

LE MONDE DE JAMES BOND : LOGIQUES, PRATIQUES ET ARCHÉTYPES

Serge Bourgeat, Catherine Bras

Armand Colin | « Annales de géographie »

2014/1 n° 695-696 | pages 671 à 686

ISSN 0003-4010

ISBN 9782200928865

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-annales-de-geographie-2014-1-page-671.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Armand Colin.

© Armand Colin. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Le monde de James Bond : logiques, pratiques et archétypes

James Bond's world: logics of representation, spatial practices and archetype

Serge Bourgeat

Géographe, enseignant, académie de Grenoble

Catherine Bras

Géographe, enseignante, académie de Grenoble

Résumé

Les 23 films de James Bond présentent deux particularités qui intéressent le géographe : une mondialisation de leur audience et une représentation schématique voire caricaturale d'un certain nombre de hauts lieux (monuments, grands sites touristiques...). Quels sont ces lieux et quelle est la logique de leur représentation ? Au-delà d'un relevé de données, ce texte montre que les James Bond sont révélateurs d'une certaine mondialisation culturelle véhiculée par Hollywood mais aussi de pratiques spatiales de plus en plus marquées par la mobilité.

Abstract

The geographer can be particularly interested in two specificities of the 23 James Bond films : a globalization of their audience and a schematic or even caricatured representation of well-known sites (monuments, tourist attractions). What are these sites and what is the logic behind their representation ? More than a data listing, this text highlights the fact that James Bond films reveal not only a certain cultural globalization conveyed by Hollywood, but also spatial practices increasingly impacted by mobility.

Mots-clés

archétype, habiter, lieu commun, mobilité, mondialisation, pratiques spatiales.

Key words

archetype, dwelling, mobility, globalization, spatial practice.

Depuis maintenant cinquante ans, les films de James Bond, inspirés des romans de Ian Fleming, ont une audience internationale et même mondiale : si le premier film de la série en 1962, *James Bond contre Dr No*, a été vu par environ 20 millions de spectateurs à l'époque, le 22^e opus (*Quantum of Solace*) l'a été par 27,8 millions... pour la seule année 2008. Cette même année, il fut diffusé dans 9 870 salles et 60 pays. Depuis lors, du fait des DVD (projections légales ou non) puis des téléchargements (légaux ou non eux aussi) et des diffusions télévisées, l'on peut raisonnablement estimer que *Quantum of Solace* a été vu par 150 à 200 millions de personnes dans le monde. L'opus précédent, *Casino Royale*, avait connu en 2006 le succès dans des pays aussi divers que Bahreïn, Trinidad et Tobago, la Malaisie, le Nigeria et la Chine qui pour la première fois ne censura pas un film de cette série. Cette diffusion permet désormais à la

société EON Productions¹ d'affirmer que Bond « touche 10 % de la population du globe² ». Ces films sont donc un phénomène mondialisé par excellence, et du point de vue de l'économie du cinéma, Bond est au cœur d'un système de production très efficace qu'il conviendra de décrypter ici. *Skyfall* a, par exemple, rapporté 1,1 milliard de dollars à *EON productions* durant les trois premiers mois d'exploitation en 2012, se classant ainsi immédiatement dans les dix plus grands succès de l'Histoire du cinéma.

Mais les films de James Bond intéressent le géographe pour une autre raison qui peut être croisée avec la précédente. Leur construction obéit à des règles apparemment immuables depuis le troisième de la série, *Goldfinger* (1964) : après le *Gun Barrel*, visuel montrant Bond affrontant un revolver ennemi, l'essentiel du film est composé d'une série d'actions se déroulant dans un certain nombre de lieux de renommée mondiale (de trois à cinq par film en moyenne). Ce sont ces lieux qui sont l'objet essentiel de ce texte. Quels sont-ils ? Pourquoi ceux-ci et pas d'autres ?

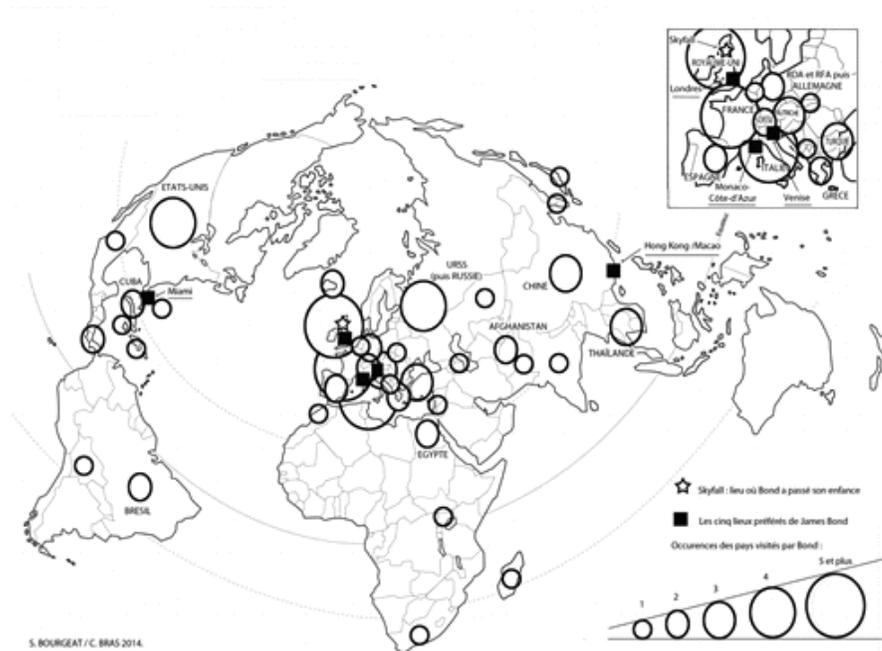
Une réponse intuitive à ces questions peut-être immédiatement formulée, ce qui oriente d'emblée la problématique : Bond fréquente très souvent les mêmes lieux représentatifs d'un tourisme de luxe, yachts, casinos, rivieras... situés de préférence aux Caraïbes, en France, en Italie ou en Autriche. L'hypothèse qui sous-tend le texte est donc que les auteurs du scénario s'adressant à un public international, à prédominance américaine et ouest-européenne mais de plus en plus mondialisé, les lieux visités par *007* sont dans l'esprit des réalisateurs censés parler aux spectateurs, évoquer un certain nombre de sensations telles l'évasion, l'exotisme, le luxe, mais aussi de « hauts lieux » de la planète, terme à comprendre ici comme des lieux clairement localisés, reconnaissables et dotés de valeurs importantes par une société (Debarbieux. 1993). Pour que le scénario fonctionne, et pour que la connivence avec le spectateur soit immédiate, la familiarité avec ces lieux est systématiquement recherchée ; en conséquence, ceux-ci doivent être *de facto* mondialement connus en tant que monuments (Karnak, Big Ben, le Golden Gate...), sites (les chutes d'Iguaçu) ou en tant que cartes postales : les stations autrichiennes et leurs traîneaux, la Côte d'Azur et ses yachts, les marchés flottants de Thaïlande... Comprendre quels sont les lieux parcourus par Bond, c'est donc révéler une image mentale : s'agit-il d'une simple vision américaine et hollywoodienne du monde ou d'une vision certes caricaturale, et 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, ou les Afghans de bons cavaliers... mais des terroristes (Bourgeat, Bras, 2012) ?

1 EON Productions est une société de production anglaise, dirigée par Barbara Broccoli et qui détient les droits de la franchise Bond. Elle est dépendante de la société américaine United Artists qui gère aussi la diffusion des films.

2 In G. (Evin, 2008), *Goldmaker. Le phénomène James Bond de Docteur No à Quantum of Solace*, Flammarion, p. 65

Mais derrière ces questions triviales se profile une autre question, sans doute plus difficile à résoudre : de quelle manière Bond habite-t-il la Terre ? La mobilité étant au cœur de ces films et Bond étant le prototype parfait d'un touriste idéalisé (aucun souci financier, aucun souci matériel de déplacement) n'y a-t-il pas un idéal de voyage et une représentation idéale du monde qui transparaissent derrière chaque film ? Quelles sont les significations des lieux ainsi dépeints ? Autant de questions qui font l'objet de cet article.

1 Les lieux parcourus par James Bond : une logique de couverture du monde



1) Dans certains films, un pays peut apparaître à une seule reprise, de manière très fortuite : pour des raisons de lisibilité, il n'est alors pas comptabilisé ici.

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

3) Les rares pays fictifs ne sont pas mentionnés sur cette carte, malgré des allusions parfois transparentes à des pays réels.

4) Bond est également allé dans l'espace.

Fig. 1 Le monde de James Bond.
The world of James Bond.

En cinquante ans et en vingt-trois épisodes James Bond a visité plus de cinquante pays référencés sur la carte 1. Celle-ci permet de distinguer quatre types de lieux (Bourgeat, Bras. 2012).

Le premier est marqué par l'influence 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^e 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*.

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. L'URSS et les pays de l'Est sont souvent 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 profit de ses pays frères (Cuba, RDA...), mais surtout au profit d'une Europe menacée par l'expansionnisme soviétique, rappelant une évidence : Bond sauve certes le monde, mais il protège surtout l'Occident. L'URSS apparaît ainsi la plupart du temps comme un arrière-plan utile pour contextualiser l'action et rappeler que c'est la guerre froide : dans *Moonraker* (1979) par exemple, l'URSS n'est visible que dans une scène de 31 secondes dans laquelle le correspondant KGB de « M » est au téléphone avec ce dernier. Scène de carte postale : il est montré dans sa datcha et l'on voit au travers de la fenêtre tomber la neige, tandis qu'il se réchauffe près d'un poêle en céramique... Dans le lit une jeune femme blonde attend le dirigeant, un verre de champagne à la main.

Dans la liste des ennemis, on recense aussi et surtout des organisations terroristes, présentes dès les premiers films (« le Spectre ») et à nouveau agissantes dans le contexte international du début du XXI^e siècle : elles ont tantôt un but lucratif en vendant des secrets souvent nucléaires à un des pays ennemis déjà cités, tantôt dominées par un industriel mégalomane, elles ont une vocation de domination du monde et donc une emprise dans de nombreux pays. Organisations mondialisées par excellence, elles sont représentatives de ce que Roger Brunet a nommé antimonde (Brunet et al. 1995).

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 tel *L'Homme au pistolet d'or* (1974) sont conçus dans une ambiance quasiment unique, d'autres sont plus éparpillés : *Octopussy* par exemple se déroule en Inde, en Allemagne, 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 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 et aux couleurs d'une Inde décrite avec tous

les poncifs du genre : palais somptueux, pauvreté et foule bigarrée de scènes de rues tournées à Udaipur au Rajasthan.

Enfin, certains pays ne sont évoqués que rapidement : c'est le cas de l'Ouganda en introduction de *Casino Royale*, dans une scène destinée à présenter Daniel Craig, le nouvel acteur du rôle-titre, mais aussi à camper l'action et le futur adversaire de Bond, *Le Chiffre*, un trafiquant de diamants, pervers et français.

Pour finir ce tour d'horizon, il semble nécessaire de s'attarder sur les pays que Bond n'a pas visités. L'Afrique subsaharienne est sans doute la région la plus mal lotie. Les raisons tiennent aussi bien au manque de spectateurs africains potentiels qu'au manque de studios de tournage du continent voire au manque d'intérêt des Américains pour le continent africain, contrairement au spectateur européen et notamment français. Plus surprenant, le Moyen-Orient, malgré ses enjeux pétroliers, est également rare : on trouve le Liban (et ses trafics), l'Égypte (et ses temples), mais ni l'Iran ou l'Irak, ni l'Arabie Saoudite... En Extrême-Orient, Bali (qui aurait pourtant été un excellent décor pour un film des années 1980) a de même été délaissé.

2 Des lieux mis à distance : une logique de scénario

2.1 James Bond : un héros en position d'extériorité par rapport aux lieux

Au préalable, osons un truisme : ce discours de carte postale est évidemment sans rapport avec la réalité des pays concernés. Mais l'essentiel ici est que la mise en scène accroît le décalage : dans *L'espion qui m'aimait* (1977) Bond, en costume tiré à quatre épingles, n'est pas gêné par la chaleur de Karnak (temple sur lequel on peut d'ailleurs facilement grimper dans le film) ; il n'est pas non plus incommodé par le froid lors d'une énième poursuite à ski dans *Rien que pour vos yeux* (1981).

Au contraire, l'effet recherché est celui d'un rapport aux lieux particuliers : celui d'une véritable extériorité de James Bond. Le héros se démène ainsi dans un monde virtuel qu'il domine, ce qui renforce l'effet carte postale, voire jeu vidéo de certains films récents. Témoin, la poursuite en voiture de *Meurs un autre jour* (2002), se déroulant encore une fois dans un paysage glaciaire : une scène tournée en réalité en studio mais aussi au Svalbard, plus spectaculaire pour ses glaciers que l'Islande, où est censée se passer l'action.

En conséquence, le spectateur regarde les films sans se sentir impliqué : les lieux ne sont donc qu'un décor. Le temps qu'il fait accentue d'ailleurs ce constat : il fait toujours beau sous les Tropiques (pas de saison des pluies, pas de grain tropical...), mais aussi à Londres (situation improbable mais omniprésente). En revanche, le camp soviétique contraste par le mauvais temps qui y règne de façon récurrente : brouillard, neige.

Cette extériorité est accentuée par le scénario et dans la construction même du personnage. Dans un tiers des films seulement, souvent les plus récents, les sentiments de Bond jouent un rôle dans le scénario : il s'agit la plupart du temps

de la volonté de vengeance, comme dans *Casino Royale* ou *Permis de tuer* (1989). Habituellement, Bond est, comme son double zéro l'indique, un professionnel, ce que lui rappelle d'ailleurs « M » à de nombreuses reprises. Il est extérieur à la question, souvent sans sentiments (si ce n'est l'humour et la séduction) ni intérêts personnels, ce qui amène Charles Girard à parler de « la machine 007 ou le refus de la psychologie³ ». Un tel positionnement renforce bien évidemment l'extériorité du spectateur vis-à-vis du film et des paysages qu'il découvre. Ce phénomène n'est pas général mais a connu son apogée dans les films tournés avec Roger Moore. Dans le premier opus, James Bond transpirait de peur lorsqu'une tarentule lui parcourait le dos et avouait à Ursula Andress qu'il « *avait les mains moites* » avant de rencontrer le Docteur No. De même, dans les derniers films de la série, qui reprennent l'ambiance des premiers livres de Ian Fleming, le scénario insiste beaucoup plus sur la complexité du personnage : le spectateur s'intéresse alors plus aux sentiments que Bond porte à Vesper qu'aux images du Monténégro en arrière-plan (*Casino Royale*). L'extériorité du spectateur aux lieux est donc renforcée. Ce phénomène agit plus particulièrement dans le dernier opus, *Skyfall*, qui procède en 2012 à un véritable dévoilement du personnage. Le film donne en effet quelques clés de lecture sur Bond (sa famille, ses origines, sa jeunesse) d'autant plus surprenantes qu'elles sont très tardives après 50 ans de mystère. La complexité du personnage est donc ici au cœur du film. Mais par contrecoup, le paysage de landes écossaises n'est qu'un décor de théâtre qui est moins au service de l'action que de ce dévoilement : qui est véritablement le héros est une question autrement plus importante que de savoir pourquoi et comment il a grandi ici, dans ce paysage-là ?

2.2 James Bond et les figures de l'altérité

Du fait de ce positionnement se pose la question de la confrontation à l'Autre : soit l'habitant des lieux soit, figure récurrente des films, le touriste qui parcourt comme lui le monde. Bond se distingue nettement de ces deux figures.

Figure de l'altérité culturelle, l'habitant est souvent exotique, à savoir fascinant et attrayant, et mis en scène selon une représentation plus ou moins condescendante (Staszak. 2008). Il s'exprime souvent, même dans la version originale anglaise dans la langue du pays (arabe, espagnol...), ce qui type mieux l'action. Par ses habits « typiques », il est un élément du décor : Boliviens en ponchos, Espagnoles avec mantilles, habitants de Sienne en habits folkloriques pour le Palio... Et les fêtes locales, très fréquentes, jouent un rôle fondamental dans ces films qui présentent ainsi une altérité de carte postale que Bond perturbe, généralement par une course-poursuite : le défilé dans une fête ou l'étal renversé sur un marché est ainsi un thème classique. Les films montrent donc un ordre immuable de sociétés figées, à peine bouleversées par l'action et reprenant rapidement leurs

3 In Hache-Bissette *et al.* (2007), p. 79.

activités. Ces sociétés sont ainsi fondamentalement spectatrices, au même titre que nous, de la mobilité bondienne.

Mais une telle description du monde qui nous entoure n'est pas non plus dépourvue d'arrière-pensées commerciales : si dans *Octopussy* les Indiens sont tellement charmants, prévenants avec Bond, et si l'ambiance est colorée, amicale et séduisante, c'est dans un but éminemment lucratif : il s'agissait pour les producteurs de conquérir le marché indien, jusque-là assez rétif au phénomène Bond. Cet habitant est aussi très souvent dangereux, surtout – comme il se doit – lorsque Bond est dans un pays du Sud : les souks et les bazars cachent tous les trafics, l'habitant réside dans des quartiers décrépits et des bas-fonds pleins de dangers.

Il ne s'agit certes que d'une vision qu'ont de ces pays de nombreux touristes les visitant au pas de charge. Pourtant Bond ne s'identifie pas aux touristes ordinaires. Ceux-ci apparaissent dans de nombreux films et ont le mauvais rôle : ils se font emprunter leur voiture par Bond à moins qu'ils ne soient les victimes des course-poursuites, comme dans *Tuer n'est pas jouer*, où une voiture de touristes finit sa course dans le décor en se heurtant aux singes du rocher de Gibraltar. 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. Cette description — ici réflexive — (l'Américain est irréfléchi, vulgaire, légèrement obèse...) ne sert qu'à mettre en valeur par contraste Roger Moore.

Se pose enfin la question de la réception de ces figures de l'altérité. Dans de nombreux pays les gouvernements ont tenté d'influencer le cours de la série : soit par la censure lorsque le scénario ne leur plaisait pas (il faut sans doute voir là une des raisons de la prudence d'un produit beaucoup moins érotique que les livres d'espionnage habituels et même que ceux de Fleming), soit par des jeux d'influence lors de la réalisation du film. Ainsi, en 2011, le tournage de *Skyfall* était initialement prévu en Inde avant d'être finalement réalisé en Turquie. Divers groupes de pression indiens se sont en effet opposés au fait que Bond se batte sur le toit d'un train : on le sait, il est interdit de voyager au sommet des trains en Inde, et le pays est soucieux de l'image renvoyée par le cinéma. Que l'on pense à la réception en 2008 de *Slumdog Millionaire* dans le pays et au débat qui s'en était suivi (par exemple *The Hindou* qualifia le film d'« orientalisme destiné à un marché globalisé⁴ »). S'adressant effectivement aussi à un public de plus en plus mondialisé, le message bondien s'internationalise en conséquence, renvoyant l'image d'Épinal propre d'un monde idéal.

D'autres acteurs ont tiré profit de ces représentations dans un but touristique. Les exemples ne manquent pas : un voyageur français propose ainsi un luxueux tour du monde (« Sur les traces de James Bond ») qui est en fait une suite de visites de métropoles. À l'occasion de la sortie de *Skyfall* en 2012, une agence

4 Laurent Checola, « En Inde *Slumdog Millionaire* suscite admiration et critiques », *Le Monde*, 23 février 2009.

britannique de publicité lança une campagne publicitaire (*Bond is Great Britain*) destinée à attirer les touristes dans le pays de James Bond, un pays doté des vertus bondiennes (« charismatique », « époustouflant », « coriace », « exaltant »...). De même, au sommet du Schilthorn dans le canton de Berne, le restaurant d'altitude dans lequel fut tourné *Au service secret de sa Majesté* (1969) se nomme désormais « *Piz Gloria* » comme dans le film et l'on y sert un « petit-déjeuner James Bond ». En Thaïlande sur l'île de Koh Phi Phi, le « rocher de James Bond » (lieu de tournage en 1974 de *L'Homme au pistolet d'or*) est encore à la base d'un tourisme local prospère : photos souvenirs, tours en jonques... Enfin, à Udaïpur où a été tournée une partie d'*Octopussy* il y a trente ans, un restaurant populaire nommé... *Octopussy* propose la vidéo du film en continu : retour sur images, l'Inde montre aux touristes une vision hollywoodienne d'elle-même !

3 Des lieux réinventés : une logique de substitution

3.1 Des lieux idéalisés : le monde en carte postale

Luxe, modernisme et exotisme se combinent avec une certaine proximité au sens premier du terme. En effet, celle-ci est fondamentale pour un public américain : l'île tropicale est souvent caraïbe, rarement pacifique. Pourquoi Tahiti, pourquoi surtout Hawaï n'apparaissent-ils pas dans des films tournés pour un public américain ? Le premier opus de la série (*James Bond contre Docteur No*) se déroulait à la Jamaïque en 1962 et traitait d'une crise nucléaire liée à des missiles... 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 à ce que les réalisateurs optent pour cette région du monde, les Caraïbes étant, dans l'inconscient américain, assimilées à un lieu instable. Témoin, *Goldeneye* (1995) considéré par les critiques comme un remake partiel de *James Bond contre Docteur No...* et dont l'action se passe en grande partie à Cuba. 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 baptisée *Goldeneye*.

Cette proximité se combine avec une préférence pour les hauts lieux du tourisme de luxe (MIT. 2005) : la Côte d'Azur ou la Riviera (leurs casinos, leurs palaces) plutôt que l'Espagne pour le tourisme balnéaire, les stations luxueuses de Suisse ou d'Autriche plutôt que de France pour le tourisme hivernal. Bond est connu et reconnu dans ce monde socialement clos et dans lequel il se meut avec facilité et élégance (« Votre suite habituelle, Monsieur Bond ? » est la remarque récurrente faite par les réceptionnistes des hôtels de luxe). Bond a donc bon goût, préfère le champagne Bollinger, possède une Rolex, et n'utilise que des marques réputées, qui peuvent cependant changer en fonction des intérêts financiers des producteurs : on a même vu à plusieurs reprises une Lotus puis une BMW 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 et la modernité. L'actualité architecturale est ainsi souvent prise en compte et certains films y sont plus sensibles que d'autres, se transformant en catalogues des nouveautés architecturales. Ainsi le musée Guggenheim de Bilbao ouvert en 1997 apparaît dès 1999 dans *Le monde ne suffit pas*. Mieux : le Dôme du Millenium de Londres qui n'ouvrira officiellement que l'année d'après, en 2000, apparaît quelques minutes plus tard dans le même film.

Bond est donc un urbain et l'absence de ruralité dans les films est patente : on voit à satiété la mer et ses lieux de villégiature, les stations de montagne, la ville, mais la campagne verte et aimable, autre carte postale, est rare, car peu inquiétante et peu propice à l'action, si ce n'est, encore une fois, dans *Skyfall* qui renverse la donne en 2012, contribuant par là à faire de ce film une exception remarquable. La lande écossaise, son manoir, son brouillard porteurs de tensions ne sont pas sans rappeler le *Chien des Baskerville*.

Bond fréquente donc essentiellement les grandes métropoles mondiales et les mythes naissants de l'architecture. Pourquoi cependant n'y a-t-il pas plus de gratte-ciel dans ces films, alors même que Hollywood a souvent affiché une préférence pour de tels lieux, symboles de modernité donc *a priori* susceptibles de plaire à Bond ? Celui-ci en effet ne gravit ni les gratte-ciel de Manhattan (un sujet pour les films des années 1960) ni les Tour Petronas de Malaisie ni même les gratte-ciel chinois ou de Hong Kong⁵, alors même que cette ville est un de ses lieux préférés. De même, il n'est jamais allé à Dubaï... Il faut dire que Bond se fait rare : 23 épisodes en 50 ans, soit un tous les deux ans et demi avec un net ralentissement depuis les années 1990, ce qui explique peut-être l'absence de certains lieux.

Au luxe et à la modernité s'ajoute une autre tendance de fond : le dépaysement. L'orientalisme, vieux fond culturel occidental, est toujours de mise. Témoins la danse du ventre dans *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 Bond enlaçant la James Bond girl sur cette même plage paradisiaque à moins que ce ne soit dans une embarcation au beau milieu de l'océan : Éden retrouvé, loin du tumulte et des appels de « M » qui le pressent de sauver à nouveau le Monde.

3.2 Des lieux clos : la logique du labyrinthe

Outre les lieux utilisés comme décors, certains sont plus directement au cœur de l'action avec une nette préférence pour les lieux clos. L'action est évidemment à

5 Ce qui est pourtant un des grands classiques du cinéma d'action, de *King Kong* à *Mission Impossible 3*.

ce prix (comment James Bond va-t-il y pénétrer puis en sortir ?) et correspond au vieux thème du labyrinthe. L'île tropicale joue encore une fois un rôle particulier. Lieu clos de fait, isolé du reste du monde et sur laquelle le héros aura du mal à aller, elle est de plus bâtie sur le principe des poupées russes et possède son propre lieu clos : fortin, usine nucléaire dissimulée, clinique protégée des regards (*Meurs un autre jour*), à moins que ce ne soit un élément naturel qui cache l'ensemble tel le lac volcanique qui s'ouvre pour laisser place à la rampe de missile. Dans le même ordre d'idées, en 1969 *Au service secret de Sa Majesté*, combine, comme d'autres, carte postale et antimonde. Pourtant le film présente une certaine originalité, et pas seulement car ce fut le seul Bond à avoir été interprété par George Lazenby. Il s'agit surtout du seul film à avoir été entièrement tourné en Europe (Portugal et Suisse). Il s'agit enfin du film où les recettes précédentes sont utilisées de la manière la plus systématique : l'action est censée se dérouler dans la station de ski suisse de Grindelwald mais certaines scènes ont été en fait tournées dans l'Oberland bernois et à Saint-Moritz, plus spectaculaires. L'effet carte postale est alors recherché : traîneaux, rues enneigées, chalets en bois... La station possède un téléphérique avec gare d'arrivée privative. Caractéristique de l'antimonde, celle-ci renferme à son tour une clinique étrange qui comporte elle-même un laboratoire secret, un groupe de jeunes femmes (nouvelle allusion transparente au harem) et une garnison défendant les secrets du Spectre.

Le thème du labyrinthe et de sa sortie joue évidemment à une autre échelle : quelle porte de sortie du bloc soviétique durant la guerre froide ? Il s'agit là d'un thème récurrent, ce qui a pu privilégier l'apparition fréquente de la Turquie dans la série, mais plus précisément encore d'Istanbul : une ville que l'on retrouve dans *Skyfall*, dans *Le monde ne suffit pas*, mais aussi dès 1963 dans *Bons baisers de Russie*, une histoire d'espions soviétiques, de secrets nucléaires, mais aussi d'un agent du KGB souhaitant passer à l'Ouest.

Aux lieux socialement clos (le casino) se superposent donc des lieux spatialement clos. Ce peut être des non-lieux comme les bunkers récurrents de la série. Mais l'essentiel est que même les plus célèbres des monuments obéissent à cette logique. Le compte rendu de la réalité n'est évidemment pas alors l'essentiel : les temples de Louxor (*L'espion qui m'aimait*) ou la citerne d'Istanbul (*Bons baisers de Russie*) comportent alors une porte dérobée qui permet de communiquer avec l'Ailleurs.

3.3 Les lieux de tournage et les logiques de substitution

La carte 1 montrait les lieux censés être visités par Bond... Pourtant les lieux de tournage sont sensiblement différents, ce qui pose la question des motivations des scénaristes et de leurs représentations mentales des paysages.

La logique de substitution d'un espace par un autre lui conférant ainsi ses attributs est la norme dans les films de la série. Par exemple, James Bond ne va jamais au Canada alors même que certaines scènes y ont été tournées. Ainsi, dans *L'espion qui m'aimait*, la poursuite à ski en haute montagne, censée se passer dans les Alpes autrichiennes, a en fait été tournée en partie en Suisse,

mais aussi au Nunavut, ici pour des raisons techniques : un saut en parachute qui clôt l'action, et qui, filmé du dessus, montre des étendues glacées certes évocatrices de l'idée de haute montagne, mais surtout désertes et beaucoup plus grandioses que les habituelles vallées autrichiennes. Un autre film de la série, *Le monde ne suffit pas*, présente lui aussi 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 une image 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).

Cette assimilation d'un lieu précis à un autre lieu le symbolisant est un phénomène général. *L'Homme au pistolet d'or* se déroule presque intégralement en Asie du Sud : Hong Kong, Macao, Thaïlande à Bangkok puis dans la baie de Phang Nga. Mais le fait essentiel est que le film est empreint d'une ambiance faite de tous les clichés touristiques d'une Asie éternelle : scènes de karaté et de boxe thaïlandaise, de sourires puis de massages... et même de sumos bien qu'il n'y ait ni scène ni référence explicite au Japon, ici assimilé de fait à la Thaïlande. Sans doute, selon les réalisateurs, le spectateur américain potentiel n'est-il pas capable de faire le distinguo ? Ce type de confusion entre pays est très fréquent : une scène de *Moonraker*, censée se dérouler dans l'Amazonie brésilienne, présente une pyramide maya (le tournage a eu lieu au Guatemala). La musique contribue aussi à cette substitution : *Quantum of Solace* propose des images de la Bolivie avec un fond musical très mexicain. Ne s'agit-il pas, pour un public américain, d'une identification de la Bolivie à un modèle d'Amérique latine exotique, hispanisante et connue (le Mexique), réduite à quelques clichés : une Amérique pauvre mais aussi dangereuse ?⁶ D'ailleurs, *Permis de Tuer*, un des seuls films situé dans un lieu fictif parle de blanchiment d'argent dans des casinos mais surtout de trafic de drogue : il concerne une ville d'Amérique centrale, Isthmus City, et fut tourné en 1989 à une époque où les États-Unis luttèrent au Panama contre le général Noriega, accusé de trafic de drogue.

Souvent, des logiques financières influencent aussi ces choix. Mais l'on retrouve derrière les mêmes logiques de substitution : si les studios britanniques de Pinewood ont été préférés dans quinze films pour les scènes d'intérieur, désormais ce sont les studios tchèques de Barandov, nettement moins chers, qui ont servi de lieu de tournage des deux derniers opus, y compris pour de nombreuses scènes d'extérieur. Dans *Casino Royale* l'architecture de Prague et de la station

6 Le même type d'ambiance musicale mexicaine est perceptible dans *Indiana Jones et le Royaume du crâne de cristal* (2008) à propos d'une action censée se dérouler... au Pérou.

thermale de Karlovy Vary ont servi de supplétif à des scènes censées se passer au Monténégro (une architecture comparable dans l'esprit des réalisateurs... et des spectateurs), mais aussi à Venise (comment distinguer des palais vénitiens et pragois lorsqu'ils ne sont qu'un arrière-plan fugace à l'action ?).

Les scénarios de la série jouent donc sur la représentation inconsciente et schématique du spectateur de l'esprit des lieux... Ils contribuent à identifier un territoire supposé connu (l'Autriche, la Bolivie...) à l'aide d'un paysage stéréotypé pris ailleurs (le Mont-Blanc, le Mexique...) et qui renforce l'image mentale erronée que l'on a du lieu. Il s'agit certes d'un procédé habituel au cinéma, mais la particularité est ici la diffusion mondiale de ces films qui renforce une représentation standardisée de sites précis qu'Hollywood a identifié comme hauts lieux de la planète.

4 Bond ou le rapetissement du monde

4.1 Les lieux de Bond : archétypes et écriture de genre.

Ce qui distingue l'archétype du simple cliché (Mac Luhan, 1973 ; Blanchard, 1974) est notamment une certaine fréquence de répétition. Alors que le cliché peut être entendu comme un instantané et comme un stéréotype, un lieu commun dont on abuse, l'archétype suppose l'idée de figure invariante, qui se répète au cours de l'histoire. L'archétype s'est donc construit du fait d'un long et lent processus. Cette idée de processus est ici essentielle : jouant avec des représentations préexistantes, Bond ne crée pas l'image, il la renforce, en en faisant un « cliché revigoré » (Mac Luhan, 1973), c'est-à-dire un archétype.

Appliqué aux lieux, le concept suppose l'idée de dépassement d'un certain réalisme pour engendrer la construction d'un type de lieu reconnaissable entre tous, par simplification et par emprunts d'autres attributs universellement identifiables. C'est encore une fois le thème bondien par excellence de l'île tropicale. Peu importe la réalité du terrain et peu importe que l'image véhiculée soit celle – reconnaissable par un public américain – de l'île caraïbe, les films en font une image générique. Son retour d'un film à l'autre fait que cette image devient un élément constitutif de l'expérience cinématographique bondienne : si Bond ne crée certes pas l'image, en revanche il l'utilise et du fait de son audience, de sa diffusion mondiale, il la véhicule et l'amplifie nettement.

Un tel phénomène n'est d'ailleurs pas attribuable qu'aux seuls films. Umberto Eco (1993) a montré la dimension archétypale de l'écriture des romans de Ian Fleming (Fleming fut d'ailleurs 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. Le « méchant », la *James Bond girl*... correspondent à cette notion d'archétype. Le cinéma accentue ces caractéristiques : ne permettant pas les longs développements, il amène à la simplification. Insistant sur l'aspect visuel, il cherche la réduction de l'image à quelques éléments saillants, identifiables même

si l'on n'a aucune culture précise des lieux, mais une simple culture commune relevant pour partie de l'imaginaire, et partagée – pensent les réalisateurs — par des millions de spectateurs. À titre d'ultime exemple, la Suisse est toujours caractérisée dans les films de la série par ses montagnes, sa neige, mais aussi ses banques (10 des 23 films contiennent une allusion plus ou moins longue aux banques suisses⁷).

Pour cette raison, les films obéissent à une écriture de genre, les apparentant à une série télévisuelle possédant ses codes invariants, ce qui ne permet pas réellement de noter de véritable évolution sur le long terme (hormis bien évidemment les effets spéciaux). Le format des films, la construction du scénario, les acteurs (six seulement pour incarner Bond en 50 ans) sont donc intrinsèquement identiques d'un film à l'autre et la récurrence est la raison d'être de Bond. Du fait de cette sérialité, les lieux présentent une certaine similarité d'un épisode à l'autre, non seulement dans leur localisation (les mêmes lieux reviennent de manière récurrente : Hong Kong et Macao, Miami... cf. carte 1) mais aussi dans leur représentation. L'immuabilité des personnages et des situations renvoie ainsi à celle des paysages et au rapport au monde de Bond : James Bond sait skier – le spectateur le sait depuis toujours -, il connaît les cinq continents – le spectateur est également au courant –...

Cette écriture de genre est donc à la fois la cause de cette vision archétypale du monde (la répétition crée la représentation) mais aussi une conséquence : changer Bond, ce serait mettre en danger les attentes et, partant, le succès commercial du film. C'est notamment pour cette raison que les réalisateurs de ces films sont très souvent de second ordre et que lorsque des auteurs internationalement reconnus ont souhaité signer un film, cela leur fut refusé car ils auraient sans doute imprimé leur marque. Ce fut le cas pour *Casino Royale* pour lequel Eon Production préféra Martin Campbell à Quentin Tarantino.

Figure de l'altérité rassurante, Bond a donc pour fonction essentielle de nous présenter un spectacle habituel et nouveau à la fois : une « série » au sens premier comme au sens télévisuel du terme. Comme l'affirme le générique de fin : « James Bond reviendra. »

4.2 Mobilité et pratique des lieux chez James Bond

Dans les livres de Ian Fleming, James Bond possède une histoire propre (il est né en 1920, est devenu orphelin à l'âge de 11 ans...) et un logement stable (Kings Road à Chelsea) qu'il retrouve régulièrement. Ces caractéristiques sont gommées dans les films ce qui renforce l'altérité, mais surtout en font un individu polytopique par excellence. Dans les vingt-deux premiers films, deux scènes seulement montrent son logement : dans le premier James Bond, une scène le présente rapidement chez lui... (à moins qu'il ne s'agisse d'une suite d'un hôtel de luxe) et dans *Vivre et Laisser mourir* (1973), la scène initiale le montre également

7 Actualisé à partir de S. Guex et G. Haver, « James Bond contre – ou pour ? – les gnomes de Zurich. L'image de la place financière suisse dans la série 007 », in F. Hache-Bissette *et al.* (2007).

chez lui, dans un intérieur visiblement anglais, sans doute à Londres, mais difficile à localiser. Il a donc fallu attendre le 23^e film pour découvrir l'histoire personnelle de Bond, ce qui lors de la sortie de *Skyfall* surprit parfois la critique et plus souvent encore un public plus habitué au personnage du film qu'au héros de Ian Fleming.

Homme de réseaux – sociaux et spatiaux –, Bond n'habite donc pas la Terre au sens commun, il la parcourt. Ses pratiques spatiales en font un homme mondialisé par excellence, ce qui ne l'empêche pas de rester fondamentalement britannique. Ses espaces sont multiples et les lieux qu'il fréquente sont reliés entre eux tel l'archipel mégalopolitain mondial. Il n'a d'ailleurs aucun problème matériel pour se déplacer : il prend certes parfois les lignes régulières comme le montrent les images d'avions de ligne atterrissant et plusieurs scènes se déroulant dans des aéroports. Cependant, il n'a aucun problème de logistique (« Votre avion décolle dans 30 minutes, James »), ni de décalage horaire, aucune fatigue liée au voyage : dans une « société à individus mobiles » (Stock 2005), la mobilité est le propre de James Bond.

Ce type de scène d'aéroport était d'ailleurs surtout fréquent dans les premiers opus de la série. Du fait des facilités accrues dans le déplacement des personnes, les aéroports ne faisant plus guère rêver les spectateurs, le passage d'un lieu à l'autre de la planète se fait désormais la plupart du temps par un simple changement de scène et la compréhension est facilitée par l'apparition d'une ambiance visuelle : la plage tropicale, le Grand Canal à Venise... Dans ce cas, les espaces sont donc localisés voire exhibés avec précision et force détails, qu'ils soient caricaturés, réduits à quelques-uns de leurs éléments caractéristiques dans un imaginaire collectif (les gondoles), ou dotés de ces mêmes éléments pris ailleurs (la Thaïlande symbolisant par exemple toute l'Asie, Japon compris).

Le héros est donc à la fois un témoin et un acteur du rapetissement du monde. Gommant les distances mais aussi les temporalités (l'été succède de façon curieuse à l'hiver dans plusieurs films), Bond nous donne à voir à la fois un tout petit monde dans lequel les temporalités et les distances ne comptent plus mais aussi le « village global » cher à Mac Luhan, fait d'interactions et ici de menaces communes. Il témoigne ainsi d'une mondialisation en marche.

Enfin, d'autres lieux fonctionnent comme des lieux interchangeableables d'un film à l'autre (casinos, grands hôtels, aéroports...) possédant les caractéristiques des non-lieux au sens de Marc Augé ou plutôt de « hors lieux », c'est-à-dire d'enclaves, de lieux volontairement clos (l'île, le bunker...) et déconnectés de façon flagrante voire illogique de leur environnement géographique : il peut neiger à l'extérieur du bunker quelques minutes après que Bond se soit promené en plein été méditerranéen !

Si l'on définit l'habiter comme une « pratique des lieux géographiques » (Stock, 2004), Bond a une pratique résolument contemporaine et avant-gardiste. Il ne découvre jamais les lieux, il les connaît profondément, aidé en cela depuis les derniers opus de la série par les progrès de la télédétection et des GPS : les scènes de géolocalisation sont de plus en plus fréquentes, donnant une géographicit

symbolique supplémentaire aux espaces parcourus. Bond entretient d'ailleurs des rapports très ambigus avec ces technologies. Il fut certes un précurseur puisqu'il utilisa les systèmes de géolocalisation dès *Goldfinger* en 1964 sous la forme d'un dispositif caché dans la radio de bord d'une voiture, permettant de suivre sur une carte les déplacements d'un émetteur. Après tout, le monde de l'espionnage a besoin de la géographie, de ses cartes et de ses technologies de repérage. Cependant, malgré ces concessions à une modernité faite d'innovations technologiques, Bond utilise moins que d'autres ces techniques : que l'on pense à titre de comparaison à la série des films *Mission impossible*⁸ où le héros est constamment aidé par celles-ci et où – *in fine* – la technique domine l'action. Les techniques de traçage géographique ne sont ici qu'un instrument parmi d'autres gadgets bondiens. Et le simple fait que le terme « gadget » se soit progressivement imposé pour qualifier l'attirail de « Q » (« les gadgets de James Bond ») montre bien l'aspect finalement assez inutile de ces outils certes ingénieux mais qui sont toujours secondaires par rapport à l'action. Et pour cause : Bond n'a pas besoin de géolocalisation car il est littéralement le centre du monde et le connaît par cœur. Témoin, une des scènes de *Tuer n'est pas jouer* en 1987. Bond, secondé par la James Bond girl, saute en jeep... d'un avion ; venant une fois de plus d'échapper à la mort, il atterrit par miracle devant un panneau signalant « Karachi : 200 km ». La réplique est : « Je connais un merveilleux restaurant à Karachi. »

Conclusion

Au final, le rapport aux lieux de Bond est profondément marqué par une dichotomie familiarité-altérité : il connaît les moindres recoins de la planète mais il leur est toujours extérieur. Il est le révélateur d'une certaine mondialisation des pratiques (la mobilité) et de la culture (la connaissance caricaturée de notre planète). Sa pratique des lieux leur donne sens : Bond utilise l'archétype 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 promeut donc une vision américaine ou au moins occidentale de ces lieux à l'ensemble de la planète. Il capte enfin l'évolution de la société selon les standards occidentaux : *Quantum of Solace* parle en 2008 des guerres de l'eau et finalement de développement durable quelque temps après les émeutes de Cochabamba qui posèrent le problème de l'accès à l'eau en Bolivie et amenèrent Evo Morales au pouvoir.

Quatre ans plus tard, en 2012, *Skyfall* renverse la perspective sur de très nombreux points, ce qui fait dire à Quentin Tarantino lors de la sortie du film que « Skyfall n'est pas un James Bond ». Bond a vieilli, tout comme son mentor, « M », qui décède à la fin du film : usure d'une série qui cherche de nouvelles

8 Une série cinématographique qui compte désormais 4 opus (1996, 2000, 2005, 2011, 5^e film en tournage en 2013) et qui reprend une série télévisée américaine de 171 épisodes tournés entre 1966 et 1973. Tous insistaient sur la technologie située au cœur du scénario.

recettes, usure d'un héros crépusculaire car somme toute décalé et peu moderne malgré la place grandissante accordée dans ce film aux techniques de traçage géographique. Même le rapport au monde s'est modifié, comme en témoigne la place accordée à Londres et à son Écosse natale.

En 2012, un milliard de touristes ont arpenté le monde. Parmi eux, 15 millions se sont rendus en Thaïlande et certains ont pu admirer « le rocher de James Bond ». Autrefois phénomène rare et donc merveilleux, la découverte du monde est devenue banale et suscite moins de fantasmes. Quoi d'étonnant alors au fait que les images d'Épinal aperçues en arrière-plan de la geste de ce héros polytopique fassent moins rêver ?

serge.bourgeat@wanadoo.fr
catherine.bras@ac-grenoble.fr

Bibliographie

- Blanchard G. (1974). « La galaxie des clichés selon Mac Luhan », *Communication et langages*, vol. 24, n° 24, p. 5-15.
- Bourgeat S., Bras C. (2012). « Le monde de Bond. Mobilité et pratique des lieux chez James Bond », *Vox Geographi*. Les cafés géographiques, 30 avril 2012.
- Brunet R., Ferras R., Théry H. (1995). *Les mots de la géographie*, Belin-Reclus, 2^e éd., 518 p.
- Debarbieux B. (1993). « Du haut lieu en général et du mont Blanc en particulier », *L'Espace géographique*, n° 1, p. 5-13.
- Eco U. (1993). *De Superman au Surhomme*, Grasset, 217 p.
- Hache Bissette F., Bouilly F., Chenille V. (sd) (2007). *James Bond (2) 007, anatomie d'un mythe populaire*. Belin, 397 p.
- Hache Bissette F., Bouilly F., Chenille V. (sd). (2008). *James Bond. Figure mythique*. Ed Autrement, 188 p.
- Mac Luhan M. (1973). *Du cliché à l'archétype. La foire du sens*, trad. D. de Kerckhove. Éd Hurtubise, 234 p.
- Margarito M. (sd). (2000). *L'Italie en stéréotypes. Analyse de textes touristiques*, L'Harmattan. Sémantiques, 178 p.
- MIT 1. (2002). *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, 320 p.
- MIT 2. (2005). *Tourismes 2. Moments de lieu*, Belin, 348 p.
- Staszak J-F. (2008). « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe*, t. 148, p 7-30
- Staszak J-F. (2011). « La fabrique cinématographique de l'altérité. Les personnages de "Chinoises" dans le cinéma occidental », *Annales de géographie*, 2011/6, n° 682, p. 577-603
- Stock M. (2004). « L'habiter comme pratique des lieux géographiques », *EspacesTemps.net Textuel*, 18 décembre 2004, <http://espacestems.net/document1138.html>.
- Stock M. (2005). « Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques », *EspacesTemps.net* – <http://espacestems.net/document1353.html>.
- Wiel O. (2009). « Moi Peau-Rouge, toi Visage Pâle. L'Archétype de l'Indien dans le western américain », Critikat.com.