaît, directement ou indirectement, quelqu'un qui a fait une croisière. Tous ont facilement pu se renseigner auprès d'un agent de voyage, à l'aide d'un magazine ou sur des sites sur l'Internet. Dès qu'on exécute la moindre recherche, on se retrouve exposé aux publicités qui vous « vendent des vacances, mais qui promettent de vous livrer de véritables rêves » pour paraphraser le slogan de *Norwegian Cruise Line*.

C'est précisément mon expérience à bord du navire *MS Norwegian Dream* en tant que réceptionniste qui m'a poussé à considérer le navire de croisière comme terrain d'étude anthropologique portant sur les interactions, et surtout les conflits humains dans une situation d'isolement maritime. Un grand nombre des mes informateurs sont des employés de *Norwegian Cruise Line* et ont été rencontrés pendant mon contrat. C'est pourquoi beaucoup des exemples par lesquels j'illustrerai mes propos seront tirés de *Norwegian Cruise Line* bien que l'étude ne prétend pas se limiter à une compagnie de croisière en particulier.

Un navire est un endroit bien particulier. Il est présenté comme un véritable rêve sur mer par les agences de voyage, mais il est témoin des nombreux conflits inimaginables pour la plupart des clients. Il n'y a pas seulement que les navires de croisières ; les navires d'explorations, tout comme ceux utilisés par la marine militaire, la marine marchande, ou même les navires servant au tourisme ont cette caractéristique en commun qui les oppose à tout autre endroit ; ils sont loin de la terre ferme. Évidemment, à partir de cette simple caractéristique découleront de nombreuses conséquences. Maurice Duval, anthropologue spécialisé dans les sociétés de marins explique : « *La mer est englobante (tout comme la forêt), ce qui contribue au sentiment d'être contraint, envahi, impuissant* » (1999). Le mouvement de « l'endroit » cause son instabilité, or, notre étude portera inévitablement sur un endroit précaire provoquant des situations inattendues.

1.2 · Le réalisme de l'anecdote : comment les deux protagonistes peuvent s'engager dans une dispute ?

Dans le cas de notre anecdote fictive, les intérêts qui poussent les deux protagonistes à entrer en contact ne les prédisposent en aucun cas à entrer en conflit. De même, il serait bien moins surprenant d'observer une situation où ces deux mêmes protagonistes s'entendent à merveille depuis le début ; l'un est venu sur le navire pour passer ses vacances, l'autre est formé pour servir tous les désirs du premier jusque dans les moindres détails. Comment est-il possible d'apercevoir ces deux acteurs sociaux s'engager dans une dispute ? En fait, il est plutôt rare, dans la réalité, que la rencontre se passe sans heurt. Le passager approche le réceptionniste pour régler un problème, et il le perçoit plutôt comme un pion à déjouer pour arriver à ses fins, et ce dernier se croit souvent dans l'impossibilité de développer une complicité avec ses invités. Même s'ils sont censés coopérer à merveille, le réceptionniste est dans une position où les patrons qu'il représente ne lui confèrent pas toujours les moyens nécessaires pour répondre aux besoins de ses invités. Encore, il arrive que le même réceptionniste juge inopportun de répondre positivement aux demandes excessives de ces passagers.

Personnellement, j'ai été frappé par le caractère si particulier de certains conflits sur la mer et je tenterai d'élucider, à l'aide de différentes théories, cette particularité de l'être humain. Je ne prétends pas, par le biais de cette étude, démontrer que les navires de croisières soient forcément plus propices au conflit qu'ailleurs, ni que ces conflits aient un degré d'importance plus élevé d'une façon quelconque. L'objectif de ce travail sera plutôt de faire l'analyse la plus complète possible sur les particularités des conflits rencontrés en mer, plus spécifiquement en croisière. Il nous faudra comprendre comment le fait de se retrouver sur la mer dans un espace clos, le navire, et dans un contexte touristique, bien que très restrictif, rend certains conflits plus proéminents. Je ne prétends pas non plus, par le biais de cette étude, avoir comme objectif de faire une critique du tourisme des croisières ou des acteurs en jeu, par contre, je suis conscient qu'un certain jugement sera inévitable. Rappelons que la littérature sur le sujet est rarement impartiale et prend position, la plupart du temps, en défaveur des dirigeants de ces lignes de croisières. De plus, nous verrons dans le cadre méthodologique qu'une attention sur la réflexivité

de l'auteur face au sujet de sa recherche sera nécessaire pour permettre une transparence académique. Cela permet au lecteur de se positionner adéquatement face à l'opinion transmise dans le texte.

1.3 · Objectifs principaux et contexte de la recherche

L'objectif ultime de ce travail sera de chercher à mieux comprendre la nature des conflits humains que l'on peut retrouver sur un navire de croisière. Comme je l'ai déjà expliqué plus haut, l'idée de cette recherche est née à partir de mon expérience personnelle à bord d'un navire de croisière alors que j'occupais le poste de réceptionniste. Bien que très inspirante et riche en apprentissages de toutes sortes, je ne me servirai pas de cette expérience en tant que donnée scientifique. J'utiliserai plutôt ces connaissances acquises lors de cette expérience pour mieux diriger ma recherche vers les éléments clés qui mènent à une meilleure compréhension du sujet.

Plutôt, pour arriver à notre objectif, il sera d'abord nécessaire de faire une revue de la littérature anthropologique de certains domaines. Je commencerai par le voyage et le tourisme, ceci dans le but de contextualiser la problématique de notre étude. Ensuite, j'irai chercher dans d'autres littératures, cette fois, pour utiliser quelques cadres théoriques précis qui nous aideront à cerner les différents aspects humains qui mènent aux conflits particuliers du tourisme en mer.

Dans le cadre théorique, je vais explorer les nombreux mythes marins qui forment notre imaginaire collectif sur les grandes étendues d'eau ainsi que les mythes sur les voyages de façon plus générale. Précisément, nous tenterons de définir les croyances adoptées par les gens avant même de s'intéresser au tourisme en mer. De façon plus pragmatique, nous nous attarderons aux attentes que se font les touristes avant de s'embarquer sur un navire. Dans un même ordre d'idée, mais dans un contexte plus contemporain, nous nous pencherons aussi sur les différentes formes publicitaires qui donnent envie de s'aventurer sur l'océan, mais qui cachent une certaine réalité de la vie sur les navires. Bien sûr, nous analyserons comment est conçu le marketing dans le but d'exploiter ces mythes. Par la suite, il sera intéressant de comparer les contrastes entre le rêve que se font les futurs touristes, ou peut-être le rêve promis par les publicités et les agents de

voyage et la réalité de la vie en mer.

Dans le deuxième chapitre, loin de l'imaginaire populaire, je ferai une revue descriptive de la vie navale à bord de plusieurs types de navires (cargos, militaires & croisières), ceci avec un œil dirigé vers les conditions de vie des travailleurs sur la mer, sans oublier que le point central de la recherche se fait sur le dernier type de navires. Il sera nécessaire de visiter brièvement l'histoire de la marine, les conditions de vie de la fin du XX^e siècle et le début du XXI^e, les lois maritimes internationales et leurs applications ainsi que les lois sociales à bord. À partir d'ici et afin d'illustrer ces propos théoriques avec des exemples concrets, j'utiliserai des confidences d'informateurs ; marins et touristes.

Dans le dernier chapitre, nous nous plongerons dans l'objectif central de cette étude, qui sera de bien saisir la nature des différents conflits humains dans ce contexte très particulier des navires de croisières. Ici, j'utiliserai principalement les différentes théories développées par Erving Goffman pour parler du conflit. Dans le but de bien illustrer certaines situations avec des exemples réels, j'utiliserai également des confidences recueillies à partir d'entrevues réalisées avec les employés qui ont participé à la vie à bord d'un navire de croisière d'une façon ou d'une autre.

2

Cadre théorique

Les cadres théoriques utilisés pour cette recherche sur la spécificité des conflits en mer seront aussi variés que surprenants. Pour commencer, nous visiterons les théories qui traitent des relations symboliques que l'être humain entretient avec la mer à travers les mythes anciens. Ensuite, il sera question d'identifier les méthodes de propagande qu'utilisent les compagnies de croisières pour maintenir un nombre constant de passagers sur leurs navires qui, pour être rentables, nécessitent un minimum de touristes sur leurs navires en permanence. À l'aide des théories sur les mythes, nous tenterons d'analyser les données empiriques de mes entrevues avec les passagers et de comprendre les sentiments généralement partagés par ces derniers, plus spécialement leurs attentes alors qu'ils anticipent leurs vacances. Par la suite, nous ferons une revue générale de la littérature anthropologique sur les voyages et le tourisme dans le but de contextualiser les attentes subjectives des touristes de la mer en quête d'émotions spécifiques, ceci avant d'aborder le sujet de la rencontre de ces derniers avec l'équipage.

Finalement, la dernière partie de mon cadre théorique portera sur la vie des marins et les différentes théories d'Erving Goffman à propos des interactions sociales et de la division de l'espace. De la même façon dont nous avons contextualisé le quotidien touristique des passagers des croisières dans le domaine touristique, nous contextualiserons de façon plus précise la vie de l'équipage dans l'univers marin, et enfin, nous nous servirons des nombreuses observations sociologiques de Goffman sur les interactions sociales pour comprendre les détails des conflits de la rencontre de ces deux protagonistes.

2.1 · L'être humain, la mer et le voyage en mer

La mer et les mythes entourant cette entité constituent un excellent concept de départ pour comprendre avec quelles idéologies les humains d'aujourd'hui perçoivent les grandes étendues d'eau qui les entourent. Que ce soit les artistes qui se servent des imaginaires populaires marins

pour rehausser leurs œuvres avec une sémiotique ou encore les publicités pour faire appel à des notions bien ancrées dans nos cultures, les mythes originels aident les chercheurs à situer l'enracinement commun de la symbolique marine pour bon nombre de sociétés. Notons qu'il n'y a pas qu'un seul imaginaire marin universel ; le chercheur averti doit saisir la pluralité de ces mythes, ainsi que leurs symboliques contradictoires (Paulet, 2006). L'être humain maintient nécessairement une relation ambivalente face à la mer autant dans ses rêves que dans son approche tangible à celle-ci, ce qui peut expliquer beaucoup de ses comportements ambivalents (aventurier/touriste ou courageux/évasifs) qui apparaissent incompréhensibles aux yeux des autres. Pendant mon séjour sur le *Norwegian Dream* où j'ai travaillé comme réceptionniste, j'avais été surpris du nombre important de passagers qui s'aventurent en croisière sachant à l'avance qu'ils souffrent du mal de mer. Certains passagers sont infligés d'une crainte profonde de la mer alors qu'ils sont en même temps poussés par le désir de la conquérir. Voici un exemple où j'y interprète l'une des nombreuses ambivalences, surprenante, mais qui me paraît très courante et avec laquelle l'être humain appréhende la mer.

Il faut, pour interpréter les comportements humains en mer, avoir une certaine notion de ces nombreux mythes originels et savoir décoder la relation que ces êtres humains entretiennent avec celle-ci à partir de ces nombreux concepts mythologiques. Les théories de Jean-Paul Paulet (2006) quant aux origines mythiques nous éclairent sur cette attraction teintée de peur qu'ont les touristes marins qui se retrouvent au milieu d'un endroit qu'ils appréhendent, à leur insu, avec un évitement, je dirais, souvent inconscient. La mythologie nous renseigne également sur la récupération de ces mythes dans la pratique du tourisme sur mer ; « De même que la forêt, où se réfugiaient les moines du Moyen Âge, la mer devient le domaine de l'isolement volontaire. Aujourd'hui, la "traversée solitaire" apparaît comme l'antithèse de la vie urbaine où se pressent les foules » (Paulet, 2006 : 63-64). Cette vision, pourtant partagée par plusieurs anthropologues du voyage dont Franck Michel et Jean-Didier Urbain (2011), est bien divergente de la réalité des croisières où des masses de gens se regroupent pour vivre une expérience grégaire¹. Ceci se rapproche plutôt du désir de domination de la nature qui nourrit l'être humain et confirme

¹ Plus loin, nous verrons les différentes catégorisations de voyage lorsque nous visiterons les concepts élaborés par Jean-Didier Urbain.

l'approche contradictoire qu'ont les marins face à une grande étendue d'eau (Paulet, 2006).

Parmi les mythes où l'on retrouve rarement une contradiction dans la vision ou la représentation aujourd'hui, c'est probablement dans ce que Franck Michel désigne la continuité des trois « C » - *croisés, chrétiens et colons* (Michel, 2004). Selon l'auteur, la pratique du tourisme² est tributaire de ces expériences collectives du passé. Michel explique que la rencontre de l'Autre s'est faite, pendant de longues périodes historiques et jusqu'à tout récemment, quasi toujours dans un contexte hautement organisé et dirigé par un objectif de domination. Cette vision, aujourd'hui adoptée aussi bien par l'industrie du tourisme en général que les touristes eux-mêmes, définit une grande partie des pratiques de l'industrie des croisières actuelles. Pour paraphraser Franck Michel, il s'agit d'une approche critique qui sert à décrire la « violence » contemporaine dans le tourisme. Michel considère que l'attitude des touristes d'aujourd'hui ressemble étrangement à celle des colons, missionnaires et même des croisés. Tout comme les groupes de voyageurs organisés dont il est question ci-haut, les touristes d'aujourd'hui semblent plus préoccupés par l'objectif de leur voyage que par le voyage lui-même, ou même les gens qui se trouvent malheureusement sur leur chemin. Je reprendrai ces termes de Michel dans le but de démontrer que c'est également dans cet esprit de domination que sont choisies les destinations et construits les navires.

J'utiliserai également les concepts de Frederick Jackson Turner sur l'importance de la frontière dans l'histoire des États-Unis ainsi que l'orientalisme d'Edward Said. Malgré le fait que la première thèse sur le concept de la frontière soit déjà centenaire, elle demeure pertinente dans le contexte de notre étude puisque les passagers des croisières mises à l'étude sont principalement Étatsuniens. De plus, l'éclatement de la frontière traditionnelle sur un navire donne l'impression aux touristes qu'ils deviennent des pionniers voyageurs et ainsi les libère du sentiment de renfermement qui a fortement marqué leur histoire après la conquête de l'Ouest ; maintenant, une croisière apparaît comme un voyage de pionnier à nouveau, et le touriste un visionnaire. Ensuite, les critiques de l'orientalisme développé par Edward Said seront reprises

² Ici, par tourisme, je reprends la définition de Jean-Didier Urbain (2011) : on parle de déplacement organisé de masses de personnes ayant l'agrément comme objectif principal.

dans le but de se questionner sur la façon dont ces passagers, à la fois voyageurs et touristes, appréhendent l'Autre qu'ils croisent sur leur chemin. Les habitants des ports visités, comme les employés des navires, peuvent être perçus avec un certain mépris. Ce mépris s'explique en partie par le phénomène de la méconnaissance de l'Autre critiqué par Said.

Enfin, vu la panoplie des mythes originels concernant la mer de même que la diversité impressionnante de leurs significations, les marins donnent libre cours à une forme de reconstruction de la représentativité. Ceci est le principe selon lequel l'être humain en relation avec la mer déforme et reconstruit la représentation qu'il se fait de celle-ci en fonction des idéologies préconisées dans un contexte particulier (Paulet, 2006).

2.2 · Qu'est-ce qu'un mythe?

Il nous faudra aborder la définition d'un mythe et son analyse anthropologique pour comprendre son utilisation faite par une société³ spécifique. C'est dans le contexte de l'expression des croyances qu'apparaît le mythe, tout comme la doctrine (Miller, Van Esterik & Van Esterik, 2004). Le mythe est une narration à partir de laquelle peut se développer un aspect religieux⁴ et qui sert à enseigner une morale. Selon Levi-Strauss, « [...] les histoires mythiques sont, ou semblent, arbitraires, dépourvues de sens, absurdes, cependant elles apparaissent partout dans le monde » (Levi-Strauss, 1978 : 11-12). C'est définitivement les constats de ce dernier qui nous serviront d'appui pour comprendre la manifestation de mythes sur un navire de croisière. Selon l'auteur, l'humain construit son monde en termes de classifications binaires qui apparaissent contradictoires, donc parfois incommodes pour l'esprit moral, mais incontournables (Miller et al., 2004).

Dans le cas de notre étude, nous nous servons des travaux de l'assyriologue Samuel Noah Kramer (1972) qui a recueilli de nombreux mythes de l'ancienne région de la Mésopotamie. Son travail nous sert aujourd'hui de référence quasi exclusive sur cette langue et

³ Il est important de spécifier que le concept s'applique autant à une société éphémère qu'à une société stable : un groupe de passagers est la société à l'étude et fait partie des sociétés éphémères.

⁴ La religiosité de la narration est souvent ce qui différencie le mythe de la blague ou du conte.

cette culture disparue depuis plusieurs millénaires déjà. Les mythes recueillis par Kramer nous serviront pour faire un parallèle avec la culture marine contemporaine. De même, nous utiliserons les recueils mythologiques d'Édith Hamilton (1998), femme de lettre spécialisée sur la mythologie grecque et la Grèce antique. Elle a assemblé les mythes grecs et romains de la majorité des auteurs principaux (Homère, Ovide, Hésiode et Pintare) afin d'exposer une vision globale de ces mythes anciens au lecteur contemporain.

La mer représente dans ces mythes à la fois source de vie et de mort ; elle est à la fois la voie de grands conquérants, mais insoumise et incontrôlable. Nous tiendrons compte également des conclusions de Durkheim et Malinowski qui affirment que la nature des mythes vient de la société et non de l'environnement (Bidney, 1955). C'est à partir de ces théories que nous analyserons les comportements humains sur les navires de croisière.

2.3 · La propagande

Bien avant de parler de la rencontre humaine qui mène au conflit, ou même du voyage, le prochain concept fait partie de ce qui sert à expliquer les attentes des touristes avant leur départ: la propagande. Ici, j'utiliserai surtout les écrits d'Edward Bernays (2005), mais de Noam Chomsky (2000) également. Selon le premier auteur, l'utilisation de la propagande, dans une société démocratique est, non seulement utile, mais, nécessaire pour contrer le chaos qui devient inévitable sans l'application de règles sociales invisibles. D'ailleurs, Noam Chomsky confirme l'hypothèse : « La propagande est à la société démocratique ce qu'est la matraque à l'État totalitaire » (Chomsky, 2000). Afin de bien comprendre les théories de Bernays concernant la propagande, il faudra faire un effort pour considérer ce concept sans les représentations négatives qui y sont généralement attachées. Bernays a dévoué plus de temps et d'effort à fabriquer la propagande qu'à l'intellectualiser ; il a contribué à redéfinir la pratique bien plus que le concept. Cependant, dans son livre *Propaganda*, Bernays exprime son désir de voir la société⁵ appréhender le terme de façon neutre. Il parle également de la nécessité des propagandistes de faire une utilisation réfléchie et responsable de cet instrument social dans le but d'obtenir une

⁵ Bernays a fait son travail principalement aux États-Unis, c'est pourquoi, ici, lorsque je me réfère à la société, c'est en pensant à la société américaine.

forme de collaboration favorable entre les différentes parties de la population. La théorie de Bernays repose sur la propagande comme utilité saine pour diriger certains comportements sociaux de masse par nécessité vers un mouvement ou un événement particulier. Rappelons-nous, pour reprendre un exemple cité par l'auteur lui-même, à la décennie des années 1920 : les mouvements féministes avaient besoin d'une attention du public pour générer de la sympathie envers leur cause, les propagandistes, dont Bernays, en ont justement profité pour intervenir et inciter l'ensemble des gens à éprouver une admiration devant une vedette de cinéma qui, soudainement, s'allume une cigarette - habitude normalement réservée aux hommes au début du XX^e siècle aux États-Unis. C'est dans cet esprit que Bernays (2005) percevait l'utilisation de la propagande pour faire croire à une masse de gens qu'ils avaient, eux-mêmes, décidé qu'il est « cool » qu'une femme change ses habitudes, ou qu'il est sain de boire un verre de lait par jour, ou que le velours est encore à la mode, par exemple⁶. Dans les propres mots de Bernays : « Business is conscious of public's conscience. This has led to a healthy cooperation » (2005), plus loin, il rajoute « When business seeks to run its own affairs regardless of the public, the normal reaction is a muckracking period » (Bernays, 2005: 83-84). Par contre, il admet que cette structure peut présenter une faille dangereuse : « Mass production is only profitable if its rhythm can be maintained » (Bernays, 2005 : 84), ce qui s'applique parfaitement au cas de notre étude sur l'industrie des croisières puisque nous avons affaire à un tourisme de masse.

Dans le contexte de notre étude, il n'est pas rare de constater qu'un groupe important de personnes demeure convaincu qu'il faut, avant de mourir, avoir navigué tranquillement par le détroit de Magellan et avoir contourné le Cap Horn, même si c'est un endroit réputé pour être l'un des plus dangereux de toute l'histoire de la navigation. D'autres diront qu'il est de leur devoir d'aller observer sur place les glaciers fondant en Alaska avant que ceux-ci ne disparaissent, même si la présence des navires accélère ce phénomène. Il m'apparaît évident que certaines méthodes de propagande sont utilisées pour en arriver à de tels résultats de comportements.

⁶ Bernays avait participé à l'élaboration d'une campagne de propagande à un moment où l'industrie du velours était en menace de faillite.

Dans le cas de l'industrie des croisières, l'utilisation de la propagande semble être présente à tous les niveaux ; en premier lieu, pour l'objectif de faire acheter le billet aux vacanciers. Pourtant, la propagande n'est pas terminée une fois le billet en main. On se sert de plusieurs mécanismes pour faire adopter un style de vie à bord du navire. En commençant par la discipline, les horaires des repas ou le code vestimentaire, ce qui serait extrêmement difficile à faire adopter volontairement par un groupe de touristes. Voici certains des nombreux cas où il peut être raisonnable de soutenir l'utilisation continue de la propagande tout au long du processus de la croisière. Gardons également en tête que l'utilisation de la propagande telle que décrite par Bernays est notre point de repère, mais dans le contexte de notre étude, elle ne ressemble pas toujours à l'idée que s'en faisait l'auteur quant à la saine coopération.

Ensuite, je note que si la pratique de la démocratie est si bien valorisée dans la politique dans la plupart des pays occidentaux, la démocratisation du tourisme semble être regardée avec un certain mépris critique par les sociologues et anthropologues ainsi que les touristes eux-mêmes. Même les agences de tourisme emboîtent le pas en vendant des destinations dites « moins touristiques ». Dans le tourisme en général, nous pouvons parler d'une forme suffisamment démocratique dans le sens où l'endroit touristique⁷ se développe en fonction des opinions et pratiques des touristes qui les visitent. Justement, l'approche et l'évolution dans laquelle se dirige le tourisme dans l'industrie des croisières caractérisent la relation entre les représentants responsables de l'activité touristique et les touristes eux-mêmes; l'aménagement de grandes salles de cinéma ou de garderies sur les nouveaux navires indique l'attrait des passagers pour certaines pratiques ou certains modes de vie à bord.

Dans le cas précis de notre étude, nous devons considérer les différentes définitions de la démocratie et voir quelle est la forme appliquée à bord d'un navire de croisière. Selon Bernays, deux définitions s'imposent quant à la pratique démocratique étatique, celle qui provient du dictionnaire précise que «l'ensemble des citoyens dispose des moyens de participer efficacement

⁷ Par endroit touristique, j'inclus la culture dans son ensemble : le lieu (construction d'hôtels ou aménagement de sites quelconques), les personnes qui travaillent dans le tourisme, les institutions, les lois et politiques pensées en fonction des visiteurs, etc.

à la gestion des affaires qui le concernent et que les moyens d'information soient accessibles et indépendants », la deuxième définition, majoritairement identifiable dans les États dits démocratiques est celle qui stipule que le « peuple doit être exclu des affaires qui le concernent et les moyens d'information doivent être étroitement et rigoureusement contrôlés » (Bernay, 2005: 14). En plus des définitions de la démocratie, généralement élaborée dans le cadre d'une analyse de l'État, nous devons comprendre sa mise en pratique dans le contexte touristique et spécialement à bord d'un navire et comment on utilise la propagande pour que les choix et comportements des passagers riment avec la discipline nécessaire sur un navire et que la tradition hautement hiérarchique parmi l'équipage à bord ne pose pas de problème au fonctionnement du tourisme.

2.4 · Le quotidien marginal des marins

Plus qu'une théorie comme telle, les constats de l'anthropologue Maurice Duval au sujet de la vie en mer sur les cargos français nous aident à retracer les origines des traditions marines dont sont encore tributaires les navires d'aujourd'hui. À partir de l'étude des cargos de Duval (1999), nous tenterons de voir ce qui s'applique à notre contexte de croisière. En se basant sur le fait que la vie des marins est marginalisée dans les sociétés terriennes, marginalisée également sur le navire à cause des spécificités de la mer, et aussi face aux autres marins, l'auteur livre de nombreux constats sur la vie de ces derniers et nous force à revisiter la relation ambiguë qu'ils ont, de façon concrète avec la mer. Alors que nous nous référerons aux conclusions de Duval (1999), nous serons forcés de faire un parallèle avec les mythes marins d'où se manifestent les sentiments des touristes modernes de la mer.

Le premier sentiment dont est imprégné le marin est celui de l'impuissance. Celui-ci est rapidement mis devant le fait que ses actions n'ont aucun impact sur le tempérament de la mer qui l'entoure et que les effets de ses mêmes actions ont aussi une limite sur la réaction du navire en relation avec cette mer. Selon les hypothèses de Duval, ces sentiments de marginalisation et d'impuissance sont à l'origine de nombreux autres sentiments et comportements ; « il s'agit d'un mode de vie sur un bâtiment dont la survie de tous est directement subordonnée au

comportement de chacun. Une morale de groupe s'impose non seulement pour la sécurité, mais aussi pour que la vie à bord soit effectivement viable » (Duval, 1999 : 41).

Enfin, l'importance que le marin donne à son navire laisse supposer de nombreuses théories sur le sujet. La dénomination généralement au féminin par exemple ; en anglais - the ship, she - (langue normalement invariable en genre, surtout en ce qui concerne les objets) laisse supposer que les marins, majoritairement des hommes, ont une relation mère/enfant avec le navire ? En français, le féminin et le masculin sont utilisés, mais les dénominations demeurent habituellement féminines également - La Patrie, La Marseillaise, La Jeanne d'Arc (Marine Forum).

2.5 · Le tourisme en anthropologie

Il est inévitable, dans le cadre d'une recherche sur le tourisme, de visiter les recherches anthropologiques sur le sujet. Parmi les nombreuses études déjà amorcées, nous utiliserons les synthèses de l'anthropologue Franck Michel (2004) comme point de départ. Il est à noter que dans l'objectif de ma recherche, je me concentre sur le tourisme sur mer à l'occidentale. Je ne remettrai pas en cause la thèse des auteurs, notamment Franck Michel (2004) et Jean-Didier Urbain (2011) qui affirment que l'invention du tourisme est purement européenne (précisément en Angleterre dans la deuxième moitié du XIX^e siècle). Plutôt, je concentre mes recherches sur l'invention et la continuité du tourisme fait en Occident sans considérer les autres types de tourisme, mais sans prétendre, non plus, que ceci est un fait exclusif.

Michel (2004), en plus de proposer ses réflexions sur le sujet, nous fait visiter les auteurs qui l'ont précédé. J'ai pu constater que les ouvrages tant en sociologie qu'en anthropologie sont, en général, très critiques au sujet du tourisme. L'objectif des sociologues, autant que celui des anthropologues, souligne Michel (2004), est de démontrer l'importance d'une réorientation de la pratique du voyage contemporain vers un tourisme écologique et durable et pour un voyage de rencontre humaine. Il y a un certain dégoût pour le tourisme lui-même, valorisant plutôt le voyage et la rencontre, l'exploration, et la découverte comme objectif ultime (Michel, 2004).

Franck Michel fait noter qu'un autre anthropologue, Jean-Didier Urbain (2011), ne se gêne pas pour distinguer le bon du mauvais voyageur ; le mauvais voyageur ayant l'attitude du touriste qui organise son voyage comme il organise un horaire de travail puisqu'il a horreur de perdre son temps, alors que le bon voyageur ressemble plutôt à un flâneur sans but précis, prêt à déstabiliser ses repères culturels et à se remettre en question.

Quand il est temps d'expliquer ce mépris notable du tourisme, les anthropologues font référence aux reflets du miroir que vivent les touristes à la vue de leur semblable ; en terrain étranger, on déteste observer notre propre maladresse dans les gestes des autres (Michel, 2004 ; Urbain, (2011).

Enfin, les constats et valeurs utilisés en anthropologie du tourisme nous serviront pour porter un regard extérieur et critique sur le tourisme des croisières. Je constate, d'après mes recherches, que l'industrie des croisières se complaît dans le tourisme le plus méprisé des touristes eux-mêmes. Le contexte est presque parfait : éloignés de tous et de tout, les croisiéristes n'auront que très peu à « souffrir » des rencontres avec l'Autre, et par le fait même, ne se retrouveront pas sous le regard critique et méprisant d'un autre touriste pendant leur interaction avec cet Autre. C'est seulement lors des excursions dans les ports qu'ils se risquent au choc culturel et à la critique extérieure. De retour en mer, il n'y a plus la présence des autres touristes avec des regards embêtants et qui jugent les interactions de ces touristes avec l'Autre, puisqu'à bord, il n'y a pas cette « autre personne locale », du moins pensent-ils, alors qu'ils oublient la présence des employés.

2.6 · L'espace et le conflit

En commençant par la définition de ce que sont un *lieu* et un *non-lieu*, il nous faudra déterminer où se situe la mer entre ces deux choix. Selon Maurice Duval (1999), cette entité immense et insaisissable où les marins passent leur temps à y naviguer, mais n'y posent jamais le pied tombe facilement dans la deuxième catégorie. Là où l'application du concept devient plus complexe et à la fois plus intéressante, c'est par rapport au navire comme tel. Je dirais qu'on

pourrait le classer dans une catégorie d'« entre-deux ». Dépendamment de l'aspect du navire dont on parle, de qui en parle, et du moment dont on en parle, la conclusion change. Certes, le navire n'est pas fixe dans l'espace et il a une nationalité ambiguë ; la vie à bord d'un navire tend à faire briser toute attache culturelle possible ; sa « population » change et on tente par tous les moyens d'éviter d'avoir un équipage formé d'une majorité culturelle quelconque. Par contre, il a définitivement une structure, des effectifs et une culture propre, ce qui en fait un lieu à proprement parler.

Ce questionnement a plusieurs volets ; d'abord l'espace dans lequel se trouve le navire ; l'espace à l'intérieur du navire ; et finalement, le type d'espace qu'est le navire lui-même. La première problématique sera abordée à la fois par les théories sur les mythes marins et les réflexions sur la vie en mer. Le deuxième volet s'inscrit dans le cadre du dernier chapitre avec les différentes théories de Goffman sur l'espace, les interactions et le conflit.

Mais avant d'en arriver au coeur du problème, nous nous questionnerons un instant, comme nous l'avons fait au sujet de la mer, sur le navire en tant que lieu ou non-lieu. La réflexion sur le sujet semble bien entamée en anthropologie, mais en ce qui concerne les navires, il n'y a que très peu de questionnement fait à ce sujet concernant les navires, il nous faudra utiliser les concepts basés sur d'autres cas. Notamment, les intellectuels se questionnent à propos des institutions psychiatriques, des prisons (Foucault, 1975), ou concernant les camps de réfugiés (Agier, 2008). Marc Augé (2011), lui, dit s'être posé la question en voyageant, ce qui veut dire que sa réflexion repose sur les avions, les aéroports, le métro, etc. Justement, nous nous pencherons sur les théories de Marc Augé pour y réfléchir plus en profondeur.

Augé se dit lui-même, l'un des rares de sa discipline à s'être questionné sur la notion du lieu et du non-lieu :

« J'ai eu l'impression d'avoir sans le vouloir empiété sur des domaines réservés à d'autres, d'avoir commis une sorte d'intrusion conceptuelle dans la vie privée d'autres disciplines. On ne m'en voulait pas, tout au contraire. J'étais devenu, par

la grâce d'un mot clé, d'un mot de passe, un ami de la famille, de plusieurs familles en fait : architectes, artistes, littéraires » (Augé, 2011 : 234).

L'anthropologue y apporte un gain théorique : « le lieu, le lieu "anthropologique", est un espace intensément symbolisé, habité par des individus qui y trouvent des repères spatiaux et temporels, individuels et collectifs » (Augé, 2011), plus loin il complète en expliquant que le

« terme "non-lieu", par contraste, s'appliquait tout naturellement aux espaces dans lesquels cette lecture immédiate du social n'était plus possible, aux espaces de transit que fréquentaient sans se rencontrer des individus qui n'avaient en commun, sans perdre généralement conscience, que cette éphémère coexistence » (Augé, 2011).

Ensuite, la division de l'espace est un élément clé à la compréhension de la vie sur un navire et surtout pour l'analyse des conflits. Nous mettrons en parallèle les différentes théories sur ces deux concepts dans le but ultime d'illustrer les schémas de conflits entre employés et passagers. L'introduction du concept de la division de l'espace par Maurice Duval dessine les grandes lignes du partage de l'espace à bord d'un navire. La division binaire haut/bas et bâbord/tribord nous laisse comprendre cet aspect de la hiérarchie traditionnellement instaurée à bord entre officiers et matelots. La place dans l'organisation en est clairement définie par cet espace: le type de travail, les odeurs, la lumière, la subordination, etc. (Duval, 1999). Par contre, ce qui nous intéressera dans notre étude sera les endroits non clairement définis, en l'occurrence le restaurant et la réception. Ce que ces deux endroits ont en commun, en plus d'être partagés à la fois par les passagers, les employés et les officiers, c'est leurs divisions parfois claires, mais parfois ambiguës ; ils génèrent nécessairement des conflits à cause de leur structure.

Afin de faire la lumière sur les conflits causés par la division de l'espace, ce seront les différentes théories proposées par Erving Goffman (1973) que nous utiliserons. Goffman, sociologue, s'intéresse spécialement aux interactions symboliques ; il a centré davantage ses recherches sur les échanges humains dans les contextes particuliers⁸. Les concepts qu'il nomme

⁸ Même si Goffman se focalise sur les instituts médicaux et psychiatriques, nous n'aurons aucun problème à mettre ses concepts en application pour une salle réception et un restaurant.

le jeu de rôle et le masque, par exemple, ont une importance majeure dans cette relation que nous mettons à l'étude. Pour illustrer ces deux concepts, prenons simplement le fait que l'une des obligations du travail de l'employé est de porter le symbole de la compagnie pour laquelle il travaille et ainsi la représenter. Dans certaines situations ambiguës où il doit choisir de défendre la position de son employeur ou de favoriser la demande du passager, l'employé ne fait plus naturellement son travail, mais il doit jouer un rôle. La façade est un autre exemple des stratégies utilisées par les employés d'une entreprise quelconque. Les navires de croisière ne font pas exception et s'en servent abondamment : uniformes, décorations, appareils de la nouvelle technologie, etc. Tout cela se fait dans le but d'instaurer de façon non équivoque la dynamique entre les deux parties en jeu et leurs rôles respectifs. Là où le conflit s'impose, c'est dans le non-fonctionnement de ce « système social » ; la définition de ces deux parties, par exemple: dans tous les cas, nous avons une division passagers/employés, mais parfois ceci se traduit dans la forme passagers/autorité, d'autres fois passagers/serviteur, ou encore passager/animation. Si la distribution des rôles est claire aux yeux des employés, les passagers manquent parfois de bien distinguer pour quel type de relation tel employé est formé.

L'autre cause de conflit principale est la mauvaise application de la façade de l'entreprise. Il est inconcevable qu'un réceptionniste puisse jouer son rôle sans cette façade qui fait de lui un réceptionniste. À l'extérieur du navire, cette même personne n'a pas l'uniforme du réceptionniste, il lui manque son ordinateur avec les informations nécessaires pour bien jouer son rôle ainsi que le téléphone, le comptoir, etc. Le réceptionniste n'est alors plus un réceptionniste. Pourtant, rien n'assure que la façade dont il jouit dans son espace de travail est parfaitement montée. De là découlent de nombreuses failles dans l'application de son rôle pendant la rencontre avec le passager.

Les conflits sont parfois inévitables et perpétuels, à certains moments, il y a une solution possible. Les différentes théories citées plus haut serviront à la description analytique de ceux-ci. Il n'y aura aucune tentative de proposer une résolution de conflit d'une quelconque façon, mais bien un effort pour produire un compte rendu des origines et des mécanismes des processus de

ces conflits.

Méthodologie

Les entrevues que j'ai effectuées ont été pendant l'été 2011, pendant les mois de juillet et août. J'ai retenu l'ensemble de mes entretiens, quinze participants représentatifs et dont les disponibilités et intérêts portés à ma recherche m'ont permis d'accumuler des données fiables. Sur ces quinze enquêtes, neuf étaient des passagers (dont deux couples) et six employés. Ils forment les échantillons de base. Parmi les passagers, j'ai rencontré les deux couples de façon informelle. Ces conversations ont été menées de façon semi-dirigée. Dans le cas des cinq autres passagers, nous avons eu des conversations de groupe sur un site internet public traitant du tourisme en croisière. La raison de ce dernier choix a été poussée par la découverte du site *cruisecritic.com* où les gens parlent publiquement de leurs expériences et posent des questions sur le sujet de leur choix. Du côté des employés, l'un d'entre eux m'a fait part de ses expériences sur les cargos, alors que les cinq autres employés ont travaillé sur les navires de croisière. Les postes de bord occupés par ces travailleurs, pour la plupart, toujours actifs sont très variés ; cuisinier, réceptionniste, animateur, garçon de chambre, serveur et officier responsable de la réception.

Du côté des passagers, j'ai rencontré les deux couples touristes par l'entremise d'autres informateurs que je jugeais non représentatifs, car nos rapports personnels et amicaux impliquaient des biais à l'enquête qui nécessite une relation neutre (Annexes, tableau III). Les entrevues se sont passées de façon informelle. J'ai laissé libre cours à la conversation dans le but de savoir ce que ces touristes avaient eux-mêmes à me dire sur leurs attentes ainsi que l'expérience même. Bien sûr, il y avait des thèmes précis que je voulais traiter avec eux, mais j'ai choisi de ne pas préparer de question précise. Je voulais plutôt savoir sur quoi les touristes s'attarderaient naturellement. Pour l'analyse de mes données, j'ai considéré autant les informations fournies par ces personnes que l'importance qu'ils y donnent, considérant leur insistance sur certains points comme étant des indicateurs importants, je pense, par exemple, à leur empressement à aborder les activités divertissantes ou la décoration du navire. Parfois, j'ai

dû réorienter la conversation vers certains sujets à partir de questions simples, courtes, mais ouvertes comme « *Comment ça se passait avec les employés ?* » ou encore « *Et la mer ?* ». Bien que les réponses de mes informateurs étaient satisfaisantes, dans mon analyse, j'estime important de signaler que nous n'aurions peut-être pas abordé ces thèmes si ce n'était pas de mon initiative.

En ce qui concerne les employés, j'ai eu affaire à un tout autre univers. J'ai trouvé mes informateurs principalement par référence. J'ai préféré m'entretenir avec des personnes inconnues plutôt qu'avec d'anciens collègues pour éviter trop de liens de familiarité. Compte tenu du fait que j'ai moi-même fait partie d'un équipage, je souhaitais empêcher un excès de confiance pour ne pas influencer la prise de position quant au sujet des conflits avec les passagers (Möllering, 2006). Toutes les entrevues, exceptée une seule, ont été menées par internet via les programmes de conversations (Facebook, Skype, Messenger, etc.). Ce choix a été fait parce que ces informateurs sont en service en mer, ils suivent donc un horaire difficile à suivre pour une personne « à terre ». J'ai dû adapter mes entrevues au style de ces informateurs, parfois, et à cause de leurs évitements à mes questions. Une entrevue de style conversation libre ne convenait pas à mes nécessités de chercheur, alors j'introduisais les thèmes de discussion de façon systématique. Par contre, c'est seulement dans les cas où je jugeais que les réponses devenaient futiles que j'imposais une question précise. Les raisons en sont les suivantes ; d'abord, le même phénomène d'évitement de certains sujets apparaît autant avec les employés qu'avec les touristes. C'est-à-dire que si je les approche pour qu'ils me parlent de l'ensemble de leur travail, ils ne parleront de leur relation avec les clients qu'en dernier lieu, au moment où j'aborde le sujet moi-même, ou parfois, jamais. Ensuite, j'ai noté une réticence supplémentaire compte tenu de leur position en tant qu'employés : ils savent pertinemment qu'une simple critique peut, dans le pire des cas, leur faire perdre leur emploi, et ce même en cours de contrat. Il m'a donc fallu composer en tenant compte de ces facteurs pour orienter mes questions selon l'environnement de l'informateur, son statut à bord, afin d'éviter les biais potentiels.

Mythes : sources d'attentes vs les réalités marines

Les mythes marins fascinent l'être humain depuis des éternités, semble-t-il. Il serait peut-être même peu exagéré de se demander si les vastes océans n'ont pas toujours fasciné le genre humain. Presque toutes les civilisations ont fait naître, de par leur littérature ou leurs religions, des mythes en relation à la mer (Paulet, 2006). Dans le cas des mythes en relation avec les vastes étendues d'eau, ceux-ci sont d'une diversité impressionnante à un point tel qu'ils n'éclairent plus les mystères qu'un mythe a souvent pour fonction d'élucider (Miller et al., 2004). Dans les cultures contemporaines du monde occidental en général, les sociétés ont intégré des mythes qui personnifient la mer comme étant source de vie. Mais à l'opposé, d'autres de ces histoires lui attribuent le pouvoir de la mort, ainsi la mer inspire tant l'abondance que la pénurie, l'aventure et la conquête, la liberté et la peur, etc. Tant de ces contradictions se reflètent encore aujourd'hui dans notre perception des étendues d'eau. Pensons au simple fait que des milliers de touristes partent relaxer en vacances dans des endroits comme le Cap Horn, l'un des lieux célèbres pour être des plus inhospitaliers pour les marins (Le Coat, 2008; Giuge, 2011).

Afin d'illustrer le rôle que jouent ces mythes, les plus anciens comme les plus récents, dans l'appréhension des mers que se font les humains d'aujourd'hui, il nous faut revisiter un instant ces histoires qui alimentent l'imaginaire par rapport aux mers qui entourent les continents de la planète. Concrètement, ceci nous servira plus tard à interpréter les comportements des passagers en mer, plus spécifiquement, leurs attentes et leurs interprétations de ces endroits si particuliers pour l'être humain.

4.1 · La résurgence des mythes marins

Le mythe, comme nous l'avons vu plus haut, sert pour une société déterminée à expliquer les phénomènes inexplicables (Miller et al., 2004). Dans le cas qui nous intéresse, je dirais que la nécessité actuelle de perpétuer les mythes marins s'explique par l'anxiété provoquée par la peur de l'inconnu. Ici, l'inconnu réside dans le simple fait que les humeurs de la mer sont

imprévisibles. Les phénomènes marins ainsi que la navigation ne sont plus des éléments mystérieux à l'être humain. Il est indéniable que le voyage peut être perturbé par de nombreuses composantes ; la température, le vent, la force de la houle, le mal de mer, etc. Même si ces phénomènes peuvent être expliqués, ils demeurent imprévisibles ainsi que leurs effets sur les passagers en croisière. Les touristes que j'ai questionnés à ce sujet lors de mes entrevues m'ont fait comprendre que les sentiments qu'ils ont éprouvés quand le navire est au milieu de la mer peuvent s'avérer l'incertitude, la peur ou l'impuissance.

En ce sens, les touristes marins représentent bien la structure binaire de plusieurs mythes dont a fait part Claude Levi-Strauss (Miller et al., 2004). À la base, les mythes marins traitent de la mort autant que la vie. Lorsque les mythes se complexifient, les héros de ces récits, tout comme les touristes marins, affrontent leurs peurs en même temps qu'ils conquièrent ou explorent des endroits inaccessibles jusque-là. Si nous prenons la mythologie grecque, Agamemnon et les autres Grecs deviennent les conquérants. Ulysse, lui, incarne le grand explorateur (Hamilton, 1998). Plus haut, lorsqu'il était question d'évoquer inconsciemment les mythes marins, il s'agissait du désir de « conquérir » les endroits inconnus, ainsi que le sentiment de se retrouver égaré ou impuissant comme Ulysse.

4.2 · L'universalité, la diversité et les contradictions des mythes marins

Afin d'étudier les origines des mythes marins, prenons comme exemples les fleuves mythiques de deux littératures anciennes. À l'aide du Styx en Grèce et du Tigre & de l'Euphrate de l'ancienne Mésopotamie, nous pourrions situer les idées que se sont faites les peuples anciens des étendues d'eau. Il est préférable de commencer notre étude par des fleuves plutôt que la grande mer ; la proximité des civilisations aux fleuves les rend plus familiers et plus accessibles que les mers. Ils sont constitués d'eau douce, donc, ils attirent naturellement les peuples à s'installer à proximité puisque cette eau est potable. Ces cours d'eau sont aussi plus facilement navigables. Ils sont tout autant source d'inspiration que les mers. Prenons le premier fleuve, le Styx, celui des enfers selon les Grecs. Il raconte le passage de la vie au monde des damnés ; c'est le cours d'eau qui représente la fin du périple humain, c'est par ce fleuve que Charon amène les

ombres des morts vers leur destination finale. Le Styx est le lien entre le monde des vivants et celui des ténèbres, cet endroit inquiétant d'où personne ne revient. Mais c'est également le fleuve du serment irrévocable par lequel juraient les dieux. Zeus lui-même, le plus puissant de tous les dieux, n'avait aucun contrôle sur les serments faits au nom de ce fleuve sacré. Selon Homère, le grand poète, Zeus aurait tué Sémélé, sa bien-aimée et mère de Dionysos à cause d'un serment fait au Styx, que lui-même ne pouvait rompre (Hamilton, 1998 : 64). De plus, Vénus aurait mis Psyché au défi de remplir un flacon d'eau provenant de ce fleuve : « Vois-tu cette eau noire qui descend de cette colline ? C'est la source du fleuve terrible et haï, le Styx. Tu y rempliras le flacon que voici » (Hamilton, 1998 : 125). Enfin, c'est encore dans les eaux du Styx que Thétis a trempé son fils, Achille, pour le rendre invulnérable (Hamilton, 1998 : 249). Le cours d'eau inspire un respect provoqué par la peur.

À Bagdad, les fleuves du Tigre et de l'Euphrate suggèrent une autre forme de respect, cette fois inspirée par la générosité et la bienveillance de ces cours d'eau. En conséquence, le Tigre et l'Euphrate ont fait naître d'autres types de mythes, ceux-ci servant à personnaliser la naissance du monde. Dans ces récits, l'eau qui coule dans un fleuve apporte plutôt la naissance et l'abondance. Ici, le rapport avec le cours d'eau en est un de nécessité, voire de dépendance (Kramer, 1972). Les Sumériens, qui ont fait naître ces mythes expliquant l'origine du monde par la mer, ont aussi inspiré les auteurs de la Bible (Kramer, 1972). Malgré cette divergence de perception, la plupart des civilisations distinctes ont un point en commun intéressant : l'importance de la mer est centrale tant dans la création du monde chez les Sumériens, que dans le déluge biblique.

Les regards sur la mer des sociétés d'aujourd'hui demeurent toujours tributaires de ces histoires, bien que vieilles de plusieurs millénaires déjà, et qui personnifient les grandes étendues d'eau. La pertinence de nous attarder sur ces deux exemples mythologiques qui se trouvent aux antipodes dans leurs interprétations est d'y introduire cette caractéristique qui donne à la mer sa personnalité. Comme nous l'avons dit plus haut, les interprétations symboliques de la mer sont bien diverses et donc contradictoires. La relation que les humains entretiennent avec la mer est

donc paradoxale et bien complexe. Ceci nous permettra d'expliquer le comportement ambivalent des touristes marins d'aujourd'hui qui partent à l'aventure comme les braves hommes des légendes anciennes, mais qui voudraient s'assurer de se munir d'une protection vis-à-vis des dangers de la mer ; ils le font soit en se tournant vers le capitaine et son équipage, ou encore à l'aide de protection symbolique comme les prières, les cérémonies, la vénération de statues et autres objets de superstition (Duval, 1999 ; Lacroix, 1980).

Après en avoir rêvé, au fur et à mesure que les technologies évoluent, les hommes ont tenté de visiter ces mers, si fascinantes. Les raisons principales qui ont poussé les premiers explorateurs à s'aventurer en mer étaient exploratoires et militaires (Desjardins, 2007). Dans ce contexte, il est évident que seule une infime partie de la population, quasi exclusivement masculine, se retrouve sur la mer (Duval, 1999). De nos jours, cette réalité s'en trouve bien changée : il y a maintenant une partie significative de la population, tant féminine que masculine, qui est invitée à y passer ses vacances. Un nombre important de femmes voyage en mer depuis déjà la deuxième moitié du XX^e siècle, spécialement sur tous les navires de type touristique (Desjardins, 2007).

Pourtant il serait exagéré de dire que cette réalité s'en trouve transcendée puisqu'en fait, cela ne concerne que les navires de croisière. Quand on considère l'ensemble de la flotte maritime mondiale, il n'y a aujourd'hui encore qu'une minorité de la population qui ait passé un séjour à visiter une grande étendue d'eau, et cette minorité provient quasi uniquement de l'Amérique du Nord ou de l'Europe de l'Ouest. De même, en dehors du domaine touristique, le milieu marin conserve sa forte concentration masculine : dans la marine marchande, un navire est composé en grande majorité d'hommes, parfois exclusivement. Si la réalité d'autrefois n'est pas transcendée, il est pourtant raisonnable d'admettre que la mer n'est plus uniquement réservée qu'aux explorateurs, aux militaires ou aux marchands, ni même aux hommes.

Je tiens à expliquer que si je mets une insistance particulière sur la présence nouvelle des femmes, souvent par l'entremise du couple, sur la mer, c'est parce que je soupçonne fortement

qu'il n'y a pas de hasard si cet événement coïncide avec l'arrivée du tourisme maritime. Je crois raisonnable de croire que c'est l'habitude nouvelle de voyager en couple ou en famille sur les paquebots qui a fait réaliser aux marins qu'un navire peut être un endroit agréable, autre qu'un simple lieu de travail temporaire et forcé. Dans le chapitre suivant, nous ferons une description de la vie traditionnelle des marins ainsi que l'histoire et l'évolution des mœurs en mer. Nous verrons que la culture des marins est peu attrayante pour un être humain ordinaire du XXI^e siècle. Nous n'insisterons jamais assez sur le fait que depuis le début de la navigation, c'est-à-dire, des millénaires déjà, ce sont les hommes qui ont peuplé les océans.

Il me faudrait, de toute évidence, faire une recherche plus rigoureuse pour certifier mon hypothèse selon laquelle l'arrivée des femmes aurait contribué à la naissance du tourisme en mer. Cependant, je me permets de soumettre cette réflexion puisqu'elle est révélatrice du contexte actuel mis à l'étude. La bourgeoisie a vraisemblablement été attirée sur les mers depuis l'ère industrielle parce que les navires qui fonctionnent à vapeur sont plus rapides, plus sécuritaires et permettent de prévoir la durée des voyages. Ce sont ces avancées technologiques qui rendent tout à coup la mer attrayante ; on ne voyage plus sur les mers que par nécessité, mais par habitude, par plaisir même (Crochet & Piouffre, 2009).

Nous parlons ici d'une véritable transformation des mœurs que l'invention du paquebot a apporté au monde marin : celui de permettre à une masse importante d'hommes et de femmes, éventuellement, de toutes classes sociales de se transporter sur les mers du monde. C'est à partir de ce type de navire, le paquebot, qui a pour objectif principal le transport des humains par les voies marines, que sont nés les navires de croisière (Crochet & Piouffre, 2009).

4.3 · Historique de la navigation

Tout au long des XVIII^e et XIX^e siècles, les relations qu'entretenaient les grandes puissances d'Europe avec leurs colonies et les autres nations partout dans le monde ont certainement favorisé les innovations dans le domaine de la navigation. Le transport de marchandise et les voyages des êtres humains s'est énormément accentué lors de cette période.

C'est à partir des paquebots, de mieux en mieux adaptés aux conditions humaines (chambres confortables, nourriture suffisante, etc.) que s'est moulée l'idée du tourisme sur mer : « C'est en 1844 que P & O propose à sa clientèle aisée la première croisière, à bord de l'Iberia, un luxueux trois-mâts barque de 516 t et 47 m de longueur » (Crochet & Piouffre, 2009). Après le problème principal qui a toujours été la nourriture, c'est la température qui pose problème. La solution n'arrive qu'au début du XX^e siècle avec la climatisation (Crochet & Piouffre, 2009).

Pendant la deuxième moitié du XX^e siècle, nous avons assisté à un bouleversement historique sans précédent. L'intérêt économique et la compétition entre les propriétaires de grandes lignes de croisières ont effectué la restructuration de l'industrie pour permettre à la classe moyenne de plusieurs pays de s'embarquer pour une aventure en mer et de réaliser les rêves que ces gens convoitent depuis fort longtemps. Pourtant, les passagers d'un navire de croisière, tout comme les marins, partent à l'aventure en transportant ces vieux mythes qui provoquent toujours ces sentiments contradictoires de goût de l'aventure et de peur. Ces passagers, aucunement responsables de la navigation ou de l'ordre ou de la discipline à bord, recherchent aussitôt la protection contre la mer, cette même mer où ils vont passer leurs vacances et qui leur permet d'accéder à l'aventure, à la liberté autant qu'au calme. Mais, ils savent, presque d'instinct que la mer est aussi source de tempête, de dangers, de menace et d'instabilité.

Le goût de la mer est un phénomène nouveau. Cela peut nous paraître absurde de réaliser que les peuples qui vivent au bord de la mer, dans des endroits que nous jugeons aujourd'hui paradisiaques, ne soient pas nourris d'une envie de la mer depuis l'éternité. Il faut croire que la représentation de la mer est déformée et reconstruite en fonction des idéologies du temps en question :

« L'Histoire et la Géographie expliquent cette diversité des regards : le riche Européen, en vacances sur des plages tropicales, ne "voit" pas la mer comme le paysan pauvre qui travaille la terre à quelques kilomètres des hôtels de luxe. De même, le citoyen d'une mégapole du XXI^e siècle, lorsqu'il se rend près de la mer, suivant son statut social, se représente les paysages d'une façon très différente du pêcheur breton qui est dans son espace vécu quotidien » (Paulet, 2006 : 17).

Ces termes de Jean-Pierre Paulet nous rappellent que le rapport touristique avec la mer, est nouveau, et je dirais même artificiel d'une certaine façon. L'auteur rajoute :

« Le développement linéaire de certains littoraux est un phénomène relativement récent. Il est lié à de multiples facteurs : possibilité de prendre des vacances, élévation du niveau de vie dans les pays riches, progrès techniques, amélioration des moyens de transports, rapidité des voyages et goût de l'exotisme des citadins. Au XIX^e siècle, la mer apparaît d'abord comme une nécessité purement médicale. » (Paulet, 2006 : 62)

4.4 · Création de l'attente par la propagande

Pour un publiciste qui travaille pour créer une campagne promotionnelle, le défi n'est plus de trouver les symboles, mais bien de choisir lesquels seront utiles parmi l'infinie collection disponible. C'est la même chose pour ce qui est de la manipulation de ces symboles ; il est possible de les associer comme bon nous semble et de diriger l'interprétation qu'en fera le public vers d'innombrables directions symboliques. C'est par simple curiosité que je me suis arrêté sur un livre intitulé *Au bord de la mer* (Guillier et Lhermey, 2008) dans la section *loisirs* de la Bibliothèque et Archives nationales du Québec. Cette toute petite publication, sans prétention académique, rend hommage à la mer avec ses photographies et ses textes. La note bibliographique du livre indique que leurs auteurs ont travaillé sur de nombreux ouvrages traitant de sujets aussi variés que divertissants ; *Au coin du feu* et *Au potager* sont d'autres exemples de leur travail commun. Le duo est formé d'une photographe spécialisée dans le domaine de l'équitation et du voyage et une illustratrice professionnelle qui a travaillé pour la presse et publié de nombreux ouvrages de tous genres. La photographe, Marine Guillier, a travaillé sur de nombreux articles de revues dans ses domaines de spécialisation et Claire Lhermey compte de nombreux ouvrages de jeunesse, de cuisine, d'art de vivre, etc. Dans ce petit livre que j'ai trouvé par hasard et qui poétise la mer, on y trouve un amalgame de textes descriptifs, de poèmes et recettes en lien avec la mer. Je trouve que ce livret constitue une excellente introduction candide de notre sujet sur la mer, plus précisément, le goût de la mer. Le livre nous sert d'échantillon pour observer les outils dont peuvent se servir les architectes de la propagande du tourisme en

mer.

Pour commencer, le vocabulaire utilisé par les deux auteurs pour imaginer la mer est impressionnant : *humeurs océanes, loin, croisière, station balnéaire, pêche, bateau, fruits de mer, plonger, embrun, rivage, maillots rayés, vagues, univers marin, hublot, l'eau, littoral, phares, paysage panoramique, bleu, bronzage, l'appel du large, l'horizon, le mythe du vieux loup de mer*, etc. (Guillier et Lhermey, 2008). Dans un contexte où ils sont bien intégrés à l'image générale, même les bottes cirées et les mouettes y trouvent une valeur poétique. En portant bien attention, nous retrouvons de nombreux éléments avec une forte connotation négative de la mer. Pourtant, les auteurs du recueil se sont amusés à poétiser les *rafales*, les *risées*, les *bourrasques*, les *tourmentes*, les *monstres marins*, les *Vikings*, les *pirates*, même *les traversées du Cap Horn*. Les auteurs ne cachent pas leur stratégie en déclarant : « Que c'est beau la tempête ! Quand on est à l'abri... » (Guillier et Lhermey, 2008). C'est sur ce petit détail qui paraît coquin dans les livres d'inspiration légère ou dans les publicités que repose l'argument principal ; on veut oublier à tout prix que sur la mer, nous ne sommes plus à l'abri.

Pour les touristes, une partie du plaisir est formée par le suspense du voyage. Celui qui part à un endroit pour la première fois se plaît à imaginer tout ce qu'il va bientôt découvrir. Ce touriste fait revivre, dans sa tête, des souvenirs de films qu'il a vus de l'endroit en question. Il se remémore aussi des livres, des chansons, de la nourriture, des personnes qu'il a rencontrées auparavant qui venaient de cet endroit ou qui l'ont visité avant lui. Tous les sens se mettent en marche pour ainsi créer une attente de ce lieu inconnu. Il n'y a aucun doute que les agents de marketing de toutes les compagnies touristiques veulent y contribuer. Ces derniers voudraient bien construire eux-mêmes l'imaginaire que se font les touristes avant de partir pour les destinations offertes.

À une certaine époque, c'est le côté mythique de ces légendes marines que nous venons d'explorer qui a servi de base aux publicités des croisières. Par exemple, dans les archives des toutes premières affiches publicitaires du *Canadian Pacific*, on aperçoit souvent des affiches

exposant un navire qui occupe l'espace central en gros plan et en contre-plongée. Il n'est pas rare de voir Poséïdon, le dieu grec de la mer, au devant du navire. Sur une autre affiche, le personnage est identifié par son trident et sa barbe, et apparaît derrière le navire en le soulevant. Sur une autre affiche, on l'aperçoit, au devant du navire, dans son char tiré par les chevaux (Laurence, 2004). Dans les deux cas, on peut interpréter la démonstration de sa force comme une puissance bienveillante sur le navire et ses passagers. Ceci est un exemple parmi tant d'autres. Les mythes entourant la mer sont si nombreux, leurs symboles vastes et aussi contradictoires qu'il est possible pour un publiciste habile de s'en servir pour former l'imaginaire qui plaira à la clientèle visée. Sur les autres affiches du Canadian Pacific de la même époque, nous voyons apparaître un Viking et un pirate. Ces deux personnages sont généralement perçus comme des figures hostiles, toutefois, ils ont un air de bienveillance pour qui veut interpréter leur présence ainsi. La mer, elle-même, peut être représentée comme une force hostile aux humains, ou bienveillante et porteuse de fécondité ; « La représentation de la mer est déformée et reconstruite en fonction des idéologies » (Paulet, 2006 : 2).

Dès ses débuts, l'industrie du tourisme sur mer se base sur une fascination originelle de la mer pour attirer principalement une classe de gens aisée. Ceci répond au désir constant de l'homme de dominer la mer (Paulet, 2006). Pour terminer cette analyse, je me suis attardé sur deux articles de journaux traitant des voyages en croisières et qui démontrent très bien la fascination paradoxale quant à la mer. Le premier article, pris dans *La Presse* et datant du 2 mars 2011, traite des aubaines de croisières à saisir, tout ce qu'il y a de plus habituel. Ce qui est plutôt surprenant, c'est que deux de ces aubaines offrent des voyages passant par Tunis. Ironiquement, aucune note ne parle de la situation de la ville alors que les révoltes du *Printemps arabe* sont en cours (Désiront, 2011 : 4). Pour le lecteur qui ne se tient pas au courant de l'actualité, il peut être plausible de croire que presque deux mois après la chute du président Ben Ali, la stabilité soit revenue en Tunisie. Cependant, il aurait été plutôt normal d'en spécifier quelques mots pour les touristes potentiels alors que dans le même journal, la veille, on pouvait lire : « Jour après jour, les manifestations se succèdent pour réclamer le départ des pontes de l'ancien régime », plus loin, la journaliste écrit « Dans la capitale, les protestataires qui réclament la démission du

gouvernement de transition depuis une dizaine de jours campaient toujours, hier, sur la place de la Kasbah » (Hachey, 2011). Ceci donne l'impression que, dans l'univers hermétique du tourisme en croisière, les passagers se trouvaient à l'abri de tout, y compris de la situation politico-sociale de l'endroit visité.

Un autre article, celui-ci datant du 4 avril 2012 et tiré du journal métro de Montréal, démontre le même paradoxe, cette fois, de façon d'autant plus notable. Le sujet est traité sur deux pages. Le premier article traite de l'ouverture du musée de Belfast dédié au Titanic, le célèbre navire qui a coulé pendant la nuit du 14 au 15 avril 1912 (Pedroso, 2012 : 20). Sur la page suivante, un deuxième article apparaît pour faire la promotion des croisières. Le titre : *Après le Titanic... de bonnes raisons de s'embarquer*. On peut y lire :

« Alors que Titanic 3D est en salle, que le 100^e anniversaire du naufrage du paquebot approche et que le désastre du Costa Concordia est encore frais dans les mémoires, voici quelques croisières qui redonnent envie de naviguer durant les vacances » (Castone, 2012 : 21).

Immédiatement, l'article passe aux ventes. L'auteur suggère de partir avec l'une des grandes lignes de croisières : Croisières Disney, Crystal Cruises et Norwegian Cruise Line. L'auteur n'indique pas que les naufrages comme ceux du *Titanic* un siècle plus tôt ou du *Costa Concordia* en 2012 (BBC News, 2012) sont rares pour rassurer les voyageurs potentiels. Dans les « bonnes raisons de s'embarquer », il n'est pas question de sécurité. Le plaisir suffit. Pour vendre les croisières de Disney, l'auteur écrit : « on sait faire lever un spectacle et tenir les enfants occupés », sur Crystal Cruises, l'auteur affirme qu'elle est réputée comme la « meilleure parmi les grosses compagnies de croisières par les lecteurs de *Travel + Leisure* », enfin on vante les prix d'une ligne de croisières : « Norwegian Cruise Line offre des forfaits à moins de 1 500\$ » (Castone, 2012 : 21).

4.5 • L'Autre

Il nous sera primordial de garder en tête un autre type de mythe lors de notre analyse prochaine sur la vie en mer, celui provenant peut-être de préjugés fortement établis ; je parle de

l'idée que les peuples visités doivent se trouver dans une position subordonnée, même soumise, parfois on les perçoit comme menaçants. Cette ligne de pensée va encore plus loin ; on se demande parfois si les peuples qui reçoivent les touristes sont civilisés. Certains considèrent naturellement que les peuples visités sont inférieurs et doivent donc être soumis à se faire civiliser par l'arrivée de l'industrie et l'économie du tourisme dont on les croit tributaires. Cela ne date pas d'hier. Il n'y a qu'à observer les vieilles affiches du Canadian Pacific datant du début du XX^e siècle pour constater que l'attitude paternaliste envers les peuples visités s'inscrit dans une continuité historique. Sur une photo publicitaire qui fait la promotion d'un voyage sur les côtes de l'Afrique de l'ouest, nous observons le navire *The Duchess* au loin, s'approchant des rivages. Dans le premier plan, il y a la plage avec les palmiers, un groupe de gens locaux, avec leurs habits traditionnels regardent le navire s'approcher au loin. L'un d'eux pousse une petite barque rudimentaire à la mer. Un peu plus loin, il y a deux autres barques. L'image laisse supposer que les Africains dans les barques se dirigent vers le navire pour accueillir ses passagers. L'attitude des autres Africains sur le rivage laisse croire qu'ils attendent les bienfaits de l'arrivée de leurs visiteurs (Laurence, 2004). Ici, nous avons un bon exemple de la critique qu'a faite Said sur la vision orientaliste propagée par l'Occident. Malgré le fait que l'auteur se soit concentré sur le Moyen Orient, l'attitude des Occidentaux qu'il critique s'applique tout à fait à l'exemple cité ci-haut: « orientalism had in the past generally observed the East from a Western perspective; that it had generally functioned as an instrument of imperialism and colonialism » (Macfie, 2002).

Dans son livre traitant du débat concernant l'orientalisme, Alec Lawrence Macfie rajoute : « J. Wilson III, a leading black American scholar, saw a parallel between the role played by the white's man 'other' in Asia and the role played by the American black, the white man's 'other' in America » (2002). Tout comme Wilson, je me permets d'y voir également un parallèle dans l'industrie des croisières : il y a une forme d'impérialisme et de colonialisme dans la façon dont sont positionnés les passagers faces à leurs Autres. Notons tout de même deux divergences entre les écrits de said et notre propos : d'abord, il faut rappeler que l'orientalisme dont parle Said traite du Moyen Orient ; ensuite, il faut souligner qu'il s'agit d'un débat d'intellectuels

orientalistes alors que dans le parallèle que je tente de faire, il s'agit plutôt d'organisations et de structures mises en place par les décisionnaires de l'industrie des croisières pour offrir la suprématie aux touristes sur l'Autre. Cette forme d'attitude entre dans la catégorie d'institution globale qui sert de domination (Said, 2003). Bien sur, l'attitude des touristes eux-même y joue un rôle de premier ordre dans cette dynamique.

Mis à part ces deux éléments, le parallèle que je tente de faire entre la critique de l'orientalisme de Said et ma critique sur la domination du touriste sur l'Autre en croisière demeure pertinente. Premièrement, Said explique que les idéologies orientalistes servent un objectif impérialiste tout comme les croisières offrent la possibilité à leur passagers d'exercer une suprématie sur l'Autre (Said, 2003). Ceci s'explique surtout par l'argument économique puisque les touristes se retrouvent à visiter des ports où leur pouvoir d'achat est nettement supérieur que les gens locaux. Gardons nous de croire que les lignes de croisières oppriment ou privilégient qui que ce soit, mais bien qu'elles offrent cette possibilité. À partir de ce contexte, l'attitude des passagers envers leurs hôtes définira les relations. Sans nécessairement s'en rendre compte, le touriste se retrouvent dans une situation que Frederick Turner appelait « *opportunities of neighboriness* » (1998) ; comme à l'époque de la conquête de l'Ouest, le territoire, s'il n'était pas encore envahi, il était considéré comme naturellement acquis aux mains des Étatsuniens.

Dans le cas des relations avec les employés du navire, je dirais que la suprématie est immédiate. Si je peux me permettre une métaphore; c'est comme si les passagers se retrouvaient à jouer une partie d'échecs avec toutes leurs pièces, alors que leurs adversaires se voient toujours retirer leurs meilleures pièces avant chaque croisière. Dans le sixième chapitre , je vais expliquer dans quel contexte les employés sont présentés comme des pions faciles à déjouer.

Contrairement aux relations idéalisées dans la télésérie *The Love Boat* (1977-1986), où le capitaine ainsi que tout l'équipage étaient d'origine américaine, accueillant des passagers américains, ceux que l'on rencontre dans la plupart des navires de croisière viennent à forte majorité de pays où la situation économique leur est défavorable. Sur un navire, il y a déjà une

structure hiérarchique et les différences socio-économiques marquées renforcent les relations de subordination. Mes informateurs m'ont tous confirmé que la plupart du temps, cette dynamique est encouragée par les officiers, qui sont majoritairement d'origine de pays de l'Europe occidentale ou nord-américaine.

Au-delà des mers, il y a les peuples qu'on rencontre et qui font naître un autre type de désir de domination, celui-ci, bien plus pervers et bien plus difficile à déceler. Il est rare de surprendre une personne qui affiche ouvertement son désir d'exercer sa supériorité sur ses semblables, mais il est raisonnable de soupçonner, à la lumière des confidences de mes informateurs, que ces touristes ont secrètement envie de dominer les peuples visités. Avant d'expliquer ce phénomène, pourtant bien contemporain, on doit aussi se pencher sur les histoires légendaires auxquelles sont rattachés nos sentiments aventuriers.

D'une part, il est mal perçu de montrer qu'on se croit supérieur à l'autre, malgré qu'un haut contingent de touristes soit empreint de cette conviction profonde. Malgré la mauvaise perception que l'on a, encore aujourd'hui, du mythe du colonisateur et du sauvage, l'ambivalence sentimentale fait que les relations sont encore aujourd'hui, souvent basées sur ce modèle. D'ailleurs, tout le blâme ne revient pas qu'au touriste. Parfois, c'est la ligne de croisière qui stimule cette approche. Prenons l'exemple de certaines petites villes portuaires dont l'économie est devenue tributaire du tourisme étranger : ce n'est pas nécessairement parce qu'il n'y a que ce type d'économie à la base, mais souvent parce que l'arrivée des croisières mange littéralement le reste de l'économie. Lorsque c'est le cas, les passagers se trouvent souvent informés de cette situation dans la région en question, mais le plus souvent, ils en ignorent les causes. Dans ce contexte, l'attitude coloniale des touristes est supportée par toutes les instances de l'industrie (Klein, 2005).

Parallèlement à cette forme de continuation dans les relations humaines, il y a un paradoxe qui se crée quant au phénomène d'exploration du monde. Paulet (2006) paraphrase l'observation de l'auteur et humoriste Pierre Daninos quand ce dernier affirme que ce « qui est sans doute le

plus extraordinaire avec les explorateurs, c'est qu'ils se sont multipliés depuis qu'il n'y a plus rien à explorer ». Effectivement, les touristes marins ont l'impression de partir à la découverte de nouveaux mondes et cultures. Individuellement, chaque port est une découverte, mais la réalité n'est plus celle de Christophe Colomb ou Marco Polo. C'est par centaines de milliers que d'autres touristes sont passés avant eux. Malgré cela, les passagers, quand ils reviennent chez eux et parlent de leur expérience à ceux qui n'ont encore jamais mis les pieds là où ils sont allés, ont souvent l'impression d'être de véritables pionniers.

En mer, le paradoxe se poursuit : « De même que la forêt, où se réfugiaient les moines du Moyen Âge, la mer devient le domaine de l'isolement volontaire. Aujourd'hui, la "traversée solitaire" apparaît comme l'antithèse de la vie urbaine où se pressent les foules » (Paulet, 2006). Les nouveaux navires sont construits pour reproduire la cité sur l'eau. Pendant la décennie des années 1970, alors que les grandes lignes de croisières se sont elles-mêmes lancées dans l'aventure d'amener le plus large public possible sur la mer (Klein, 2002), ils comptaient certainement sur ce même imaginaire déjà existant dans l'esprit des gens. Mais cette époque de changements bouleversants pour l'industrie des croisières marque un tournant dans l'approche publicitaire. Si cette nouvelle clientèle se ne laisse plus séduire de la même façon que les croisiéristes de jadis, une fois à bord, ils ne se divertissent pas non plus avec le même type de tourisme. C'est l'époque où la vie à bord va nécessairement changer brusquement.

Une fois arrivés sur le navire, puisqu'ils sont maintenant passagers, ceux-ci espèrent combler d'autres types d'attentes. La liberté, tant imagée par les publicités, figure parmi ces attentes. Concrètement, les lignes de croisières adoptent une tendance *Freestyle* où les passagers seraient libres de choisir le restaurant, l'heure et le menu de leurs repas. Certains découvriront tôt ou tard que cette promesse ne peut simplement pas être tenue sur un navire restreint, avec un personnel également restreint et un nombre de passagers trop important pour asseoir et servir tout le monde en même temps. L'illusion de choix est primordiale dans un concept de vente, spécialement dans le cas des croisières (vacances) puisque l'objectif du message est d'attirer une masse continue de gens. Il serait vain de vendre un service où le consommateur ait un choix

limité (Bernays, 2005).

L'imaginaire des touristes marins du XXI^e siècle est tributaire, à la fois de ces mythes, mais aussi de la propagande conçue pour amener les premiers touristes en mer. Aujourd'hui, les gens ont des attentes, parfois démesurées, qui peuvent causer un véritable choc culturel à bord et être la source d'un conflit sans solution.

5

La vie en mer : cette vie que l'on ne peut imaginer

L'anthropologue Robert Duval (1999) se demande si on parle de « haute mer » parce qu'elle domine les hommes. La question prend tout son sens puisque l'étendue de celle-ci est telle que lorsqu'on se trouve au milieu de la mer, on ressent inévitablement son immensité. Alors qu'on avance à grande vitesse sur un océan calme, le paysage reste inchangé, on le dirait immobile. C'est peut-être ce type de sensation qui inspire tous les mythes entourant cette mer. Lorsque les marins décrivent leurs expériences vécues au milieu de la mer, ils font rarement appel au réalisme. D'ailleurs, ils parlent rarement de la mer elle-même.

La vie en mer telle qu'on en parle communément n'est que fiction. Généralement, on parle de la mer de façon romantique en la poétisant et en utilisant plus de métaphores ou autres figures de style que de descriptions empiriques. On oublie souvent, d'ailleurs, que sur un navire il n'y a pas la mer, il y a le navire. Cette vie sur le navire, elle, n'est pas un mensonge, elle est bien réelle ; la plupart des marins n'ont jamais touché l'eau des océans qu'ils ont visités, ne serait-ce que le bout des doigts ou des orteils ; il y a donc une distance, une séparation bien définie entre le marin et la mer. Par contre, le navire, même s'il passe sous l'oubli des marins, est bien existant ; ceux qui y vivent en ont clairement conscience et sentent sa présence. Certains iront même jusqu'à lui conférer une âme (Duval, 1999).

5.1 • Le navire : qui est-il ?

Il nous faut, pour bien comprendre la vie en mer, réfléchir un instant à l'importance du navire pour les marins. Selon Duval, un « cargo, en tant que terrain ethnologique, aurait plutôt les spécificités du rural puisqu'il y a coïncidence entre unité de résidence, unité de production et unité de loisir à bord » (Duval, 1999 : 19). Dans le cas spécifique de notre étude, je comparerais plutôt un navire de croisière contemporain à un milieu urbain à cause du nombre important de personnes à bord et le changement constant du personnel qui rend les contacts réguliers de plus en plus rares. Le style de vie proposé tend à être aussi diversifié que ce que l'on peut retrouver

dans un quartier d'une métropole contemporaine. Il s'agit entre autres, de nombreux complexes comme les spas ; les piscines ; les salles de spectacle ; une diversité de restaurants avec des cuisines du monde entier ; les casinos ; les nombreux bars ; les salles de danse et de rencontre ; les lieux de détente intérieurs et extérieurs. Ceux-ci sont les exemples les plus fréquents dans l'aménagement des nouveaux navires. La tendance va en ce sens. Les nouvelles constructions de navires sont de plus en plus adaptés pour y accueillir le plus de passagers possible, on tend également à y ajouter de nouveaux types de complexes. Depuis, on y voit des cinémas ou même des installations pour l'escalade intérieure. Ross Klein confirme : « *During the 1990's, the ships were not built to ensure a 'sea experience' anymore but, they're bigger, full of activities (rockclimbing wall, skating ring, etc.) for those who want to forget that they're at sea* » (Klein, 2005 : 17).

5.2 · Marins hommes d'intérieurs

Contrairement à ce que tendent à nous faire croire les fantaisies populaires concernant les mers, force nous est de réaliser que la vie des marins ne rime pas toujours avec liberté, tranquillité et vacances. Il est peut-être plus facile, pour constater ceci, de prendre l'exemple des cargos étant donné que l'aspect touristique n'y est pas associé : « *Il s'agit d'un mode de vie sur un bâtiment dont la survie de tous est directement subordonnée au comportement de chacun. Une morale de groupe s'impose non seulement pour la sécurité, mais aussi pour que la vie à bord soit effectivement viable* ». Cette citation, de Maurice Duval (1999 : 41) exprime clairement la sévérité et l'austérité propre à la vie en mer. Plus loin, il rajoute que le « *danger vient de la mer* » (Duval, 1999, 80). Ce danger nous vient de l'univers extérieur qui menace sans cesse de changer d'humeur. Comme résultat, les marins se dotent d'une discipline lourde. Contrairement aux idées reçues qui brossent le tableau des marins comme des gens bohèmes libres-penseurs, le marin ne mange pas quand il veut, il ne dort pas quand il veut non plus et son horaire de travail n'est pas si flexible non plus. L'auteur ira jusqu'à affirmer qu'« *une bonne table est tout ce qui reste aux marins* » (Duval, 1999 : 97).

L'anthropologue fait noter qu'on stigmatise facilement les marins en les plaçant en marge de la société ou en dévalorisant leurs mœurs légères. Toutefois, les gens de terre oublient facilement que plus de 70 % de l'économie mondiale repose sur leur travail (Duval, 1999). J'insiste déjà sur ce point parce que plus loin, j'y reviendrai pour faire un parallèle avec les marins des navires de croisières ; on les place en marge, mais quand on est passager, on les côtoie ; on en a besoin, mais on les craint. On méprise également leurs mœurs au point où il y a des règles claires pour les laisser à l'écart de la vie sociale à bord.

Le marin est constamment en service, même quand il mange, il peut être appelé à participer à une urgence. Même lorsqu'il dort, il ne sommeille jamais complètement ; il n'y a pas d'horaire prévu pour qu'un danger venant de la mer frappe le navire, ou que les moteurs se brisent. Il faut tenir compte du fait que les navires transportent généralement un équipage réduit au minimum pour diminuer les frais et maximiser la sécurité. Les passagers sur les navires de croisière n'en auront pas l'impression non plus, mais une réduction de l'équipage est une réalité. De plus, la routine des employés ne ressemble en rien à la celle des passagers ; l'équipage n'est pas en vacance, il travaille.

5.3 · Les réalités qui séparent un marin employé d'un marin passager

Le passager en croisière est un type de marin bien particulier, en ce sens qu'il « habite » la mer mais n'y travaille pas. Il me paraît, à travers mes recherches, qu'il n'y a aucun équivalent historique. Le passager ne participe pas au fonctionnement du navire comme le marin traditionnel. Il n'est pas non plus responsable de sa propre sécurité. Le marin employé, puisqu'il travaille en mer, est directement tributaire de celle-ci et il prend une conscience différente de sa vulnérabilité vis-à-vis de la mer. Son travail contribue au bon fonctionnement de la navigation, donc, à sa propre survie. Autrement, il n'a à sa disposition, comme protection, que les décisions du capitaine et les actions de ses coéquipiers. Lors d'une situation d'urgence, quand ceci ne suffit plus, il ne lui reste que ses prières ou ses superstitions en guise de protection symbolique contre les mauvaises humeurs de l'océan, mais en fin de compte, c'est son propre travail à bord qui contribue à la survie de tous.

La position du passager est différente, bien qu'il se trouve physiquement aussi près de la mer que les employés du même navire, il n'est pas dans une position intermédiaire. C'est-à-dire que, symboliquement, les employés représentent l'intermédiaire protecteur de leurs passagers contre la mer à cause de leur position. Les passagers se tournent naturellement vers l'équipage du navire pour obtenir une sécurité, que ce soit lors d'une opération de sauvetage, ou qu'ils soient affligés du mal de mer ou simplement pendant un moment d'angoisse. Bref, les passagers sont complètement inutiles à la navigation et peuvent, même, s'y avérer nuisibles.

Nous reviendrons plus tard sur les effets conflictuels que cette relation de dépendance/subordination peut provoquer sur le navire. Je tiens à ajouter que, lorsque nous reviendrons en dernière analyse sur les relations de ces deux protagonistes, ce sera pour souligner le fait qu'ils se trouvent dans une relation de subordination. Toutefois, le passager reste placé dans la position autoritaire.

5.4 · L'inévitable : la discipline à bord

Nous remarquons un phénomène intéressant depuis la popularisation des navires de croisières ; tout comme les publicités attirent les touristes de par la coquille hôtelière, il faut s'y attendre, les activités de ces navires se tournent également vers l'intérieur du navire, et non vers la mer et l'exploration. Est-il possible que le naturel des marins de se tourner vers l'intérieur de leurs navires corresponde à une nature humaine plus large ? Comme nous venons de le voir plus haut, il semble quasi naturel pour les marins sur les cargos de porter leur attention vers la vie à bord du navire et d'éviter la réalité de la mer autant que possible. La crainte de cette mer en est la cause autant que les nécessités pratiques de la navigation qui monopolisent l'attention de ces hommes. Je suppose que ce même comportement des passagers nous rappelle la crainte que l'être humain a de la mer. Mais puisque les responsabilités de la navigation ne sont pas du ressort des touristes, nous pouvons penser que l'évitement de la mer fait partie du tempérament humain d'éviter la symbiose avec cette mer.

Face à ces constats, je soupçonne qu'il est fondamentalement artificiel pour l'humain de vivre en mer, de l'appriivoiser, ou même de la visiter. Malgré toutes les accommodations qu'offre un navire pour compenser les imprévus marins. La spécificité du tourisme sur mer versus les hôtels sur les littoraux est justement l'expérience de la mer. Sur le navire, on ressent l'expérience de la navigation, puisqu'on se déplace constamment, on se fait également mouvoir par la houle. Contrairement aux touristes sur les littoraux, on voit les paysages défiler. On ressent les variations de température ; pendant un trajet d'une semaine en Amérique latine, par exemple, on part de Buenos Aires où le climat est humide subtropical, et en quelques jours, on sent le climat devenir plus sec à Punta Arenas⁹, pour se refroidir jusqu'à la fraîcheur maritime subarctique des îles Falkland¹⁰. Pourtant les touristes marins ne semblent plus rechercher, ni même profiter de leur présence sur la mer autant qu'une croisière peut leur procurer. Pendant les journées de navigation, on préfère les activités d'intérieur, le magasinage, les piscines, les restaurants, etc. Comme résultat, on évite la mer autant qu'on pourrait le faire dans un port. La mer est là, on la regarde quelques minutes par jour, et on s'en lasse rapidement.

5.5 • Des craintes ? Bien sûr, des craintes

Tout comme les touristes de terre, les croisiéristes planifient leur voyage à l'avance. En plus des différences culturelles, ces croisiéristes doivent prévoir leur séjour sur l'eau. J'ai pris l'occasion, lors de mes entretiens avec mes informateurs touristes de discuter de certains sujets alors qu'ils préparaient leur séjour.

Lors de mes entretiens avec les passagers, j'ai demandé s'il y avait des craintes qui les faisaient redouter de partir en croisière. Parmi les craintes les plus souvent citées, il y a la peur de se sentir enfermé, l'argent, l'ennui et la peur de souffrir du mal de mer. Si on se permet de faire une analyse plus approfondie de ces quelques quatre éléments, il y a beaucoup à découvrir sur la nature même des croisières modernes. Ces confidences nous indiquent que même les touristes qui partent en mer gardent une forte tendance à éviter le plus possible les éléments qui sont en

⁹ Site internet officiel de météorologie de l'Argentine <http://www.smn.gov.ar/?mod=clima&id=14>

¹⁰ The Falkland Islands Tourist Board <http://www.visitorfalklands.com/assets/documents/falklands-factsheet.pdf>

lien avec soit cette mer, soit le navire.

Commençons par la crainte de souffrir du mal de mer qui est révélatrice d'un paradoxe. Le désir de découvrir la mer est jumelé avec la crainte. Il y a la peur de se sentir enfermé, qui est la crainte la plus couramment exprimée et qui est complémentaire à la première parce qu'elle reflète la peur du navire lui-même. Tout comme on pourrait souffrir de la phobie du métro, de l'avion ou voyager en automobile, le navire provoque ce même type de sensation. C'est un endroit clos et restreint, où il est difficile de s'orienter facilement et cela rend plus difficile de s'échapper d'un danger potentiel. Autrement dit, les croisiéristes se sentent dans leur zone de confort lorsqu'ils savent qu'ils pourront visiter la mer tout en pouvant l'éviter.

Ceci n'est pas seulement ironique, c'est complètement paradoxal. La différence majeure entre toutes les autres formes de tourisme avec celle-ci, c'est précisément l'univers marin, et le départ en croisière est un choix tout à fait délibéré. Pourquoi, donc, partir sur l'eau sans vouloir en profiter ? La vie à bord d'un navire alimente tous les imaginaires ; on en écrit des poèmes, on peint des tableaux, on représente certaines particularités dans les films, aussi.

À chaque époque de l'année, des milliers de personnes s'offrent un voyage sur un navire, dans cet univers en constant mouvement et dont le style de vie a quelque chose de bien particulier à faire découvrir. Malgré cela, la grande majorité de ces gens refusent de s'aventurer à vivre pleinement l'expérience. On la craint : la mer offre le paradoxe du désir et de la peur. C'est pourquoi on l'évite même si elle fascine. On aimerait oublier cette puissante masse d'eau sous le navire.

5.6 · L'expérience touristique

Lors de mes entretiens avec des croisiéristes, j'ai réalisé qu'il est facile d'aborder la plupart des sujets se rapportant aux voyages. Les croisiéristes se plaisent généralement à raconter leurs expériences et ne se font pas prier pour raconter leurs souvenirs ; autant les anecdotes vécues ou les sentiments. C'est sûrement l'une des raisons pour laquelle il est facile d'initier une

conversation à propos des voyages personnels et de faire durer cette conversation en abordant plusieurs thèmes.

Bref, les croisiéristes se plaisent naturellement à raconter ce qu'ils ont vu, ce qui les a surpris, ce qu'ils ont vécu et ressenti lors d'un voyage. Je réalise que ces croisiéristes, quand je leur laisse le gouvernail pour diriger la conversation comme ils le veulent, ils commencent naturellement à parler du navire. Les navires sont décrits comme étant immenses, impressionnants, presque vivants. C'est un univers à part entière pour ceux qui y ont vécu, ne serait-ce que quelques jours. Au fil des conversations, on a l'impression que l'organisation à bord est quasi automatiquement liée à ce navire, comme si c'était le navire lui-même qui faisait l'organisation. D'ailleurs, quand les touristes parlent de la logistique, et de qui en est responsable, on entend rarement les pronoms tels que « le personnel », « les employés à bord » ou « les organisateurs ». Pendant un entretien, une dame ayant déjà fait quatre croisières s'exclame en disant : « tout est organisé pour nous ; il faut suivre, c'est tout ». Malgré l'expérience, elle avoue demeurer bouleversée à chaque fois quant à la force de l'organisation. Cette dame est bien représentative des autres croisiéristes qui expliquent qu'une fois le billet acheté, « on n'a besoin de penser à rien ». Quand on les écoute parler, on a même l'impression que l'organisation ne vient de nulle part, un peu comme un *Big Brother* bienveillant. La grosseur du navire, son organisation et l'expérience vécue à bord forment sa personnalité.

Les croisiéristes donnent ainsi raison à Maurice Duval quand il affirme qu'un navire a une âme. À bord, il y a tout, m'assurent ces croisiéristes. Il y a tout pour manger à n'importe quelle heure, faire de l'exercice, lire, socialiser, relaxer, s'amuser, etc. Même les petites commodités capricieuses peuvent être comblées à bord : téléphone via les satellites, téléviseurs avec les plus grandes chaînes internationales, accès à Internet, centre d'achats, etc. C'est dire que l'exclusion n'est plus caractéristique de la vie en mer, du moins, pas sur une croisière ; tout est mis en place pour qu'on puisse continuer ses petites habitudes ou rester en contact avec ses proches. Pour certains, il est même possible de ne pas décrocher de son emploi. On se change peut-être moins les idées, pourtant, plusieurs passagers y trouveront l'assurance de ne jamais être coupés de leur

réalité habituelle.

La nourriture est également un sujet inévitable. L'anthropologue n'a nul besoin de questionner ses informateurs concernant l'expérience des repas ; le sujet tombe presque seul dans la conversation. Les croisiéristes en arrivent au fait : qu'on soit agréablement impressionné ou déçu, on en parle avec très peu de neutralité. Pour une raison qui m'est difficile à expliquer, l'être humain a une sensibilité particulière à la nourriture. Je suppose tout simplement que c'est parce que l'alimentation est une nécessité vitale. Le personnel en a pleinement conscience puisqu'ils font des efforts impressionnants pour diversifier les types de restaurants et de cuisines à bord.

Cela va de soi, certains aiment les plats plus élaborés alors que d'autres recherchent des repas rapides. Les premiers affirment volontiers qu'ils sont venus à bord pour goûter aux plats sophistiqués dans une élégance de croisière. Les autres diraient qu'ils sont à bord plutôt pour l'abondance de nourriture plutôt que la gastronomie raffinée. C'est la même chose pour l'emplacement. On aime parfois se retrouver dans un restaurant avec une ambiance majestueuse, parfois, on aime le confort et l'intimité de la cabine. Sur tous ces aspects, les lignes de croisières plus commerciales se sont données l'objectif de ne décevoir personne. Malgré toutes les divergences d'opinions concernant les repas et les habitudes entourant celles-ci, les spectacles de nourriture font généralement l'unanimité. Les sculptures de fruits en forme de château ou d'animaux, les buffets de chocolat et les soirées champagne ne sont que quelques exemples de la créativité des restaurateurs.

L'expérience lors des repas compte tout autant ; chic ou décontracté, certains n'aiment pas devoir vivre la pression, qu'ils jugent hautaine, de devoir s'habiller de façon élégante pour les repas formels. Ces types de passagers sont satisfaits de voyager avec les lignes de croisières où on leur permet de s'habiller de façon décontractée. À l'opposé, d'autres passagers aiment retrouver l'élégance traditionnelle si bien décrite par ceux qui ont connu l'expérience d'une croisière dans les décennies passées. Ce simple élément provoque chez les croisiéristes des

opinions très divisées, ce qui démontre l'importance de l'offre de la diversité à bord, et d'où les nombreuses innovations par Norwegian Cruise Line. Prenons l'un des exemples les plus médiatisés : la soirée *Dress Up or Not* dans le cadre de la rencontre avec le capitaine du navire. Cette soirée où on offre un repas aux passagers en compagnie de leur capitaine est généralement la soirée de bienvenue, et elle est réputée pour être l'une des plus formelles. Il est particulier que cette soirée soit devenue aussi informelle sur certains navires, cependant l'opinion des passagers nous laisse comprendre la nécessité de ne pas imposer de vêtements trop élégants. Cette soirée, qui pour certains, est une occasion de participer à une rencontre féérique, de grand luxe, ou de socialiser comme s'ils étaient des gens riches et célèbres n'est, pour d'autres, que snobisme et frivolité.

Outre la nourriture et l'habillement, les destinations sont également des sujets facilement abordables lors de conversations avec les touristes. Les passagers que j'ai rencontrés sont rarement déçus des ports visités, mais notons ici, une particularité des voyages « tout organisé » : le choix de la destination est souvent secondaire à l'achat d'un billet. Contrairement à un voyage organisé par le voyageur lui-même où la destination et les lieux visités priment sur tout le reste dans les décisions, dans le cas des « tout organisé », on choisit souvent la meilleure option par rapport au prix ou aux dates du voyage. Parfois, la destination est le dernier critère qui influence notre décision. Je comprends que ce sont les raisons du voyage qui expliquent ce type de décision : est-ce qu'on part pour vivre une aventure ? Pour découvrir un nouvel univers ? Pour réfléchir sur certains aspects d'un endroit qui nous attire ? Ou encore pour relaxer ? Pour s'assurer de ne pas vivre de mésaventure ? Ne pas avoir à se casser la tête ? J'ai remarqué que les croisiéristes, qui se retrouvent dans la catégorie du « tout organisé », ne choisissent pas nécessairement une destination, mais plutôt un ensemble de voyage.

Le principal élément qui semble marquer la différence entre l'« aventure destination » et le « tout organisé », c'est la température. Du côté des forfaits tout-inclus, on n'offre que des destinations dites « soleil », presque exclusivement avec plage. En Amérique, il y a Cuba, la République dominicaine, la région du Yucatan, Acapulco, etc. C'est dans cette région que se

concentre la plus importante partie de la flotte mondiale des croisières. Bien que les croisières offrent la majorité de leurs destinations dans les Caraïbes, il est possible de réserver un voyage dans presque n'importe quelles eaux du monde ; de l'Atlantique au Pacifique, des eaux calmes, mais glaciales de l'Alaska, à travers les courants chauds et mouvementés des Bahamas, ou à l'extrême sud de l'Amérique près du Cap Horn où les eaux sont légendaires pour être glaciales et turbulentes.

Remarquons que la réaction des croisiéristes qui priorisent les visites dans les ports comme critère de sélection reste mitigée sur plusieurs aspects. Certains adorent les excursions organisées sur un thème ou un endroit précis, d'autres préfèrent déambuler sans-souci dans les rues près du port. De même, le plaisir qu'on en tire diffère énormément. Alors que certains disent découvrir de nouveaux endroits et aimer le contact avec les gens locaux et les différentes cultures, d'autres disent avoir conscience que les quelques heures de visite ne donnent accès qu'à de simples aspects très artificiels de la culture locale. Une passagère résume sa pensée quant à ses courtes expériences dans les ports : « *les croisières permettent d'identifier les endroits où on peut retourner en vacances* ».

L'expérience de la cabine, les détails de la décoration du navire sont d'autres sujets qu'on aborde souvent avec les passagers. Tout autant que les œuvres d'art montées avec la nourriture, ou les vêtements élégants lors des soirées formelles, les croisiéristes se laissent parfois impressionner par l'ensemble du décor qui les entoure. On se doute alors que l'aménagement et les couleurs des différentes aires sur le navire sont arrangés avec précaution : les détails dans les ornements sur les rampes d'escalier, dans les corridors, etc. On sait très bien que les passagers portent une attention particulière à ce genre de choses. D'ailleurs, presque tous les croisiéristes avec lesquels je me suis entretenu m'expliquent avec fascination comment leur garçon ou fille de chambre pliait les serviettes en forme d'animaux. C'est ce type de petit détail qui contribue à donner une autre dimension à l'expérience. Les serviettes ne sont plus que des serviettes, elles n'ont plus seulement la fonction de sécher le corps, mais elles deviennent un spectacle. Si les passagers ne se souviennent pas nécessairement de la douceur du matériel et du confort qu'elle

prodigue, il y a toujours une chance qu'ils se rappellent de l'esthétique de cette même serviette. Dépendamment des critères qui captent notre attention, on s'assure que tous les sens des passagers soient sollicités pour se remémorer le meilleur.

Le buffet de chocolat a aussi pour objectif de laisser une empreinte de l'aspect visuel. Quand les croisiéristes parlent de ce buffet, il est difficile de distinguer le spectacle de saveur de l'aspect visuel du buffet. Ce sont ces types de détails qui font que la réputation des navires les précède ; les nombreux passagers qui reviennent du voyage en mer en parleront avec intensité. Quand vient le temps de me décrire les animaux en serviette ou le buffet de chocolat, les croisiéristes utilisent le vocabulaire suivant sans même s'en rendre compte : « impressionnant », « de toutes les couleurs », « magnifique », « immense », « incroyable », « merveilleux », etc. C'est à peine s'ils ne prononcent pas le mot « magique ». On peut soupçonner que dans l'esprit de ces gens, les détails observés à bord n'appartiennent pas à la même réalité qu'un souper à la maison, ou au restaurant même. L'expérience se raconte avec une autre dimension que celles des aliments, de la préparation ou du service. Il y a quelque chose d'irrépérable dans cette expérience hors du commun.

Comme nous l'avons mentionné ci-haut, le buffet de chocolat est l'un de ces exemples qui est élaboré autant de façon visuelle que gastronomique. Principalement, un buffet est une expérience de saveur, nous avons vu ci-haut que cette expérience est aussi élaborée sous l'aspect visuel. Et le dernier point, pour compléter le tout et ainsi rendre le buffet irrépérable dans la perception des gens, c'est la présence des autres passagers. Le partage d'émotions avec un groupe d'inconnu intensifie souvent les émotions liées au moment vécu. Notons que les organisateurs choisissent d'aménager le buffet dans une grande pièce où les gens mangent debout, ce qui a pour effet de multiplier les interactions. Ainsi, il est bien plus difficile de s'isoler à une table avec ses proches, les face-à-face sont plus fréquents et les échanges aussi. La distance entre les gens n'est pas fixe comme dans une salle à manger et les gens se déplacent d'un buffet à l'autre ; d'un voisin à l'autre. On voit constamment les réactions de surprise, on entend les commentaires, les onomatopées : « ooh », « hmmm », « sllurp ».

C'est précisément ce partage d'émotions en groupe qui rend le buffet de chocolat, tout comme le reste, impossible à répéter à la maison. Les aliments et les ingrédients sont faciles à trouver et à cuisiner. Il est aussi possible d'avoir les appareils pour reproduire les fontaines et les décors du buffet, mais la présence des étrangers et ce partage d'émotion en groupe est certainement ce qui contribue à ce que les passagers retournent chez eux avec ce sentiment que la croisière avait quelque chose d'*immense*, d'*incroyable*, ou de *magique* même. Stratégiquement, il est bien avantageux que les meilleurs moments soient vécus au début et la fin de la croisière. C'est ainsi que les passagers entament le voyage avec une bonne première impression et qu'ils partent avec les derniers souvenirs magiques. Ce n'est pas surprenant que le buffet soit, sur la plupart des croisières, préparé dans les derniers soirs comme me le confirment les passagers que j'ai rencontrés.

5.7 • Nous sommes en mer, et la mer dans tout ça?

Jusqu'à maintenant, nous avons décrit deux univers bien éloignés l'un de l'autre ; le premier, qui relève de l'imaginaire, est celui qu'on tente de présenter aux passagers ; le deuxième est celui qui relève du concret. De toute évidence, ces deux univers se côtoient. Il serait faux d'affirmer que les croisiéristes ont une perception erronée de ce qu'est une croisière ; que ce soit avant la première aventure en mer, pendant, ou même après, les croisiéristes peuvent parler de tous les aspects du voyage avec une bonne clarté. Les touristes ne sont pas dupes, ils comprennent les enjeux de l'aventure même si l'on peut avoir tendance à croire qu'ils se laissent complètement manipuler par des stratégies de marketing fallacieuses. Pourtant, il y a un aspect bien plus difficile à aborder avec les croisiéristes : la mer. Nous l'avons déjà vu plus haut, les touristes tendent généralement à éviter la mer. Pendant mes entretiens, que ce soit avec les employés de la marine marchande, des croisières ou même les touristes, on semble oublier ce « détail », autant que si l'anthropologue n'en parle pas, on le passera sous silence.

Ce n'est pas un hasard si les nouveaux navires tendent à être de plus en plus gros, ce n'est pas surprenant non plus qu'on incorpore sur ces mêmes navires des complexes pour faire des activités atypiques en mer telle l'escalade sur des murs, ou des centres d'achat. Si je me réfère

aux commentaires de mes informateurs, le navire, « c'est comme une ville flottante ». Les commentaires nous donnent l'impression qu'un navire de croisière n'est plus vraiment un navire.

Lors d'une conversation¹¹, une femme avoue sa crainte de repartir, elle dit qu'elle a déjà souffert du mal de mer auparavant et qu'elle redoute de ne pas pouvoir apprécier le voyage. Les commentaires des croisiéristes expérimentés sont très rassurants puisqu'ils décrivent le navire comme un endroit peu propice à provoquer ce type de réaction. Ces croisiéristes ne se rendent pas compte qu'avec leurs commentaires, ils viennent briser complètement la particularité du voyage en mer illustré dans les mythes habituels :

- « *the ship is large enough that you can ignore the outside scenery and focus on the interior of the ship...it's just like a resort.* »

- « *the ship is soooooo huge you are in a safe moving building.* »

- « *the ship is so big that once you are aboard it feels like you are in a mall or just a building. You really no longer have the concept of just being on a ship.* »

- « *Yes a cruise ship is large, and you can almost forget you are on one.* »

Ici, les passagers habitués se sont donné comme mission de rassurer la dame concernant le mal de mer, mais le paradoxe ressort clairement. Ces passagers ont candidement fait une description du navire, probablement, sans même réaliser que cela banalise l'industrie tout entière.

Lors d'autres entrevues en personne, c'est moi qui dois initier le sujet, sinon, les croisiéristes se plaisent à parler du reste : la nourriture, les ports visités ou les autres passagers. Lorsqu'on demande à un croisiériste de s'exprimer sur le sujet de l'océan, l'ambiance change

¹¹ Cette conversation s'est déroulée par un site de conversation en ligne avec quatre participants en plus du chercheur : <http://boards.cruisecritic.com>

presque instantanément. Pour beaucoup d'entre eux, la question semble être une surprise. L'expression sur leurs visages laisse souvent transparaître une forme d'intensité. Les gens doivent y réfléchir un moment. Lors de certains entretiens, les croisiéristes vont jusqu'à répondre avec quelques idées très vagues avant de changer de sujet. Je dois souvent insister pour obtenir un commentaire satisfaisant. Je trouve ce comportement interpellant ; plus qu'un tabou, j'ai l'impression qu'il s'agit pas d'un évitement ; on ne sait simplement pas quoi en dire de cette mer.

Face à mes questions, un couple tente si bien que mal d'assouvir ma curiosité. C'est sans succès. L'homme dit avoir passé beaucoup de temps à regarder les dauphins. Il a été surpris de voir des poissons volants pour la première fois, des crocodiles aussi. La dame insiste sur le fait que son conjoint était celui qui avait passé le plus de temps à contempler le vaste espace de l'océan, souvent avec des jumelles, pourtant c'est le seul commentaire qu'il trouvait à dire. De son côté, elle a choisi de raconter une anecdote dont elle a été témoin : lors d'une croisière, une passagère de la chambre voisine était sortie à l'extérieur de son balcon le premier soir du voyage où il y avait absence de clair de lune pour s'apercevoir qu'on ne voyait absolument rien devant. Ce soir-là, il était impossible de distinguer ni les vagues, ni le ciel ou même l'horizon. Prise de peur, la dame en question est rentrée immédiatement dans sa chambre et n'a pas pu en ressortir de tout le voyage pour observer l'océan.

Un autre couple à qui j'ai posé la question est resté silencieux pendant quelques secondes. Les deux passagers n'ont pas la même perception de ce qu'est une croisière ; pour la femme, c'est une occasion d'explorer les différentes cultures, de partager des moments et de tisser des liens avec des inconnus, etc. La vie de bateau, c'est lui qui l'apprécie le plus. Cependant, c'est encore la femme du couple qui s'est décidé à parler de ses sentiments face à la mer. Son expression corporelle en dit autant que ses mots ; elle intensifie son regard, elle ouvre grand les bras et gesticule en disant : « *Ah ! La mer, la mer, la mer...* » Elle admet que la mer a quelque chose de symbolique pour elle. Cette dame a confié que deux des membres de sa famille étaient morts pendant l'un ou l'autre de leur voyage en mer. On sent l'émotion monter. Elle associe le fait qu'elle se trouvait sur l'océan alors que son frère, qui aimait l'eau, est mort. Je reconnais, à

travers cette confiance, une relation mystique avec l'eau qui rappelle l'ambivalence propre aux mythes ; le frère qui aimait l'eau (source de vie, comme les histoires ce rapportant au Tigre et l'Euphrate) et qui est mort pendant le voyage de sa soeur en mer (mysticisme et mort, cela rappelle le Styx).

La mer n'est définitivement pas un univers propre à l'être humain. Pour y habiter, il faut construire des bateaux et dépendre de nombreuses technologies ; il faut naviguer, manger, s'orienter, communiquer et enfin, survivre. Et encore, personne ne pourrait y rester de façon définitive. À bord d'un bateau, on ne visite même pas la mer, on y flotte superficiellement sur le dessus. Très peu vont visiter l'intérieur de l'océan en plongée sous-marine, on reste sur le dessus sans y voir quoi que ce soit dans ses profondeurs. Pire encore, on n'y trempe même pas le bout de ses orteils. À partir du pont le plus rapproché de l'eau, les vagues semblent si loin. Bref, la mer est un mythe. Quand on en parle, c'est comme quand on parle d'une légende où l'imagination populaire déforme la réalité. C'est un fantasme plus qu'un souvenir, un symbole plus qu'un endroit. On tend toujours à la garder à distance de notre réalité humaine. Son espace infini et inconnu personnifie un éventail de symboles ; de la naissance à la mort.

6

L'inattendu : les conflits

De tous les sujets qu'il est probable d'aborder lorsqu'il est question de tourisme, le conflit n'est décidément pas celui dont s'attend le public moyen, encore moins sur un navire de rêve. Néanmoins, le conflit demeure un sujet inévitable dans un contexte de rencontre. Un navire de croisière n'est pas seulement orienté vers le tourisme ou la rencontre, mais c'est également un endroit hiérarchique, discriminatoire, soumis à une discipline rigide et où il est question de service à la clientèle ; l'occurrence de conflits est inévitable.

Les lignes de croisière nous invitent tous à visiter des endroits paradisiaques, en nous transportant sur un navire qui offre tout et où tout est organisé pour les passagers. Nous serons accompagnés d'autres touristes tout aussi enjoués et émerveillés. Relaxer, s'amuser et découvrir est tout ce que nous proposent les publicités de croisières. L'idée même de l'existence d'un conflit à bord est improbable. Exactement tout a été placé en fonction pour nous faire vivre une expérience positive. À partir de ce point de vue, on croirait qu'une étude anthropologique sur le conflit humain devrait avorter dès le départ puisqu'il n'y a aucune probabilité de conflit quelconque à bord. Pourtant, les conflits sont bien réels. Le touriste, quand il arrive dans un port, demeure un étranger dans un milieu social dont il pourra profiter et les gens locaux, à leur tour, pourront profiter de lui. Avant d'arriver sur les lieux, le voyage en mer n'est aucunement magique, cette mer peut rester calme ou s'agiter à son gré ; les personnes à bord peuvent tout autant rester calmes ou se laisser aller à la panique. Mais avant tout, les passagers, tout comme les membres de l'équipage sont des êtres humains.

Aussi évident que cela puisse paraître, vouloir relaxer n'est pas obligatoirement synonyme d'être en paix. Oui, les passagers ont envie de s'amuser, et pour ce faire, certains se plaisent à y arriver aux dépens des autres. Nous analyserons plus bas, certains de ces comportements conflictuels.

Les lignes de croisières font un effort considérable pour proposer les activités les plus populaires à leurs passagers. Cependant, il leur est impossible de contrôler, d'une quelconque façon, les événements dans les ports. Dans le navire aussi, il y a des gens et des structures sociales. Plusieurs passagers découvriront des failles dans l'hyper-organisation des croisières.

Selon l'opinion des réceptionnistes avec lesquels je me suis entretenu, de 10 à 20 % des passagers provoqueront un conflit considérable à bord pendant une croisière. De toute évidence, les mêmes personnes qui nous vendent des rêves ont pleinement conscience de ceci. Si on met à la disposition une équipe de gens formés pour résoudre les ratés à bord, c'est parce qu'on peut prévoir, non seulement l'existence, mais aussi la nature de ces conflits. La nature de ces problématiques est longue à énumérer. Selon les réceptionnistes avec qui j'ai discuté du sujet, la plupart des plaintes exprimées à bord concernent l'état des cabines : trop petite, manquement au niveau de la propreté, mauvais fonctionnement de l'air climatisé, mauvais service de l'équipe de nettoyage ou encore mauvais service dans les restaurants.

6.1 • Le snobisme

Pour traiter du snobisme, revenons un instant à la nature même du navire. Nous avons vu plus haut que les premières constructions navales servaient à des fins militaires ou exploratoires. Ces navires ont servi strictement ces objectifs pendant de nombreux siècles. Elle est toute récente l'époque à laquelle l'être humain se tourne vers la mer dans un objectif touristique. Il va sans dire que l'architecture du navire reste, encore aujourd'hui, tributaire des pratiques des siècles passés. Rappelons-nous que si aujourd'hui les marins partent pour relaxer et s'amuser, ce ne fut quasiment jamais le cas des marins d'autrefois. Une discipline lourde, un horaire précis et un code de vie strict étaient de mise. Comme nous l'avons déjà vu, il y a toujours un équipage formé de travailleurs soumis à ces règles. Mais les passagers eux ? Doit-on les soumettre aux mêmes mesures ?

Maurice Duval (1999) se questionne sur l'apport théorique d'Erving Goffman concernant les institutions totales :

« un lieu de résidence et de travail où un grand nombre d'individus, placés dans la même situation, coupés du monde extérieur pour une période relativement longue, mènent ensembles une vie recluse dont les modalités sont explicitement et minutieusement réglées » (Goffman, 1961, cité par Rostaing, 2001 : 138)

Selon la définition de Duval, un navire, tout comme un asile fait partie de ce qu'il appelle une institution totale. D'autres exemples considérés par le sociologue comme des institutions totales sont un hôpital, une prison, un camp de concentration ou un couvent (Weil, 2001). À la différence des autres types d'institutions nommées ici, Duval précise qu'on s'embarque sur un navire de façon volontaire (Duval, 1999 : 109).

Pourtant, le tourisme en mer n'est aucunement une évolution naturelle de la navigation. La vie marine est un style de vie exceptionnel. Face à ce constat, deux choix s'imposent pour les lignes de croisières. La première : adapter le navire et son mode de vie à un public potentiellement plus large de passagers. À l'inverse, une compagnie peut cibler le groupe restreint de personnes qui pourra s'adapter et leur faire découvrir les plaisirs d'un mode de vie particulier. Il n'y a pas de mauvais choix stratégique, de toute façon, il serait impossible pour une ligne de croisière de faire tout noir ou tout blanc. Le premier type de croisière, c'est celui où l'on choisit d'adapter le mode de vie à bord pour que les passagers s'y sentent comme à la maison. Les passagers tendent à faire partie de la classe moyenne. Plutôt que stricte, l'organisation offre le plus de liberté possible aux passagers quant aux horaires, le choix des activités, les repas, etc.

Remarquons que dans le deuxième cas, nous obtenons des croisières dont le coût est généralement plus élevé et les passagers proviennent majoritairement de la classe sociale aisée. Les navires sont plus petits, l'organisation est nettement plus stricte, c'est d'ailleurs ce qui en fait l'attrait puisque cela recrée plusieurs traditions tirées du mode de vie typique des marins de nos mythes et légendes. Les repas sont servis à des horaires précis, les passagers sont assis à la même table, et servis par la même équipe de serveurs. Il y a aussi un code vestimentaire à bord. Bref, ces quelques exemples mettent en évidence que ces types de croisières sont plutôt élitistes.

Crystal Cruises ou *Seabourn Cruises* sont des lignes de croisières plutôt élitistes. Elles ont conservé une clientèle plutôt traditionnelle, majoritairement issue de la classe sociale aisée. Comme résultat, on tient à ce que l'expérience demeure fidèle aux traditions des croisières d'autrefois. Ces croisiéristes tiennent à leur horaire pour les repas ou à l'élégance particulière des croisières, pour ne nommer que ces exemples.

Afin de bien comprendre ce point de vue, j'ai recueilli des témoignages de passagers lors d'un débat portant sur l'éthique vestimentaire. Selon Frédéric Rouvillois (2008), le snobisme vestimentaire se résume par « la volonté d'imiter ceux qui donnent le ton et qui font la mode » (Rouvillois, 2008 : 251). J'ai bien l'impression que la confusion (dont il est question dans la conversation qui sera exposée plus bas) est le résultat de la démocratisation vestimentaire. Entre la Première et la Seconde Guerre Mondiale « la mode tend à perdre, en se diffusant, le rôle discriminant qui était devenu le sien », plus loin, l'auteur précise que la « simplification des vêtements de la classe dirigeante rendait plus facile leur imitation par la confection » (Rouvillois, 2008 : 278).

Cette simplification peut être cause de confusion, comme dans la conversation dont j'ai été témoin. Les informations sont issues d'une conversation par internet avec 4 passagers. Un premier croisiériste lance le sujet : il admet avoir fait de nombreuses croisières, mais jamais avec une ligne où un code vestimentaire est requis. Il demande alors s'il serait mal reçu par les serveurs ou les autres passagers dans la salle de dîner s'il est vêtu de jeans. Les réponses des habitués à la ligne de croisière en question sont presque unanimes : pas de jeans dans les salles publiques après 18 heures. On lui précise qu'il faut suivre le manuel où l'on explique le code vestimentaire à bord, sinon, les regards des autres serviront à lui faire comprendre qu'il y a un détail inapproprié quant à sa tenue vestimentaire. Plus tard, le même croisiériste explique qu'il ne pensait pas qu'il était tombé sur un sujet aussi sensible avec sa question de base. Une femme lui suggère même d'oublier le denim à bord du navire pendant tout le voyage s'il ne veut pas se sentir incommodé par les regards moralisateurs.

Effectivement, cette simple question de curiosité pratique touche une corde sensible pour plusieurs. Le même débat devient intéressant lorsqu'un homme suggère que pour arriver à un compromis, il suffit de s'acheter des jeans de « haute couture » avec de petites déchirures placées stratégiquement sur les poches et les cuisses pour adapter le confort du jeans à la mode avec le style élégant du navire. Les commentaires qui suivent démontrent l'importance que ces passagers portent à la tenue vestimentaire. Bien qu'un passager avoue avoir porté un jeans à bord de ce navire pendant la journée sans s'être senti mal à l'aise, les autres maintiennent la position traditionnelle qui veut que le port du denim soit absolument rejeté : « If you want to wear denim at night, no matter how fashionable it is perceived, then perhaps you should stick with the poolside grill ». Alors que l'un d'entre eux suggère que l'éducation d'une personne ne se reflète pas par son apparence, un autre croisiériste lui répond que dans le contexte particulier où les gens participent à une croisière de luxe, « well dressed seems to go hand in hand with well mannered ». Une femme avoue candidement : « After all, part of the fun is dressing up ».

Plus tard, il est question du petit manuel suggéré plus haut qui explique le code vestimentaire aux passagers¹². De toute évidence, ce petit manuel créé par la ligne de croisière cause plus d'ambiguïté qu'il ne résout la problématique pour ceux qui veulent s'initier au voyage de luxe sur la mer. Pour toute question subjective, tel que définir ce qu'est une tenue vestimentaire appropriée, il y a nécessairement confusion et débat. Ceci ne devrait pas être une surprise, il sera plutôt utile de se questionner sur le débat en tant que tel plutôt que de tenter de trouver une solution au problème posé. À l'intérieur de ce groupe élitiste et traditionnel de croisiéristes, la confusion n'est nullement nuisible au plaisir de la croisière, plutôt, elle contribue à la reconnaissance sociale par les habitudes à bord de ce navire spécifique. Pour ce groupe de croisiéristes qui ont l'habitude de voyager sur de plus petits navires, un nouveau venu est immédiatement identifiable de par les dissemblances culturelles qu'on notera dans son comportement, ce que certains appelleraient des « erreurs sociales ». Cette situation crée une confusion totale pour certains ; on ne sait ni comment s'habiller, ni ce qui est « cool » de boire, ni comment tenir son verre ou comment se tenir face aux autres, par exemple. Le message « non

¹² <http://www.seabourn.com/luxury-cruise-vacation-planning/Planning-And-Advice.action?tabName=Frequently+Asked+Questions&contentMenu=Packing+and+Baggage&contentSubMenu=Is+There+A+Dress+Code%3F>

dit » émis par les attitudes des gens en question n'en est pas moins clair pour celui qui le reçoit ; il comprend qu'il ne fait pas partie du groupe et qu'il a beaucoup à apprendre s'il veut s'adapter. Sur ce type de navire où les règles traditionnelles sont suivies à la lettre, tous ne sont pas bienvenus comme sur les navires plus commerciaux. Le simple fait de pouvoir se payer le billet d'entrée ne suffit pas à combler les conditions de l'invitation. Si, sur certains navires, il est facile de voyager de façon plutôt indépendante, isolé des critiques d'autrui, dans ce groupe plus restreint et traditionnel, une partie du plaisir est de savoir maintenir un comportement social avec des règles précises et difficiles à suivre.

6.2 • L'espace

Le sujet de l'espace aurait pu être abordé dans le chapitre de la vie sur la mer. Mais, il me semble que le constat de l'analyse de ce sujet mène naturellement à une problématique. Peu importe si on se penche sur la division, l'utilisation, les contraintes ou quelconque autre aspect traitant de l'espace, il est très difficile d'en faire la division dans un endroit clôt comme un navire dans le but de satisfaire tous les besoins à bord. La question peut être tournée dans tous les sens, et c'est ce que nous tenterons de faire ici. La première question est de savoir si la mer et le navire peuvent être considérés comme des lieux ou des non-lieux.

Mis à part dans le contexte de plongée sous-marine, il serait injuste de considérer une grande étendue d'eau comme un lieu, du moins si on considère sa dimension anthropologique ; les marins ne pénètrent pas son espace, ils le contemplent, tout au plus, elle devient un symbole, mais pas un lieu pour autant. Selon les concepts élaborés par Marc Augé (2011), spécialisé dans l'anthropologie des lieux, je dirais que la mer est perçue et utilisée comme espace de transit éphémère (non-lieu) plutôt qu'un lieu habité avec des repères spatiaux et temporels. Selon cette conception, il n'y a probablement que les employés chargés de la navigation qui considère la mer comme un lieu anthropologique. Les interactions ou souvenirs en lien avec la mer sont vécus à l'extérieur - sur le rivage d'où on la surplombe, ou sur le navire - tout comme la salle de cinéma est un lieu, mais pas le film. Dans ce dernier cas, l'émotion qui y est vécue pendant le visionnement du film se trouve dans l'imaginaire du spectateur ou dans les souvenirs de celui-ci.

Dans le cas de la mer, les émotions vécues par rapport à celle-ci se trouvent également dans l'imaginaire ou rattachées à des souvenirs antérieurs. Dans les deux cas, la mer et le film deviennent une instance symbolique qu'on peut confondre aisément avec un lieu. Cela n'empêche pas les êtres humains de vivre un ressenti par rapport à la mer ou de sentir un attachement quelconque comme avec un lieu enfoui dans les mémoires passées. « La mer est englobante (tout comme la forêt), ce qui contribue au sentiment d'être contraint, envahi, impuissant » (Duval, 1999 : 25).

Le navire, lui, est-il un lieu ou un non-lieu ? C'est encore Maurice Duval qui se pose la question dans le but de mieux nous décrire l'univers de ces marins. Le questionnement repose sur les notions identitaires, relationnelles et historiques. Si on considère que les hommes qui y vivent ne sont jamais les mêmes, que les pièces à bord sont impersonnelles, même les cabines, alors le navire aurait plutôt les caractéristiques d'un non-lieu. Dans notre cas, je dirais que la continuité des structures humaines (règles, horaire, etc.) est difficilement maintenue puisque les passagers changent à chaque croisière. Les employés partent également, et d'autres les remplacent. Dans le dernier cas, les changements se font sans synchronisation planifiée puisqu'aucun contrat n'a la même durée, qui peut d'ailleurs être modifiée par l'employée ou l'employeur à tout moment. Si on peut donner un exemple simple pour illustrer le manque de continuité, notons que chaque directeur de restaurant impose des règles différentes dans tous les domaines que son autorité englobe : le service, les horaires, la flexibilité, etc. Encore, ces règles ne seront jamais appliquées de la même façon par ses nombreux subordonnés, et enfin, ce directeur n'aura jamais la même liberté d'action dépendamment de son superviseur sur le navire : le directeur de l'hôtel.

S'il fallait trancher, je dirais qu'un navire de croisière a plus de caractéristiques propres à un non-lieu pour les raisons que j'ai invoquées, mais à chaque croisière¹³, une certaine stabilité s'installe, les nouveaux passagers restent jusqu'à la fin et la majorité des membres de l'équipage aussi (la majorité des contrats se terminent et commencent entre chaque croisière). Ces gens font

¹³ Une croisière est définie par l'embarquement d'un nombre de passagers défini sur un navire jusqu'au débarquement définitif

en sorte que le navire devienne un lieu le temps d'un voyage. Bref, disons que généralement, le bateau serait un non-lieu, mais un instrument de navigation et de tourisme, pourtant, à chaque croisière, de nouvelles structures se définissent et, ainsi, de cet instrument naît un lieu occupé le temps d'un voyage.

6.3 · La division de l'espace

Une seconde problématique se pose en ce qui concerne ce même navire. Cette fois, c'est la division de son espace. Sur les sites Internet de chaque ligne de croisière, les plans des navires sont disponibles pour la consultation publique. Ainsi, il est possible de savoir comment est aménagé tout le navire avant d'y mettre le pied. Les curieux peuvent même connaître les dimensions de la chambre d'à côté. Effectivement, les compagnies font preuve de transparence à cet égard, mais ne nous laissons surtout pas leurrer par cette conception mécanique de l'espace. Ici, nous nous pencherons sur ce que nous indique le plan de ce navire, mais surtout, ce qu'il nous cache. Ce qui importe ici, bien plus que la division, c'est l'utilisation de cet espace. Tout comme le plan d'une maison que l'on voit dans les magazines, ceci nous dit très peu de choses sur la vie d'une famille si on enlève l'aspect humain dans le plan. Imaginons, par exemple, une maison où la salle de jeu se situe juste à côté de la cuisine. Il est impossible de savoir si les enfants de cette maison prendront facilement le monopole de leur salle de jeu, surtout pendant la préparation des repas. Pour mieux comprendre, il faut savoir si les parents gardent la porte ouverte entre les deux pièces, s'ils y jettent un coup d'œil régulièrement et s'ils portent une attention particulière à ce qui se passe de l'autre côté. Il faut aussi savoir si les parents imposent des règles et comment ils les font respecter. C'est à partir de ce type d'observation que nous pouvons élaborer sur l'utilisation sociale d'un espace.

J'ai décidé de prendre l'exemple simple du haut pour démontrer comment une simple structure architecturale peut entraîner différentes habitudes dépendamment de l'utilisation que l'on fait de son espace. Sur la croisière également, certaines règles peuvent provoquer des résultats inattendus. Il est important de partir du principe suivant : personne n'a le plein contrôle du navire, ou même d'un espace particulier de ce même navire. Le capitaine n'est jamais seul sur

le pont, même si c'est son espace de navigation et l'endroit où il prend les décisions. L'espace des moteurs est strictement réservé aux ingénieurs et aux mécaniciens, même le capitaine n'y a pas accès sans la permission de l'officier ingénieur, il n'a donc pas le plein contrôle du navire qu'il dirige. Les passagers n'ont pas non plus le contrôle absolu de l'espace qu'ils louent ; ils doivent laisser un temps de nettoyage au garçon ou à la fille de chambre, ils peuvent également se faire surprendre à l'improviste par la sécurité si une alarme se déclenche, etc. Il en est de même pour toutes les pièces du navire et la personne responsable de cette pièce ou assignée à celle-ci.

Revenons un moment aux plans publiés par les lignes de croisières. Notons d'abord que tous les plans omettent de publier les divisions des étages qui se situent sous la mer. Dans ces espaces se trouvent les salles des moteurs, également la buanderie, la menuiserie, l'entreposage de la nourriture, etc. Cette première division est clairement définie par le premier étage qui sert de frontière entre le haut et le bas du navire. Cette frontière se situe au niveau de la mer et elle marque plusieurs distinctions entre les deux espaces :

Bas	Haut
Odeur de graisse	Odeur de vernis
Lumière artificielle	Lumière naturelle
Permanence de la lumière & de la température	Alternance
Travail sale	Travail propre
Manuel	Intellectuel
Bruit	Silence

Tableau i

Ce tableau, construit par Duval a été pensé en fonction des cargos, mais la réflexion sur cette division s'applique aussi bien aux croisières. Je rajouterais aussi d'autres distinctions aux croisières :

Bas	Haut
Espaces secrets	Espaces publics
Espaces spécialisés & restreints	Espaces partagés
Travail	Tourisme
Employés	Passagers

Tableau ii

La frontière est clairement définie. De même, certaines lignes de croisières comme Carnival Cruises nomment les étages comme si le navire commençait au niveau de l'eau ; sur le *Carnival Valor* par exemple, l'étage #1 correspond au premier étage où ont accès les passagers. Cette représentation du navire exclut l'existence même des étages du bas. D'autres lignes, tel Royal Caribbean, comptent les étages à partir du bas complètement, mais on ne publie pas les divisions en bas de l'espace des passagers dans le plan.

Les deux dernières caractéristiques soulevées de mon tableau marquent la flexibilité de la frontière, spécialement pour les espaces du haut. L'espace du bas est plus simple à définir, mais l'espace du haut, même s'il est destiné à des fonctions touristiques, ne l'est pas exclusivement, et de toute évidence, il est marqué par la présence des employés parmi les touristes. Attardons-nous aux aires de restaurants et de la réception puisque ce sont des cas très particuliers de division de l'espace et plus facilement propices aux conflits humains pour les raisons évoquées ci-haut. L'effet en est que le réceptionniste et le serveur ne sont aucunement maîtres de leur propre espace de travail.

Pendant les heures de travail, les serveurs occupent deux pièces : la cuisine et la salle à manger. La première pièce est régie par le chef et ses cuisiniers ; les serveurs n'y entrent que pour y laisser les commandes et prendre les plats. S'ils y sont admis pour prendre une pause, c'est un privilège, pas un droit. L'uniforme le confirme d'ailleurs, les cuisiniers portent des tabliers amples, blancs qui laissent paraître s'ils se salissent, mais cela est de moindre importance, pourvu qu'ils demeurent cachés des clients. Les serveurs, eux, portent une veste, plus foncée, mieux ornée, notamment pour être élégants devant leur public. Leur salle de prédilection est décidément la salle à manger. Ironiquement, cette pièce n'a pas été conçue tant pour eux-mêmes que pour les passagers. Il est tout à fait normal que ces derniers s'y sentent à leur aise, mais il pourrait être tout aussi normal que les serveurs - parfois, il est question d'une équipe de serveurs - y soient représentés comme les maîtres de leur propre espace de travail, et dans ce cas les passagers se voient attribué le rôle d'invité. Pourtant, l'aménagement de l'endroit n'a pas été conçu dans cette optique. D'abord, les tables sont souvent trop près les unes des autres pour permettre une mobilité aisée des serveurs. Un employé de ces navires m'explique qu'il est important dans le domaine de la restauration, de servir tous les repas destinés à une même table en même temps, du moins le plus possible. Cependant, il n'y a pas de tabouret aménagé pour que le serveur dépose le grand plateau sur lequel il transporte les assiettes lorsque les clients sont nombreux. Dans ce cas, le serveur doit demander la permission aux clients pour utiliser un espace de leur table pour accommoder son plateau et ainsi mieux distribuer les plats. Ainsi, le serveur ne donne aucunement l'impression d'être le maître de son propre espace de

travail ; il n'y paraît même pas à l'aise. Pour ainsi dire, il est extrêmement difficile pour les employés du restaurant d'exercer leur autorité sur le client comme dans l'exemple de W.F. Whyte :

« The skilled waitress tackles the customer with confidence and without hesitation. For example, she may find that a new customer has seated himself before she could clear off the dirty dishes and change the cloth. He is now leaning on the table studying the menu. She greets him, says, "May I change the cover, please?" and, without waiting for an answer, takes his menu away from him so that he moves back from the table, and she goes about her work. The relationship is handled politely but firmly, and there is never any question as to who is in charge » (Whyte, 1946 : 132-133).

Pour permettre aux employés d'instaurer ce type de relation, il faut que les supérieurs le lui permettent, bien sûr. Il faut aussi que les serveurs et serveuses soient en parfait contrôle de leur univers de travail. En plus de l'espace, le style de service y est pour beaucoup dans la balance de l'autorité. Le très populaire *Freestyle Cruising* de Norwegian Cruise Line a pour but de briser cette tradition : le passager n'est plus assigné à une table, à une équipe de serveur ou à un horaire précis. Ceci a pour effet de laisser le contrôle de tous les aspects possibles de la situation aux passagers eux-mêmes. S'il décide d'entrer dans le restaurant italien plutôt que dans le *Steak House*, à une heure anormalement achalandée, le serveur ne peut, ni poliment, ni fermement, lui demander de revenir à l'horaire prévu ; il n'a qu'à exécuter son travail comme le veut le client, quand il le veut.

La salle de réception provoque un type de relation très similaire. Ironiquement, les réceptionnistes peuvent difficilement affirmer qu'ils maîtrisent les situations qu'ils sont censés résoudre. Effectivement, la hiérarchie à bord y est pour quelque chose dans le jeu d'autorité puisque les réceptionnistes se trouvent bien au bas. Il y a également le fait que le réceptionniste n'a pas de lien direct avec le bureau chef de la compagnie qui instaure les politiques et les transmet par l'intermédiaire des superviseurs à bord. Exactement comme pour le serveur, l'aménagement de son espace de travail définit énormément la prestance du réceptionniste dans son propre univers. C'est ce qu'Erving Goffman appelle la façade du rôle d'un acteur social. Si

le réceptionniste veut que les passagers le traitent comme tel, il doit jouer le « rôle » du réceptionniste. En plus d'exécuter son travail, l'employé doit s'habiller comme un réceptionniste, se tenir et parler d'une façon propre à son rôle.

Pour l'aider à accomplir cette tâche, le réceptionniste peut utiliser une façade, qui est « la partie de la représentation qui a pour fonction normale d'établir et de fixer la définition de la situation qui est proposée aux observateurs. La façade n'est autre que l'appareillage symbolique, utilisé par l'acteur, à dessein ou non, durant sa représentation » (Goffman, 1973). Les deux éléments qui constituent la façade sont le décor et les stimuli. Brièvement, on peut dire que décor est l'ensemble de tout élément matériel qui a la fonction de définir le rôle de l'acteur (ici, le réceptionniste) et les stimuli seraient l'ensemble des actions de l'acteur pour affirmer son propre rôle. Goffman indique que la congruence du décor « avec l'apparence et les manières est si habituelle que notre attention est immédiatement attirée par le moindre désaccord entre les différents éléments de la représentation » (Goffman, 1973).

C'est précisément sur ce point que l'espace du réceptionniste sur un navire de croisière provoque de si nombreuses failles. Avant d'en faire la description, arrêtons-nous sur un exemple de lieu qui serait idéal pour un acteur d'affirmer son rôle : la clinique privée d'un dentiste. Quand une personne pénètre dans la clinique, il ne rencontre pas le dentiste directement, mais la secrétaire. La salle, avec les chaises et les tables ; tout est aménagée pour le confort de son attente, mais absolument pas comme ceux-ci l'entendent. Le choix des magazines n'est pas le leur non plus - puisque c'est le personnel qui fait le choix, il est possible que les hommes ne trouvent pas de lecture adaptée à leur goût, par exemple. Il y a même des cliniques où une affiche indique aux personnes d'enlever leurs chaussures et de les laisser à l'entrée dans le but de ne pas salir les lieux ; dans ce cas, des sandales ou chaussettes jetables sont mises à la disposition des invités. Ce type de façade, rappelons-le, sert à améliorer le confort de tous, mais aussi à rappeler aux invités qu'ils ne sont aucunement maîtres de l'endroit ; ils sont invités.

La rencontre avec le dentiste est également un rituel où la prise de pouvoir de ce dernier est immédiate et s'inscrit dans la continuité avec la façade de la salle d'attente. C'est le dentiste qui sort de la salle d'opération, qui prend le dossier du prochain patient, l'appelle et l'invite à entrer : la personne devient alors patient(e). Dans la salle d'opération, la chaise où s'assied le patient est révélatrice de la relation entre les deux acteurs. C'est le dentiste qui demande normalement au patient de s'asseoir. Si la forme de la chaise peut se modifier, c'est pour faciliter la position et le travail du dentiste. Le « décor » de la pièce est aménagé pour que le dentiste puisse jouer son rôle le plus parfaitement possible ; la disposition des instruments sur la tablette mobile est faite de sorte que ce dernier puisse prendre ses instruments, les utiliser et les remettre à leur place avec la meilleure aisance possible. Certains dentistes ont le souci de coller des affiches au plafond pour le plaisir visuel du patient. D'ailleurs, les objets disposés ont souvent l'effet de renforcer la position du dentiste ; les affiches démontrent habituellement les bienfaits de se brosser les dents ou d'utiliser la soie dentaire. Ensuite, le diplôme est accroché au mur avec la statuette d'une dent (dans un bureau de médecin spécialiste, similaire à celui du dentiste, il y a souvent une petite bibliothèque avec des livres de sujets spécifiques qui rappellent les connaissances du spécialiste). Enfin, l'ensemble de la façade du dentiste fait en sorte qu'il joue son rôle en permanence alors que le patient n'a que peu à faire pour jouer son rôle. C'est le dentiste lui-même qui lui donne les indications : « entrez, asseyez-vous, ouvrez grand, tournez-vous... ». Sans oublier l'assistant(e) et la secrétaire qui interagissent comme subordonnés. Tout cela n'empêche pas qu'une visite est bénéfique au patient, mais c'est le dentiste et son personnel qui exerce l'autorité.

Si je me suis éloigné, pendant un instant, de l'univers de la mer et des croisières pour nous plonger dans celui d'une clinique dentaire, c'est pour me permettre d'aborder des éléments interactionnels qui sont absents à la salle de réception du navire. Ici, je vais reprendre la même description que celle du haut pour démontrer comment la « façade » d'une réception ne permet pas, et parfois, empêche le réceptionniste d'affirmer son rôle. Gardons en tête qu'en ce qui concerne notre étude, une clinique de soins dentaire se trouve diamétralement opposée à l'exemple qui suit, je vais donc comparer trois espaces de travail ; la clinique, la salle réception

d'un navire et, un espace intermédiaire, la réception d'un hôtel de luxe d'Acapulco au Mexique que j'ai visité en 2008.

D'abord, la disposition de la pièce inspire un certain respect. Dans la salle du médecin, il y a l'affiche à l'entrée qui demande de retirer ses chaussures, et la disposition des chaises aussi est un indicatif de comportement à adopter. Sur le navire, la salle de réception, habituellement très spacieuse, permet aux passagers de former la file d'attente comme ils l'entendent ; ils peuvent décider de former autant de lignes qu'il y a de réceptionnistes et ainsi choisir de se placer dans la ligne la moins longue ou pour se faire servir par la personne de leur choix. Sinon, les passagers peuvent former une seule ligne et se diriger vers le premier réceptionniste libre. Ceci cause des problèmes de logistiques lorsqu'un passager doit se diriger vers un réceptionniste qui n'est pas celui de son choix ; il peut avoir déjà entamé une conversation auparavant avec l'un d'entre eux et préférer revoir la même personne. Dans ce cas, on demande au passager se placer en retrait, entre la fin de la ligne d'attente et le comptoir et de patienter jusqu'à ce que l'employé en question se libère. Ceci cause souvent un débordement de personnes au comptoir et la confidentialité des conversations s'en trouve affectée. Cela peut créer une cacophonie et les passagers n'ont plus l'impression que l'employé leur prête toute son attention.

Il est très difficile pour un réceptionniste, à la distance où il se trouve de la ligne d'attente, de demander aux passagers de former une file d'une certaine façon ou de garder une distance précise du comptoir pour respecter la « bulle de conversation » qui est en cours. Dans l'hôtel de luxe où j'ai passé une semaine, il y avait des câbles qui indiquaient exactement où et comment devait se former la file d'attente pour enlever l'impression que le passager exerce le contrôle de la pièce. À la fin de cette ligne se trouvait un gardien de sécurité ; symbole de l'autorité de l'institution. La distance entre les clients en attente et les réceptionnistes était fixée à un endroit assez éloigné des comptoirs pour maintenir la confidentialité de la conversation. Cette disposition de l'espace permet, à la base, au réceptionniste de mieux exercer son autorité. De plus, la formation de grands espaces (et la distance) réduit la possibilité d'un énervement de masse qui peut se produire lorsqu'un passager, déjà enragé, peut entendre la conversation tendue

d'un autre passager.

Ensuite, dans la clinique, c'est le dentiste qui appelle son prochain patient, alors que sur le navire, c'est le passager qui se dirige lui-même vers le réceptionniste dès que l'un d'eux est libre. En fait, cette action se produit au moment où le réceptionniste semble s'être libéré, mais ce n'est pas toujours le cas. Nous pouvons comparer ceci à l'exemple de Goffman où l'infirmière :

« s'arrête près du lit voisin pour bavarder quelques instants avec son occupant. [Le patient] ne sait pas qu'elle est en train d'observer le rythme de la respiration ainsi que la couleur et l'aspect de la peau du malade, il croit qu'elle ne fait que passer. C'est aussi malheureusement ce que croit sa famille, qui ne perçoit pas ces infirmières sous un jour très favorable. » (Goffman, 1973 : 213)

Le réceptionniste seul face à son ordinateur, semble également perdre son temps à chercher des choses inutiles. Ce qui manque au réceptionniste, tout comme à l'infirmière ci-haut, c'est ce que Goffman décrit comme un « relief théâtral », c'est-à-dire l'incorporation de signes à son activité « qui donnent un éclat et un relief dramatiques à des faits qui, autrement, pourraient passer inaperçus ou ne pas être compris » (Goffman, 1973). Le passager n'a aucune idée que le réceptionniste est en train d'achever le rapport de plainte du passager antérieur et qu'il est en train d'envoyer un message interne au plombier pour qu'il répare immédiatement un problème dans la cabine affectée. Alors le prochain passager s'avance immédiatement pour prendre son tour et expliquer ce qu'il veut. Si le réceptionniste lui demande un moment pour conclure son travail avant d'être à sa disposition, le passager peut s'en offusquer.

De retour à l'hôtel Grand Mayan du Mexique, un simple signe du réceptionniste au gardien de sécurité écarte tous ces problèmes. C'est-à-dire que les passagers sont priés d'attendre que le gardien les invite à s'avancer vers le réceptionniste. Alors, ce dernier peut prendre le temps nécessaire pour terminer ses rapports et se libérer avant de faire signe au gardien, qui à son tour, indique au passager où s'avancer. Le fait de ne pas s'adresser directement au client mais à l'agent de sécurité a le même effet qu'une secrétaire du dentiste sur les patients. Le gardien se trouve subordonné au réceptionniste, mais également complice avec ce dernier et en position

d'autorité sur le client qui a tout intérêt à garder son calme et à traiter son prochain avec courtoisie. Ceci n'est pas toujours le cas en croisière. À bord du navire, le réceptionniste interagit seul avec le passager. Mais souvent, le passager n'est pas seul ; ils sont en couple ou en famille. Le dentiste, lui est avec son assistante, c'est le patient qui est seul. Le rapport de force, quand il y en a un, se trouve débalancé en faveur des passagers.

6.4 · Le réceptionniste : un pion

Comme nous l'avons vu plus haut, il y a des personnes dont la forme de divertissement se fait aux dépens des autres. Les activités proposées à bord offrent une façon d'aller chercher du plaisir de façon paisible, ce qui en satisfera plusieurs. Cependant, que se passe-t-il avec les touristes qui trouvent le plaisir dans l'adversité ? Notons que les croisières offrent très peu d'activités de compétition. Il reste le casino où ils peuvent essayer de triompher. Ces passagers qui recherchent l'adversité ont compris, bien avant l'heure, que les serveurs n'ont pas comme unique fonction celle de servir, mais aussi celle d'offrir un moment agréable, de plaire même. Il en va de même pour les femmes ou garçons de chambre : ils ne font pas que nettoyer, ils doivent rendre la chambre agréable. Là où on considère que le succès de la tâche est subjectif, on peut en discuter longtemps. Ces passagers en recherche d'affrontement le comprennent tout à fait et ils ne perdent généralement pas de temps pour se manifester. Le débat commence alors ; leur plaisir se manifeste, et la lutte peut durer relativement longtemps. Tout le temps de la croisière, parfois. Ces passagers sont des adeptes de la plainte formelle.

Outre les serveurs et les employés aux tâches ménagères, il y a la réception où l'on met à la disposition des passagers, 24 heures sur 24 pendant la croisière, une équipe formée pour régler tous les différents types d'« inquiétudes¹⁴ » à bord. Au même titre que les autres, ces réceptionnistes se chargent de tâches subjectives comme assurer la satisfaction de tous. On présente généralement cette équipe comme étant efficace pour régler tout type d'incident, mais d'autres perçoivent cette équipe comme une opportunité pour y trouver des problèmes. Un jeu psychologique s'amorce immédiatement. Parfois, c'est sans issue. Il faut attendre que le passager

¹⁴ Le terme est traduit du mot « concern » généralement employé par le personnel pour éviter les mots « complaint » « dissatisfaction » ou « protest ».

ait quitté le navire pour que la fin du conflit soit officielle.

6.5 · Un cercle vicieux

Marco, un informateur, employé pour la même ligne de croisière depuis 7 ans, illustre ce type de situation en m'avouant les frustrations dues à son emploi que les passagers lui font subir. Il a demandé lui-même à occuper le poste de réceptionniste plutôt que barman parce qu'il dit préférer une position qui lui permette d'aider les gens. Il s'exclame en disant qu'il aimerait que ces gens considèrent que, s'il est là, c'est justement pour les aider. Là où la situation se gâte, c'est précisément quand ces passagers ne veulent pas seulement profiter de son aide, mais qu'ils veulent trouver une façon d'en abuser.

La technique est toute simple. Il suffit au passager de se trouver une raison qui soit légitime pour démontrer son mécontentement aux employés responsables des plaintes. Les occasions abondent puisque le personnel responsable de la logistique est très nombreux et dispersé à travers plusieurs départements ; par exemple, il est facile d'exprimer un mécontentement dû à la mécompréhension avec l'agent de voyage. Il suffit de changer quelques détails concernant les conversations avec cet agent lorsque l'on raconte l'histoire au réceptionniste. Il est impossible pour celui-ci de vérifier si la grandeur de la chambre ou l'emplacement de celle-ci devait être différent au moment de l'achat du billet, ou encore, si l'agent de voyage avait promis que les lits seraient séparés. Ceci est un exemple de plainte qui peuvent être formulées à partir de la logistique extérieure, mais il est possible pour le passager de se référer à une situation vécue à bord. Il peut se produire des incidents au niveau du nettoyage, par exemple. Bref, les occasions ne manquent pas pour trouver une faille dans le déroulement de la croisière.

Dès que l'occasion de se plaindre se présente, ces personnes se précipitent pour faire connaître leur déception à la réception. Bien sûr, l'expression avec laquelle le passager s'exprime demeure subjective. C'est pourquoi, m'explique ce réceptionniste, il est très difficile de mesurer qui exagère et qui fait preuve d'honnêteté dans les « inquiétudes » exprimées. Pour le réceptionniste, le jeu est simple en théorie, mais l'exercice pratique de son travail ne pourrait être

plus complexe. Son rôle est de régler le problème le plus efficacement possible. De plus, il doit porter une attention particulière à la déception du passager. Comme il fait partie d'une équipe de service, pour être reconnu compétent, il doit mettre l'emphasis sur la qualité de l'expérience puisque le client ne retourne pas chez lui avec un produit, il y retourne avec les souvenirs ; le réceptionniste nage alors dans la subjectivité totale. Une ligne de croisière ne vend pas de produit matériel ; le personnel doit plutôt « créer » une expérience agréable. C'est le cas de Marco.

Lorsque sa sympathie ne suffit pas pour calmer le jeu, le réceptionniste peut toujours recourir à d'autres moyens. Ces recours, que nous pourrions appeler « bonus » ou « extras » peuvent être présentés sous différentes formes. Dépendamment de la situation, on peut faire envoyer une bouteille de vin à la chambre avec un petit mot de sympathie ou d'excuse pour les inconvénients subis. Le réceptionniste peut aussi omettre de charger la différence de prix pour le changement de cabine lorsque que ceci est la cause du problème soulevé. Cette décision peut être la clé de la réussite de l'intervention, mais cela peut aussi mener stratégiquement à un cul-de-sac. C'est pourquoi les superviseurs recommandent le bon jugement, et parfois, certains exigent qu'on demande leur autorisation avant de prendre de telles décisions ; du moins, il est nécessaire de démontrer au passager que ces mesures sont exceptionnelles, sinon, il peut revenir à la charge pour exiger plus de ces « bonus ».

Pour illustrer cet exemple, Marco me raconte l'anecdote où, pour calmer les déceptions dues à un problème de chambre, il avait accepté de transférer une famille à une autre chambre. De plus, il avait accepté, à la demande des passagers eux-mêmes, d'offrir une compensation pour les inconvénients et il les a ainsi conviés à un repas gratuit pendant une soirée de leur choix. Professionnellement, il faut que le problème soulevé soit réglé le plus efficacement et rapidement possible. Stratégiquement parlant, le réceptionniste espère que la famille garde un bon souvenir de leur croisière, c'est pourquoi Marco avait accepté d'offrir le souper gratuit. Du côté des employés, on espère surtout que la famille du passager se rappellera plus de l'efficacité avec laquelle le problème aura été solutionné et de la considération de l'équipe d'avoir offert un extra en plus de la solution. En quelque sorte, cette mesure extra est une forme de demande de pardon.

Il ne reste qu'à espérer, en fin de compte, que le résultat de ses manœuvres suscite une satisfaction. Marco avoue que ce fut une bien mauvaise surprise de constater que cette même famille trouvait le moyen de pousser la plainte encore plus loin ; les membres de la famille prétendaient n'avoir apprécié ni le service, ni la nourriture du repas offert. De retour à la réception, ils exigeaient le remboursement de la bouteille de vin qu'ils s'étaient payée pour le souper en guise de compensation pour cette nouvelle déception.

Dans l'esprit de Marco, qui a une certaine expérience avec ce genre de situation, il n'y a plus de doute ; c'est un guet-apens. Il a été embarqué, malgré lui, dans un cercle vicieux. Il dit se questionner sur l'honnêteté de ces gens qui sont venus lui démontrer leur déception à deux reprises. On peut même se demander s'il n'y avait pas une part de plaisir pour ces gens dans le fait trouver la faille dans le système du service à la clientèle et de chercher une stratégie pour en tirer profit. Rappelons-nous qu'au premier entretien avec Marco, c'est un membre de la famille qui a lui-même invoqué l'option d'un souper gratuit en guise de compensation, alors que normalement, l'initiative vient de l'employé. Donc, on peut supposer qu'il connaissait cette option parfois offerte par le service à la clientèle. On peut présumer que l'adversité est désagréable pour certaines personnes, mais cela représente une forme de plaisir pour d'autres. L'hypothèse demeure très probable puisqu'ils y ont mis de l'énergie à discuter avec Marco pour obtenir ce qu'ils désiraient. Mais spécialement, il aurait été intéressant de questionner les membres d'une telle famille sur ce qui est le plus satisfaisant à leurs yeux ; le remboursement du prix d'une bouteille de vin en plus d'un souper gratuit ou la fierté de découvrir comment déjouer l'organisation mise en place pour obtenir le petit bonus qui n'est pas accessible pour tout le monde ?

6.6 • Mélange des classes sociales

Un autre type de rencontre peut générer des situations aussi loufoques que celle d'une famille en recherche d'adversité ; celle de la rencontre de passagers de différentes classes sociales. Bien que ceci ne devrait aucunement poser de problème au bon déroulement des vacances, n'oublions pas que relaxer paisiblement n'est pas nécessairement l'activité préférée de

tous. Certaines personnes aiment bien découvrir d'autres modes de vie et même se plairont à s'y adapter, ne serait-ce que l'instant de leurs vacances. D'autres, bien à l'opposé, voient dans les différences culturelles une compétition où l'objectif est d'y imposer sa vision, sinon, on se retrouve avec l'impression d'être culturellement dominé. Cette vision polarisante pousse ces personnes en question à se prédisposer constamment pour la lutte.

Pour éclairer ce type de conflit, je vais utiliser une autre histoire, cette fois racontée par Silvia, une employée chargée, entre autres choses, du service de traduction et d'interprétation pour une ligne de croisière adaptée à la classe moyenne. Silvia m'a expliqué que les situations dans lesquelles elle se retrouve sont très diverses et, souvent, inattendues. Elle peut bien se retrouver dans le bureau du docteur pour servir d'interprète lors d'une consultation, comme elle peut être appelée par le capitaine pour s'assurer de bien comprendre les échanges avec les gardes-côte. Un jour, elle raconte avoir été appelée dans le bureau d'un officier pour servir d'interprète à un couple de passagers qui disaient simplement vouloir faire connaître leurs commentaires quant à certains aspects de la croisière.

C'est avec une attitude très amicale et sans prétention d'obtenir quoi que ce soit, m'a raconté Silvia, qu'ils se sont présentés pour faire connaître leur déception sur certains aspects de la croisière. Sans vouloir causer de problème, disaient-ils, ils tenaient à faire comprendre qu'il y régnait un manque de rigueur à bord. L'homme du couple a donné l'exemple du code vestimentaire. Il expliquait qu'il trouvait anormal de voir les autres passagers se promener en maillot de bain partout sur le navire, tous trempés et torsés nus. Silvia devait traduire à l'officier le sentiment de ce passager d'être offusqué quand il voyait les formes corporelles disgracieuses de certains autres passagers jusque dans les corridors du navire, à la sortie de sa chambre. Il aurait espéré qu'il y ait des règlements appliqués avec un peu plus de rigueur.

Silvia a continué en disant que la femme du couple complétait l'argument en disant qu'il serait nécessaire d'exiger une tenue de ville, surtout dans les salles à manger. Afin de faire comprendre la nécessité d'imposer un code vestimentaire, le couple a renchéri en expliquant

qu'une tenue trop décontractée ne donne aucunement envie de déguster un repas, encore moins de consommer du vin. Le couple voulait faire comprendre à l'officier que certaines habitudes dignes de noblesse en exigent d'autres. Silvia et l'officier, qui les écoutaient parler, ont réalisé que les deux passagers étaient en train de chercher leur complicité en leur conférant ce qu'ils considéraient être de précieux conseils. Tranquillement, l'attitude amicale des deux personnes laissait transparaître de plus en plus de condescendance. Ces derniers ne semblaient pas réaliser qu'ils s'étaient embarqués sur une croisière plutôt modeste, avec des règles moins rigoureuses que celles auxquelles ils étaient habitués lors de leurs croisières antérieures.

Placé dans cette situation, l'officier avait choisi d'adopter une attitude complaisante et n'osait pas faire comprendre au couple que le problème leur appartenait à eux plutôt que l'inverse. De toute évidence, ils avaient l'habitude de voyager sur des navires luxueux où l'on trouve un code vestimentaire plus strict et un mode de vie moins vacancier, avec moins de laisser-aller. Cependant, à bord du navire où ils se trouvaient, la prise de position de l'officier allait conduire Silvia à jouer un rôle d'hypocrisie lourd de conséquences. Selon Silvia, l'officier aurait pu mettre de l'avant le fait que la ligne de croisière pour laquelle ils travaillaient a fait sa marque de commerce chez une classe de gens qui ont envie de profiter du voyage avec plus d'aisance. D'aucune façon cela ne devait s'avérer une surprise pour les passagers puisque cette ligne de croisière en a fait la promotion dans de nombreux médias. Cette croisière à prix modique offre plus de liberté, ce qui change nécessairement le style de vie traditionnel des croisières de luxe auquel eux étaient habitués. Il aurait été peut-être juste de demander à ce couple de respecter cet espace naval qui offre à ses adeptes des vacances dépourvues de restriction.

Par contre, Silvia m'a fait comprendre que le choix de l'officier en question avait été motivé par une stratégie pour ne pas déplaire inutilement, ce qui peut très bien se défendre dans un contexte où l'on offre un service. Pour m'expliquer la décision de l'officier, elle me rappelle que les deux passagers s'étaient présentés avec beaucoup de gentillesse et de délicatesse. Ils attiraient même une sympathie naturelle et ils ont mis du temps à dévoiler leur côté prétentieux.

L'officier, en plus de démontrer une compréhension envers leur point de vue, s'était même offert à les inviter à dîner dans un restaurant du navire en sa compagnie pour échanger dans une ambiance plus agréable que celle de son bureau. Silvia avoue avoir trouvé comique d'observer la scène où les deux passagers déclinaient poliment l'invitation pour ne pas paraître opportunistes alors que l'officier insistait sur le fait que leur compagnie lui ferait grandement plaisir.

Malgré tout, ce que l'officier et Silvia souhaitaient éviter s'est produit. Ce couple de passagers s'est montré, tout au long de la croisière, de plus en plus méprisant envers les autres passagers, spécialement envers leurs habitudes vacancières. Même s'ils ne le souhaitaient aucunement, Silvia et l'officier s'en attendaient. Ce dernier avait pris la décision de ne pas faire de cas des commentaires hautains venant du couple et aussi de leur offrir une soirée agréable, tout cela en espérant qu'ils décident de porter attention au meilleur de ce que pouvait leur offrir la croisière. On pourrait qualifier de naïve la stratégie de l'officier, mais ce n'est pas l'avis de Silvia qui avoue qu'elle aurait adopté la même stratégie. Elle considère qu'une attitude compatissante était de mise dans ce contexte et que cela avait servi à relancer la balle dans le camp du couple en question. Il ne restait qu'à espérer de la compréhension de leur part. Le danger de cette stratégie, c'est que leur attitude hautaine avait été légitimée, ce qui laissait croire qu'ils avaient raison de vouloir imposer un peu plus de pudeur dans les coutumes à bord comme ils l'avaient été habitués en voyageant avec une autre ligne auparavant.

Plus tard pendant la croisière, Silvia s'est rendu compte que ce même couple avait pris l'habitude de faire la morale aux gens autour d'eux. Elle l'avait compris parce qu'eux-mêmes l'interpellaient pour discuter quand ils la rencontraient. L'attitude, à la base, impartiale de Silvia leur avait plu à la première rencontre. Selon elle, ils n'avaient pas compris que, pendant cette rencontre avec l'officier, elle se trouvait subordonnée à ce dernier et qu'elle s'efforçait de remplir sa fonction qui était de servir d'interprète sans laisser transparaître ses émotions ou opinions sur le sujet discuté. Ils attribuaient ainsi à Silvia la même sympathie envers leur cause dont avait fait preuve l'officier. Silvia devait, de temps à autre, continuer à jouer le rôle de sympathisante envers eux alors qu'ils racontaient, avec une dose d'orgueil, les moments où ils

jouaient le rôle de la police morale à bord. Ainsi, Silvia a su que le couple avait indiqué à un passager qu'il valait mieux se vêtir le haut du corps entre la piscine et sa cabine pour démontrer un savoir-vivre. D'autres se sont faits pointer du doigt à cause de leur consommation d'alcool, etc. Il était bien évident pour Silvia que ceux qui se trouvaient à la mauvaise place, c'était le couple plutôt que les autres passagers parce que cette ligne de croisière encourage un type *Freestyle*¹⁵ de voyage.

Bien que ce n'était pas son intention, l'officier avait légitimé de nombreux conflits ultérieurs en démontrant sa compréhension envers les déceptions de ce couple à l'attitude snob. Silvia, de son côté, confie s'être sentie elle-même complice d'une provocation qui n'en était pas une. Elle a aussi le souvenir d'avoir, en un sens, dû observer les dégâts sans se donner le privilège d'intervenir ; elle suivait constamment la position initiale sympathisante de l'officier.

Ces moments racontés par Marco et Silvia ne sont aucunement anecdotiques ; ils représentent deux des dynamiques conflictuelles les plus fréquentes que les employés d'une croisière doivent gérer. Marco dit que le principal désavantage de se trouver dans la position de réceptionniste survient quand les passagers ne le perçoivent pas comme un allié capable de résoudre les problèmes. Il est alors perçu comme un pion avec qui ils essaient de jouer. Il n'y a personne d'autre que le réceptionniste lui-même pour faire en sorte que les passagers le considèrent comme un allié. Pour ce faire, Marco et ses collègues se trouvent constamment dans un jeu psychologique avec les passagers. Dans l'exemple de la famille du haut (qui demandait constamment des compensations), les passagers semblent s'être amusés à ses dépens. Le réceptionniste doit constamment réaffirmer qu'il est un allié, cela même avec les passagers les mieux intentionnés parce qu'ils peuvent changer d'opinion à son sujet à tout moment et décider de jouer contre le réceptionniste plutôt que de façon coopérative.

¹⁵ La philosophie derrière le *Freestyle cruising* est de laisser le plus de liberté possible aux passagers quant au choix et à l'horaire des repas, le style vestimentaire, les activités en général : <http://www2.ncl.com/freestyle-cruise/freestyle-dining>

Il nous est important de comprendre que, si Marco peut difficilement juger de la sincérité ou de l'intention des passagers avec qui il traite, l'inverse est aussi vrai. Du point de vue du passager, si ses exigences ne sont pas satisfaites, il n'identifiera pas nécessairement la raison exacte : est-il, lui-même trop exigeant ? Le réceptionniste n'a-t-il pas accès aux ressources nécessaires ? Ou encore, est-il simplement incompetent ? Peu importe la raison, à partir du moment où le réceptionniste est perçu comme un pion, il devient une cible facile et ainsi victime des passagers qui s'amuse à trouver une stratégie pour déjouer son travail.

Dans l'histoire de Silvia avec le couple hautain, ce qui définit sa position est le fait qu'on lui exige une neutralité dans ses rapports d'interprète. Cette position impartiale dans laquelle elle est placée la libère de la responsabilité de prendre une décision de logistique ou morale. L'avantage de cette situation est qu'elle n'a pas à se positionner ; elle devient essentiellement observatrice. Notons que, lorsqu'une conversation portant sur une opinion est en cours comme celle dont elle a été témoin, tout participant aura tendance à constamment repositionner ses arguments dépendamment de son/ses interlocuteur(s). Ce qui explique qu'il cherchera continuellement à saisir la position de son/ses interlocuteur(s). Silvia, elle, n'a pas à se positionner. Le désavantage de son rôle est, donc, intimement lié à ce même avantage : le rôle qui doit être joué par Silvia exige qu'elle demeure neutre, si elle joue son rôle avec un niveau d'impartialité satisfaisant, ce sont les interlocuteurs en jeu qui la positionneront à leur guise. Cette analyse sert à illustrer comment les passagers en question se sont approprié une complicité fictive pour soutenir leurs comportements moralisateurs.

6.7 • Les conflits entre employés

Nicolae, un employé expérimenté, m'a fait part d'une autre dimension de la vie à bord, de même que des explications aux événements racontés par Silvia et Marco. Nicolae a, pendant ses années d'expérience, travaillé pour plusieurs lignes de croisière et il a été assigné à plusieurs départements : il a commencé en tant que garçon de chambre. Ensuite, il est passé au poste de réceptionniste et à partir de cette position, Nicolae a obtenu plusieurs promotions jusqu'à ce qu'il se retrouve *Front Office Manager*, parmi les officiers.

Nicolae m'a rappelé que dans certains pays du monde¹⁶, les lignes de croisières font affaire avec des agences pour le recrutement de nouveaux employés. Comme résultats, ces compagnies se débarrassent de plusieurs responsabilités et d'un poids financier. En passant par ces agences, les nouveaux employés doivent eux-mêmes payer leur examen médical, leur formation de premiers soins, le visa, le billet de départ pour se rendre au port, de plus, ils doivent verser une somme d'argent à l'agence pour le dossier de recrutement. Le total des coûts est difficile à évaluer puisque cela dépend du pays d'origine de l'employé. On peut supposer que pour rembourser les coûts pour obtenir son premier contrat, l'employé aura besoin d'un salaire de plusieurs mois à bord, parfois le salaire total du premier contrat. Cette réalité soulignée par Nicolae avait déjà été observée par l'anthropologue Ross Klein (2005) dans ses observations où il a réussi à examiner l'univers des employés de croisières.

L'endettement systématique des employés jumelé avec l'autorité radicale des officiers explique en partie la raison pour laquelle les conflits au sein des employés sont plutôt rares. Avant même de commencer son premier contrat, l'employé doit rembourser ce que j'appelle ses « dettes de bienvenu ». Le nouvel employé est donc immédiatement tributaire de l'autorité en question puisqu'il n'a aucun intérêt à se faire congédier pendant son premier contrat, financièrement du moins. Rappelons qu'il est commun qu'un employé commence à se faire des économies avec son salaire seulement à partir du deuxième contrat : selon le cas, cela peut signifier après 4 ou 10 mois.

C'est pendant ce premier contrat que le nouvel employé se trouve dans la position la plus subordonnée qui soit et qu'on l'initie aux règles de la vie de navire. Ses pairs lui indiquent rapidement ses responsabilités, et surtout, les limites de sa liberté. Il est important de connaître, d'emblée, les raisons qui justifient un licenciement. C'est à ce moment que « ça passe ou ça casse ». L'employé sait que s'il souhaite faire carrière sur les navires de croisières, il doit s'adapter rapidement aux règles. Éventuellement, s'il se trouve promu superviseur ou officier, il

¹⁶ Nicolae vient de la Roumanie. L'indication dont il m'a fait part concerne son pays ainsi que les pays (économiquement défavorisés) dont sont originaires les employés au bas de la hiérarchie : Amérique latine, Asie du sud, certains pays d'Europe, etc.

sera alors de sa responsabilité de faire respecter ces mêmes règles à ses subordonnés. Notons, par contre, qu'à tout moment, peu importe la position que l'employé occupe, la menace de congédiement pèse toujours. Dans le cas d'une chicane entre deux ou plusieurs employés, il n'est pas souhaitable que l'incident arrive aux oreilles des officiers responsables de la discipline ; dans ces cas, on ne se demande pas qui a commencé la querelle, qui a raison ou qui a exagéré, on punit généralement toutes les parties impliquées. Si le cas est jugé grave, c'est le licenciement sur le champ. C'est pourquoi j'ai affirmé plus haut qu'il est très risqué, sur un navire, de se permettre de l'animosité à bord et que les conflits entre employés sont plutôt rares.

En fait, la vie sur un navire ressemble en certains points à la vie militaire, en ce qui concerne les employés du moins. Ceci est justifiable pour des raisons de sécurité. D'un autre côté, il serait bien difficile de remplir des navires avec 2000 passagers à chaque croisière si les règles étaient les mêmes pour ces derniers. Comme résultat, on artificialise la vie à bord pour rendre l'expérience agréable pour les touristes. C'est alors avec eux que les conflits éclatent le plus souvent.

Nicolae m'explique qu'il est de plus en plus difficile de résoudre certains conflits avec les passagers. D'abord, le type de passager dont m'a parlé Marco qui cherche à recevoir une petite compensation n'obtient plus gain de cause aussi facilement parce que les administrations des grandes lignes de croisières jugent qu'il n'est plus avantageux de résoudre une plainte de cette façon. Nicolae dit que ces gens se sont rendu compte que les passagers ambitionnent sur la générosité du service à la clientèle. Comme résultat, les bouteilles de vin et les soupers gratuits sont comptabilisés, limités et il est obligatoire maintenant d'en justifier le recours par un rapport écrit.

Nicolae confirme également mes sentiments au sujet des attentes de ces passagers, qui souvent, ne réalisent pas ce que cela implique de se retrouver en mer. Il prend l'exemple du nombre infini de touristes qui se plaignent du mauvais fonctionnement de l'air climatisé ; des ingénieurs ont programmé les machines pour qu'elles maintiennent les chambres à 25°C. C'est

dans le but d'éviter les abus que les appareils sont fixés à une température stable. Nicolae dit avoir exprimé d'innombrables fois sa sympathie envers des gens qui lui ont dit qu'ils régulaient la température de leur maison à 22°C et celle de leur voiture à 19°C. Sa réponse est toujours la suivante : « ici, vous êtes en mer ». Quant à d'autres problèmes sans solution, comme une fuite d'eau ou une toilette bouchée, Nicolae doit constamment faire face à des gens qui ne comprennent pas les enjeux de se retrouver sur un navire. Puisqu'il a également de l'expérience de travail dans les hôtels à terre, Nicolae peut comparer. Les hôtels sont tributaires des périodes touristiques de la région et sont rarement occupés à pleine capacité, c'est ce qui permet à un réceptionniste d'un hôtel de changer les clients de chambre pendant que les personnes en charge réparent le problème. Si cela s'avère impossible, il y a toujours l'option de reloger les clients dans un autre hôtel avec qui des accords ont été préalablement convenus. Inconsciemment, peut-être, les passagers s'attendent au même traitement lorsqu'un dégât d'eau survient ou quand la toilette est bloquée sur le navire. Cependant, ce qu'ils ne réalisent pas, c'est que le navire, lui, lève rarement l'ancre sans que les chambres soient remplies à pleine capacité. C'est pourquoi Nicolae a souvent dû se confondre en excuse devant des gens qui ne pouvaient pas concevoir pourquoi ils n'étaient pas relogés immédiatement comme dans n'importe quel hôtel.

Rappelons que la vie en mer est traditionnellement régie par une discipline rigoureuse, ce qui fait que la perception que l'employé a du même univers serait plutôt rigoureuse, pourvu de responsabilité et constamment menaçant. Cette différence de perception est due au fait que le passager et l'employé d'un même navire ne partagent que très peu le même espace à bord, ni les mêmes responsabilités, et du fait même, l'expérience de chacun peut se retrouver diamétralement opposée.

Conclusion

Au cours de cette étude, nous nous sommes plongés dans une problématique voilée de l'industrie des croisières et du tourisme en général. Un navire de croisière est, la plupart du temps, idolé dans les représentations. L'idée qu'une personne se fait de la vie à bord de ce type de navire est tout autant idéalisée. Il faut être à l'affût des critiques touristiques pour connaître, ne serait-ce que quelques exemples, d'une problématique possible dans une industrie qui est « vendue comme un véritable rêve sur l'eau ».

Les publicités exploitent au maximum le côté paradisiaque des vacances sur la mer. L'imaginaire mythologique marin y est mis à profit pour provoquer les sentiments d'envie, d'aventure, de conquête, de divinité, entre autres. Enfin, les symboliques qui ressortent des nombreuses mythologies sont presque infinies, et parfois contradictoires. Comme nous l'avons vu, la diversité de la mythologie est mise à profit pour stimuler le sentiment qui donnera continuellement envie de découvrir ou redécouvrir le tourisme sur mer.

Il n'y a pas que le marketing qui exploite la mythologie marine. Qu'il le veuille ou non, le touriste traîne avec lui un imaginaire inconscient de la mer avec tous les paradoxes qui y sont attachés. La mer fait peur autant qu'elle fascine, on l'imagine bienveillante, cruelle, belle ou colérique. L'être humain personnifie la mer, parfois sans s'en rendre compte, selon ses propres humeurs. Par contre, sur la mer, la réalité n'est plus la même. Rappelons-nous les mots des auteurs qui l'idéalisent : « Que c'est beau la tempête ! Quand on est à l'abri... » (Guillier et Lhermey, 2008).

Ce premier constat met en lumière le premier type de conflit souvent rencontré sur la mer ; les attentes ne correspondent pas toujours à la réalité marine. Le rêve promis devient parfois un véritable cauchemar pour celui qui subit une tempête ou la chaleur intense des Caraïbes alors que son air climatisé est en panne. Pire encore, certains découvrent le mal de mer ou la

claustrophobie. En fait, même si la vie sur la mer nous est présentée comme un paradis, l'océan est un endroit complètement hostile à l'être humain. Il est plutôt récent, dans l'histoire de l'humanité que les hommes s'y aventurent. Vu sous cet angle, le tourisme sur mer n'en est qu'à ses balbutiements.

Ce type de voyage est, en réalité, une adaptation touristique du mode de vie des marins, l'un des métiers des plus éprouvant. Au cours des millénaires, d'innombrables innovations ont été mises en place pour construire des navires à la fois efficace et vivable. L'entreposage d'une quantité de nourriture suffisante et sa conservation fût et demeure l'un des principaux problème. Cela va de pair avec le nombre total de l'équipage que l'on peut accommoder à bord. Aujourd'hui, les lignes de croisières tentent de conserver un maximum de touristes à bord. Ces touristes sont inutiles au fonctionnement du navire en même temps qu'ils consomment les réserves de nourriture de façon impressionnante.

De plus, le style de vie vacancier des invités à bord ne rime guère avec le mode de vie discipliné des membres de l'équipage. Nous pourrions croire qu'il s'agit d'un type de relation où les derniers agissent comme hôtes, accueillant les premiers dans leur univers. Cependant, ceci est rarement le cas. Les dirigeants privilégient une relation de subordination où les membres du service à la clientèle sur le navire sont soumis aux exigences du style de vie des touristes. La structure architecturale du navire ; la division de son espace ; l'utilisation de l'espace également sont systématisées pour assurer la prédominance des vacanciers et des officiers sur le navire aux dépens des employés.

Bien que j'aie effleuré le sujet, il serait intéressant de faire une étude plus approfondie sur la présence, relativement récente, des femmes sur la mer. Je soupçonne fortement que leur présence sur les paquebots par l'entremise du couple a complètement révolutionné la façon de voyager en mer. Il n'y eut aucune revendication connue jusqu'à ce jour pour l'amélioration du confort à bord des navires, mais un constat a certainement été fait au fil des années depuis que les femmes affirment leur présence sur la mer. Ceci a, fort probablement, contribué à faire naître

l'idée aux concepteurs de navires de construire des paquebots de luxe, et éventuellement des croisières.

Il serait également intéressant de se pencher sur les relations de genres au sein des employés sur les croisières ; les divisions de tâches, la subordination ou l'image de l'entreprise sont des sujets qui restent également à approfondir. De plus, il y a de nombreux couples qui se forment en cours de contrat. La légitimité de ces couples n'est pas si évidente puisqu'il est rare de voir des chambres privées ou mixtes. La plupart des cabines pour employés sont construites pour accommoder de 3 à 4 personnes. Les couples, mêmes mariés, se retrouvent souvent séparés sur différents navires pendant leurs contrats.

De même, il n'a été que peu question de relations inter-ethniques entre employés. Voilà un autre sujet de recherche qui pourrait être examiné. La discrimination à bord est, selon mes informateurs, évidente au point où c'en est presque une formalité. La rencontre des employés, issus de milieux économiquement plus défavorisés, avec les passagers provoque une relation de subordination quasi automatique.

Enfin, cette étude nous aura permis de faire le tour des conflits qu'il est possible de trouver sur un navire de croisière. Les sources et la nature de ces conflits sont toutes aussi surprenantes que variées et démontrent un paradoxe peu connu de l'univers touristique marin. Considérant que l'industrie des croisières de masse ne date que des années 1970, ceci est peut-être la raison pour laquelle si peu d'anthropologues y ont porté attention. Pourtant, les raisons ne manquent pas pour s'y intéresser ; l'industrie des croisières semble dans une expansion sans limite. Les lois internationales maritimes ne régulent que très peu concernant les droits des travailleurs, le respect de l'environnement ou même la sécurité des passagers. De plus, les villes portuaires qui accueillent ces navires se retrouvent souvent sous le joug dépendantes d'une économie dont ils n'ont aucun contrôle et qui n'est pas nécessairement durable (Klein, 2005). Face à de tels constats, il est difficile de ne pas se montrer critique quant à une industrie qui possède encore les moyens de se réformer. L'industrie et les pratiques touristiques ne sont pas à l'abri des critiques

anthropologiques. Celles des croisières tombent tranquillement sous l'observation critique.

Bibliographie

- ABC Television network, (1977-1986). *The love boat*. United States of America: CBS television distribution.
- Agier, M., (2008). *Quels temps aujourd'hui ? En ces lieux incertains*. Editions de l'E.H.E.S.S. L'Homme. Consulté le 7 janvier 2012 http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=LHOM_185_0105
- Augé, M., (1986), *Un ethnologue dans le métro*. Paris : Éditions Hachette.
- Augé, M., (2011). *La vie en double Ethnologie, voyage et écriture*. Paris : Éditions Payot & Rivages.
- BBC News. (S.A.). Consulté le 3 avril 2012 <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-16611371>
- Bernays, E., (2005). *Propaganda*. New York : IG publishing.
- Bernoux, P., (2001). *L'entreprise peut-elle être qualifiée d'institution totale ?* Erving Goffman et les institutions totales, sous la direction de Charles Amourous et Alain Blanc. Paris : Éditions Le Harmattan.
- Bernoux, P., (2004). *Sociologie du changement dans les entreprises et les organisations*. 3ème édition, Paris : Éditions du Seuil.
- Bidney, D., (1958). *The Philosophical Anthropology of Ernst Cassirer and its Significance in Relation to the History of Anthropological Thought*. Illinois : Open Court Publishing Company.
- Carnival Cruise Commercial - let the fun begin. Consulté le 20 juin 2010 <http://www.youtube.com/watch?v=fhW51x-E0aY>
- Carnival Valor, Deck plans. Consulté le 15 juin 2010 http://www.carnival.com/cms/fun/ships/carnival_valor/default.aspx?shipCode=VA
- Castone, S., (2012, 4 avril). *Après le Titanic... de bonnes raisons de s'embarquer*. Journal Métro Montréal, p. 21.
- Cattelain, D., & Mamère, N., (2000). *Les damnés de la mer, Les galériens des temps modernes parlent*. Paris : Éditions °1.
- Chomsky, N., & McChesney, R.W., (2000). *Propagande, médias et démocratie*. Montréal : Les Éditions Écosociété.
- Crochet, B., Piouffre, G., (2009). *Paquebots, des lignes régulières aux croisières*. France : Éditions E-T-A-I.

- Désiront, A., (2011, 2 mars). *Aubaines à saisir*. Section voyage, La Presse, p. 4.
- Desjardins, G., (2007). *La mer aux histoires, voyage dans l'imaginaire maritime occidental, de l'Antiquité méditerranéenne jusqu'aux rives du Saint-Laurent*. Québec, Canada : Les Éditions GID
- Duval, M., (1999). *Ni morts, ni vivants: marins! Pour une ethnologie du huis clos*. 3ème éditions. Paris : Presses universitaires de France.
- Faragher, M., (1998). *Rereading Frederick Jackson Turner "The significance of The Frontier in American History" and Other Essays*. États-Unis: Yale University Press. Consulté le 5 octobre 2012 <http://books.google.ca/books?hl=en&lr=&id=2ZKYAGdo32AC&oi=fnd&pg=PA1&dq=frederick+jackson+turner&ots=0HafjUsFNA&sig=J69rE2M-IzyuT9r07IGdc2c9O3I>
- Fatta, C., (1961). *Du snobisme, Un chapitre d'anthropologie*. Paris : Buchet/Chastel.
- Fournier, L., (2007). *L'alimentation des équipages dans la marine, Esquisse historique*. Paris : La Découverte Éditions.
- Furnham, A., Bochner, S., (1986). *Culture Shock, Psychological Reactions to Unfamiliar Environments*. Taylor & Francis, Consulté le 3 novembre 2010 http://books.google.ca/books?hl=en&lr=&id=GbsNAAAAQAAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=culture+shock&ots=kh9L7Nqrlj&sig=BJMqujBD6jsbRH_VzZHMgLteUGk#v=onepage&q&f=false
- Giuge, P. (2011). *La cérémonie du Bounty Day : l'histoire des révoltés du Bounty comme récit fondateur sur les îles de Pitcairn et Norfolk et ses représentations en Occident*. Thèse de mémoire, Université de Montréal.
- Goffman, E., (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne 1 : présentation de soi*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Guillier, M., & Lhermey, C., (2008). *Au bord de la mer*. France : Éditions Cheminement.
- Hachey, I., (2011, 1^{er} mars). *Les Tunisiens ont pris goût à la contestation*. Section Internationale, La Presse. Consulté le 17 avril 2012 http://www.cyberpresse.ca/international/dossiers/crise-dans-le-monde-arabe/201103/01/01-4374848-les-tunisiens-ont-pris-gout-a-la-contestation.php?utm_categorieinterne=trafficdrivers&utm_contenuinterne=envoyer_cbp
- Hamilton, E., (1998). *La mythologie, ses dieux, ses héros, ses légendes*. Belgique : Éditions Marabout.
- Herzfeld, M., (2007). *L'intimité culturelle. Poétique sociale de l'État-nation*. Canada : Les Presses de L'Université Laval.

- Klein, R., (2002). *Cruise Ship Blues, the Underside of the Cruise Industry*. Gabriola Island, Canada : New Society Publishers.
- Klein, R., (2005). *Cruise ship squeeze: the new pirates of the seven seas*. Gabriola Island, Canada : New Society Publishers.
- Kramer, S.N., (1972). *Sumerian Mythology: Study of Spiritual and Literary Achievement in the Third Millennium B.C.* Revised edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
Consulté le 22 août 2011 http://74.125.155.132/scholar?q=cache:gAYxk5az6jsJ:scholar.google.com/+Sumerian+Mythology&hl=en&as_sdt=0,5
- Lacroix, B., (1980). *Folklore de la religion et la mer*. Montréal : Leméac.
- Laurence, J.D., (2004). *See this world before the next*. Canada: Friesens.
- Le Carrer, O., (2009). *Le grand livre des idées reçues, Pour démêler le vrai du faux*. Paris : Marie-Laurence Dubray Éditeur.
- Le Coat, B. et Y., (2008). *Cap Horn une vie, un mythe*. Saint-Malo : Pascal Galodé Éditeur.
- Lévi-Strauss, C., (1978). *Myth and Meaning, Five talks for radio by Claude Lévi-Strauss*. London : University of Toronto Press.
- Macfie, A.L., *Orientalism*, Pearson Education, 2002
- Machiavelli, N., (2008). *Le Prince, traduction de Paul Larivaille*. Paris : Éditions Bilingues des Belles Lettres.
- Marine Forum (2012). *Genre-des-noms-des-bateaux*. Consulté le 21 avril 2012 <http://forummarine.forumactif.com/t5194-genre-des-noms-des-bateaux>
- Martinez, E., (2011). *Un Polonais plonge d'un bateau de croisière pour prouver son amour*. Consulté le 21 mars 2011 <http://fr-ca.actualites.yahoo.com/un-polonais-plonge-dun-bateau-croisi%C3%A8re-pour-prouver-163543377.html>
- May, R. (1991). *The cry for myth*. First edition. United States of America : W.W. Norton & Company.
- Michel Foucault (1975). *Surveiller et punir*. Paris : Éditions Gallimard.
- Michel, F., (2004). *Désirs d'Ailleurs*. 3e édition, Saint-Nicolas, Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Michel, F., (2004). *Voyage au bout de la route ; Essai de socio-anthropologie*. France : Éditions de l'Aube.

- Möllering, G., (2006). *Trust: Reason, routine, reflexivity*. Oxford : Elsevier Publications.
- NCL *Freestyle Cruising & Cruise Line Activities, Flexibility & Freedom, Dining & Fun* | Freestyle Cruising | Norwegian Cruise Line Consulté le 5 juillet 2011 <http://www.ncl.com/nclweb/cruiser/cmsPages.html?pageId=FreestyleCruising>
- NCL *Freestyle cruising* Consulté le 21 avril 2011 <http://www2.ncl.com/freestyle-cruise/freestyle-dining>
- NCL *Freestyle cruising* Consulté le 5 juillet 2011 <http://www.youtube.com/watch?v=yL-8iHCKcfs>
- NCL *Gem*. Consulté le 2 juillet 2011 <http://www.youtube.com/watch?v=sS7qCuf7Ino>
- New *Celebrity Cruises Commercial*. Consulté le 5 juillet 2011 <http://www.youtube.com/watch?v=qFT219kNGro>
- Papaioannou, K., (1999). *Hegel et Marx: L'interminable débat*. Paris : Éditions Allia.
- Paulet, J.P, (2006). *L'homme et la mer, Représentations, symboles et mythes*. Paris: Économica Anthro.
- Pedroso, C., (2012, 4 avril). *Le Titanic à Belfast*. Journal Métro Montréal, p. 20.
- Postone, Moshe (2009): *Temps, travail et domination sociale*. Paris: Mille et une nuits.
- Quesnel, L., (1986). *Culture de masse, Éloge des snobismes*. Les cahiers de la publicité. volume 20. Consulté le 5 janvier 2012 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_12687251_1968_num_20_1_5071
- Rauch, A., (2002). *Le tourisme ou la construction de l'étrangeté*. Centre de Recherche en Éducation Corporelle. Université Marc-Bloch de Strasbourg. France : Ethnologie française XXXII, 3.
- Rosteing, C., (2001). *Pertinence et actualité du concept d'institution totale : à propos des prisons*. Erving Goffman et les institutions totales, sous la direction de Charles Amourous et Alain Blanc. Paris : Éditions Le Harmattan.
- Rouvillois, F., (2008). *Histoire du snobisme*. Paris : Éditions Flammarion.
- Royal Caribbean (S.A.). *Deck Plans*. Consulté le 5 juillet 2011 <http://www.royalcaribbean.com/findacruise/ships/ship/decks/deck/home.do?shipCode=RH&shipProfile=1374>
- Saglio, J., (2001). *Les bateaux de guerre français : totalitaires et/ou autoritaires?* Erving Goffman et les institutions totales, sous la direction de Charles Amourous et Alain Blanc. Paris : Éditions Le Harmattan.

- Said, E., (2003) *L'orientalisme ; L'Orient créé par l'Occident*. Paris : Éditions du Seuil.
- Seabourn Cruises. *Call (888) 655-6141 for Luxury Cruises*. Consulté le 17 septembre 2011 <http://www.youtube.com/watch?v=xkNLgyGOni0>
- Seabourn. (S.A.). *Frequently Asked Questions. Is There a Dress Code?* Consulté le 7 août 2010 <http://www.seabourn.com/luxury-cruise-vacation-planning/Planning-And-Advice.action?tabName=Frequently+Asked+Questions&contentMenu=Packing+and+Baggage&contentSubMenu=Is+There+A+Dress+Code%3F>
- Servicio Meteorológico Nacional. (S.A.) *Servicio Meteorológico Nacional*. Consulté le 11 mars 2012 <http://www.smn.gov.ar/?mod=clima&id=14>
- The Falkland Islands Tourist Board. Consulté le 11 mars 2012 <http://www.visitorfalklands.com/assets/documents/falklands-factsheet.pdf>
- The History Channel, (1997). *The Coast Guard Ships.*, A&E Television.
- Travel Leisure. (2011). magazine, août
- Urbain, J.-D., (2008). *Le voyage était presque parfait ; essai sur les voyages ratés*. Paris : Éditions Payot
- Urbain, J.-D., (2011). *L'envie du monde*. Paris : Éditions Boréal.
- Weber, M., (2001). *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Traduction par Isabelle Kalinowski. 2ème édition. Paris : Éditions Flammarion.
- Weil, R., (2001). *Les institutions totales dans l'oeuvre de Goffman*. Erving Goffman et les institutions totales, sous la direction de Charles Amourous et Alain Blanc. Paris : Éditions Le Harmattan.
- Whyte, W. F., (1946). *When Workers and Customers Meet*. Chapitre VII, Industry and Society. New York : McGraw-Hill, pp. 132-33.
- Yahoo Finance. (2011). *5 things to know before booking a cruise*. Consulté le 5 mai 2011 <http://ca.finance.yahoo.com/video/investing-22350847/5-things-to-know-before-you-book-a-cruise-24540769>

Annexes

Tableau i

Bas	Haut
Odeur de graisse	Odeur de vernis
Lumière artificielle	Lumière naturelle
Permanence de la lumière & de la température	Alternance
Travail sale	Travail propre
Manuel	Intellectuel
Bruit	Silence

Tableau ii

Bas	Haut
Espaces secrets	Espaces publics
Espaces spécialisés & restreints	Espaces partagés
Travail	Tourisme
Employés	Passagers

Tableau iii

Nom	Expérience
Bernard, passager	Bernard et Madelaine forment un couple de Québécois d'une soixantaine d'années. Ils ont fait 4 croisières en 6 ans.
Madelaine, passagère	
Michèle, passagère	Michèle (Québécoise) et Jean (Italien) forment un couple d'une soixantaine d'années. Ils ont fait 3 croisières en 10 ans.
Jean, passager	
Cruiser_07	La conversation que j'ai eu avec ces quatre passagers (deux hommes et deux femmes) s'est déroulée par internet. Il m'a été impossible de savoir leur âge ou combien de croisières ils ont fait à cause de la nature confidentielle de la discussion.
Domb25	
F&U's Mom	
Cb_at_sea	
Nicolae, employé	Nicolae, Roumain a environ 30 ans. Il a été employé pendant 10 ans ; il a connu 13 navires au total et il a occupé de nombreux postes au courant de sa carrière: garçon de chambre, réceptionniste, <i>International Guest Supervisor</i> et <i>Front Office Manager</i> . Il a aussi de l'expérience dans l'hôtellerie.
Roger, employé	Roger, Grec, a 62 ans. Il a été cuisinier sur des cargos depuis qu'il a 16 ans et a fait plusieurs contrat pour totaliser 2 ans d'expérience.
Crystal, employée	Cystal, Phillipine, environ 30 ans. Elle a fait six contrats en cinq ans et partie de l'équipe d'animation.
Marco, employé	Marco, Philippin, environ 35 ans. Il a fait plus de dix contrats en 7 ans et a occupé plusieurs positions ; barman, réceptionniste, <i>Guest Service Representative</i> .
Silvia, employée	Silvia, Mexicaine, a 32 ans. Elle a fait 3 contrats en 2 ans et a toujours occupé le poste de <i>International Guest Representative</i> .
Valeryia	Valeryia, Russe, a 27 ans. Elle a occupé le poste de serveuse pendant 5 ans et a complété 5 contrats.

*Les noms de mes informateurs ont été changés afin de protéger leur identité.

