

Serge Bourgeat
Catherine Bras

Le monde de Bond. Mobilité et pratique des lieux chez James Bond

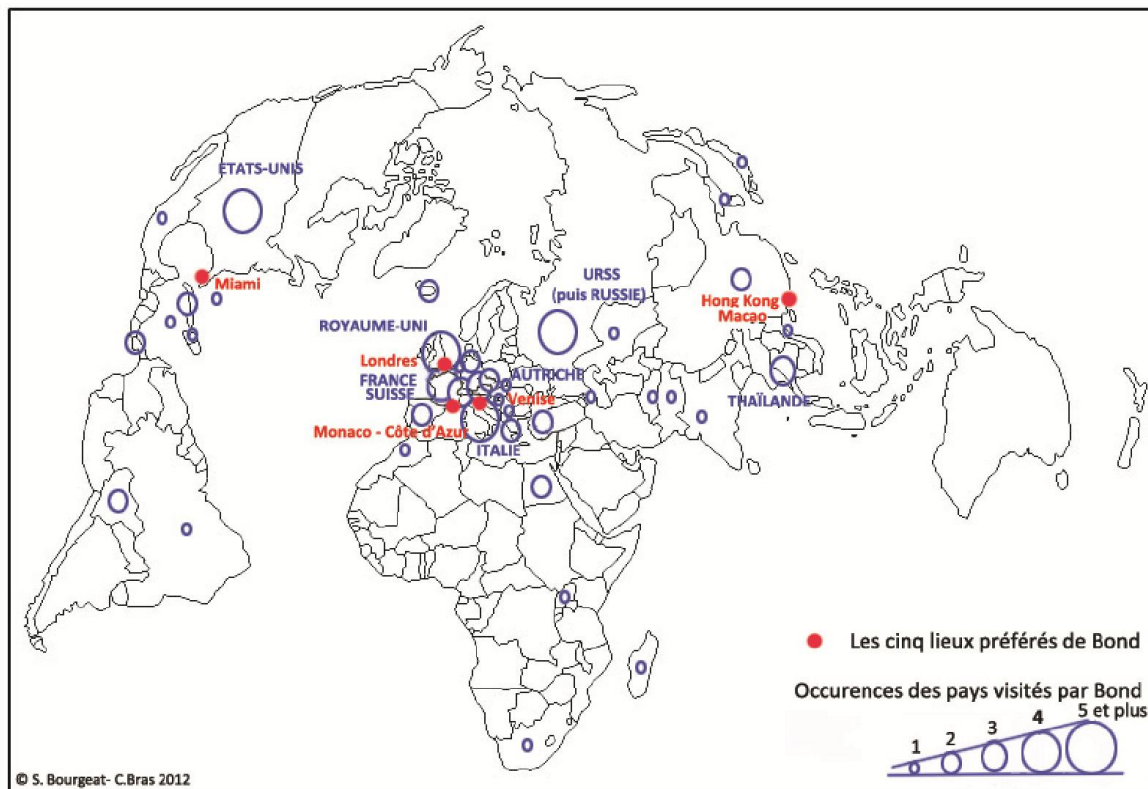
Héros d'une série qui compte vingt-deux opus, James Bond présente deux particularités essentielles qui interpellent le géographe. La première est affaire de représentation : chacun de ses films est conçu comme un tour du monde qui présente une vision standardisée voire archétypale d'un certain nombre de pays. La seconde caractéristique est affaire de chiffres : l'influence mondiale des films est patente puisque, à chaque sortie, Bond est regardé par plus de cent millions de personnes. *Eon productions*, société liée à *United Artist*, peut ainsi affirmer sans crainte que 10 % de l'humanité connaît Bond. Du point de vue de l'économie du cinéma, Bond est ainsi au centre d'un système de production tout à fait efficace. *Quantum of Solace* fut projeté en 2008 dans 9 870 salles et connut le succès dans 60 pays aussi variés que Bahreïn, Trinité et Tobago, la Malaisie et le Nigeria. Et si *Skyfall*, le millésime 2012 de Bond, se déroule en partie en Inde, c'est pour tenter de rallier un pays quelque peu rétif au phénomène.

Relier ces deux caractéristiques amène à s'interroger sur le rôle de ces films sur les représentations mentales des spectateurs. S'agit-il d'une vision américaine et hollywoodienne du monde ou tout simplement d'une vision certes caricaturale, et - osons le mot - quasiment raciste, mais internationale d'un monde dans lequel les Russes sont de bons musiciens... mais furent des communistes, les asiatiques des hôtes serviables... mais des judokas redoutés, les Afghans de bons cavaliers...mais des terroristes, et dans lequel les Français ont des bérets basques et des 2 CV à l'instar de l'éphémère James Bond Girl Carole Bouquet ?

Comprendre quels sont les lieux parcourus par Bond, c'est donc révéler une image mentale véhiculée par Hollywood : quels sont les lieux incontournables de notre planète qui sont relayés par cette vision ? Et surtout quelles sont les représentations mentales de ces lieux ? Derrière ces questions triviales se profile une problématique : de quelle manière Bond habite-t-il la Terre ? La mobilité, même contrainte, étant au cœur de ces films et Bond étant le prototype parfait d'un voyageur idéalisé (aucun souci financier, aucun souci matériel de déplacement) n'y a-t-il pas un idéal de voyage et une représentation idéelle du monde qui transparaissent derrière chaque film ?

Il n'est sans doute pas inutile de rappeler qu'avant d'être un super-héros du grand écran incarné ces derniers temps par Daniel Craig, Bond fut le héros de romans populaires écrits par Ian Fleming. Umberto Eco (1993) a montré la dimension archétypale de l'écriture des ces romans (Fleming fut d'ailleurs en son temps le traducteur d'une œuvre de Carl Jung) : une idéologie « réactionnaire » défendant le Bien contre le chaos, des structures narratives empruntant au symbolisme et qui apparentent les romans de la série aux contes de fée... Or, ce concept d'archétype peut être étendu à la représentation des lieux. Si Bond ne crée certes pas l'archétype touristique, en revanche il l'utilise et du fait de son audience, de sa diffusion mondiale, il le véhicule et l'amplifie nettement. Représentations sociales invariantes dans un inconscient collectif, ces paysages peuvent même devenir un « thème mythique » (Jung). Chaque film visionné par des dizaines de millions de spectateurs répondrait à un certain nombre d'attentes en termes d'imaginaires touristiques concernant des paysages mais aussi les populations des pays traversés.

1- Le Monde de Bond : un tour du monde incomplet

Document 1 : le Monde de James Bond¹

En cinquante ans et en vingt-deux épisodes James Bond a visité plus de cinquante pays référencés sur la carte 1. Celle-ci permet de distinguer trois types de lieux.

Le premier est l'Empire britannique. Les premiers films furent des adaptations des romans de Fleming, ce qui a sensiblement influencé la géographie de Bond : ancien Empire colonial, lieux fréquentés depuis le XIX^{ème} siècle par l'aristocratie anglaise (Riviera, Côte d'Azur...). Les films les plus récents ont cependant visiblement gardé le pli de manière à typer Bond « *so british* ». L'Aston Martin, le flegme et une certaine prudence sont là pour nous le rappeler, tandis que le beau temps londonien, improbable mais omniprésent, est la licence littéraire illustrant la cartépostallisation intrinsèque à l'idée de voyage.

Mais Bond a dû, durant sa carrière, affronter un certain nombre d'ennemis qui reflètent leur temps : URSS du temps de la guerre froide, Corée du Nord de nos jours, organisations terroristes omniprésentes, parfois dirigées par des industriels mégalomanes. Et puisque le temps qu'il fait joue un rôle dans les films, rappelons une évidence : il fait souvent mauvais dans les pays ennemis. L'URSS et les pays de l'Est sont gris et sinistres comme dans le tardif *Tuer n'est pas jouer*, qui en 1987 racontait une énième histoire de franchissement du rideau de fer à partir de Bratislava, présentée avec ses salles de concert, mais aussi ses murs gris, son tramway d'un autre temps et ses combinats industriels. Au final, l'URSS est finalement peu fréquentée au détriment de ses pays frères (Cuba, RDA...), mais surtout au détriment d'une Europe menacée par l'expansionnisme soviétique, rappelant ainsi une évidence : Bond sauve certes le monde, mais il protège surtout l'Occident.

Enfin, troisième catégorie, Bond parcourt la planète, et de Venise à Istanbul ou Louxor, il s'agit toujours de lieux touristiques d'importance mondiale. Alors que certains films sont conçus dans une ambiance quasiment unique, d'autres sont plus éparpillés : *Octopussy* se déroule en Inde, en RDA puis en RFA, aux États-Unis et au Royaume-Uni. L'ambiance du film s'en ressent et c'est bien d'un tour du monde dont il s'agit : si

¹ NB 1 : les rares pays fictifs ne sont pas mentionnés sur cette carte, malgré des allusions parfois transparentes à des pays réels.

NB 2 : pour les films antérieurs à la période 1989-1991, on a localisé le lieu précis dans les frontières actuelles (par exemple Bratislava, ville tchèque, n'est attribuée qu'à la seule Slovaquie).

l'action se termine en Europe de l'Ouest, menacée - comme il se doit - par le bloc soviétique (le film est sorti en 1983 dans le contexte de rafraîchissement des relations américano-soviétiques), les sempiternelles images de grisaille du bloc soviétique ont succédé à la beauté d'une Inde que l'on qualifierait volontiers de « millénaire » : palais somptueux, pauvreté et foule bigarrée de scènes de rues tournées à Udaipur au Rajasthan. D'ailleurs, depuis la sortie du film il y a trente ans, un restaurant populaire de ladite ville nommé... *Octopussy* propose la vidéo du film en continu : retour sur images, l'Inde montre aux touristes une vision hollywoodienne d'elle-même !

2 - Le Monde de Bond : un tour du monde des archétypes.

Luxe, modernisme et exotisme sont des recettes inusables, mais qui se combinent ici avec une certaine proximité. En effet, celle-ci est essentielle pour un public américain : l'île tropicale est très souvent caraïbe, rarement pacifique. Le premier Bond (*James Bond contre Docteur No*) se déroulait à la Jamaïque en 1962 et traitait d'une crise nucléaire... au moment même de la crise de Cuba. Le fait que cette crise ait profondément marqué les Américains, combiné au caractère répétitif des films de la série, a contribué de la part des réalisateurs à préférer des films se déroulant dans cette région du monde. Mais une autre raison au moins aussi essentielle est plus prosaïque : il s'agit de la fidélité des premiers films aux romans de Fleming. Or celui-ci, en 1960, situait l'action du roman éponyme *Docteur No* à la Jamaïque, où il était propriétaire d'une maison qu'il avait dénommée *Goldeneye*... Ce qui fut le nom du dix-septième opus de la série.

Cette proximité se combine avec une nette préférence pour les hauts-lieux du tourisme de luxe (MIT, 2005) : la Côte d'Azur ou la Riviera (leurs casinos, leurs palaces), les stations luxueuses de Suisse ou d'Autriche. Bond est connu dans ce monde clos socialement et dans lequel il se meut avec facilité et élégance (« *Votre suite habituelle, Monsieur Bond ?* » est la remarque récurrente faite par les réceptions d'hôtels de luxe dans plusieurs films). Bond a donc bon goût, préfère le champagne Bollinger 1961, possède une Rolex, et n'utilise que des marques réputées, qui peuvent cependant changer en fonction des intérêts publicitaires des producteurs : on a même vu à plusieurs reprises une BMW – sacrilège – remplacer la légendaire Aston Martin. Ce touriste de luxe utilise au mieux les réalisations architecturales de prestige, illustrant par là le gigantisme mais aussi la technologie : par exemple, le musée Guggenheim de Bilbao ouvert en 1997 et le dôme du Millenium, ouvert en 2000, apparaissent dans *Le monde ne suffit pas*... tourné en 1999. Il faut dire : Bond est un héros moderne comme le prouvent ses nombreux gadgets et surtout sa dextérité à se les approprier, souvent aux dépens de « Q ».

La dernière tendance de fond est le dépaysement. L'orientalisme, vieux fond culturel occidental, est toujours attrayant. Témoins la danse du ventre de *L'Homme au pistolet d'or*, ou le mythe du harem, visible à deux reprises dans *Tuer n'est pas jouer*. Autre thème omniprésent : la tropicalité. L'île est toujours montrée avec ses palmiers le long des routes et sur la plage, ses chemisettes à fleurs et ses boissons alcoolisées à base de fruits bues sur la même plage.

Cette image constitue d'ailleurs une fin classique de très nombreux épisodes : loin du tumulte et de la destruction des infrastructures ennemies, la dernière scène représente souvent Bond enlaçant la James Bond Girl sur cette même plage paradisiaque à moins que ce ne soit dans une embarcation en plein milieu de l'Océan : Eden retrouvé, loin du tumulte et des appels de « M » qui le pressent de sauver à nouveau le Monde.

Dans le détail, les lieux de tournage sont sensiblement différents de ce que proposait la carte 1, ce qui pose la question des représentations des paysages de la part des scénaristes. Par exemple, *Le Monde ne suffit pas*, présente une poursuite à ski dans les hautes montagnes d'Azerbaïdjan. Mais le spectateur averti aura reconnu que le film a été tourné dans le massif du Mont Blanc : images habituelles qui rappellent « *quelque chose* » même si l'on n'est pas familiarisé avec la géographie exacte de l'endroit. Et pour cause : le Bazarduzu, point culminant de l'Azerbaïdjan, et son glacier résiduel étaient peu propices aux surenchères bondiennes.

Cette haute-montagne englacée, qui apparaît encore dans plusieurs autres films, correspond ainsi à un archétype réductible au modèle alpin de la haute-montagne : celui d'un monde magnifique (longs travellings aériens sur le miroitement du glacier) mais un monde fait de dangers (les précipices, les crevasses, les avalanches et bien évidemment dans ce cadre là les balles ennemies). Le scénario joue donc sur la représentation inconsciente et schématique du spectateur de l'esprit des lieux... Il contribue à identifier un territoire à l'aide d'un autre paysage connu pour ses valeurs d'archétype (ici Chamonix pour ses glaciers) et qui renforce l'image mentale erronée que l'on a du lieu : les films nous informent ainsi que l'on pratique le sumo en Thaïlande et que l'on écoute de la musique mexicaine en Bolivie. Il s'agit certes d'un procédé habituel au cinéma, mais le fait marquant est la diffusion mondiale de ces films et l'aspect répétitif du phénomène qui alimentent une représentation standardisée de sites précis qu'Hollywood a identifié comme hauts-lieux de la planète, terme à comprendre ici comme des lieux clairement localisés, reconnaissables et doté de valeurs importantes par une société (B. Debarbieux, 1993).

3- Le Monde de Bond : extériorité et confrontation avec l'Autre

La mise en scène montre un héros imperturbable : c'est évidemment affaire de classe et de flegme britannique, mais il s'agit aussi d'un rapport particulier aux lieux. Bond, en costume tiré à quatre épingles, n'est ainsi pas gêné par la chaleur à Karnak dans *L'espion qui m'aimait*, alors même que l'idée de prégnance du milieu est un classique du cinéma repérable dans de nombreux films hollywoodiens : la moiteur tropicale, renforcée par la transpiration, le mouchoir que l'on se tamponne sur le front... Au contraire, l'effet recherché est celui d'une véritable extériorité de Bond par rapport au monde qu'il parcourt, ce qui renforce bien évidemment l'effet carte postale, voire jeu vidéo de certains films récents.

Du fait de ce positionnement se pose la question de la confrontation avec l'Autre et notamment avec l'habitant des lieux. Celui-ci est souvent exotique, à savoir fascinant et attrayant et mis en scène selon une représentation plus ou moins condescendante (Staszak, 2008). Par son langage, par ses habits « typiques », il correspond donc à un archétype renforçant le décor : boliviens en ponchos, espagnoles en mantilles, habitants de Sienna fêtant le Palio... Cet habitant n'est d'ailleurs qu'un élément du décor chargé de renforcer le dépaysement, et il n'est parfois qu'entraperçu lors d'une course poursuite. Sa langue est également significative puisque, même dans sa version originale, en anglais, elle est celle du pays (arabe, espagnol...), ce qui type mieux l'action. Cet habitant est enfin souvent dangereux... Rappelons que les souks cachent tous les trafics ! Il ne s'agit certes que de la vision qu'ont de ces pays de nombreux touristes les visitant au pas de charge (le film conforte donc l'image mentale). Pourtant Bond ne s'identifie pas non plus aux touristes ordinaires. Ceux-ci ont souvent le mauvais rôle : ils se font emprunter leur voiture par Bond à moins qu'ils ne soient les victimes des courses-poursuites. La description de ces touristes est de toute façon là pour les ridiculiser : dans *L'homme au pistolet d'or*, un second rôle, appareil photo en bandoulière, est un shérif, américain moyen. Cet archétype (- ici réflexif - : irréflecti, vulgaire, légèrement obèse...) ne sert qu'à mettre en valeur par contraste Sean Connery.

Conclusion : Bond et la pratique des lieux

Au final, un fait essentiel est qu'après vingt-deux films, celui qui n'a pas lu l'œuvre de Ian Fleming ne sait toujours pas vraiment où se situe le domicile de Bond !² Individu polytopique par excellence, Bond n'habite pas la terre au sens commun, il la parcourt. Homme de réseaux mondialisés, il parle couramment de nombreuses langues, a des adresses et des contacts dans chaque ville, qu'il connaît d'ailleurs parfaitement. Il n'a surtout aucun problème matériel pour se déplacer : il prend parfois les lignes régulières mais n'a ni les problèmes logistiques de tout un chacun (« *Votre avion décolle dans trente minutes, James* »), ni ne souffre du décalage horaire ou de fatigue liée au voyage : la mobilité est le propre de Bond. Ce type de scène d'aéroport était d'ailleurs surtout fréquent dans les premiers opus de la série. Désormais, dans une « *société à individus mobiles* » (Stock, 2005) où les transports sont banalisés, le passage d'un lieu à l'autre se fait la plupart du temps par un simple changement de scène et la compréhension du spectateur est facilitée par l'apparition d'une ambiance visuelle clairement localisée comme la Place Rouge à Moscou ou archétypale comme la plage tropicale.

Bond a donc une pratique spatiale résolument contemporaine et avant-gardiste. Il ne découvre pas les lieux, il les connaît, aidé en cela depuis les derniers opus de la série par les progrès de la télédétection : les scènes de géo-localisation, de plus en plus fréquentes, donnent une géographicit  symbolique supplémentaire aux espaces parcourus.

Le rapport aux lieux de Bond est ainsi profondément marqué par une dichotomie familiarité-altérité : il connaît les moindres recoins de la planète mais leur est toujours extérieur. Bond est le révélateur d'une certaine mondialisation des pratiques (la mobilité) et de la culture (la connaissance, ici caricatur e, de notre planète). Sa pratique des lieux leur donne sens : Bond n'invente pas l'archétype (le lieu commun). Il l'utilise en le renforçant, et les spectateurs en font un « lieu commun », à savoir une représentation clairement identifiée et partagée par des millions de personnes des cinq continents d'un espace de taille diverse : un site, une ville, un pays voire un continent. Il impose donc une vision occidentale de ces lieux à l'ensemble de la planète. Il capte aussi l'évolution de la société selon les standards occidentaux. Depuis les années 1960, ses pratiques sont celles d'un homme avant-gardiste, mobile et mondialisé. Telle est l'image qu'il nous renvoie d'un Monde idéal !

² Dans les livres de Ian Fleming, Bond habite à Chelsea. Il a une véritable histoire (n  en 1920, orphelin depuis l'âge de 11 ans...). En revanche, dans les films, deux scènes seulement montrent son logement. Dans *Vivre et Laisser mourir*, la scène initiale le montre ainsi chez lui, dans un intérieur visiblement anglais mais difficile à localiser, sans doute à Londres.

Bibliographie :

- B. Debarbieux. 1993. Du haut lieu en général et du mont Blanc en particulier. L'Espace Géographique, n°1.
- U. Éco. 1993. De Superman au Surhomme. Grasset.
- F. Hache Bissette- F. Bouilly – V. Chenille (sd). James Bond 007, anatomie d'un mythe populaire. Belin, novembre 2007.
- F. Hache Bissette- F. Bouilly – V. Chenille (sd). 2008. James Bond. Figure mythique. Ed Autrement.
- MIT 2. 2005. Tourismes 2. Moments de lieux. Belin.
- J-F Staszak. Qu'est-ce que l'exotisme ? Le Globe. T 148, 2008.
- M. Stock. 2004. "L'habiter comme pratique des lieux géographiques.", *EspacesTemps.net*
- M. Stock 2005. Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques. *EspacesTemps.net*. <http://espacestems.net/document1353.html>