

PERCEPTIONS DE L'ALLEMAGNE, DE LA FRANCE ET DE LA RUSSIE À TRAVERS LE REGARD DE L'AUTRE.

Résultats de l'analyse quantitative de dessins sur les représentations de sa « propre » société et des sociétés « étrangères »

Houquet, Adrien

Introduction

L'idée d'*image* contenue dans le terme *imagologie*, l'étude discursive des perceptions nationales¹, peut être interprétée de différentes manières. Dans cet article nous nous concentrerons avant tout sur l'aspect graphique et visuel de l'image. En effet, l'image graphique, tout autant que l'image verbale, fait discours² et permet de nous transmettre des informations sur nos représentations mentales. Nous étudierons donc des images de l'Allemagne, de la France et de la Russie sous la forme de dessins réalisés par des Allemands, des Français et des Russes. Ils seront analysés de manière quantitative et nous tâcherons ici d'expliquer le procédé et les résultats.

Pour mieux comprendre cette contribution à l'ensemble du projet « Свои » и « Чужие » на Западе и в России. Взаимодействие и восприятие культур³ peut-être est-il bon de rappeler le contexte de son élaboration qui est triple. Tout d'abord, elle a été développée en parallèle de la dissertation de l'auteur sur les effets des événements culturels coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en fédération de Russie sur l'intelligentsia russe et leur propre classe créative, dans laquelle l'étude des perceptions mutuelles des Allemand(e)s, des Français(es) et des Russes jouent un rôle primordial. Dans un second temps, la présente contribution utilise la méthode de l'*analyse quantitative de dessins* que l'auteur a conçue, développée et appliquée depuis quatre ans au cours de trois études différentes⁴. Enfin, elle s'inscrit dans le processus d'assimilation des bases

¹ Joep Leerssen, *Imagology. On using ethnicity to make sense of the world* in « Revue Iberic@l, Revue d'études ibériques et ibéro-américaines » n°10, Automne / 2016, p. 13.

² Fabienne Leconte, *Quand le dessin fait discours. Enquête auprès d'adolescents nouvellement arrivés en France sur leur vécu des langue* in Molinié, Muriel (éd.), *Le dessin réflexif. Élément pour une herméneutique du sujet plurilingue*.

³ Traduit en français : « le soi » et « l'étranger » en Occident et en Russie. Interactions et perceptions des cultures.

⁴ En plus de sa thèse, en cours de réalisation : Adrien Houquet, *Kleinstadtbilder. Wie urban, wie ländlich sind unsere Kleinstädte am Beispiel der Loire-Atlantique und der Oberlausitz-*

théoriques, de la posture intellectuelle et des outils de l'*imagologie* par l'auteur⁵. Il s'efforcera ainsi d'ancrer ses approches théoriques et méthodiques à cette nouvelle donne.

La posture de l'imagologue est avant tout constructiviste, il pense les identités nationales (le « nous ») et les représentations des autres nations (l'« étranger » – créé en opposition avec le « nous ») comme des choses socialement construites et mouvantes, non comme des propriétés intrinsèques et immuables aux nations ainsi qu'à ses citoyens⁶. Cette approche permet d'affirmer que les identités (l'image de soi) et les représentations des pays étrangers (l'image des autres) peuvent non seulement changer dans le temps et en fonction des mutations des structures étatico-nationales, mais sont aussi l'expression d'un état d'esprit d'une société à un moment donné⁷. Aussi faudra-t-il prendre les dessins et les résultats de l'*analyse quantitative de dessins* présentés ici comme les représentations d'une partie des sociétés allemande, française et russe au moment où l'auteur écrit cette contribution et non comme la nature même des pays représentés que nous chercherions par le biais d'images graphiques et qui lui ferait directement écho. De plus, il faut nous défaire de l'idée que ces représentations seraient partagées unanimement par l'ensemble de la population⁸.

Les dessins récoltés pour cet article apportent ainsi un éclairage sur l'état d'esprit des sociétés mentionnées plus haut vis-à-vis d'eux-mêmes et d'autres sociétés. Mais en dehors de l'analyse discursive des images, nous nous efforcerons de les remettre dans leur contexte politique et social. L'essentiel de cette analyse n'est pas seulement de savoir quelles sont les perceptions de l'Allemagne, de la France et de la Russie à travers le regard de chacun. L'enjeu est plutôt de savoir par qui certaines représentations d'un pays sont partagées, par quels facteurs ont-elles été influencées et ce que cela implique. Pour cela il nous faudra, dans un premier

Niederschlesien, Saarbrücken, AV Akademikerverlag, 1ère éd., 2017; Adrien Houguet, Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. Bildliche Feldforschung zur urbanen politischen Ästhetik in Deutschland, Georgien und Polen in Vogt, Matthias Theodor (éd.), Gesellschaftlicher Zusammenhalt, politische Ästhetik und kulturelle Semantik

⁵ Sur ce j'aimerais remercier Tatiana L. Labutina qui m'a offert l'opportunité d'écrire cette contribution et qui m'a offert un recueil d'articles dans lequel j'ai puisé une bonne partie des informations sur l'imagologie. Татьяна Л. Лабутина, "Свой"/"Чужой" в кросс-культурных коммуникациях Запада и России, Алетея, Санкт-Peterburg 2019.

⁶ Joep Leerssen, *Imagology*. op. cit., p. 14–16.

⁷ Л.П. Репина, *Историческая Имагология и Проблемы Межкультурного Диалога*. op. cit., p. 19.

⁸ Ainsi l'imagologue doit « comprendre la nécessité d'une approche différenciée des réflexions mutuelles des personnes appartenant à des groupes sociaux différents. » *Ibid.*, p. 19.

temps, exposer certaines considérations théoriques telles que la signification de « représentations », d' « image » et de « dessin ». Il nous faudra aussi expliquer la *méthode d'analyse quantitative de dessins*, choisie pour répondre aux enjeux de cet article. Enfin nous examinerons les résultats obtenus par cette méthode.

Considérations théoriques, les images et le dessin

Représentations

Le concept central de cet article est celui de *représentation*. Il s'agit d'une notion plus dynamique que celui de *perception*, puisque ce dernier ne contient que la dimension spatiale de (re)présentation (*Vorstellung* en allemand, *представление* en russe) : ce sont les choses qui se *présentent* devant nous et que nous tentons de *saisir* avec nos organes sensoriels⁹. Toutefois nos perceptions ne peuvent ignorer l'expérience et les modèles d'explication du monde acquis au cours de notre vie. Le fait de les « replacer devant les yeux [internes] »¹⁰, de les *représenter* pour les comparer afin de faire tenir ce qui se présente devant nous, ce qu'on a vécu et nos modèles d'explication dans un tout cohérent, c'est la dimension temporelle de représentation – la scène que l'on rejoue. Le terme de représentation a enfin une dimension potentielle : c'est l'*imagination* (*Vorstellungswelten* en allemand – littéralement monde de représentations – en russe во-ображение – la mise en images), c.à.d. scène qui pourrait être potentiellement jouée dans une situation donnée. Par exemple c'est le film que l'on « se fait dans sa tête » avant un rendez-vous afin de se préparer à toutes les éventualités : on se *représente* l'entrevue avant qu'elle se soit déjà *présentée* à nous. Ce « film » jouera pourtant un rôle important dans le choix de nos comportements lorsque le rendez-vous aura effectivement lieu.

Ainsi ces représentations ne sont pas seulement celles qui nous expliquent le monde en donnant sens aux objets et aux phénomènes qui nous entourent, elles sont aussi des modèles de comportements pour nos actions futures¹¹. C'est pourquoi Pascal Ory fait du terme de représentations « collectives » – c.à.d.

⁹ Le mot *perception* vient des particules latines *per-* (complètement) et *capio* (saisir). C'est donc le fait – utopique – de saisir mentalement un objet qui se présenterait devant nous dans tous ses aspects. Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. Dictionnaire latin-français*, Paris, Hachette, 2000, p. 1141.

¹⁰ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales.

¹¹ Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. Migranten-Enkulturation und regionale Resilienz in der Einen Welt*, Berlin, BWV Berliner Wissenschafts-Verlag, 2016, p. 119.

partagées par l'ensemble d'un groupe – un concept clé pour définir ce qu'est la *culture*¹². Aussi l'auteur joue-t-il ici sur un autre double sens du terme. En effet, ces « images que l'on a en tête »¹³ trouvent leurs expressions matérielles à travers des *actes de représentation*, qui peuvent-être sous la forme de « pratiques, de modes de vie (lorsque les pratiques font système) ou d'objets symboliques », ces derniers étant considérés comme faisant partie de la définition restreinte de la culture¹⁴.

Image

Parmi les objets symboliques produits par ces représentations, c'est l'image, et plus particulièrement sous sa forme graphique – le dessin – qui vont nous intéresser ici. Si la notion de représentation insiste plus le processus de visualisation mentale, l'image en serait son résultat. Étymologiquement, le mot image signifie imitation¹⁵ : il s'agit une copie d'un original à un moment donné¹⁶. C'est donc, selon la formule saussurienne, *le signifiant d'un signifié*¹⁷, c.à.d. de ce que l'image re-présente. Ce signifiant ne se borne pas à des représentations graphiques et picturales, ce que Charles Peirce appelle les *icônes*, les mots sont aussi des images, mais sous forme de *symboles*¹⁸, s'insérant dans un système de règles conventionnées appelé la *langue*¹⁹. Dans les deux cas, les *images graphiques* et les *images verbales* ont une *fonction symbolique*, c.à.d. qu'elles peuvent « parler d'une chose en son absence » d'après Claude Lévi-Strauss²⁰. Ce qui caractérise l'image est donc sa capacité à re-présenter un original, qu'il soit concret, abstrait ou purement spéculatif. Mais ce qui frappe chez elle, c'est aussi son incapacité à ne pas pouvoir ne pas re-présenter et ce, même chez les peintres les plus abstraits²¹. Elle est donc condamnée à un lien de dépendance avec son signifié. Néanmoins

¹² Pascal Ory, *L'histoire culturelle*, Paris, Presses universitaires de France/Humensis, 2019, p. 8.

¹³ Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten. Informationsaustausch regionaler Akteure*, Görlitz, 2015, p. 9.

¹⁴ Robert Frank, *Culture et relations internationales. Les diplomaties culturelles* in Frank, Robert (éd.), *Pour l'histoire des relations internationales*, p. 373.

¹⁵ Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 773.

¹⁶ Plus spécifiquement, au moment de la mort d'un individu. Selon l'essayiste Olivier Boulnois l'image est étymologiquement *le portrait d'un mort*, puisque l'imago désignait les masques mortuaires à l'époque latine. Olivier Boulnois, *Au-delà de l'image. Une archéologie du visuel au Moyen-Âge (Ve-XVIIe siècle)*, Paris, Éd. du Seuil, 2008.

¹⁷ Ferdinand d. Saussure, *Cours de linguistique générale*, Tübingen, Narr Verlag, 2013, 1. éd. 1916.

¹⁸ Charles S. Peirce, *A Syllabus of Certain Topics of Logic*, Boston, Alfred Mudge & Son, 1903.

¹⁹ Ferdinand d. Saussure, *Cours de linguistique générale. op. cit.*

²⁰ Lucien Scubla, *Le symbolique chez Lévi-Strauss et chez Lacan* in « Revue du MAUSS » 2011, p. 261.

²¹ « Mais ce retour ou cette présence de l'Être est consubstantiel à son œuvre. » Christian Schmitt, *L'art Abstrait, Ou Faire Une Oeuvre Sur Rien* in « Le Nouveau Cénacle » 2014.

elle ne « se fond pas [et ne peut se fondre] dans une identité avec l'original » selon Augustin²² : l'original reste existant et l'image « devient elle-aussi une réalité » selon Wittgenstein²³. En effet, l'image (re)-présente mais ne remplace pas, sa ressemblance reste imparfaite vis-à-vis de l'original et elle ne pourrait être son égal²⁴. Ce principe nous fait pointer du doigt un premier décalage entre l'image et son original : il existe ainsi entre eux une échelle de ressemblance ne pouvant être égale ni à 0 ni à 1.

Dessin

Un dessin est à la fois un processus et le produit de celui-ci. En tant que produit le dessin « n'est, en fin de compte qu'une trace, celle laissée par le déplacement de la main sur un support, feuille de papier, buée d'une vitre, sable d'une plage »²⁵. D'un point de vue pragmatique pour l'analyse qui va suivre nous dirons qu'il s'agit avant tout d'un « *amas d'icônes* sur une surface plane »²⁶. Mais résumer le dessin à une trace ou un/des icônes c'est ignorer tout un processus complexe de visualisation interne et de reproduction externe qui implique des décalages entre les représentations mentales et leurs expressions matérielles. Pour mieux comprendre ces décalages il est essentiel, dans un premier temps, de se focaliser sur le dessinateur, et non pas sur le dessin. Pour cela l'auteur de cet article va procéder à une brève observation d'une dessinatrice en action toute en la questionnant sur ses procédés (ses interventions seront mises entre guillemets)²⁷ :

Tout d'abord, la dessinatrice s'est assise à son balcon avec un carnet de feuilles blanches format A3 et un crayon de bois. Son balcon donne face à une cour intérieure derrière laquelle se trouve un autre bâtiment. Ce décor, elle l'aperçoit tous les jours mais elle se met à « l'observer différemment, par des formes géométriques ». Elle cherche ensuite du regard ce qu'elle veut dessiner. Elle a choisi de dessiner une partie du bâtiment qui se trouve en face d'elle (elle avait déjà récemment dessiné une autre partie de ce bâtiment, pour laquelle « elle ne s'était toutefois pas suffisamment appliquée »). Aussi son dessin sera une esquisse en vue

²² En effet, une image, puisqu'elle est imitation, est condamnée à l'imperfection. Elle tente de copier l'original mais ne sera jamais son égal. Olivier Boulnois, *L'image intelligible. Augustin et l'origine des doctrines médiévales de l'image* in « Archives de philosophie » n°72, 2 / 2009, p. 272.

²³ Ludwig Wittgenstein, *Logisch-Philosophische Abhandlung*, Wien, Wilhelm Ostwald's Annalen der Naturphilosophie, 1921, 2.141.

²⁴ Olivier Boulnois, *L'image intelligible. op. cit.*, p. 275.

²⁵ Philippe Wallon, *Le dessin d'enfant*, Paris, Presses universitaires de France, 5ème éd., 2012, p. 4.

²⁶ Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. op. cit.*, p. 7.

²⁷ Réalisées le 21/04/2020.

d'une production picturale²⁸. Voici qu'elle décale légèrement sa chaise pour se mettre en face. Elle fixe brièvement l'objet à dessiner, se crée un « aperçu général », puis baisse la tête sur sa page blanche : elle y inscrit une première ligne horizontale. Puis elle relève la tête, observe de nouveau le bâtiment, penche de nouveau sa tête sur sa feuille et trace une seconde ligne « dans un soucis de proportion » avec la première, en « comparant donc ce qu'elle voit avec ce qu'elle a inscrit sur sa feuille ». Elle répète cette action pour toutes les lignes horizontales et verticales de son dessin qui prend alors l'allure de « figures géométriques » sur une surface plane. En amont, elle s'était déjà posée la question de savoir « quels détails elle pouvait enlever » pour les besoins du dessin (par exemple elle n'a pas voulu représenter les arbres qu'il y avait devant). Enfin, lorsque ces « lignes structurelles » sont réalisées, les va-et-vient de son regard entre le bâtiment et la page sont moins fréquents. Pour les « détails », elle regarde moins l'objet qu'elle dessine car elle l'a « déjà bien intériorisé ». Enfin, le dessin est fini, quand la dessinatrice est « contente du résultat », c.à.d. lorsque « le dessin représente bien ce qu'elle voit ». Une dernière vérification consiste à mettre le dessin « à côté de » l'objet dessiné, en tendant le bras pour l'éloigner du regard et en fermant un œil afin d'annuler l'effet de profondeur dû à notre vision binoculaire. La dessinatrice semble satisfaite, elle pose sa feuille et continue à admirer le paysage.

Dans cet exemple, ce qui frappe au premier abord – plus que le déplacement de la main – c'est la dynamique du regard, exprimée ici par les oscillations fréquentes de sa tête. En effet, lorsque ses yeux fixent sa page, elle perd du regard l'objet qu'elle veut dessiner et vice-versa. Finalement, elle ne dessine pas directement à partir de l'objet à dessiner, puisqu'il a disparu de son regard, mais à partir de l'image mentale de ce qui lui *est apparu* de l'objet. C'est ce qu'elle appelle avoir « intériorisé » l'objet. Cette image se mélange aux « formes géométriques », issues de modèles mathématiques qu'elle a assimilés auparavant, et de son autre dessin du bâtiment tandis que ses coups d'œil vers ce dernier au quotidien ne semblent pas jouer un rôle significatif ici. Mais elle n'intériorise pas seulement l'objet à dessiner, elle intériorise aussi son dessin, qui se remplit au fur et à mesure du processus. En effet, lorsqu'elle relève la tête pour « comparer ce qu'elle voit avec ce qu'elle a inscrit sur la feuille », elle confronte en fait l'objet à dessiner avec son image mentale du dessin, et non pas avec le dessin lui-même, puisqu'elle ne l'a plus sous les yeux. Ces va-et-vient du regard s'apparentent à un besoin d'actualiser sans cesse les deux images mentales pour « intérioriser » l'objet qui se prend petit à petit dans le filet des « lignes structurelles » du dessin. Finalement, le dessin est

²⁸ Aussi dessin et peinture ne sont-ils pas fondamentalement différents : une distinction de durée qui se traduirait en une image picturale comme projet et un dessin comme quelque chose de plus spontané. Alfred Kubin, *Le travail du dessinateur*, Paris, Allia, 2ème éd., 2002, 1. éd. 1924, p. 33-34.

une aide à la visualisation. Curieusement, la main semble jouer un rôle secondaire dans ces observations. Elle n'est qu'un outil avec lequel il faut « s'appliquer », c.à.d. prendre son temps et bien observer avant de tracer.

L'exemple cité plus haut est appelé « dessin à partir d'un *modèle* ». Le modèle n'est cependant pas l'objet à dessiner en soi, c.à.d. l'original de l'image. Le modèle n'est qu'une image mentale [possible] de l'original²⁹ qui est donc incomplète et imparfaite. Il existe ainsi un premier décalage entre l'original, ce que Kant pourrait appeler « la chose en soi », et le modèle, ce qui nous apparaît à l'esprit (non sans interférence avec d'autres modèles) et que Kant nomme « le phénomène »³⁰. Comme nous l'avons vu plus haut la dessinatrice n'a jamais « le modèle sous les yeux », ce qu'on appelle dessiner *sans modèle* c'est finalement lorsqu'il est lointain, qu'il n'est plus qu'un vague souvenir dépouillé du superflu et qu'il est impossible de l'« actualiser » sans cesse comme lors de dessin *avec modèle*. Il s'agit donc d'un décalage temporel entre le modèle tel qu'il nous est apparu et la possibilité de le « rappeler » dans ses moindres détails. Un troisième décalage existe entre le « coup de crayon » et le modèle, qui est souvent moins lié à l'habileté de la main qu'aux problèmes de visualisation mentale. Enfin, le dessin d'un concept – tel qu'un pays³¹ – n'est possible qu'à partir de ses « définitions opérationnelles », c.à.d. de ses « objets directement observables et mesurable » qui le constituent³². Le dessin d'un pays devient ainsi une somme d'icônes représentant ses possibles définitions opérationnelles. Les décalages qui peuvent apparaître ici sont surtout situés sur la dimension potentielle ou imaginaire de la représentation. En effet, pour faire un dessin du pays il est nécessaire d'avoir non seulement une connaissance du pays, que ce soit par d'autres images³³ ou son vécu personnel, mais aussi la capacité de les remettre en scène dans une situation imaginée.

²⁹ Le terme *modèle* vient de l'italien de *modello* et signifie en peinture ou en sculpture une représentation réduite et simplifiée de ce que l'on fera de manière plus étoffée par la suite (Dictionnaire de l'académie française 1re éd., tome 2, p. 75). Mais le modèle c'est aussi « ce qui doit être imité » (idem.). Finalement cette imitation part déjà d'une représentation, le modèle – qui est une forme simplifiée d'un original dans ses traits les plus essentiels.

³⁰ Anton Hügli; Poul Lübcke, *Philosophielexikon. Personen und Begriffe der abendländischen Philosophie von der Antike bis zur Gegenwart*, Erw. und vollständig revidierte Ausg., unter Einbezug von Poul Lübckes Politikens Philosophielexikon, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2013, Phänomen.

³¹ L'image d'un pays peut-être aussi appelée sa *réputation*. En effet, si le pays a « bonne image » il est alors un modèle à suivre, dans le cas contraire il est le modèle à ne pas suivre.

³² Helmut Seiffert, *Einführung in die Wissenschaftstheorie 1. Sprachanalyse, Deduktion, Induktion in Natur- und Sozialwissenschaften*, München, Beck, 2003, p. 53.

³³ D'après M.T. Vogt, ce sont surtout les images artistiques qui forment l'imaginaire Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten. op. cit.*, p. 9

La plupart des analyses psychologiques de dessins se sont bornés aux enfants³⁴. Selon l'auteur il serait pourtant faux de faire une différence fondamentale entre dessins d'enfant et dessins d'adulte. Si ce qui sépare la réalisation d'un adulte de celle d'enfant est son « expérience » et sa spontanéité³⁵ alors la différence est graduelle et non radicalement opposée aussi bien au niveau cognitif que technique.

Buts, hypothèses et méthodes

Buts

Ainsi ces considérations théoriques posées, nous pouvons revenir au thème principal de cet article qui est de savoir quelles représentations ont les Allemands, les Français et les Russes des autres pays et de leur propre pays à l'heure actuelle³⁶. Cela implique avant tout de savoir comment saisir ces représentations. Une des méthodes possibles est l'approche de l'*imagologie* en littérature comparée, dont nous avons vu brièvement la posture scientifique en introduction. Une méthodique rigoureuse proposé par L.P. Répina de l'analyse des ethnotypes, c.à.d. des « attributions *stéréotypiques*³⁷ de caractéristiques nationales »³⁸, peut être résumée par ces six questions : « Quelle est l'image [de l'ethnotype] en soi ? Comment s'est-elle formée ? Pourquoi est-elle comme ça ? À quelle finalité sert-elle ? Quels changements a-t-elle pu connaître ? Et que raconte-t-elle à propos de ses créateurs ? »³⁹. À cela nous pourrions ajouter « par qui est-elle partagée ? »⁴⁰. Toutefois l'*imagologie* étudie rarement les images graphiques et ses études sont le

³⁴ Elfriede Billmann-Mahecha, *Auswertung von Zeichnungen* in Mey, Günter; Mruck, Katja (éd.), *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*, p. 707–720.

³⁵ « Un élément trahira toujours son expérience [d'adulte] [...] Trop souvent, cependant, l'adulte déclare, comme pour s'excuser : « Je ne sais pas dessiner. » Philippe Wallon, *Le dessin d'enfant*. *op. cit.*, p. 5.

³⁶ Les dessins ont commencé à être récoltés à partir d'octobre 2018.

³⁷ La notion de *stéréotype*, à laquelle on associe souvent les termes de *clichés*, *préjugés* ou *d'idées reçues* est une forme de représentation collective réductrice, systématique, peu prompte aux changements (στερεός) et séparée de l'expérience vécue. Pierre Mannoni, *Les représentations sociales*, Paris, PUF, 7ème éd., 2016, p. 22–23. Toutefois les stéréotypes (re)présentent aussi des attentes vis-à-vis de l'autre et des modèles de comportement vis-à-vis de ce dernier. Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии*. *op. cit.*, p. 52.

³⁸ Joep Leerssen, *Imagology*. *op. cit.*, p. 2.

³⁹ Tiré de Fält O. K. *Global History, Cultural Encounters and Images // Between National Histories and Global History* / Ed. S. Tønnesson et al. Helsingfors, 1997. P. 61–67. Énoncé par Л.П. Репина, *Историческая Имагология и Проблемы Межкультурного Диалога*. *op. cit.*, p. 24.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 19.

plus souvent rattachées à un contexte historique⁴¹. Nous garderons ainsi ces sept questions en tête et les appliquerons dans le cadre d'une autre méthode : celle de *l'analyse quantitative de dessins*, conçue et développée par l'auteur depuis 2016.

Malgré certains travaux, dont ceux d'IBM pour tenter de tirer des portraits à partir de notre cerveau⁴², il n'est pas encore totalement possible d'« extraire » directement « les images que l'on a en tête ». Il est toutefois possible de les saisir indirectement à travers leurs expressions matérielles, notamment par le dessin malgré les décalages avec les images qui leurs sont associées et que nous avons brièvement vu plus haut. Grâce à l'évolution informatique, il est de même possible d'analyser les dessins de manière quantitative. En effet, dans le cadre de la méthode d'analyse quantitative de dessins, un programme a été élaboré⁴³ afin de mesurer de manière précise la surface et la position des différents objets dessinés sur une grande quantité de dessins.

Aspects techniques

Nous ne rentrons pas ici dans les détails techniques de la méthode, cependant une brève explication est nécessaire pour comprendre les résultats qui suivront⁴⁴. Tout d'abord, l'approche pragmatique de la définition d'un dessin comme « amas d'icônes sur une surface plane » a été retenue ici à des fins de *codification*, c.à.d. le fait de rendre possible la lecture du dessin par un ordinateur. Dans un premier temps il s'agit de transformer toutes les icônes en *objets*, c.à.d. « ce qui a des attributs »⁴⁵ en langage informatique. Les attributs sont donc les données sur l'objet/icône qui seront récoltées en quatre étapes :

- 1) Une étape d'identification : chaque objet obtient un numéro d'identification unique en fonction du dessin, de son ordre d'analyse et, si tel est le cas, de son insertion dans une relation « parent/enfants »^{46, 47}.

⁴¹ Л.П. Репина, *Историческая Имагология и Проблемы Межкультурного Диалога*. op. cit., p. 24.

⁴² Martin Sundstorm, *Retrieving Mental Images of Faces from the Humain Brain* in « US Patent Application Publication » 2010.

⁴³ L'auteur remercie particulièrement Elouan Houguet pour la réalisation commune de ce programme.

⁴⁴ Pour une explication en détail voir : Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild*. op. cit.

⁴⁵ Alan C. Kay, *The Early History of Smalltalk* in « The Second ACM SIGPLAN History of Programming Languages Conference (HOPL-II) » 1993.

⁴⁶ Lorsque deux objets se superposent, l'objet « parent » est le plus étendu et peut contenir un ou

- 2) Une étape de classification : chaque objet est nommé en fonction du signifié de l'icône. Le signifié devient donc une *classe* d'objet, c.à.d. « ce que les objets [de la classe] partagent en commun »^{48, 49}. Cette classification est faite en deux étapes : un premier jet consiste à retrouver le signifié de l'icône dans son sens le plus précis (en créant par exemple les *classes* « Marguerite », « lavande » et « rose »). Une seconde étape consiste en la réduction des *classes* d'objets en les regroupant dans des *classes* communes (par exemple « fleurs »).

- 3) Une étape d'attribution : Le dessin étant une surface plane, nous pouvons lui associer un axe horizontal x et un axe vertical y . Ceci nous permet, dans un premier temps, d'attribuer des coordonnées cartésiennes à différents points du contour de chaque objet. Ces données primaires seront traitées pour en faire des données secondaires : il s'agit de la position absolue de l'objet sur le dessin et par rapport au *barycentre*⁵⁰ du dessin ainsi que la surface prise par l'objet de manière absolue et en pourcentage de la surface dessinée. Enfin la combinaison entre position et surface permet de créer des données tertiaires en donnant un score d'importance de chaque objet dans le dessin⁵¹.

- 4) Une étape de catégorisation : une catégorisation d'objet est ensuite possible à partir des *classes* d'objets. Cette catégorisation doit être choisie en fonction des hypothèses formulées en amont et que nous verrons *infra*. Nous obtenons alors le score d'importance par catégorie pour chaque dessin. Le score est ensuite retranché par rapport aux données

plusieurs objets « enfant ». En savoir plus : Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. op. cit.*, p. 20.

⁴⁷ Exemple de numéro d'identification : 13.5.2 : il s'agit du 2^{ème} « enfant » de l'objet « parent » 13.5.0 qui est lui-même le 5^{ème} objet analysé se trouvant dans le 13^{ème} dessin.

⁴⁸ Alan C. Kay, *The Early History of Smalltalk. op. cit.*

⁴⁹ Exemple : il peut exister plusieurs objets/icônes « arbres », qui peuvent légèrement différer (chêne, pin etc.) mais une seule *classe* d'objets « arbre », qui est le signifié des différentes icônes.

⁵⁰ Le barycentre est le centre de gravité de l'ensemble de points pondérés, c.à.d. affectés à des coefficients (il s'agit ici de la surface).

⁵¹ Le score est obtenu pour chaque objet en fonction du pourcentage de la surface prise par celui-ci et de sa position par rapport au barycentre. Le résultat est en pourcentage et la somme des scores de tous les objets d'un dessin est de 100%. Ces suppositions que la surface et la position d'un objet dans le dessin jouent un rôle sur son importance aux yeux du dessinateur sont tirées de Elfriede Billmann-Mahecha, *Auswertung von Zeichnungen. op. cit.*, p. 718.

sociodémographiques, cognitives et affectives recueillies par l'enquête, dont nous verrons les modalités plus bas.

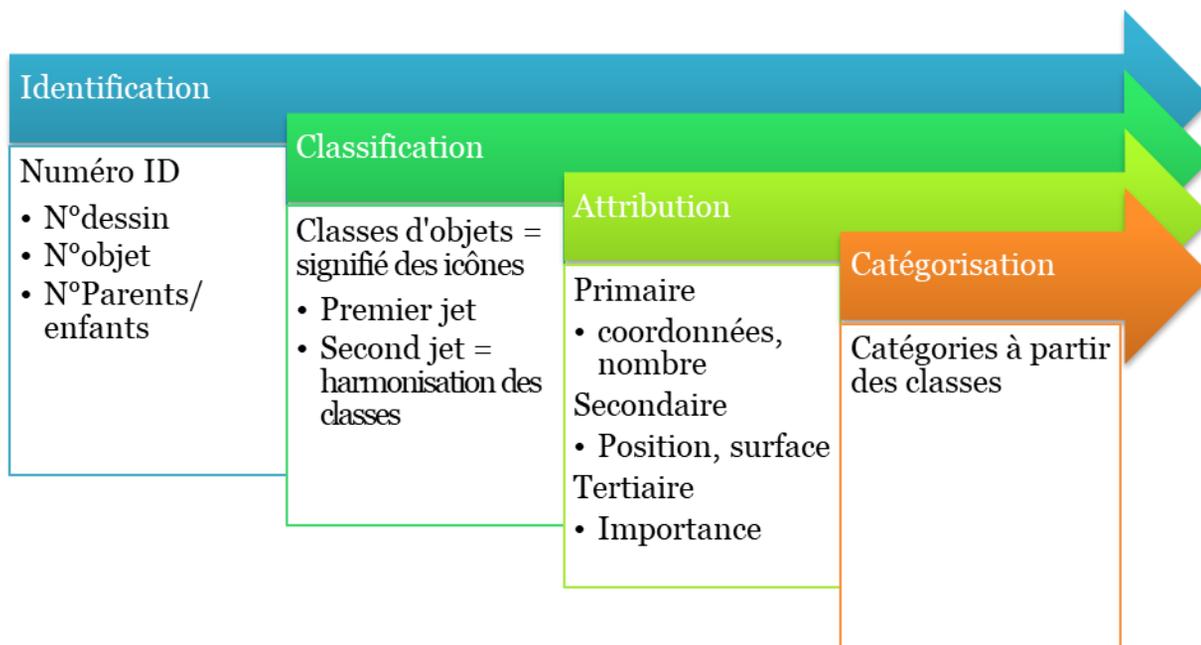


Figure 1 Récapitulatif de la méthode d'analyse quantitative de dessins

Hypothèses

Les résultats de la méthode d'analyse quantitative de dessins devront nous permettre ici de vérifier trois choses :

- 1) Tout d'abord nous identifierons les images obtenues afin de savoir ce qu'elles contiennent, par qui elles sont partagées et ce qu'elles impliquent.
- 2) Ensuite, il s'agira de confirmer ou de réfuter certaines idées sur le processus de formation des éthnotypes, qui ont été longtemps seulement spéculées. Nous nous concentrerons notamment sur les effets des aspects cognitifs, émotionnels et conatifs de la formation des représentations nationales. Il s'agit aussi de savoir si le fait d'être allé dans le pays, de connaître la langue, d'y avoir des amis ou de participer à des événements culturels et artistiques proposés par ses instituts culturels offre à la personne traversée par ces expériences une image plus riche du pays.

3) Enfin nous vérifierons certaines postures intellectuelles de l'imagologue, notamment sur :

- a. La construction de l'image de l' « autre » *en opposition au* « nous » : n'existerait-il pas une autre forme de construction *en parallèle* ?
- b. sur les représentations la plupart du temps positives du « nous » et la plupart du temps négatives de l' « autre »⁵².

Nous utiliserons pour cela une première catégorisation proposée par Simon Anholt : le Nation Brand Index (NBI) en 6 catégories (« culture », « économie », « politique », « population », « tourisme » et « autre »)⁵³. Une seconde catégorisation plus détaillée a été développée à partir du NBI et adaptée aux *classes* d'objets rencontrés dans les dessins. Elle est composée de 12 catégories (« arts & littérature », « gastronomie », « mode & sport », « État », « histoire », « infrastructure », « produits », « humains », « vivre & tradition », « nature », « monuments » et « autre »). Enfin, une troisième catégorisation en 5 catégories (« ethnolinguistique », « éthico-confessionnelle », « technico-communautaire », « spatio-géographique » et « autre ») fut proposée par I.D. Sachouriya et exposée par T.L. Labutina⁵⁴.

Enquête

Il n'y pas eu une enquête mais trois enquêtes réalisées en plusieurs étapes et dont le format diffère légèrement :

- 1) D'octobre 2018 à mars 2019 il a été demandé aux étudiants, au personnel et aux professeurs de la haute école de Zittau/Görlitz de dessiner leur image de la Russie. 18 dessins ont été récoltés lors de séminaires en politiques culturelles. Les informations à renseigner au dos était : le sexe, l'âge, la commune où la personne à passer la majeure partie de son enfance, la nationalité, le lieu de résidence actuelle et le niveau d'éducation. Ce schéma

⁵² Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имажологии. op. cit.*, p. 58.

⁵³ Simon Anholt, *Competitive identity. The new brand management for nations, cities and regions*, New York, Palgrave Macmillan, 2007. La catégorie « immigration et investissement » n'était pas pertinente pour l'analyse des dessins récoltés.

⁵⁴ Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имажологии. op. cit.*, p. 57.

se répètera pour les autres enquêtes. En outre il était demandé d'indiquer si la personne avait un lien quelconque avec la Russie (connaissance de la langue, amis, famille etc.), si elle avait déjà été en Russie et si l'on avait une image plutôt positive ou négative du pays.

- 2) De mai 2019 à mars 2020 ont été récoltés 100 dessins de l'Allemagne et 104 dessins de la France dans le cadre de la dissertation de l'auteur afin d'observer les effets des événements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels allemands et français en Russie sur les représentations des deux pays par les Russes. Outre les données sociodémographiques indiquées plus haut il était demandé aux participants de l'enquête d'indiquer ce qui avait influencé la formation de ces dessins (voyage, amis/famille, cours de langue, instituts culturels mais aussi médias d'informations, littérature scientifique et documentaires, arts visuels et cinéma, théâtre, littérature et musique ainsi que récits de connaissances.). Il leur a aussi été demandé de savoir si les événements des instituts culturels auxquels ils avaient pu participer avaient renforcé ou changé l'image qu'ils avaient du pays.
- 3) Enfin pour cet article l'auteur a récolté 61 autres dessins par une enquête réalisée à distance en Allemagne en France et en Russie. Les Français devaient dessiner leur image de l'Allemagne, de la France et de la Russie. Les Allemands ont dû dessiner l'Allemagne et la France et les Russes ont représenté leur propre pays. Tous ont dû indiquer, en plus des données sociodémographiques et de la formation de leur représentation, jusqu'à cinq associations positives et jusqu'à cinq associations négatives qu'ils avaient du pays dessiné.

Résultats⁵⁵

Récolte

283 dessins ont été récoltés en tout⁵⁶ et sont répartis de la manière suivante :

⁵⁵ J'aimerais remercier ici Alina Egorova pour son aide précieuse à la réalisation de cette analyse.

⁵⁶ L'intégralité des dessins est disponible à cette adresse : <http://www.s8adhoug.bplaced.net/3.Recherches/Laenderbilder/results.html>

Dessinateur\Dessin	Russie	Allemagne	France	Total
De Russie	9	100	104	213
D'Allemagne	21	10	9	40
De France	10	10	10	30
Total	40	120	123	283

Tableau 1 répartition des dessins récoltés

En ce qui concerne la Russie, 60% des dessins ont été récoltés en Sibérie (Angarsk, Irkoutsk et Novossibirsk). 40% des dessins ont été récoltés dans la partie européenne de la Russie dont 30 % à Moscou. 54% des dessins récoltés étaient en lien direct avec les instituts culturels, les 46% restant ne l'étaient pas. Enfin, environ 2/3 de la totalité des répondants étaient des femmes, 62% avaient entre 15 et 30 ans, 28% entre 30 et 60 ans, 6% avaient moins de 15 ans et 4% plus de 60 ans. Ces décalages s'expliquent par le fait que les gens fréquentant les instituts culturels de l'Allemagne et *a fortiori* de la France étaient surtout des jeunes femmes.

Analyse des images en soi

En observant les dessins qui représentent l'Allemagne c'est la catégorie « culture » du NBI qui fait le meilleur score d'importance avec en moyenne 31%, suivie de celle du « tourisme » (23%), de la « population » (21%) du « politique » (14 %) et de l' « économie » (11 %). Dans la seconde catégorisation, les catégories « gastronomie » (Bières, saucisses et bretzels ont été particulièrement représentés) et « nature » ont obtenu un score de à 17 % et 13 %, ils sont suivis de près par les catégories « État », « produits », « arts & littérature », « vivre & tradition » et « monuments » avec tous 10%, viennent ensuite « histoire » et « infrastructure » avec 7% puis « humains » et « mode & sport » avec moins de 5 %. Enfin, dans la troisième catégorisation c'est la catégorie « technico-communautaire » qui fait le meilleur score avec 36%, suivie par les catégories « ethnolinguistique » et « spatio-géographique » avec respectivement 26% et 24%, puis 13% dans la catégorie « ethico-confessionnelle ». 1% des objets dessinés est hors catégories.

Du côté de la France, c'est la catégorie « tourisme » qui fait le meilleur score pour le NBI avec une moyenne de 37% suivie de « culture » (25%), « population » et « politique » (18% et 16%) puis « économie » avec seulement 4%. Avec plus de 20% pour chacune les catégories « gastronomie » et « monuments » (notamment avec la Tour Eiffel), sont les plus importantes de la seconde catégorisation elles sont suivies par « Etat » et « Nature » avec respectivement 13% et 12%. Moins

importantes sont les catégories « humains » et « vivre & tradition » avec 7% pour chacune, suivies par « histoire », « infrastructure », « mode & sport » et « produits » avec tous moins de 5%. En revanche la catégorie « ethnolinguistique », dont les monuments font partie, fait un score de 34% suivie de « technico-communautaire » avec 31% (score notamment lié à la gastronomie en tant que mode de vie), vient ensuite la catégorie « spatio-géographique » avec 25%. La catégorie « éthico-confessionnelle » fait en moyenne un score de seulement 10%.

Les dessins de la Russie réalisent un meilleur score en moyenne dans la catégorie « tourisme » avec un score de 30% suivie de très près par les catégories « politique » et « culture » avec respectivement 27% et 25% chacun. Les catégories « population » et « économie » font seulement un score de respectivement 13% et 5%. La catégorie « nature » domine toutes les autres avec un score de 31%, elle est suivie par la catégorie « État » avec 23%, derrière nous retrouvons les catégories « arts & littérature » et « monuments » avec respectivement 11% et 9%, toutes les autres catégories font moins de 5%. Pour la troisième catégorisation c'est la catégorie « spatio-géographique », liée entre-autres aux cartes géographiques et à la nature représentées dans la plupart des dessins, qui fait le meilleur score avec 44%, vient ensuite la catégorie « éthico-confessionnelle » avec 22%, tandis que les catégories « technico-communautaire » et « ethnolinguistique » font respectivement 17% et 16%.

Ainsi nous voyons des changements significatifs de représentations selon les pays. Par exemple la catégorie « économie » du NBI a fait un score significativement plus important pour l'Allemagne que pour les autres pays. Pour la France ce sont les monuments et la gastronomie qui font un score d'importance plus élevé que pour les autres. Tandis que les catégories « spatio-géographique » et « éthico-confessionnelle » sont plus importants pour les représentations de la Russie que pour les autres. Mais est-ce lié seulement au pays représenté ou à d'autres facteurs ? Par exemple, le fait que presque 1/4 des dessins de la Russie aient été réalisés par des personnes venant du pays n'influence-t-il pas ces représentations ? Nous allons maintenant parler des facteurs qui influencent la formation de ces représentations et, *a contrario*, ceux qui ne les influencent en rien.

Analyse des facteurs d'influence de la formation de ces images

Pour cela étudions dans un premier temps les effets des facteurs cognitifs, par

les indicateurs de connaissance de la langue et de la société, sur la variable du nombre d'objets différents représentés sur le dessin. Nous partirons du principe qu'une « image plus riche » du pays amène à la présence d'un nombre plus varié d'objets dessinés. Effectivement, les personnes ayant indiquées qu'elles avaient un bon voire très bon niveau de la langue du pays et une bonne, voire très bonne connaissance de sa société ont en moyenne dessiné 11 objets dont 7 différents, tandis que les personnes ayant indiqué qu'elles avaient un mauvais niveau de langue et une mauvaise connaissance de la société ont dessiné en moyenne 6 à 7 objets, dont 5 différents. De plus, nous avons trouvé une corrélation entre niveau de langue et connaissance de la société. En effet, les personnes ayant indiqué qu'elles avaient un bon niveau de langue ont aussi indiqué qu'elles avaient une bonne connaissance de la société du pays et vice-versa. À l'inverse les répondants ayant signalé qu'ils avaient un mauvais niveau de langue (voire nul) ont le plus souvent aussi indiqué qu'ils avaient une mauvaise connaissance de la société du pays et vice-versa.

Les facteurs affectifs, en lien avec la perception positive ou négative du pays qu'ont indiqué les répondants, agissent de manière intéressante sur la catégorie « politique ». En effet, dans les dessins où les personnes ont indiqué qu'elles avaient une opinion très négative et plutôt négative du pays cette catégorie a fait respectivement 46% et 35%. Cette valeur diminue lors qu'elles ont indiquée qu'elles avaient une opinion neutre (24%) ou plutôt positive (14%), elle remonte en revanche lorsque les personnes ont indiqué qu'elles avaient une opinion très positive du pays avec 25%. Nous pouvons donc retrouver ici une image de l'autre se transformant en « image de l'ennemie [politique] » dont T.L. Labutina fait référence⁵⁷. Selon Carl Schmitt, si le domaine de l'Esthétique s'exerce à distinguer le Beau du Laid, celui de la Moral le Bien du Mal, la catégorie du Politique distingue quant à lui l'Ami et l'Ennemi⁵⁸. Nous pouvons voir en effet dans certains dessins des Allemands et des Français envers la Russie une image très politisée (score d'environ 35% en moyenne) avec une opinion négative (30% des personnes ayant répondu à la question), voire très négative du pays (15%) tandis que la majorité a une opinion neutre, ou plutôt mitigée de la Russie (52%). Enfin, seulement 6% des répondants ont indiqué avoir une très bonne opinion du pays.

⁵⁷ Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии*. *op. cit.*, p. 58–61.

⁵⁸ Carl Schmitt, *Der Begriff des Politischen*, Berlin, Duncker und Humblot, 1932, p. 26.

La réciproque n'est cependant pas vraie : dans les images de l'Allemagne et de la France réalisées par les Russes la catégorie « politique » ne fait pas un haut score (14%). De plus les Russes ne fréquentant pas les instituts culturels allemands et français ont plutôt indiqué avoir une bonne (33% pour l'Allemagne, 28% pour la France), voire très bonne opinion des deux pays (13% pour l'Allemagne, 39% pour la France) tandis que les opinions neutres s'élèvent à respectivement 33% (Allemagne) et 28% (France). Enfin 13% ont une opinion négative et 7% très négative de l'Allemagne, alors que seulement 5% ont indiqué avoir une opinion très négative de la France. S'il existe une « image de l'ennemi » il existe donc aussi une « image de l'ami [politique] » qui se manifesterait avec une image fortement politisée associée une opinion très positive du pays. Cette configuration nous la retrouvons légèrement dans les dessins des Français envers l'Allemagne avec un score d'en moyenne 25% pour la catégorie « politique » et une opinion favorable et très favorable d'environ 40% tandis que les opinions neutres représentent 60% des répondants français. En revanche, les dessins de la France faits par les Allemands ne présentent pas de résultats aussi significatifs.

Les liens entre facteurs cognitifs et affectifs sont à relativiser. Si les personnes ayant indiqué avoir une bonne et très bonne connaissance de la société ont généralement aussi indiqué avoir une bonne (36%), voire très bonne opinion (45%) du pays tandis que les opinions neutres ne forment que 18%. Les interrogés ayant répondu une connaissance nulle de la société du pays ont majoritairement répondu avoir une image neutre du pays (83% pour 17% de plutôt positive). Les opinions négatives, voire très négative d'un pays viennent uniquement de ceux ayant indiqué avoir une mauvaise ou une connaissance moyenne du pays. Ainsi, la xénophobie ne viendrait pas de l'ignorance mais d'une image biaisée d'un pays, construite avec de maigres connaissances de sa société.

Enfin, regardons du côté des facteurs conatifs que nous pourrions résumer ici aux expériences vécues en lien avec le pays venant du fait d'être allé ou d'avoir vécu dans le pays ou d'avoir fréquenté ses événements culturels que proposent ses instituts culturels. Tout d'abord, le fait d'avoir été dans le pays (sans y être toutefois né) n'influence aucune catégorie de manière significative. En effet, il n'y a pas ou très peu de différence de score entre les personnes ayant visité le pays et celles qui n'y sont jamais allées dans toutes les catégories, avec toutefois une hausse du nombre d'objets dessinés pour les personnes y étant dans le cadre de leurs études. Du côté des événements culturels et artistiques des instituts culturels à l'étranger nous retrouvons un schéma ressemblant. Une participation fréquente

ne change de manière significative le nombre d'objet inscrit sur le dessin que dans la durée. En effet, les personnes les fréquentant depuis plus de 5 ans ont une image plus « riche », avec en moyenne 12 objets dessinés, dont 8 différents. En revanche, que ce soit en termes de fréquence ou de durée la catégorie « politique » fait en moyenne un score plus important avec 24% (fréquence régulière) et 40% (participation depuis plus de 5 ans). Nous retrouvons ici l'idée de « l'image de l'ami [politique] » mentionné plus haut. Cependant – chose étrange – les catégories « culture », « gastronomie » ou « monuments » sont moins importants que chez les personnes ne fréquentant pas ces évènements culturels, alors que ces derniers ont la volonté de partager la culture du pays qu'ils représentent. Il existe toutefois une corrélation entre facteurs cognitifs (langue et connaissance de la société) et expérience vécue. En effet, les interrogés ayant indiqué avoir une meilleure connaissance de la société du pays ont généralement déjà été dans ce dernier, notamment pour leurs études, ou/et ont participé de manière fréquente aux évènements culturels et artistiques proposés par ses instituts culturels. Ces corrélations n'existent cependant que si elles s'inscrivent dans la durée et/ou dans l'intensité. Ces résultats nous permettent de penser que les facteurs conatifs n'agissent qu'indirectement sur la représentation en agissant sur les facteurs cognitifs dans un premier temps. Aussi existe-t-il un lien entre facteurs affectifs et facteurs conatifs. En effet, 71% des personnes ayant une opinion très négative du pays n'y sont jamais allées, pareillement pour 67% des répondants ayant signalé avoir une opinion négative. Tandis que parmi les personnes ayant indiqué avoir une opinion très positive 67% d'entre eux sont déjà allées au pays, dont 25% dans le cadre de leurs études. Les facteurs affectifs semblent cependant précéder les facteurs conatifs : c'est le fait d'avoir une opinion positive du pays qui peut nous pousser à y aller ou à fréquenter les évènements de ses instituts culturels. À l'inverse, une opinion négative a tendance à nous repousser : c'est ainsi que 86% des répondants à Görlitz⁵⁹ ayant une opinion négative, voire très négative de la Russie ont indiqué ne jamais vouloir y vivre un temps donné. Ainsi facteurs cognitifs, affectifs et conatifs s'alimentent mais seuls les premiers semblent avoir une influence directe sur le dessin. De plus, il existe peut-être des facteurs latents, non visibles au premier abord mais influençant de manière significative ces représentations nationales. C'est ce que nous allons voir maintenant.

⁵⁹ Les répondants de l'enquête faite à Görlitz sont les seuls à avoir eu cette question.

Analyse des images de « son » pays vis-à-vis des « autres » sociétés

Tout d'abord les opinions sur « son » pays sont dans l'ensemble positives : 57% pour 19% de neutre et 24% de négatives, tandis que pour les opinions sur les « autres » sociétés (en dehors des personnes fréquentant leurs instituts culturels) c'est la neutralité qui s'impose légèrement avec 39% suivies d'opinions négatives (37%) et positives (24%). Ainsi les prédictions de T.L. Labutina, selon lesquelles les images de « son » pays seraient plus positives vis-à-vis des « autres », qui seraient plutôt négatives semblent se confirmer ici⁶⁰. Ces résultats sont toutefois à relativiser, puisque, comme nous l'avons vu plus haut, les facteurs cognitifs ont une influence positive sur les opinions de l'« autre », son image n'est donc pas condamnée à être fondamentalement négative. Au niveau du dessin en soi des différences significatives se trouvent de la catégorie « spatio-géographique ». En effet, les images de « son » pays font un score deux fois plus important pour cette catégorie que celle des « autres » pays, ce qui laisse penser que pour eux l'espace – que ce soit la nature, son domicile ou la place publique – a une signification plus importante que la symbolique nationale (symboles étatiques, monuments, arts ou Histoire voire produits nationaux), tandis que ces symboles sont importants pour identifier les autres.

Les résultats de l'analyse factorielle⁶¹ nous ont donné un facteur latent pertinent qui agit très positivement sur les catégories « spatio-géographique », « nature », ainsi que positivement sur la catégorie « État » et le nombre d'objets dessinés. Elle agit en revanche négativement sur les catégories « monuments », « ethno-linguistique », « gastronomie », « technico-communautaire » et « culture ». Ce facteur latent pourrait correspondre en premier lieu aux dessins de son propre pays, mais aussi à un bon niveau de langue et à une bonne connaissance de la société mais aussi – puisqu'il y a corrélation entre tous ces facteurs – au fait d'être allé dans un pays pour y faire ses études et donc d'y avoir vécu un certain temps, ainsi qu'au fait de participer aux manifestations des instituts culturels d'un pays de manière intense et pendant une certaine période. Ceci nous permet de nuancer l'idée d'une construction de l'« autre » pays en opposition au « sien ». En effet, il existe une appropriation graduelle de l'image de

⁶⁰ Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии. оп. cit.* P.57

⁶¹ L'analyse factorielle permet de faire ressortir des variables latentes dans un tableau de données. <https://stat.ethz.ch/R-manual/R-devel/library/stats/html/factanal.html>

l' « autre » en image de « soi » influencée indirectement par les facteurs conatifs puisque à la longue ces deux images finissent par se ressembler. Les modèles stéréotypiques finissent par tomber et nous avons une représentation d'un « autre » pays non plus en opposition, mais *en parallèle* au sien. Ce processus peut aussi être appelé comme « appropriation d'un second *Heimat* »⁶².

Conclusion

Les résultats de l'analyse quantitative de dessins au niveau des représentations nationales nous ont permis, non pas de réfuter ou de confirmer totalement ce qui a été dit à leurs propos par les théoriciens de l'imagologie, mais de nuancer leurs constatations. Tout d'abord, il existe bien des différences entre les pays représentés qui sont liées à la conjecture : le score important de la catégorie « économie » du côté des dessins de l'Allemagne est lié au fait qu'elle est une puissance économique de premier rang dans le monde, le haut score dans la catégorie « tourisme » au niveau des représentations de la France est lié au fait qu'elle est le pays le plus visité au monde⁶³. De plus, les tensions politiques entre la Russie et l'Union européenne ressortent pour certains sous la forme de l' « image de l'ennemie » du côté allemand et français tandis que les liens amicaux entre l'Allemagne et la France s'expriment, surtout du côté français, par une « image de l'ami [politique] ». Pourtant, le fait de vivre ou d'avoir vécu dans pays ou bien de participer fréquemment et sur une longue durée à ses manifestations culturelles fait passer la conjoncture en second plan. La représentation a aussi réussi à s'extirper en partie des modèles réducteurs – appelés stéréotypes. Il n'en apparaît pas d'autres, mais ces derniers sont étoffés, relativisés et remplis de « détails [qui ont été] bien intériorisés »⁶⁴, si bien que ces modèles sont encore à peine visibles sur le tableau. La représentation de l' « autre » pays ne se forme désormais plus *en opposition* à celle de son « propre » pays, mais *en parallèle* à celle dernière.

⁶² Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 119–156. Le mot allemand *Heimat* n'est pas traduisible en français. Nous pouvons le définir ici de cette manière : il s'agit de l'endroit où l'on se sent chez soi.

⁶³ <https://www.unwto.org/>

⁶⁴ Voir description du processus de dessin plus haut.