

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'EXPÉRIENCE CULINAIRE DES VOYAGEURS EN THAÏLANDE COMME  
VECTEUR D'INFLUENCE ET DE CHANGEMENT DES PERCEPTIONS  
CULTURELLES

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
JESSICA DUQUETTE

SEPTEMBRE 2017

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Le mémoire que vous vous apprêtez à lire constitue le point culminant et marquant de l'accomplissement de ma scolarité, puisqu'il incarne à lui seul l'achèvement de mes trois années de maîtrise universitaire. La réalisation de ce mémoire a été pour moi un long voyage de sensations fortes, tantôt agréables, tantôt pénibles, mais toujours constructives. À ce processus laborieux, qui a demandé rigueur, patience et détermination de la part de l'apprentie-chercheuse que je suis, se greffe maintenant un sentiment de fierté et une impression d'accomplissement incroyables. Le dépôt de ce mémoire s'accompagne donc d'une panoplie d'émotions et d'un sentiment de douce libération. Bien évidemment, ce document n'aurait su voir le jour sans l'aide précieuse de plusieurs personnes, que je vais citer à l'instant.

Tout d'abord, je tiens à manifester toute ma gratitude à mon Directeur de maîtrise, M. Gaby Hsab, qui par sa sagesse infuse, sa grande disponibilité et ses précieux conseils, a su m'insuffler l'inspiration et l'énergie nécessaires à la réalisation de ce mémoire. Gaby, merci de m'avoir fait confiance et de m'avoir permis de progresser à mon rythme dans cette aventure académique de longue haleine.

Je souhaite ensuite remercier les deux professeurs membres de mon jury, soit Mme Christine Thoër et M. Vincent Fournier, pour leurs commentaires constructifs et leur écoute attentive. Leurs judicieuses recommandations m'ont amenées à pousser plus loin mes réflexions et ainsi à parfaire mon travail.

Je désire également adresser une petite pensée aux professeurs Michèle-Isis Brouillet et Christian Agbobli, qui tout au long de mon parcours universitaire de premier cycle m'ont inspiré et donné envie de poursuivre mes études au cycle supérieur.

De plus, la réalisation de ce mémoire n'aurait pu voir le jour sans l'appui incommensurable de mes parents adorés. Maman, Papa, merci de m'avoir permis de réaliser ce rêve d'études supérieures. Grâce à votre soutien affectif, moral et financier, l'accomplissement de cette maîtrise a pu devenir réalité. Je vous en serai éternellement reconnaissante!

Par la suite, ces remerciements s'avèreraient incomplets sans une mention toute spéciale adressée à mon compagnon de vie. Nicolas, malgré l'océan qui nous sépare, tu as toujours su me soutenir, me transmettre ton énergie positive et me fournir la force de continuer. Tes encouragements ont constitué un baume pour le cœur lors de ce long parcours parfois fastidieux. Merci pour tout!

Je désire également adresser un *grazie mille* tout particulier à mes chères amies, Cynthia, Laurence, Maripier et Mélissa, pour ne nommer que celles-ci, qui ont su me motiver tout au long de ce périple parfois ardu et qui m'ont fait retrouver le sourire dans mes moments de faiblesse. Je tiens aussi spécialement à saluer mes collègues de classe qui ont vécu cette aventure à mes côtés. Pouvoir s'entraider les uns les autres et nous soutenir mutuellement m'a énormément aidé à progresser dans mon travail.

Finalement, je remercie du fond du cœur les trois participants à cette recherche qui ont bien voulu partager avec moi leur expérience culinaire en Thaïlande. Chers amis, ce projet n'aurait pu voir le jour sans votre précieuse collaboration. Merci de votre générosité, de votre disponibilité et de m'avoir accordé votre confiance en me racontant vos récits de voyage. Vous m'avez beaucoup touchée et inspirée.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ .....	vii
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE I	
PROBLÉMATIQUE .....	6
1.1 Le voyage .....	6
1.2 La culture .....	7
1.3 La place de l'alimentation dans la culture .....	9
1.4 Le contexte actuel .....	10
1.5 Le choix de la culture culinaire thaïlandaise.....	16
1.6 Nos objectifs .....	17
1.7 Nos questions de recherche.....	17
1.8 La pertinence sociale, scientifique et communicationnelle .....	18
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE .....	19
2.1 De la culture à la culture culinaire .....	19
2.1.1 Le rôle symbolique de la culture culinaire.....	22
2.1.2 Le rôle d'identification de la culture culinaire.....	25
2.2 L'hybridité .....	26
2.3 L'altérité.....	28
2.4 L'exotisme .....	30

## CHAPITRE III

DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE .....	32
3.1 L'approche qualitative .....	32
3.2 La stratégie de recherche : les approches narratives .....	33
3.3 La méthode de recherche : les entretiens semi-dirigés thématiques .....	34
3.4 Les aspects techniques du terrain.....	35
3.4.1 L'observation de nature ethnographique.....	35
3.4.2 L'échantillon de recherche et le recrutement des participants.....	37
3.4.3 L'organisation des entretiens .....	39
3.5 Les modalités d'analyse .....	41
3.6 Les dimensions éthiques de la recherche .....	42

## CHAPITRE IV

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	43
4.1 La contextualisation et les circonstances du voyage.....	43
4.2 Rapport à la culture culinaire thaïlandaise.....	44
4.2.1 Avant.....	44
4.2.2 Pendant.....	46
4.2.3 Après .....	61
4.3 Rapport aux thaïlandais.....	63
4.3.1 Avant.....	63
4.3.2 Pendant.....	65
4.3.3 Après .....	68
4.4 Rapport à la culture thaïlandaise.....	73
4.4.1 Avant.....	73
4.4.2 Pendant.....	74

4.4.3 Après.....	79
4.5 Rapport à leur propre culture.....	81
4.5.1 Avant.....	81
4.5.2 Pendant.....	81
4.5.3 Après.....	84
CHAPITRE V	
ANALYSE DES RÉSULTATS.....	88
5.1 Mise en lien avec nos concepts.....	88
5.1.1 Ce que nous apprenons sur la culture culinaire.....	89
5.1.2 Ce que nous apprenons sur l'hybridité.....	92
5.1.3 Ce que nous apprenons sur l'altérité.....	94
5.1.4 Ce que nous apprenons sur l'exotisme.....	98
5.2 Retour sur notre recherche.....	101
5.2.1 Réponses à notre question principale.....	102
5.2.2 Réponses à nos sous-questions.....	104
5.2.3 Atteinte de nos objectifs?.....	108
CONCLUSION.....	111
APPENDICE A – Lettre de renseignements.....	116
APPENDICE B – Tableaux des dimensions retenues et guide d'entretien.....	117
APPENDICE C – Formulaire de consentement.....	119
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	123

## RÉSUMÉ

Dans ce projet, nous désirions étudier l'expérience culinaire des voyageurs en Thaïlande comme vecteur d'influence et de changement des perceptions culturelles. Considérant que la nourriture est au cœur des pratiques culturelles des peuples et qu'à travers les aliments utilisés, les techniques de préparation et les habitudes alimentaires, nous pouvons entrevoir un système de significations, il nous est alors possible d'appréhender une communication par la nourriture. Nous nous questionnons ainsi sur comment l'expérience culinaire en Thaïlande permet-elle aux voyageurs d'influencer ou de changer leurs perceptions culturelles? Plus spécifiquement, nous nous penchons sur trois aspects ayant retenus notre attention, tels que les représentations de l'Autre et de soi, les rapports communicationnels, et l'expérience altéritaire. Nous avons entrevu notre sujet de recherche à travers le contexte actuel comprenant les notions de mondialisation, d'hybridité, d'altérité et d'Orientalisme.

Afin d'y parvenir, nous avons retenu une approche qualitative et nous avons mené des entretiens semi-dirigés narratifs et thématiques avec trois personnes ayant voyagé en Thaïlande au cours des cinq dernières années. Leurs propos ont porté sur les trois phases de leur voyage, c'est-à-dire avant, pendant et après celui-ci. Nous désirions mettre l'emphase sur l'évolution de leurs perceptions culturelles durant ces trois périodes et constater si des changements se sont opérés au fil du temps. Ce projet vise à apporter un approfondissement supplémentaire sur les phénomènes représentatifs, interactionnels et altéritaires liés à l'expérience culinaire en voyage, ainsi qu'à fournir une meilleure compréhension des dynamiques interactionnelles survenant durant un voyage en Thaïlande.

Cette étude exploratoire nous a permis de faire ressortir de multiples constats quant à l'influence de l'expérience culinaire sur les perceptions des voyageurs. Néanmoins, ce sujet étant excessivement complexe, nous avons constaté que nous n'avons pu répondre à notre question de recherche que de manière partielle. Nous pensons que cette recherche puisse participer à la contribution des savoirs et qu'en ce sens, elle puisse avoir permis de « mettre la table » pour des investigations futures plus poussées.

**Mots-clés :** Expérience culinaire, Thaïlande, culture culinaire, altérité, exotisme, hybridité, perceptions culturelles.

## INTRODUCTION

Les baobabs, avant de grandir, ça commence par être petit.

Antoine de Saint-Exupéry,  
*Le Petit Prince.*

### **Motivations de recherche**

Au cours de ma vie, les nombreux voyages que j'ai réalisés m'ont sans cesse amenée à me questionner sur moi-même, à me redéfinir, à me positionner par rapport aux autres, et à vouloir en apprendre davantage sur les diverses cultures. Lorsque je voyage, je suis interpellée par différents attraits des pays visités, tels que la langue parlée, le patrimoine architectural et archéologique, le mode de vie des habitants et les traditions culinaires. Je dois avouer que j'ai un faible pour ce dernier élément, puisque découvrir la cuisine locale s'avère être ma priorité lorsque je pars à l'aventure. J'éprouve un réel plaisir à goûter les mets d'un pays visité, qu'ils soient traditionnels ou modernes, élaborés ou simples. J'ai d'ailleurs constaté avec les années que ces expériences vont au-delà du simple plaisir gustatif et gastronomique, mais qu'elles impliquent également une manière d'entrer en contact avec la culture du pays en question.

Ayant eu l'intention de m'inscrire à la maîtrise en communication, j'ai alors pensé qu'il serait ingénieux de me pencher plus sérieusement sur le sujet en effectuant une recherche sur les expériences culinaires à l'étranger. L'idée, qui s'est par la suite concrétisée, m'est surtout venue de deux sources. Ma première inspiration provient de

la lecture d'un ouvrage de Jean-Claude Kaufmann (2005). Dans son œuvre « Casseroles, amour et crises : ce que cuisiner veut dire », celui-ci traite, d'une manière fort intéressante, de la construction identitaire existant autour des repas dans le cadre de relations conjugales et familiales. Cet ouvrage m'a amené à concevoir *la table* comme un endroit régissant les moments de la vie des individus. L'analyse de Kaufmann m'a interpellée, puisque j'ai réalisé à cet instant que les thèmes du quotidien, qui peuvent sembler banals à première vue, constituent également des sujets pertinents à traiter et à approfondir. Cet auteur m'a amené à repenser ma conception du repas et à revoir sa place dans l'univers des relations interpersonnelles et sociales. À partir de cet instant, je me suis mise à entrevoir d'un autre œil les expériences culinaires que j'ai vécues à l'étranger.

Ma seconde inspiration, découlant directement de ma première, provient ainsi d'une remémoration de plusieurs expériences personnelles vécues en voyage et étant en lien avec la nourriture. Quelques exemples assez éloquents sont reliés à mon immersion linguistique d'une durée de six mois ayant pris place dans la jungle amazonienne au Pérou. Durant mon séjour, où je vivais dans une famille d'accueil péruvienne, j'ai été amené à partager *leur table* au quotidien. J'ai alors été confronté à des différences et à des nuances de divers ordres. Tout d'abord, certains aliments consommés tels que des insectes, des abats ou des aliments exotiques (serpents, tortues, crocodiles) relevaient pour moi de l'étrangeté. De plus, certaines parties d'un animal étaient très prisées de ma famille péruvienne alors que je ne considérais pas pour ma part ces options comme relevant du « *mangeable* ». Le cerveau et les pattes de poulet en sont de bons exemples. Les membres de ma famille d'accueil consommaient également tout ce qui s'avérait comestible dans un morceau de viande. Après avoir mangé leur cuisse de poulet, il ne restait plus qu'un court bout d'os d'environ trois centimètres. Ils mangeaient la viande, le cartilage et grugeaient l'os. Ma notion de « gaspillage » à table a alors été ébranlée

et redéfinie mentalement par la suite. Aussi, les façons d'exposer la viande au marché, soit en laissant le plus possible l'animal en entier, me semblaient très différentes des usages dans mon pays, où l'on tente au contraire d'emballer le produit en différents morceaux, de manière à rendre l'animal méconnaissable. Également, leur manière de consommer de l'alcool en groupe, soit en faisant tourner une grosse bouteille de bière et un seul petit verre entre les mains de chaque personne m'a aussi surprise.

Ces exemples mentionnés ne constituent qu'une infime partie des éléments qui ont attiré mon attention durant ce voyage concernant mes expériences culinaires au Pérou. Tout cela m'a amené à me questionner sur ma façon d'être et sur ma façon de percevoir l'Autre. Tout comme Laplantine (1995 :170), ces expériences m'ont surprise puisque « ces conduites [ont remis] en question *ma* propre culture. » L'objectif de ce mémoire est donc d'explorer l'expérience culinaire sous l'angle d'une expérience culturelle, notamment en analysant la manière dont se traduit la communication à travers celle-ci, en mettant en lumière l'expérience de l'altérité, et en étudiant les représentations et les perceptions de sa culture et de celle de l'Autre.

Le contexte de mon mémoire étant posé, je poursuivrai dorénavant l'écriture en employant le « nous », de manière à m'insérer davantage dans une démarche académique, celle-ci étant marqué par l'apport des réflexions et propos de plusieurs auteurs consultés.

### **Présentation des chapitres**

Dans le premier chapitre, nous entamerons notre réflexion avec l'idée du voyage, ce contexte impliquant la rencontre altéritaire et permettant aux voyageurs d'être exposés à la culture d'autrui. Les notions très globales de la culture seront ainsi formulées afin

de nous pencher plus concrètement sur la place de l'alimentation dans la culture. Nous ancrerons ensuite cette culture culinaire dans le contexte actuel en incluant les influences de la mondialisation, de l'hybridité, de l'altérité ainsi que de l'Orientalisme. Nous expliquerons par la suite notre choix pour la culture culinaire thaïlandaise et fixerons les trois objectifs visés dans le cadre de ce projet. Nous dévoilerons également nos questions de recherche, ainsi que la pertinence sociale, scientifique et communicationnelle de cette recherche.

Dans le second chapitre, de façon à mieux appréhender les notions employées dans ce projet, nous exposerons notre cadre théorique de manière à délimiter notre recherche et étayer nos propos. Nous commencerons par une brève description de la notion de culture dans le simple but de nous situer globalement. Ainsi, nous n'appréhenderons pas la culture sous forme de concept, mais plutôt comme un guide nous permettant de mieux concevoir et comprendre la notion de culture culinaire. Nous décrirons alors plus spécifiquement le concept de culture culinaire, en abordant son rôle symbolique ainsi que son rôle d'identification. Nous étayerons également les descriptions des trois autres concepts utilisés, à savoir l'hybridité, l'altérité et l'exotisme.

Les choix de notre méthodologie nous permettant d'effectuer une recherche rigoureuse seront présentés dans le troisième chapitre. Tout d'abord, nous étayerons les raisons du choix de l'approche qualitative. Nous décrirons ensuite notre stratégie de recherche, à savoir les approches narratives. Puis, nous évoquerons la méthode utilisée, soit les entretiens semi-dirigés thématiques. Par la suite, nous mentionnerons les aspects techniques du terrain. Nous expliquerons brièvement notre stage personnel en Thaïlande ayant impliqué de l'observation de nature ethnographique. Nous élaborerons également sur la composition de notre échantillon ainsi que sur l'organisation des

entretiens. Finalement, nous spécifierons les modalités d'analyse de la recherche, ainsi que les dimensions éthiques y étant rattachées.

Dans le quatrième chapitre de présentation des résultats, nous commencerons par une mise en contexte du voyage en Thaïlande effectué par les trois participants, en détaillant les circonstances de leur périple afin de mieux nous situer. Nous ferons la même chose avec notre propre stage de nature ethnographique en Thaïlande. Une fois ces bases posées, nous présenterons les résultats obtenus découlant des entretiens semi-dirigés thématiques avec les participants ainsi que quelques-unes de nos observations personnelles relatives à notre stage. Ces résultats seront présentés selon les quatre thèmes qui nous intéressent, à savoir le rapport des participants à la culture culinaire thaïlandaise, leur rapport aux Thaïlandais, leur rapport à la culture thaïlandaise ainsi que leur rapport à leur propre culture. Chaque thème sera abordé suivant le mode « avant-pendant-après » le voyage en Thaïlande.

Dans le cinquième chapitre, nous procéderons à une analyse transversale en mettant en relation les données issues du terrain et les concepts théoriques du chapitre 2, à savoir la culture culinaire, l'hybridité, l'altérité et l'exotisme. Suite à cette interprétation des résultats, nous tenterons de répondre à notre question de recherche principale ainsi qu'à nos sous-questions, tout en vérifiant si nous avons pu atteindre nos objectifs. En guise de conclusion, nous soulignerons les forces et les limites de notre projet et nous terminerons sur des questions d'ouverture.

## CHAPITRE I

### PROBLÉMATIQUE

L'homme ne pourra jamais cesser de rêver. Le rêve est la nourriture de l'âme comme les aliments sont la nourriture du corps.

Paulo Coelho,  
*Le Pèlerin de Compostelle.*

Dans ce premier chapitre, nous verrons le cheminement des idées qui nous mènent vers notre objet d'étude. Tout d'abord, les différents thèmes liés à notre sujet seront exposés pour dresser le portrait global de notre recherche. Ensuite, les objectifs que nous visons seront présentés, tout comme notre question de recherche principale et nos sous-questions. Finalement, la pertinence sociale, scientifique et communicationnelle sera étayée.

#### **1.1 Le voyage**

De tous les temps, le voyage a fait rêver les hommes. Depuis les récits d'expéditions des grands explorateurs (Christophe Colomb, Fernand de Magellan, Marco Polo), aux écrits de Jules Verne (*Le tour du monde en quatre-vingts jours*, *Voyage au centre de la terre*), ou bien des voyages spirituels de Paulo Coelho (*L'alchimiste*, *Le pèlerin de Compostelle*), aux expéditions rocambolesques de Mike Horn (*Latitude zéro*), le voyage constitue un thème inlassablement abordé et renouvelé sous plusieurs formes.

Mais qu'est-ce que le voyage? Comment le définir? Dans son ouvrage *Désirs d'Ailleurs* (2004), Franck Michel évoque que le voyage constitue le moment où nous

nous défaisons de nos certitudes. Pour lui (Idem : 19), « le voyage, c'est réapprendre à douter, à penser, à contester. En abolissant les frontières de l'inconnu, le voyage, c'est oser défier la banalité du quotidien, le confort rassurant, les habitudes séculaires». Selon Cazalais (1993 : 19), le voyage est teinté de deux pulsions, soit « de la soif de nouveau et d'inconnu tout autant que des réserves de quitter le réseau sécurisant des habitudes quotidiennes ». Ainsi, le voyage peut être à la fois nécessaire et déstabilisant. Celui-ci nous ouvre les portes de l'inconnu et nous fait grandir de son contact. Car effectivement, le voyage implique la rencontre altéritaire. Comme le mentionne Michel (2004 : 19), « le voyage, c'est le passage de soi à l'autre, le pont d'un monde à l'autre ». Selon lui, le désir du voyageur d'accéder à l'ailleurs et à l'Autre est aussi essentiel que le dépassement de soi survenant à la suite dudit périple.

De plus, grâce aux technologies et aux modes de transport modernes, il y a eu une modification du rapport à l'accessibilité du voyage. Comme le souligne Cazalais (1993), « avec la réduction des temps de transport, la distance a maintenant moins d'importance qu'il n'y paraît [...] ». Le voyage, plus que jamais à la portée de tous, continue de constituer un défi. Franck Michel (2004 :20) évoque d'ailleurs qu' « un voyage- comme le voyage- n'est jamais simple ». Selon lui (Idem : 319), « le voyage fascine et propose une ouverture au monde grâce à la rencontre- même difficile et partiellement illusoire- avec d'autres lieux, d'autres cultures, d'autres hommes. » En ce sens, il nous semble juste d'énoncer que l'expérience du voyage permette en quelque sorte au voyageur d'avoir accès à la culture du pays visité.

## **1.2 La culture**

Lorsque les gens voyagent, ils sont exposés à la culture du pays visité. Comme toutes les sociétés humaines possèdent une culture, le fait de les côtoyer ou de se trouver dans

leur pays permet d'entrevoir certains pans de celle-ci. Clifford Geertz (1973 :49) écrivait : « sans hommes, pas de culture, évidemment; mais également, et plus significativement, sans culture, pas d'hommes ». Tzvetan Todorov (2008) reprend cette idée en écrivant que pour accéder à sa pleine humanité, l'individu nécessite des règles, des traditions et des normes transmises de génération en génération. Selon lui, la culture résulte d'une construction créée de toute pièce par les membres de la société en question. Todorov (2008 :91) mentionne que ces représentations « résultent de choix et de combinaisons qui auraient pu être autres. » Pour sa part, Augé (1994 :85) reprend la définition de James Clifford, stipulant que la culture constitue un échange ouvert et inventif de sous-cultures tant accessible aux initiés qu'aux gens étant extérieurs à celle-ci. Ainsi, par son passage, le voyageur a accès à certains éléments visibles de la culture, tels que la tenue vestimentaire, la gastronomie, l'architecture, etc. En visitant le pays plus longuement, le voyageur pourrait sans doute accéder à des bribes de la culture plus profonde, telles que les valeurs et les notions de liberté, d'égalité, de hiérarchie, de bien et de mal, de temps, d'espace, etc.

La culture est donc complexe et problématique. Elle laisse place à des oppositions et à des contradictions dues à son caractère propre, soit sa vulnérabilité et sa malléabilité. Selon Augé (1994), la culture intègre aussi deux axes, soit l'identité, renvoyant aux appartenances à un groupe par rapport à ses diverses façons de s'identifier, et l'altérité, renvoyant aux catégories de la même et de l'autre pouvant être individuelles ou collectives. D'ailleurs, Claude Fischler (2001 :88) croit que les individus faisant partie d'une même culture partagent tous le fait d'y faire référence implicitement et de pouvoir s'y repérer. Le conteur québécois Fred Pellerin (2016) va aussi dans ce sens à travers sa définition personnelle, en mentionnant que la culture constitue « l'ensemble des codes, des usages, des règles qui font qu'on peut vivre ensemble, qu'on se rejoint,

qu'on se rencontre, qu'on se reconnaît [...] ». Donc, en voyageant, on s'expose à la culture de l'Autre ainsi qu'à sa propre culture.

### **1.3 La place de l'alimentation dans la culture**

Mais qu'en est-il de la place de l'alimentation dans la culture? Comme nous le savons, la nourriture occupe une place importante dans nos vies. Comme le stipule Fischler (2001 :10), « nos sociétés secrètent probablement plus de discours sur la nourriture qu'aucune autre n'en a jamais produit », que ce soit au sujet de la nutrition, des régimes, de la santé, des recettes, des diètes ou de la gastronomie. La nourriture constitue un sujet d'actualité très prisé et pour cause, celle-ci joue un rôle important dans la culture. En effet, tout le monde doit manger! Ainsi, lorsque les voyageurs sont à l'étranger, ceux-ci sont inévitablement exposés aux pratiques culinaires et aux habitudes alimentaires locales. Montanari (2010 :129) considère que la nourriture est la première porte d'accès aux différentes cultures puisqu'il s'avère plus facile de manger de la nourriture locale que d'apprendre la langue du pays visité. Cet auteur (Idem : 111) entrevoit la nourriture comme étant une « réalité délicieusement culturelle », puisque celle-ci n'a pas seulement trait à l'ingestion de substances nutritives, mais également aux divers procédés sociaux régissant son absorption. Fischler (2001 :9) évoque d'ailleurs que le fait de se nourrir est non seulement vital, mais constitue également un acte « intime ». « “Nous sommes ce que nous mangeons”; à tout le moins, ce que nous mangeons devient nous-mêmes. »

Ainsi, la nourriture va au-delà de la simple absorption d'aliments. Celle-ci revêt un rôle symbolique et identificateur, que nous examinerons aux sections 2.1.1 et 2.1.2. Donc, comme la nourriture est au cœur des pratiques culturelles des peuples, celle-ci semble pouvoir permettre la communication d'informations aux voyageurs visitant un pays

donné. Mais pour cela, il faut toutefois prendre en considération certains aspects du contexte actuel dans lequel les voyageurs sont plongés.

#### **1.4 Le contexte actuel**

En effet, il s'avère crucial de tenir compte de différents paramètres du contexte actuel pour mieux appréhender la situation. Tout d'abord, la mondialisation ne peut être mise de côté. Comme le souligne Appadurai (2015), le XXe siècle se caractérise par la transformation des paysages de l'identité de groupe (ethnoscapes) au niveau de la reproduction de la société, du territoire et de la culture. Il écrit (2015: 91) : « Désormais, les groupes ne sont plus étroitement territorialisés, ni liés spatialement, ni dépourvu d'une conscience historique d'eux-mêmes, ni culturellement homogènes. » En effet, Appadurai (Idem :92) affirme que les ethnoscapes sont aujourd'hui "interactifs" et qu'il faut les concevoir comme tels. Dans la préface de son livre, Marc Abélès (in Appadurai, 2015 :18) affirme que le concept d'ethnoscape « vise à offrir une perspective dynamique sur des identités en constante réélaboration. » Ainsi, en voyageant, les voyageurs ne sont pas confrontés à un bloc culturel statique, mais à une ou des cultures en mouvements. Saïd (2000) soutient cette idée en mentionnant qu'il est impératif de tenir compte des modifications constantes du monde actuel pour bien l'appréhender. Il écrit:

Ignorer ou négliger l'expérience superposée des Orientaux et des Occidentaux, l'interdépendance des terrains culturels où colonisateurs et colonisés ont coexisté et se sont affrontés avec des projections autant qu'avec des géographies, histoires et narrations rivales, c'est manquer l'essentiel de ce qui se passe dans le monde depuis un siècle. (p.23)

De ce fait, les voyageurs sont constamment exposés aux modifications, aux échanges ainsi qu'aux influences ainsi occasionnés au niveau mondial. Michel (2004 :314) affirme d'ailleurs qu'« on voyage désormais dans la mondialité. Le voyageur se voit happé par la globalisation et d'aucuns circulent et se déplacent sur la planète comme d'autres font leurs courses au supermarché. » Il ajoute également que « l'accès désormais quasi généralisé aux moindres recoins de notre planète, devenue cet étrange village global, n'offre pas sans conditions les clés pour saisir la complexité et la richesse du monde». (Idem : 20) Les effets de la mondialisation font donc en sorte que les voyageurs sont exposés à un grand nombre d'échanges et de rencontres entre les différentes cultures et les divers pays du monde.

Ensuite, cette interactivité sociétale, territoriale et culturelle mène vers une hybridité grandissante. Pour Peter Burke (2009), il y a de l'hybridité culturelle dans tout, que ce soit au niveau des religions, de l'architecture, des artefacts, des langues, des philosophies, ou des cuisines. Selon lui, les formes hybrides ne se révèlent pas suite à une seule rencontre, mais sont plutôt le produit d'une multitude d'échanges et de rencontres entre cultures. Les voyageurs, de par leurs déplacements, contribuent à accroître cette hybridité. Ceux-ci peuvent être influencés par certaines pratiques, mentalités, valeurs adoptées dans le pays visité, mais l'inverse est également possible, soit l'influence des voyageurs sur les locaux. Cazalais (1993 :21) considère que « le voyage est une invitation au partage : partage des expériences, des étonnements, des façons de sentir et de faire. » Massimo Montanari (2010) va dans ce sens, en affirmant que :

Les identités culturelles ne sont pas des réalités métaphysiques [...] et ne sont pas non plus inscrites dans le patrimoine génétique d'une société, mais se modifient et se redéfinissent incessamment en s'adaptant à des situations toujours nouvelles déterminées par les contacts avec des cultures différentes. (p.130)

Cheng (2011) fournit d'ailleurs des exemples en lien avec la cuisine chinoise aux États-Unis. En désirant conquérir le marché nord-américain, les restaurateurs chinois ont dû adapter leur cuisine et ont ainsi créé des plats hybrides, tels que les eggrolls, le chopsuey et le chow mein, plus susceptibles de plaire aux américains. (Idem : 202). Burke (2009) ajoute que les traditions culturelles sont comparables à des sites en construction, puisqu'elles sont en constant façonnement, même si les gens et les groupes qui y prennent part le constatent ou non.

Par la suite, ces phénomènes actuels nous confrontent ainsi davantage à l'Autre. Cette rencontre avec autrui, nommée « l'altérité », est d'ailleurs inévitable lors du voyage et fait partie du processus d'identification. Todorov (1995) explique que l'être humain a un besoin fondamental de reconnaissance. Celui-ci ne pouvant être comblé que par la présence de rapports sociaux avec les autres. Comme il l'écrit si bien (Idem : 78), « l'homme *vit* peut-être d'abord dans sa peau, mais il ne commence à *exister* que par le regard d'autrui ». Pour Fabian (2006 : 305), « parler des autres, c'est parler de nous-mêmes. » D'ailleurs, Jean-Paul Sartre (1990) évoque que le rapport que nous entretenons avec les autres permet un reflet de nous-mêmes. Sa célèbre pièce de théâtre « *Huis clos* » nous permet de dégager le constat stipulant que c'est à travers l'altérité que l'on perçoit sa propre personne. En effet, nous prenons conscience de notre propre conception du monde en étant confronté à celle des autres. L'altérité renvoie donc à notre façon d'interagir avec les autres et de nous percevoir à travers cette rencontre. Cazalais (1993 : 21) spécifie qu'« en allant voir ailleurs, les voyageurs sont confrontés, par voie de comparaison, à d'autres conceptions du monde et conséquemment à une mise en question, sinon à une mise en doute de leurs propres conceptions et valeurs ». C'est donc dire que les voyageurs (re)découvriront leur propre culture au contact de celle de l'Autre.

De plus, comme l'explique M. German (2011 :148), pour pouvoir énoncer un « nous », il doit obligatoirement exister un « eux ». Le fait d'associer des traditions à une communauté donnée implique forcément que les autres communautés ne partagent pas les mêmes us et coutumes. Lorsque l'on porte attention aux pratiques et aux habitudes de l'Autre, c'est forcément parce qu'elles nous intriguent, parce qu'elles font du sens sur le plan des différences, puisqu'elles sont distinctes de ce que l'on connaît. Par extension, cela parle de nous-mêmes. Cela fait écho à notre identité, tout comme à la leur. Comme le mentionne Fabian (2006 :310), nous avons « besoin de l'altérité dans nos tentatives de nous affirmer et de nous comprendre nous-mêmes. » Affergan (1987 :46) ajoute que l'altérité, par contraste, joue en quelque sorte « le rôle d'éclairage de sa propre culture. » Dans le cadre d'un voyage, il nomme ce phénomène de découverte de soi à travers l'Autre le « versant endotique du voyage ». (Idem : 13)

Pour Poulain (1997 :115) : « s'il est un domaine du quotidien dans lequel la rencontre de l'altérité surprend, bouscule, atteignant parfois l'insoutenable, c'est bien l'alimentaire. » Selon lui (Idem : 128), « l'acte alimentaire est fondateur de l'identité collective et, du même coup, de l'altérité. » Car en effet, la découverte d'une autre culture culinaire permet au voyageur, par contraste, de déceler et de mieux comprendre certaines nuances de sa propre culture alimentaire. De manière à capter toute la complexité de l'Autre, Affergan (1987) croit qu'une mise de côté de ses repères est nécessaire à la saisie de l'altérité. Pour lui (Idem : 44), la rencontre avec l'Autre peut être risquée, puisqu'elle suppose « une destruction ou pour le moins un abandon du temps et de l'espace identitaires et l'acceptation d'un renversement total des valeurs. » Toutefois, pour Todorov (1989), nul n'est besoin d'arrêter d'être soi pour concevoir l'autre. Selon lui, l'expérience altéritaire et exotique est une réalité.

Toutefois, il est important de souligner que notre rencontre avec l'Autre est teintée par ce qu'Edward Saïd qualifie d'Orientalisme. Saïd (2005) entrevoit différentes définitions complémentaires pour ce seul terme, ce qui renvoie à la complexité et à la richesse de ce concept. Selon lui (Idem : 141), l'Orientalisme est conçu comme « une discipline par laquelle l'Orient était (et est) systématiquement abordé, comme sujet d'étude, de découverte et de pratique. » L'Orientalisme renvoie aussi à une « collection de rêves, d'images et de vocabulaires dont dispose celui qui essaie de parler de ce qui se trouve à l'est de la ligne de partage. » (Ibidem) Il y a donc une distinction significative entre l'Est et l'Ouest, entre l'Orient et l'Occident. Ainsi, il faut comprendre l'Orientalisme comme étant « une école d'interprétation dont le matériau se trouve être l'Orient. » (Idem : 350) On peut alors comprendre que l'Occident pose un regard et forme une critique à l'égard de l'Orient, et non le contraire. Saïd (Idem : 352) appréhende également l'Orientalisme comme « une doctrine politique imposée à l'Orient », puisque ce dernier était moins puissant que son rival. Or, compte tenu de sa position subordonnée, l'Orient est devenu « un système de représentations », utilisé par l'Occident pour diverses raisons. (Idem : 349) Selon Saïd, il est impossible de l'éviter.

Saïd (2005 :12) conçoit le concept de l'Orientalisme comme une « vision faussée de l'Autre ». Celle-ci donne lieu à des généralisations et à des clichés. Il s'agit en effet de « stéréotypes raciaux, idéologiques et impérialistes ». (Idem : 528) Ceux-ci sont réunis sous des étiquettes très larges et vagues. Ces représentations décrivent plutôt des « entités artificielles » que de réelles personnes, puisque les orientalistes les préfèrent aux individus. (Idem : 274) Cette vision du monde constitue ainsi un assortiment de « contraintes et limites de la pensée. » (Idem : 91) Il est toutefois important d'apporter une nuance : pour Saïd (Idem : 30), « rien de cet Orient n'est pourtant purement imaginaire. » Il s'agit bien de la vision de l'Occident sur celui-ci. Saïd (Idem : 511) soutient également que les représentations de l'Orientalisme sont des mythes, en ce

qu'ils ne cherchent pas à analyser une situation, mais persistent à faire comme s'ils l'avaient fait. Celles-ci engendrent une certaine fatalité, en demeurant dans un système clos « qu'aucune donnée empirique ne peut ni déloger ni modifier. » (Idem : 136) En outre, « l'orientaliste confirme l'Orient aux yeux de ses lecteurs; il ne cherche jamais, ne souhaite jamais ébranler des convictions déjà solides. » (Idem : 128) Cela engendre une sorte d'image « immuable » de l'Orient. (Idem : 178) Cette conception statique empêche donc à l'Orient d'être défini autrement. Les représentations de l'Orientalisme engendrent une distanciation entre l'Est et l'Ouest. La classification sommaire entre ce qui est étranger ou non est suffisante pour distinguer les deux groupes. Nous en arrivons ainsi à des jugements comme : « “nous” sommes ceci, “ils” sont cela ». (Idem : 397) Saïd (Idem : 110) nous mentionne que le processus est très simple; « il suffit de tracer ces frontières dans notre esprit, ainsi “ils” deviennent “eux”, et leur territoire comme leur mentalité sont désignés comme différant des “nôtres”. » Ainsi, le pouvoir symbolique des représentations de l'Orientalisme est puissant.

Cet Orientalisme engendre une relation de pouvoir et de domination. Comme Todorov l'indique dans la préface de l'ouvrage de Saïd (2005 :22), l'homme a tendance à considérer « son propre cadre de référence comme étant unique » et à dénigrer les gens qui ne sont pas inclus dans celui-ci. À travers sa thèse, Saïd (Idem : 91) reflète clairement le ressenti de la « supériorité occidentale » et de l' « infériorité orientale ». En effet, « que l'orientalisme ait le moindre sens dépend plus de l'Occident que de l'Orient. » (Idem : 60) Cette affirmation est logique, puisque c'est l'Occident qui définit l'Orient et non l'inverse. Bien entendu, nous ne parlons jamais d'« occidentalisme ». (Idem : 104) Ainsi, Saïd (Idem : 46) traduit cela par une « volonté ou [une] intention [de l'Occident] de comprendre, parfois de maîtriser, de manipuler, d'incorporer » des concepts sur l'Orient. Dans tous les cas, il s'agit toujours d'un « échange inégal ». (Ibidem)

Saïd (Idem : 30) affirme que le concept d'Orient a pu rendre possible une description de l'Occident « par contraste ». Selon lui, le discours porté sur l'Orient « a moins de rapports avec l'Orient qu'avec "notre monde". » (Ibidem) Néanmoins, il considère ce système de représentations nécessaire, puisqu'il permet autant à l'Orient qu'à l'Occident de « confirme[r] leurs identités dans cette rencontre ». (Idem : 245) Certains sujets récurrents dans la littérature orientaliste, à savoir « le voyage, l'histoire, la fable, le stéréotype, la confrontation polémique [constituent] les lentilles à travers lesquelles l'Orient est vu et [...] modèlent le langage, la perception [et] la forme de la rencontre entre l'Est et l'Ouest. » (Idem : 117)

Donc, le contexte actuel englobant la mondialisation, l'hybridité, la rencontre altéritaire et l'Orientalisme doivent être pris en compte lorsqu'il est question de considérer l'expérience de la culture culinaire des voyageurs à l'étranger.

### **1.5 Le choix de la culture culinaire thaïlandaise**

Dans le cadre de ce projet, nous nous intéressons plus spécifiquement à la culture culinaire thaïlandaise, notamment aux transformations de la perception des voyageurs qui sont en contact avec celle-ci. Cette dernière nous a semblé riche en histoire, en saveurs, en couleurs et en goûts. Plusieurs ouvrages, dont celui de Mark Wiens (2012), nous ont inspiré et nous ont donné le goût de découvrir cette culture alimentaire. Nous avons également effectué un stage pré-terrain en Thaïlande à l'été 2015, de manière à mieux nous familiariser avec la culture culinaire du pays. Par ailleurs, nous croyons que les expériences culinaires sont l'occasion pour les voyageurs d'être en contact avec l'une des dimensions de la culture d'un pays.

## **1.6 Nos objectifs**

Notre intérêt dans la réalisation de ce projet est de tenter d'appréhender et de comprendre des dimensions culturelles à travers l'expérience de la culture culinaire. Nos objectifs sont de trois ordres. Tout d'abord, nous désirons étudier les représentations et les perceptions de la culture thaïlandaise chez les voyageurs, tout comme de leur propre culture. Ensuite, nous voulons analyser comment se traduit la communication à travers l'acte culinaire. Finalement, nous souhaitons comprendre comment est vécue l'expérience de l'altérité et de la découverte de l'Autre par les voyageurs lors de leur voyage en Thaïlande.

## **1.7 Nos questions de recherche**

À ce niveau, il est pertinent de se demander comment l'accès à l'altérité se traduit concrètement pour des gens voyageant en Thaïlande. Ainsi, nous nous questionnons sur **comment l'expérience culinaire en Thaïlande permet-elle aux voyageurs d'influencer ou de changer leurs perceptions culturelles?** Plus spécifiquement, nous nous pencherons sur trois aspects ayant retenus notre attention. De ce fait, les perceptions de l'autre et de soi, les rapports communicationnels, et l'expérience altéritaire nous intéressent.

De ces thèmes surgissent des sous-questions. Concernant le premier thème, soit les perceptions de l'autre et de soi, nous nous demandons quelles sont les représentations et les perceptions des voyageurs de la culture culinaire thaïlandaise? Celles-ci se modifient-elles, notamment pendant ou après le voyage? Qu'est-ce que cette expérience culinaire leur apprend, par contraste, sur leur propre culture? Par rapport au second thème, soit les rapports communicationnels, d'autres questionnements

apparaissent également. Nous nous interrogeons sur comment s'articulent les interactions entre les voyageurs et les thaïlandais à travers l'expérience culinaire. Finalement, le troisième thème en lien avec l'expérience altéritaire nous amène aussi à nous demander quelles sont les impressions et les sentiments des voyageurs quant à l'expérience altéritaire vécue lors de l'expérience culinaire en Thaïlande? Nous tenterons ainsi de répondre à ces questions à travers ce projet de recherche.

### **1.8 La pertinence sociale, scientifique et communicationnelle**

Cette recherche s'avère pertinente sur trois plans, social, scientifique et communicationnel. Elle est pertinente sur le plan social, puisque la propension au voyage est de plus en plus élevée. En effet, Bourlon et Osorio (2013: 2) écrivent : « le tourisme en tant que phénomène global a atteint et investi les régions les plus reculées, main dans la main avec la mondialisation de l'économie et de la culture. » Compte tenu de cette démocratisation du voyage, notre projet permet de couvrir un phénomène social d'ampleur. Au niveau scientifique, cette recherche pourra permettre d'apporter un approfondissement supplémentaire sur les phénomènes représentatif, interactionnel et altéritaire liés à l'expérience culinaire en voyage. Enfin, l'apport communicationnel de cette recherche est de taille. Les interactions entre le voyageur et l'Autre se retrouvent à plusieurs niveaux. En effet, à travers son expérience culinaire, le voyageur interagit avec plusieurs entités, que ce soit les locaux (en l'occurrence les thaïlandais), les divers éléments culturels, le nouvel environnement, d'autres voyageurs, etc. Ainsi, la pertinence communicationnelle réside dans une meilleure compréhension des dynamiques interactionnelles survenant entre le voyageur et la culture visitée.

## CHAPITRE II

### CADRE THÉORIQUE

Mama always said life was like a box of chocolates, you never know what you're gonna get.

Tom Hanks, *Forrest Gump* (1994).

Dans ce deuxième chapitre, de manière à mieux comprendre les notions employées dans ce projet, nous fournirons des élaborations et des descriptions des théories retenues pour étayer nos propos. Nous aborderons ainsi dans cette section les concepts de culture culinaire, d'hybridité, d'altérité et d'exotisme.

#### **2.1 De la culture à la culture culinaire**

Nous reconnaissons la complexité du concept de la culture et notre but n'est pas de l'étudier ou de le développer, mais plutôt de nous en servir pour mieux comprendre la culture culinaire. Ainsi, nous entendons la culture comme étant un ensemble de traditions, de valeurs et d'idéaux partagés par un groupe donné, à une époque donnée et à un endroit donné. Peter Burke (2009) inclut également à la culture les attitudes, les mentalités, les valeurs et leurs expressions, la symbolisation en artefacts, les pratiques, ainsi que les représentations. Pour Côté (2005), s'inspirant de la définition d'Edward Burnett Tylor émise dans les années 1870, cet ensemble de *patterns*, ceux-ci constitués de pensées, de comportements, de sentiments, de croyances, de modes de production et de reproduction, est lié au comportement et au mode de pensée, et est socialement

appris et partagé par un peuple ou une société à un moment donné. Dans l'avant-propos du livre « *Communication as culture* », G. Stuart Adam (2008 : x), reprend les propos de James Carey stipulant que les humains « utilisent des symboles pour construire une culture dans laquelle ils peuvent vivre ensemble. » Selon la thèse de Carey (2008), la communication fait partie intégrante de la culture. Selon lui, c'est à travers leurs modèles de communication que les individus peuvent déterminer le style de monde dans lequel ils vivent. Le maintien de la société est ainsi rendu possible grâce à un système de représentations et de croyances partagées. (Idem: 15) C'est donc à dire, tel que Todorov (2008) l'exprime, que nos goûts et nos jugements sont relatifs à notre culture ainsi qu'à notre identité. Nous voyons ainsi la culture étant en lien avec l'identité et l'altérité. Selon Marc Augé (1994), la culture et l'identité sont liées et sont en lien avec la réalité individuelle et collective. Pour Saïd (2000), la culture revêt deux sens. Le premier renvoie tout autant au savoir commun qu'aux discours élaborés des érudits, recouvrant tous deux un certain esthétisme et une forme d'autonomie. Cette première catégorie mène vers une constante recherche du plaisir. Le deuxième sens que donne Saïd à la culture est lié à l'élégance et à la volonté de s'élever vers ce qu'il y a de meilleur. En l'occurrence, la culture constitue une source d'identité où l'on entrevoit les nuances entre le « eux », considéré inférieurs selon sa thèse sur l'impérialisme, et le « nous », dont nous sommes habituellement fiers. Ainsi, cela renvoie aux idées précédentes stipulant que la culture est un produit socialement appris et collectivement défendu et revendiqué par des individus.

Toutefois, la culture n'est pas immuable. Nous partageons la conception de la culture d'Augé (1994 :82), inspirée par Clifford Geertz, pour qui celle-ci n'est pas « fixiste » ou « uniformisante » et où peuvent survenir des oppositions et des contradictions entre certains symboles. Autrement dit, la culture bouge et n'est pas statique. Nous concevons donc la culture comme étant relative et n'étant pas constituée d'absolus

immuables. Nous appuyons la vision d'Al-Kharrat (2004) qui la définit plutôt comme étant souple, tolérante, et empreinte d'ouverture au dialogue et au respect de l'autre. Finalement, nous retenons qu'Affergan (In Des Aulniers, 2012) considère la culture comme étant constamment en tension, puisqu'il y a un mouvement entre la cohésion des individus entre eux et leur détachement. Comme l'écrit d'ailleurs Peter Burke (2009: 82), « cultural identities are often defined by opposition. »

De cette culture découle ainsi la notion de culture culinaire. Dans le cadre de ce projet, nous adoptons la vision de Massimo Montanari (2010 :13), pour qui la nourriture est considérée comme culture lorsqu'elle est produite, lorsqu'elle est préparée et lorsqu'elle est consommée. Selon Fischler (2001), chaque culture détient une cuisine spécifique. Nous le rejoignons dans sa définition de la cuisine comme constituant « des représentations, des croyances et des pratiques qui leur sont associées et qui sont partagées par les individus faisant partie d'une culture ou d'un groupe à l'intérieur de cette culture. » (Idem : 32). Ainsi, la culture culinaire implique un ensemble de règles et de classifications concernant autant la préparation que la consommation de la nourriture. Comme le stipule Lévi-Strauss (1958) dans son œuvre sur l'anthropologie structurale, le fait d'arranger et d'organiser sous forme de classifications est de l'ordre de la normalité, même si chaque catégorie contiendra des éléments différents selon les groupes et les cultures. La culture culinaire vue par Fischler (2001) est régie par des classifications culinaires impliquant les tabous alimentaires et les critères de goût, de forme et de texture, ainsi que par des règles culinaires de composition des mets, d'ordre à respecter, de compatibilité d'aliments et de saveurs entre eux, ainsi que de propriétés extrinsèques, telles que le temps, le lieu, et le contexte interpersonnel et social.

Dans cette définition, il nous semble important de tenir compte aussi bien du mangeur, en termes de ses pensées et de ses représentations, que des aliments en question. En

effet, comme le rappelle Fischler (2001 :31) : « tout ce qui est biologiquement mangeable n'est pas culturellement comestible. » Ainsi, il nous paraît justifié, comme le propose Montanari (2010 :67), de considérer le cerveau comme étant « l'organe du goût » plutôt que les papilles gustatives, puisque nous considérons le goût comme subjectif et culturellement imprégné. Fischler (2001 :94) nous rappelle que « les goûts ou aversions innés peuvent être modelés, modulés ou même inversés par l'influence sociale et l'immersion dans une culture donnée. » La consommation du piment constitue un exemple éloquent. Finalement, nous partageons le point de vue de Poulain (1997) qui considère que des apprentissages sociaux importants s'effectuent à travers la culture culinaire, tel que la transmission et l'intériorisation des valeurs d'une société. L'angle de compréhension de l'acte alimentaire dans ce projet n'est donc pas en lien avec son caractère biologique (le besoin de se nourrir pour vivre), mais plutôt avec son caractère symbolique, ainsi qu'avec sa propriété identificatrice, tous deux éléments fondateurs de l'identité d'un groupe.

### 2.1.1 Le rôle symbolique de la culture culinaire

Concernant le caractère symbolique de l'alimentation, il nous apparaît judicieux d'explicitier davantage de quoi il retourne. Tout d'abord, Roland Barthes (2008) considère la nourriture (food) comme un moyen de communication, puisque les aliments utilisés, les techniques de préparation et les habitudes alimentaires font partie d'un système de significations qui sous-tend une communication par la nourriture. Dans le même ordre d'idées, Lévi-Strauss (1964) soutient que les manières de se nourrir font partie d'un système symbolique, puisqu'elles fournissent toute une gamme d'informations sur les modes de vie, les règles et les structures des sociétés en question. Montanari (2010 :112) partage la vision symbolique de la nourriture évoquée par ces penseurs et affirme voir lui aussi « la table comme une métaphore de la vie. » Pour

Todorov (1995 :75), « nous mangeons et buvons ceci ou cela, selon nos traditions ethniques, sociales et familiales, en fonction de la valeur sociale des différents aliments, et en tenant compte des personnes en compagnie desquelles nous nous trouvons. »

Ensuite, Poulain (1997) mentionne que l'acte culinaire est ancré dans un système de représentations puisque chaque culture décide de l'ordre du mangeable en distinguant quel animal et quel végétal est propre à la consommation. Cette catégorisation implicite constitue une règle de conduite pour la société qui la régit. Comme l'indique Fischler (2001), les goûts alimentaires ne proviendraient pas seulement des facteurs biologiques, mais également des facteurs psychologiques, sociaux et culturels. Le dégoût, explique celui-ci, est le résultat de divers problèmes, soit une difficulté de classification mentale des aliments, soit une discordance entre les catégories ou soit une difficulté à identifier les aliments. Ainsi, selon lui (Idem : 77), « le dégoût consiste en une protection biologique reconstruite culturellement. » Pour Lévi-Strauss (1990 :269), les aliments ont un caractère symbolique puisque pour être considérée, la nourriture ne doit pas seulement être comestible, mais aussi être « bonne à penser ».

Anderson (2005) nous rappelle toutefois que peu importe nos classifications mentales des aliments consommables, nos perceptions de ce qui est dégoûtant ou impropre à la consommation peuvent se modifier avec le temps et selon les époques. Il fournit par ailleurs l'exemple des abats aux États-Unis, où le foie, les reins, la langue et le cœur étaient acceptés et servis dans la plupart des restaurants des années cinquante, alors que ce n'est plus le cas aujourd'hui. Fischler (2001) ajoute que les aliments sont chargés de connotations et d'imaginaire. Il étaye à cet effet l'exemple de la tomate et du caviar, le premier évoquant à son avis la fraîcheur, la légèreté et la Méditerranée, alors que le deuxième rappellerait plutôt la festività, la gastronomie et l'excès. De plus, la

consommation au Japon de *fugu*, poisson potentiellement mortel si mal apprêté, peut selon lui nous en apprendre sur la relation entretenue avec le risque par le mangeur.

Un autre exemple fourni par Fischler (2001), pour appuyer le fait que les aliments sont empreints de sens et ont des effets symboliques considérables, est l'alcool. À son avis, l'alcool possède des propriétés symboliques puisque son absorption permet de jouer sur le paraître, en se dotant des caractéristiques qui y sont rattachées (virilité, élégance, prestige, raffinement). Son autre qualité symbolique est de façonner et d'organiser les relations interpersonnelles et le temps, en créant des opportunités collectives et des moments de sociabilité. En effet, « offrir un verre est une manière rituelle de signifier qu'une circonstance chargée de signification sociale survient, qu'il va y avoir de l'échange, de la communication, de la conversation ou autre chose. » (Idem : 82-83). Ainsi, Poulain (2002 :237) reprend les propos de Trémolières en faisant valoir que « l'homme est probablement consommateur de symboles autant que de nutriments. »

De plus, Fischler (2001) pense qu'une mise en scène et qu'une construction de la réalité et des rapports sociaux s'opèrent grâce aux aliments. Ces derniers « s'utilisent conformément à des représentations et des usages qui sont partagés par les membres d'une classe, d'un groupe, d'une culture.» (Idem : 81). L'univers alimentaire est aussi appréhendé comme régissant un système de codes, au même niveau que le langage, puisqu'il exprime des modèles concernant les relations sociales. De ce fait, Poulain (1997) affirme que la gastronomie représente une façon d'accéder aux rouages et fonctionnements d'une culture. D'ailleurs, cet auteur (Idem : 118) affirme que « les manières de table sont une mise en scène concrète des valeurs fondamentales d'une culture et d'une époque. » Nous partageons également la vision de Swislocki (2009), pour qui l'expérience culinaire revêt forcément un côté symbolique, puisque la nourriture constitue un instrument pouvant nous procurer un sentiment d'appartenance

et pouvant nous permettre de visualiser une société idéale. Selon Anderson (2005), le système alimentaire fournit de ce fait des informations sur les classes sociales, le groupe ethnique, les affiliations et les d'autres positions sociales. Finalement, Krögel (2009) démontre que la représentation des cultures alimentaires joue un rôle symbolique dans la conception du temps, puisque son analyse permet de discerner comment les communautés en question sont liées au passé, comment elles vivent dans le présent et comment elles envisagent leur futur.

### 2.1.2 Le rôle d'identification de la culture culinaire

En plus de son caractère symbolique, l'alimentation joue également un rôle d'identification. Tel que mentionné par Karaosmanoglu (2011: 39), « when taken as a communicative practice, food becomes an important site for identity claims, for identifications, and of solidarity and struggle within cultural and historical studies. » Dans ce cas, la nourriture (food) est comprise comme un vecteur de l'identité pour « communiquer les similitudes et les différences, l'ipséité et l'altérité, dans un champ social plus large [et] elle devient un dispositif pour construire des relations, (dé)connecter les gens et exprimer les différences culturelles ». (Ibidem). Nous partageons la vision de Montanari (2010 :129), pour qui le système alimentaire est un dispositif identitaire et d'autoreprésentation puissant, puisqu'il constitue « la première manière d'entrer en contact avec des cultures différentes, vu que manger la nourriture d'autrui est plus facile- au moins en apparence- qu'en décoder la langue. ». De son côté, Fischler (2001 :77) mentionne que la cuisine est essentiellement identificatrice. Selon lui, les aliments originels, à leur état pur, comportent des risques et sont potentiellement dangereux. Toutefois, à partir du moment où ceux-ci passent de l'état « brut » à la forme « cuisinée », cette dernière étant régie par des règles conventionnelles, ils deviennent marqués, reconnus, donc identifiés. En changeant

d'état (passage de la *Nature* à la *Culture*), la nourriture devient alors connue et de ce fait, plus sûre pour la consommation.

Également, comme le souligne Jean-Pierre Poulain (1997: 128), « si l'aliment nourrit l'être biologique, l'aliment cuisiné, c'est-à-dire enculturé, nourrit, quant à lui, le "corps social". ». En ce sens, le système alimentaire semble permettre la formation et l'entretien des liens sociaux, puisque les individus peuvent intérioriser les valeurs véhiculées par la société à travers les règles de conduire à table et la cuisine. Ainsi, Poulain (Ibidem) préconise le point de vue psychosociologique en spécifiant que « l'acte alimentaire est fondateur de l'identité collective et, du même coup, de l'altérité. Qu'il soit perçu comme signe, emblème ou symbole, l'aliment insère le mangeur dans un système de significations ». Finalement, selon R. Thompson (2011), la nourriture a aussi un rôle de structuration et d'organisation, puisque la nourriture constitue une tactique temporelle de gestion de la vie.

## **2.2 L'hybridité**

Suite à ces propos, nous considérons que la culture culinaire est un concept riche et complexe à la fois. Il s'avère d'autant plus primordial de prendre en compte que celui-ci se transforme, notamment avec la mondialisation, et que ce phénomène est appelé « hybridité ». Pour appuyer ces déclarations, Edward Saïd (2000) mentionne qu'aucune culture n'est pure. Selon lui, elles sont toutes hybrides, hétérogènes et en contact les unes avec les autres. Il écrit d'ailleurs : « Loin d'être des entités monadiques, monolithiques, autonomes, les cultures intègrent de fait plus d'éléments "étrangers", d'altérités, de différences qu'elles n'en rejettent consciemment. » (Idem : 51) Pour nous, l'hybridité est ainsi synonyme de changements, d'évolution, de modifications, de mouvements et d'échanges. Nous

adoptons la vision de Burke (2009) qui conçoit l'hybridité comme étant un processus plutôt qu'un état. En ce sens, ce qui est hybride est considéré comme instable, puisque les éléments culturels ne sont pas statiques et planifiés, mais plutôt en constantes transformations. Selon Montanari (2010), la culture se modifie, se redéfinit, s'adapte constamment à de nouvelles conditions, celles-ci amenées par la rencontre de cultures distinctes. Nous choisissons donc de comprendre la culture comme étant hybride, puisque comme nous le rappelle Todorov (2008), celle-ci résulte d'une construction établie par les membres d'une société.

De ce fait, la culture n'est pas statique, mais est plutôt en constants mouvements. Dans son chapitre sur l'adaptation, Burke (2009) fournit l'exemple de l'art pour illustrer ses propos. Il écrit que certains artistes asiatiques imitent les styles européens qui sont appréciés du public occidental, alors que certains artistes européens tentent d'intégrer des styles asiatiques dans leurs œuvres de manière à faire ressortir un certain exotisme. La thèse de cet auteur est donc que le monde se créolise, qu'il évolue en reconfigurant les cultures et qu'il n'y a pas d'homogénéisation. Comme le mentionne Saïd (2000 : 432), il y a un certain danger à « africanise[r] l'Africain, [à] orientalise[r] l'Oriental, [à] occidentalise[r] l'Occidental, [...] », puisqu'en ne laissant pas de place aux changements, nous enfermons les groupes et les individus dans des essences qui ne peuvent pas refléter de façon juste la réalité. L'un des défis de l'hybridité réside donc dans la nécessité de sa pleine reconnaissance.

Pour résumer le tout, Burke (2009:40) a cité des propos de Saïd expliquant que : « the history of all cultures is the history of cultural borrowing. » Malgré tout cela, Poulain (1997) nous rappelle que dans le cas du culinaire, il est néanmoins difficile de transgresser l'ordre alimentaire que nous avons appris.

### 2.3 L'altérité

Le concept d'hybridité présuppose que la culture se transforme suite aux échanges, aux modifications et aux emprunts réalisés notamment à travers les rencontres. Cette rencontre, nommée également « altérité », constitue un autre concept structurant pour notre investigation. L'altérité se formule selon les notes de cours de Luce Des Aulniers (2012) comme étant « l'essence de ce qui est autre ». Cette altérité, permettant de concevoir ce qui sort de notre cadre de représentations, a un caractère irréductible. L'altérité prend place suite au contact avec l'inconnu. Nous retenons à cet effet les propos de Lévinas (1965 :188) qui stipulent que « toute relation sociale [...] remonte à la présentation de l'Autre au Même, sans aucun intermédiaire d'image ou de signe, par la seule expression du visage. » La rencontre altéraitrice est alors un élément nous permettant de reconnaître notre humanité et qui s'affiche comme constituant la base des relations interpersonnelles.

Toujours selon les notes de cours de Des Aulniers (2012), l'altérité va au-delà de la représentation que l'on s'en fait. Ainsi, la dimension altéraitrice constitue ce que nous ne connaissons pas, permettant des modifications et donc, connaît une possibilité de changements. L'altérité se comprend comme étant toute chose autre à soi, donc différent de nous. Cela laisse place à l'évolution et détourne le caractère immuable des choses. L'altérité renvoie donc à la différence, à l'inconnu, à l'exotisme, à la diversité. Pour reprendre les mots de Lévinas (1965 :194) : « L'absolument nouveau, c'est Autrui. ». Jodelet (2005) considère quant à elle que l'altérité peut être comprise sous différentes formes. Elle écrit d'ailleurs que « l'autre est pluriel ». (Idem : 23). Pour cette auteure, il existe l'altérité « du dehors » et celle dite « du dedans ». Dans le premier cas, il s'agit de l'autre lointain, regroupant ainsi les peuples vivant dans un pays ou un espace éloigné, tandis que dans le deuxième cas, il s'agit plutôt de

différences au sein d'une même entité culturelle, qu'elles soient liées à la sexualité, à la couleur de peau, à la manière de vivre, à la religion, à une appartenance groupale quelconque, etc. Ainsi, selon Jodelet (Idem : 27), l'altérité résulte « d'un double processus de construction et d'exclusion sociale qui, indissolublement liées comme les deux faces d'une même feuille, tiennent ensemble par un système de représentations. »

Nous retenons également dans notre définition un aspect des écrits de Fabian (2006), où celui-ci mentionne que l'altérité doit être conçue comme une nécessité dans le processus de compréhension de soi. L'altérité permet selon lui aux individus de s'affirmer et de se reconnaître dans leur singularité. Les concepts d'identité et d'altérité vont donc de pair. Tel que spécifié par Lipiansky (2004), l'identité et l'altérité doivent être compris ensemble, puisqu'il s'agit d'un rapport entre les deux termes. Ricoeur (1990) ajoute toutefois que ce rapport prend place suite à une dynamique de mouvements. Selon lui, il existe deux types de soi. Le premier est immuable et se fait appeler « la mêmeté », alors que le deuxième, « l'ipséité », correspond à une version mobile de l'identité, qui se transforme dans le temps. (Idem : 150). D'ailleurs, Taylor et Gutmann (1994 :41) mentionnent que « notre identité est partiellement formée par la reconnaissance ou par son absence, ou encore par la mauvaise perception qu'en ont les autres. »

Ainsi, la rencontre avec l'autre implique l'exposition à sa culture, mais aussi une révision de notre propre culture, par comparaison ou par opposition. À cet effet, nous retenons les idées d'Affergan (1987) spécifiant que la rencontre altéraitrice est principalement ce qui permet de mettre en lumière sa propre culture. Toutefois, il ne faut pas négliger la posture d'ouverture nécessaire afin d'accéder à l'Autre. Nous considérons comme Affergan que l'expérience de l'altérité requiert un certain lâcher prise et une ouverture face à l'inconnu afin de s'opérer. Comme celui-ci le mentionne,

cette rencontre occasionne le fait de se dessaisir pour essayer de saisir l'Autre et cette découverte peut provoquer un effet de sidération. Ainsi, l'expérience de l'altérité n'est pas sans risque, puisqu'elle insinue « une destruction ou pour le moins un abandon du temps et de l'espace identitaires et l'acceptation d'un renversement total des valeurs. » (Idem : 44) Finalement, nous soutenons les affirmations de Poulain (1997), pour qui l'altérité peut découler de l'acte culinaire puisqu'il s'agit d'un des divers moyens d'entrer en interactions avec les autres.

#### **2.4 L'exotisme**

Le dernier concept que nous retenons est l'exotisme. Comme mentionné plus haut, l'altérité renvoie à la différence, à l'exotisme, à l'inconnu et à la diversité. (Des Aulniers, 2012). Le caractère exotique constitue une facette de la rencontre avec l'Autre. Nous concevons ce terme de façon très large. Tel que puisé dans les propos de Segalen, Todorov (1989 : 359) indique que tout ce qui est extérieur à l'observateur est exotique, et donc, que « l'exotisme est tout ce qui est autre ». L'exotisme peut alors être perçu comme un synonyme de l'altérité. L'exote est d'ailleurs le nom donné par Todorov (Idem : 363) à celui qui pratique cet exotisme. Nous pouvons également concevoir l'exotisme comme provenant de nous-mêmes, soit en étant une réaction à l'Autre, à l'ailleurs. Cazalais (1993 : 21) spécifie que « l'exotisme est en nous, en notre capacité d'être surpris, de nous étonner, de nous émerveiller. D'être réceptif aux différences des autres espaces et de ceux et celles qui les habitent ». En se basant sur les voyages effectués par Loti, Todorov (1989 :346) rejoint cette idée en mentionnant que « l'exotisme n'est rien d'autre que ce mélange de séduction et d'ignorance, ce renouvellement de la sensation grâce à l'étrangeté. »

Ainsi, l'exotique au niveau culinaire peut être atteint lorsqu'il y a un choc entre des conceptions différentes de la culture culinaire. Un exemple éloquent cité par Jean-Pierre Poulain (1997), soit la consommation du chien dans quelques pays asiatiques, illustre bien cela. Cette habitude alimentaire choque en Occident, alors qu'elle est acceptée dans certaines régions du monde. Fischler (2001) fournit d'autres exemples d'aliments souvent considérés comme exotiques, tels que les insectes, les grenouilles et les abats. Par conséquent, l'exotisme est une question de perception.

## CHAPITRE III

### DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

La motivation est, pour l'esprit, semblable à de la nourriture. Une assiette seule ne suffit pas.

Peter J. Davies

Dans ce troisième chapitre, nous aborderons les aspects de la démarche méthodologique retenue. Tout d'abord, nous décrirons les raisons du choix de l'approche qualitative. Puis, nous évoquerons notre stratégie de recherche, à savoir les approches narratives. Ensuite, nous décrirons la méthode utilisée, soit les entretiens semi-dirigés thématiques. Par la suite, nous évoquerons les aspects techniques du terrain, tels que l'observation de nature ethnographique, la composition de notre échantillon et l'organisation des entretiens. Finalement, nous spécifierons les modalités d'analyse de la recherche, ainsi que les dimensions éthiques y étant rattachées.

#### **3.1 L'approche qualitative**

Nous considérons que notre recherche s'inscrit dans une approche qualitative, puisque nous désirons comprendre le point de vue des voyageurs quant aux rapports communicationnels entourant l'expérience culinaire vécue par ceux-ci. Tel que stipulé par Savoie-Zajc (2007) :

Une démarche scientifiquement valide en recherche qualitative est celle qui étudie un objet à partir du point de vue de l'acteur, c'est celle qui considère l'objet d'étude dans sa complexité et qui tente de donner un sens à un phénomène en tenant compte du jeu des multiples interactions que la personne initie et auxquelles elle répond. (p.99)

Le but de notre recherche est de recueillir les descriptions des sujets de ces phénomènes et non pas de les expliquer. Comme le note Groulx (1997), l'approche qualitative permet d'entrevoir des perspectives différentes au niveau du social et de proposer de nouvelles interprétations de celui-ci en tenant compte du contexte situationnel. Il ajoute d'ailleurs :

Attentive à la pluralité de constructions de sens, la démarche qualitative oblige [...] à acquérir une perception davantage holistique des problèmes et des enjeux et à procéder à un " recadrage socio-anthropologique" afin de tenir compte du contexte socioculturel de chaque situation-problème et de comprendre la spécificité et la complexité des processus en jeu. (p.57)

Ainsi, l'approche qualitative s'avère adéquate puisque le sens que construisent les acteurs se trouve au cœur de notre recherche.

### **3.2 La stratégie de recherche : les approches narratives**

Pour réaliser notre recherche, nous avons adopté la stratégie des approches narratives. Tel qu'écrit par Czarniawska (2004: 17), « narrative is understood as a spoken or written text giving an account of an event/action or series of events/actions, chronologically connected ». Comme nous désirions recueillir le point de vue des sujets sur leur perception de leur expérience culinaire en Thaïlande, nous nous en sommes

remis à leur propre subjectivité face à l'objet d'étude en réalisant une étude exploratoire.

### **3.3 La méthode de recherche : les entretiens semi-dirigés thématiques**

La méthode issue des approches narratives que nous avons utilisée renvoie à des entretiens semi-dirigés thématiques. Les entretiens portaient sur les trois phases du voyage des voyageurs, soit avant, pendant et après celui-ci. Nous désirions mettre l'emphase sur leurs perceptions culturelles durant ces trois périodes et constater si des changements se sont opérés au fil du temps. Permettant une plus grande liberté que les entretiens dirigés, nous croyions qu'en ayant recours à des entretiens narratifs thématiques, cela permette un approfondissement de la part des sujets ainsi qu'un espace de réflexion sur leur expérience culinaire en Thaïlande. En effet, Pierret (2004 :6) mentionne que « privilégier la parole de l'autre suppose d'adopter une démarche de type inductif qui considère que le travail sur les matériaux ainsi recueillis va permettre de produire des théorisations du phénomène étudié. ».

Nous avons aussi tenté de suivre les recommandations de Montgomery (2014) en faisant preuve de souplesse et de flexibilité, et en intervenant le moins possible lors des entretiens, de façon à laisser une plus grande liberté aux sujets. Néanmoins, de façon à orienter la discussion sur l'objet qui nous intéresse, nous avons privilégié certaines dimensions, telles que la description de l'expérience culinaire, les représentations de la culture visitée, le rapport à l'Autre, les interactions entre voyageurs et locaux, les apprentissages interculturels et les enjeux identitaires. En utilisant les approches narratives, nous visions donc comme objectif principal l'approfondissement des propos des sujets.

### **3.4 Les aspects techniques du terrain**

#### **3.4.1 L'observation de nature ethnographique**

Nous ne croyions pas être en mesure de réaliser des observations d'un groupe de voyageurs en Thaïlande, puisque cela nous semblait déplacé et une manière intrusive de suivre les participants dans leur quotidien. Cela nous apparaissait également difficilement réalisable. Toutefois, nous avons effectué une observation pré-terrain dans le cadre d'un stage en Thaïlande à l'été 2015, afin de recueillir nos propres impressions de l'expérience culinaire. Cette observation de nature ethnographique nous a permis de mieux entrevoir les enjeux de la relation entre les voyageurs et les traditions alimentaires thaïlandaises. Selon Laplantine (1996 :15), l'ethnographie « est une activité résolument perceptive, fondée sur l'éveil du regard et la surprise que provoque la vision, cherchant, dans une approche délibérément microsociologique, à observer le plus attentivement possible tout ce que l'on rencontre, y compris et peut-être même surtout les comportements en apparence anodins [...] ». À son avis, cette démarche requiert que l'anthropologue vive une immersion au sein du milieu observé, et ce, en prenant part à la vie commune. Ce que nous avons eu la chance de faire lors de notre stage en Thaïlande.

Le but de l'ethnographie est selon Bronislaw Malinowski (1963 : 71), un pionnier en anthropologie, de tenter de « saisir le point de vue de l'indigène, [...] de comprendre sa vision de son monde ». Selon Yves Winkin (2001 : 139), l'ethnographie allie plusieurs compétences, dont « [l'] art de voir, [l'] art d'être [et l'] art d'écrire. » Il lui semble d'ailleurs pertinent, en premier lieu, de « dégage[r] soi-même une certaine perspective sur le lieu urbain investi que d'emblée s'en faire livrer certaines clés par ceux qui le connaissent bien [...] » (Idem : 149). Pour sa part, Affergan (1987) ajoute que durant l'observation il faut non seulement se montrer attentif, mais aussi inattentif,

de manière à permettre à l'inattendu et à l'imprévu de se révéler. Laplantine (1995) rappelle que l'ethnographie est une activité foncièrement subjective, puisqu'il s'avère impossible d'observer des objets et des sujets d'une manière objective. Comme il l'écrit (Idem : 169), « nous n'observons jamais les comportements d'un groupe tels qu'ils auraient lieu si nous n'étions pas là ou si les sujets de l'observation étaient d'autres que nous. » Affergan (1987) va également dans ce sens, en stipulant qu'il n'existe pas de faits à proprement parler en ethnologie. À son avis, chaque fait est toujours préalablement interprété par un auteur, donc l'observation ne peut pas être objective puisque tout passe forcément par le filtre du regard d'un ethnographe.

Pour Fabian (2006 :294), il semble plus juste d'employer le terme « intersubjectivité », puisqu'il s'agit d'une interaction effectuée par l'entremise du langage entre les observés et l'anthropologue. Saïd (2005) insiste d'ailleurs sur le fait qu'il faut éviter de tomber dans un rapport de force, en essayant de dominer l'autre à travers nos écrits. Marcel Mauss (1967) énumère les thématiques reliées à la cuisine auxquelles il est judicieux de s'attarder lors d'une observation de ce type, telles que la préparation des aliments, la conservation des aliments, la constitution du repas, l'idéologie de la nourriture, les condiments, les boissons, etc. Nous nous sommes ainsi basée sur ces auteurs de manière à mener notre enquête ethnographique de la façon la plus rigoureuse possible.

De manière à garder une trace de nos pensées et observations, nous avons rempli un journal de bord auquel nous pourrions nous référer ultérieurement. Selon Winkin (2001), il est essentiel de tenir un journal et de le remplir fréquemment, soit à tous les jours. Il compare d'ailleurs cet exercice de rigueur à un sportif ne pouvant plus se passer de son jogging quotidien. Pour lui, le journal remplit trois fonctions. La première est purgative, puisque le fait de mettre par écrit ses impressions permet une certaine

décharge émotionnelle. « Le journal sera le lieu du corps-à-corps avec [soi-même], face au monde social étudié. » (Idem : 147) La deuxième est empirique, du fait qu'il recueille toutes nos pensées, même s'il n'y a pas d'ordre précis. La troisième fonction du journal consiste en un lieu de réflexion, où le regroupement d'informations permet le décèlement de configurations ou de patterns. Winkin (2001) propose d'ailleurs une manière précise de réaliser son journal, soit en le divisant en deux colonnes; une pour les remarques, et l'autre pour les ajouts et les commentaires. L'auteur ajoute aussi qu'il est préférable de noter ses impressions, plutôt que de chercher à tout enregistrer à l'aide d'un appareil photo, d'une enregistreuse ou d'un caméscope.

Enfin, ce voyage initiatique a surtout eu pour but de nous familiariser avec le contexte culturel dans lequel prenaient place les propos des participants, afin de permettre une meilleure compréhension de l'objet d'étude. Il nous a aussi permis de recueillir nos impressions quant au rapport entre les voyageurs et la culture culinaire thaïlandaise. Nous rejoignons ainsi les propos d'Affergan (1987 :33), qui écrivait que « pour saisir, il faut partir. »

### 3.4.2 L'échantillon de recherche et le recrutement des participants

Tel que mentionné par Savoie-Zajc (2007 :110), pour construire un échantillonnage scientifiquement valide, « cela se traduit par le caractère intentionnel de l'échantillon, le chercheur voulant comprendre le point de vue des personnes « compétentes » eu égard à l'objet d'étude. ». Ainsi, nous recherchons certaines caractéristiques pour constituer l'échantillon de cette recherche. Tout d'abord, concernant le nombre de participants à interviewer, nous croyions que réaliser des entretiens avec trois ou quatre participants nous permettrait de couvrir l'objet d'étude d'une façon intéressante. Également, de manière à permettre un certain regroupement de similitudes par rapport

au niveau culturel, nous désirions nous concentrer sur les gens ayant voyagé en Thaïlande. Nous demeurions néanmoins consciente que règnent diverses particularités culturelles propres à chaque région à l'intérieur même de ce pays.

De plus, nous avons ciblé des sujets ayant voyagé pour une durée minimale de deux mois pouvant aller jusqu'à une année dans le pays mentionné. Le voyage ne devait pas remonter à plus de cinq ans, de manière à favoriser une remémoration du plus grand nombre de détails possibles. Nous ne croyions pas que la nationalité des participants ait une quelconque importance dans le cadre de ce projet. Ainsi, nous ne ciblions pas strictement des participants d'origine québécoise ou canadienne. Finalement, par rapport à l'âge des sujets, nous ne croyions pas qu'il faille sélectionner une tranche d'âge en particulier, même si nous étions consciente que le mode de recrutement des participants ait pu orienter cette donnée.

Quant au recrutement des participants, nous avons eu recours à deux stratégies. La première consistait à lancer un appel à tous<sup>1</sup> via le courrier UQÀM de l'ensemble des étudiants de l'université. Cela nous a permis d'interpeller des gens que nous ne connaissions pas. La seconde consistait à procéder par réseautage au second degré, soit en demandant à nos amis et connaissances de nous référer des gens de leur entourage susceptibles de remplir les critères demandés. Nous avons reçu des demandes de participation de trois personnes suite à l'appel à tous lancé sur le courrier UQÀM, mais celles-ci ne remplissaient pas les critères recherchés. Nous avons plutôt trouvé nos trois participants via le réseau social « Facebook ». Deux d'entre eux étaient des amies éloignées (Caroline<sup>2</sup> et Maude) tandis que le troisième était l'ami d'une connaissance (Jérémy). En effet, nous connaissions Caroline pour l'avoir rencontrée en Thaïlande et

---

<sup>1</sup> Voir Appendice A- Lettre de renseignements

<sup>2</sup> À noter que tous les prénoms utilisés dans ce document sont fictifs pour permettre l'anonymat des participants et des gens qu'ils nomment.

avoir voyagé avec elle durant deux semaines. Elle est anglophone et vit aux États-Unis, son pays d'origine. Les entrevues se sont donc déroulées entièrement en anglais. Nous connaissions également Maude, l'ayant rencontrée à l'UQÀM lors de notre baccalauréat. C'est une québécoise vivant dans une autre province canadienne. Mère d'un jeune bébé, nous nous sommes adaptée à son horaire afin de pouvoir réaliser les entretiens. Nous ne connaissons pas Jérémie, qui s'est porté volontaire suite au partage par l'une de ses amies de notre publication sur Facebook. C'est un québécois vivant près de Montréal. Nous avons donc opté pour ces trois candidats, malgré le fait que deux d'entre eux habitaient dans des zones géographiquement éloignées de la nôtre, ce qui nous a obligé à effectuer des entretiens via Skype.

#### 3.4.3 L'organisation des entretiens

Suite à nos deux stratégies de recrutement, nous avons recontacté les volontaires qui remplissaient les critères par messagerie privée via Facebook, afin de leur expliquer les détails de leur implication à la recherche. Nous gardions en tête les propos de Pierret (2004 : 9), s'étant elle-même basée sur des constats de Coenen et Huther, stipulant que « la prise de contact avec l'interviewé, qu'elle se fasse par courrier, téléphone ou en face à face, est un moment stratégique dans la mise en confiance de l'interviewé et représente un véritable impératif de méthode. ».

Tel que spécifié plus haut, nous avons expliqué aux sujets les thèmes que nous désirions couvrir avec eux durant l'entretien, de façon à orienter la discussion vers l'objet qui nous intéressait principalement. Nous avons préalablement créé une grille de

questions<sup>3</sup> inspirée des dimensions à traiter et nous l'avons mémorisée, de façon à être en mesure de relancer la discussion lors de temps morts.

Nous avons demandé aux participants de se préparer aux entretiens en entamant une réflexion sur le déroulement chronologique de leur voyage de même que sur la construction et l'évolution de leurs appréhensions quant à la culture culinaire thaïe. Tel que recommandé par Montgomery (2014), nous leur avons suggéré d'avoir en leur possession, si possible, des supports supplémentaires, tels que des photographies et des extraits de journaux de voyage, afin de les utiliser comme activité « brise-glace » et ainsi faciliter l'entrée en matière. Ces supports ont plutôt permis aux participants d'alimenter leurs propos, en ciblant les moments-clés relatifs aux expériences culinaires, marqués par des découvertes, des réflexions et même des confrontations.

Nous désirions rencontrer tous les participants lors de trois entrevues d'une durée d'environ une heure et demie chacune, de façon à tenter de couvrir tous les thèmes énoncés. Compte tenu de certaines contraintes rencontrées par les participants, notamment la distance géographique et la présence d'un jeune bébé, nous avons préféré nous adapter de manière à éviter l'abandon des participants. Ainsi, avec Jérémie, nous avons effectué trois entretiens pour une durée totale de 5.5 heures. Nous nous sommes rencontrés en personne dans un local de l'UQÀM lors des deux premiers entretiens et avons effectué le dernier via Skype en mode audio, compte tenu d'une contrainte de transport de notre part. Avec Maude, la mère d'un jeune bébé, nous avons effectué quatre entretiens plus courts d'une durée totale de 4.75 heures de manière à l'accommoder. Comme celle-ci vivait dans une autre province canadienne, nous avons réalisé les entretiens via Skype en mode audio. Et finalement avec Caroline et son

---

<sup>3</sup> Voir Appendice B – Tableaux des dimensions retenues et guide d'entretien

emploi du temps chargé, nous n'avons effectué que deux entretiens, pour une durée totalisant 3.25 heures. Nos entretiens étaient réalisés via Skype en mode vidéo. Tout au long des entretiens, nous avons adopté une posture d'ouverture afin de favoriser la confiance. Nous sommes également demeurée à l'affût que durant les entretiens, tel que mentionné par Pierret (2004 : 9), qui elle-même s'est basée sur Pinçon et Pinçon-Charlot, que « la tenue, la manière d'être et de se présenter ne sont pas non plus à négliger ». Finalement, nous avons informé les participants du recours à un magnétophone pour enregistrer les discussions et leur avons expliqué les raisons d'un tel choix.

### **3.5 Les modalités d'analyse**

Concernant les modalités d'analyse des données recueillies, nous avons procédé par analyse qualitative d'entretiens. Ainsi, tel que proposé par Paillé (1994), nous avons suivi quelques étapes successives de l'analyse. La première étape consistait à l'appropriation des données, à savoir la retranscription de celles-ci, la production d'une fiche de synthèse d'analyse et l'amorce d'une grille d'analyse. La deuxième étape renvoyait au codage des données. Le premier codage était vertical, de façon à faire ressortir les éléments en lien avec nos thèmes et sous-thèmes. Cela consistait à réviser chaque ligne pour encoder chaque partie de l'entretien. Nous avons ainsi pu constituer une grille d'analyse à partir de nos thématiques. Ensuite, nous avons réalisé un codage transversal (ou horizontal), de manière à mettre en évidence les similitudes et les divergences entre les entretiens. La troisième étape consistait à réaliser un « arbre de codifications », servant à organiser et schématiser les données sous une forme intelligible. La quatrième étape consistait à interpréter les résultats émis. Nous étions consciente que ce mode d'analyse, retenu d'Huberman & Miles (1991), comportait de

véritables défis, puisque l'organisation des données issues de plusieurs entretiens requerrait un travail rigoureux.

### **3.6 Les dimensions éthiques de la recherche**

Tout au long du processus, nous nous sommes préoccupée des dimensions éthiques de la recherche. Nous demeurions consciente que des risques existaient pour les participants et qu'il y avait une sensibilité potentielle liée au sujet traité. En effet, comme il est question d'expérience de voyage, cela pouvait potentiellement impliquer une sortie de sa zone de confort, des incompréhensions face à une autre culture, des malaises liés à la différence, etc. C'est pourquoi nous nous engageons à diriger les participants, dont l'implication émotionnelle liée à la recherche était susceptible de vulnérabilité, vers les ressources compétentes. Néanmoins, aucun malaise n'a été éprouvé durant et après les entretiens. Également, nous nous sommes assurée du consentement libre et éclairé de chacun des participants. Afin d'y arriver, nous leur avons fourni une lettre d'information expliquant le projet et les risques encourus, tout en leur mentionnant que la participation était volontaire. Nous avons d'ailleurs réitéré ce point au début de chaque entretien, en rappelant aux participants qu'ils pouvaient se retirer à tout moment. Nous avons veillé à ce que l'anonymat des participants soit respecté, notamment en protégeant leurs données et en ayant recours à des pseudonymes. De plus, nous leur avons lu à haute voix un formulaire de consentement<sup>4</sup>, en leur laissant du temps seul pour le signer. Les deux participantes vivant à distance nous ont envoyé le formulaire numérisé et dûment signé par voie électronique avant le début des entretiens.

---

<sup>4</sup> Voir Appendice C- Formulaire de consentement

## CHAPITRE IV

### PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Voyager est un triple plaisir: l'attente,  
l'éblouissement et le souvenir.

Ilka Chase, *The Carthaginian rose*.

Dans ce quatrième chapitre, nous présenterons les résultats obtenus découlant des entretiens semi-dirigés thématiques avec les participants ainsi que quelques-unes de nos observations personnelles de nature ethnographique en Thaïlande. Tout d'abord, de manière à situer les trois participants, nous fournirons brièvement quelques détails des circonstances de leur voyage en Thaïlande. Pour les mêmes raisons, nous fournirons également quelques détails relatifs à notre propre stage en Thaïlande. Ensuite, nous présenterons les résultats que nous aurons divisés en quatre thèmes qui nous intéressent, soit le rapport des participants à la culture culinaire thaïlandaise, leur rapport aux Thaïlandais, leur rapport à la culture thaïlandaise ainsi que leur rapport à leur propre culture. Chaque thème sera abordé suivant le mode « avant-pendant-après » le voyage en Thaïlande.

#### **4.1 La contextualisation et les circonstances du voyage**

Afin de mieux situer le lecteur quant aux propos mentionnés par les participants lors de leurs entretiens, nous croyons qu'il est important de dresser un court portrait des conditions de voyage de ceux-ci. Pour ce qui est de Jérémie, il a voyagé en sac à dos avec son ami à l'automne 2014, pour un séjour totalisant deux mois. Au début de leur

aventure, ils sont allés vivre quelques jours dans une famille thaïe vivant à Mukdahan, comme le frère de son ami s'est marié avec une thaïlandaise. Concernant Maude, elle est allée deux fois en voyage sac à dos en Thaïlande, soit en 2010 pour une période de deux mois et en 2013 pour une durée d'un mois et demi. Même si son premier voyage remonte à un peu plus de cinq ans et que son séjour récent ne totalise pas tout à fait deux mois, nous avons tout de même retenu sa candidature, puisque nous considérons qu'elle avait suffisamment d'expérience globale dans le pays pour pouvoir nous en parler. À propos de Caroline, elle est allée à deux reprises en Thaïlande, soit six mois de septembre 2014 à mars 2015 et un mois et demie au cours de l'été 2015. Lors de son premier séjour, elle a enseigné l'anglais dans une école. Elle a vécu sur place, avait des amis thaïlandais et a pu vivre une certaine immersion dans le pays. Son deuxième séjour de six semaines était une virée touristique en sac à dos majoritairement seule. Nous nous sommes d'ailleurs rencontrés sur place et nous avons voyagé ensemble durant deux semaines. Concernant notre situation personnelle, nous avons effectué un stage pré-terrain d'une durée de deux mois à l'été 2015 afin de nous familiariser avec le contexte culturel thaïlandais et de potentiellement mieux comprendre les propos des participants. Notre périple a été effectué en sac à dos.

## **4.2 Rapport à la culture culinaire thaïlandaise**

### **4.2.1 Avant**

Lorsque nous avons demandé aux participants quelle était l'image qu'ils se faisaient de la culture culinaire thaïlandaise avant de visiter le pays, Maude et Caroline nous ont mentionné qu'elles avaient une **vision très occidentalisée** de cette nourriture. Maude avait en tête une cuisine de style « restauration rapide », quelque chose d'« un peu américanisé », dans le genre du « Thaï Express ». Caroline ne dissociait pas non plus

le « American-Thai food » du « Thai food. » Pour sa part, Jérémie ne le voyait pas de cet œil : « je le savais que le Thaï Express ce n'était pas thaï parce qu'ici on a une incompréhension de la bouffe asiatique. » Néanmoins, tous les voyageurs, dont nous-même, ont été unanimes sur un point : ils ne savaient pas vraiment à quoi s'attendre de la culture culinaire du pays. Caroline a expliqué qu'elle aimait le peu qu'elle connaissait de la nourriture thaïe, mais qu'elle avait « a **very limited knowledge** ». Les quatre voyageurs avaient tous un plat spécifique en tête lors de l'évocation de la Thaïlande : le pad thaï. Caroline connaissait également les différents currys de couleurs (jaune, rouge, vert). Pour elle, « that's what I thought Thai food was. It was curry and pad thai. » En plus du pad thaï, Maude a aussi mentionné quelques plats préparés par son père lors de son retour de voyage en Thaïlande, à savoir le « chicken cashew nuts » et le « mango sticky rice ».

De manière générale, tous les voyageurs se sont dits intéressés par la découverte de la cuisine thaïlandaise. Comme l'a mentionné Maude : « j'avais le goût de goûter à ce que mon père avait goûté. J'avais le goût de comprendre [...] Je n'avais pas vraiment d'attente plus que l'envie de découvrir. » Quant à eux, Jérémie et Caroline ont spécifié qu'ils partaient avec l'idée de vouloir goûter à tout ou presque. Caroline se qualifiait d'ailleurs de « pretty adventurous eater ». Concernant leurs attentes, les quatre participants ont évoqué qu'ils concevaient la nourriture thaïlandaise comme étant **épicée**. Maude et Caroline ont aussi parlé de diversité, en s'attendant à de nombreuses saveurs différentes, ainsi qu'à une nourriture dite « **santé** ». Caroline entrevoyait une cuisine exotique, intéressante, très peu chère et délicieuse. De son côté, Maude a plutôt signalé une rapidité d'exécution des plats, se référant aux histoires que son père lui avait racontées à son retour de Thaïlande. Quant à Jérémie, même s'il n'avait fait aucune recherche avant son départ, il se rappelait avoir jadis visionné une émission culinaire de Gordon Ramsay en Thaïlande. Jérémie a relaté que dans cet épisode,

Gordon Ramsay ne semblait guère impressionné et que ses standards européens semblaient très différents de ceux présents en Asie. Jérémie a mentionné : « y'a rien que j'avais regardé dans l'émission et que je m'étais dit : "Oh my god, ça a l'air super bon!" Peut-être parce que justement, Gordon Ramsay n'aidait pas à l'image de ce qu'il mangeait et de ce qu'il découvrait. » La cuisine thaïlandaise lui avait alors semblé un peu « **bizarre** ». Jérémie s'attendait également à ce que les insectes fassent partie intégrante des menus typiquement thaïlandais, tels que les scorpions. De notre côté, nous avons visionné énormément de vidéos sur Youtube et lu l'ouvrage de Mark Wiens (2012) pour tenter de nous faire une idée de la culture culinaire thaïlandaise et à plusieurs égards, nous avons aussi cette impression d'étrangeté de la nourriture et de la manière de la servir.

Concernant leurs appréhensions, Maude et nous-même avons surtout relaté des **craintes** au niveau sanitaire, notamment liées à la bouffe de rue, à la pollution des rues de Bangkok, à la contamination croisée, à la salmonelle et aux conditions de conservation des aliments. Maude a expliqué que lors de son dernier voyage en Afrique de l'Ouest, elle avait été très malade et elle avait donc « peur de retomber là-dedans ». Ainsi, « la nourriture [l]'attirait et [la] repoussait en même temps. » Pour ce qui est de Caroline, ses appréhensions étaient relativement faibles et plutôt liées à l'ennui, soit d'avoir peur de trouver le riz redondant, ou même de s'ennuyer de certains produits, tels que la bière artisanale, le bon pain ou les légumes frais. Quant à Jérémie, il a évoqué ne pas vraiment avoir eu d'appréhensions avant de partir.

#### 4.2.2 Pendant

Les représentations des voyageurs de la culture culinaire thaïlandaise se sont précisées durant leur voyage. En arrivant en Thaïlande, tous ont été **émerveillés** par la cuisine

thaïlandaise. Jérémie a mentionné que « c'était nouveau. C'était cool. » Maude a dit que « c'était extraordinaire de la première seconde jusqu'à la toute fin » et que se remémorer cette expérience culinaire « [lui] donn[ait] des frissons! ». À ses dires, « dès le début, [elle est] vraiment tombée en amour avec la bouffe thaïe! » Caroline et nous-même, pour notre part, avons été fascinées par la nourriture et les kiosques de rue, couramment appelés *street food*<sup>5</sup>. À ces premières impressions se sont aussi ajoutés quelques inconforts. Jérémie a signalé avoir vécu un **choc culturel**, puisque selon lui ce ne sont « pas les mêmes palettes de goûts ». Il a affirmé avoir eu peur d'être malade à son arrivée et s'être senti « réticent » à goûter. Caroline a aussi affirmé avoir trouvé la nourriture « very intimidating ». Elle l'a d'ailleurs qualifiée d'**exotique**, puisqu'elle trouvait les combinaisons de saveurs et d'aliments plutôt « unusual » et « out of the ordinary ». Caroline a affirmé avoir trouvé certaines choses bizarres et peu appétissantes. Elle a précisé:

Most western people don't want to be eating a rotten crab! This dish is spicy and rotten, it sounds like you're eating garbage! All the flavors we are not used to. That's what I mean by *weird*, I guess. I guess I mean parts of animals or types of animals we don't usually eat and flavors we are not used to.

En guise d'exemples, Caroline a cité les « fermented crabs », la « northern blood soup » et la « pork bile » utilisée en guise d'aromates. Pour contrer ce malaise, Caroline optait donc au début pour du « tourist food »<sup>6</sup>. Ce fut notre également notre technique lors des premiers jours de notre stage. Les trois participants et nous-même avons également qualifié la nourriture thaïlandaise d'**épicée**. Jérémie et Caroline ont affirmé que les plats étaient relevés de deux manières, soit directement dans la préparation ou soit en laissant

---

<sup>5</sup> Nous élaborerons un peu plus loin dans cette section.

<sup>6</sup> Nous y reviendrons un peu plus loin dans cette section.

l'option aux clients d'ajouter eux-mêmes du piment grâce aux condiments. Jérémie a ajouté que l'intensité de l'épicé variait selon la région. Tous les voyageurs ont aussi signalé que la nourriture thaïlandaise leur paraissait très **abordable**. Caroline a spécifié que « you can easily eat a feast for under 2\$ ». Dans le même ordre d'idées, Jérémie a mentionné que « tu peux te faire faire de la bouffe sur le bord de la rue pour 75cents. » Du moins, c'est le cas pour le street food, puisque Caroline et Jérémie ont fait remarquer que c'était plus cher dans les restaurants style « sit-down restaurants » que dans la rue. Caroline ajoute aussi que le « tourist food » est aussi selon elle plus dispendieux. Jérémie et Maude ont également perçu la nourriture thaïlandaise comme étant très **colorée**. Jérémie la trouvait « éclatante de couleurs [et] de goûts. »

Tous les voyageurs ont aussi soulevé le fait que les ingrédients utilisés dans la cuisine thaïlandaise étaient plein de **fraîcheur**. Cela rendait la nourriture « croquante » et plus « goûteu[se] » qu'ici, selon Jérémie. D'après Caroline, il y aurait moins de « processed food » en Thaïlande. Jérémie partageait cet avis, en mentionnant que « la bouffe thaïe était plus santé [puisqu']ils vont avoir moins de bouffe pré-faite. Ils vont prendre les légumes tels quels et ils vont les faire cuire tout de suite. Il n'y a pas de transformation. » Néanmoins, Caroline et Jérémie ont réalisé que la nourriture thaïlandaise pouvait aussi ne **pas être si santé**. Caroline a affirmé : « I was expecting really healthy and fresh food, a lot of fruits and stuff like that. You can get that but the street carts are pretty oily and greasy. I hadn't expect it either. » Jérémie a d'ailleurs ajouté que le fait que « tout [soit] pas mal frit », qu'« ils mettent beaucoup de glutamate mono sodique » dans leurs plats et que « les trucs [soient] plus sucrés [...] parce qu'ils ont moins de normes sur la nourriture », renforçait le fait que la nourriture ne soit pas si santé après tout. Caroline a toutefois déclaré que le gras naturel demeurait selon elle plus santé que la nourriture transformée: « Even if it's got a lot of fat in it, the fat is often natural fat and all the other parts of the meal are pretty fresh. » Nous avons eu les

mêmes impressions que Jérémie et Caroline sur ce point. De son côté, Maude a caractérisé la nourriture thaïlandaise de « très santé ».

Maude et Caroline ont également indiqué que la cuisine thaïlandaise leur semblait bien **balancée**. Maude a mentionné qu'« à chaque repas ils vont vraiment avoir une protéine, une noix, une pâte ou un riz donc un féculent, puis un ou deux légumes. Donc tout est vraiment proportionné. » Selon elle, « tout est choisi avec soin. Tout est vraiment équilibré. » Caroline a aussi abordé dans ce sens en indiquant l'importance de l'équilibre des goûts dans les plats et celui entre tous les plats d'un repas. Elle a spécifié:

When I was living in Thailand, I met Thai friends that invited me over and they taught me about cooking Thai food and the essential elements of flavour balance in Thai food. Like how you have to have a collection of different dishes at the table and each type adds different flavors to the meal. One is gonna be the little spicy-sour-salty, one might be sweet and smoky and savoury, and then a little creamy dish to round the meal out. Thinking about the way you put together a meal is important in Thailand. The longer I stayed, the more I started to learn about that.

Maude et Caroline se sont également entendues sur le fait que les quantités de nourriture en Thaïlande sont petites. Maude a d'ailleurs expliqué que « ce sont des plats qui sont petits. C'est pas des grosses quantités comme on retrouve chez nous. » Tous les voyageurs ont aussi évoqué le principe des **collations**. Selon Maude, « [les thaïlandais] sont toujours en train de manger des collations. » D'après Caroline, les collations font partie intégrante de la culture culinaire thaïe : « the way they eat isn't sitting down for big meals two or three times as day. It's a lot of little bites. Little bites. Always. » Elle a d'ailleurs évoqué qu'il s'agissait d'un « constant process of snacking and eating. » À son avis, en Thaïlande, « you are constantly eating a little bit all the time, you don't ever fill yourself up, that's not the goal of it. » Notre impression fut la

même. Le fait de grignoter diverses collations durant la journée nous a paru être un phénomène répandu chez les thaïlandais. Cette façon de consommer de la nourriture en petites quantités plusieurs fois par jour nous a semblé constituer une pratique ritualisée de la population. On nous a d'ailleurs référé cette façon de faire comme étant le « *thai way of eating* ».

Également, tous les voyageurs s'entendaient pour dire que le **riz** était omniprésent dans la cuisine thaïlandaise. D'après les dires de Maude, « le riz est vraiment le plat principal et après on vient ajouter les légumes, les sauces, les viandes. [...] le riz est à la base de l'alimentation. » Caroline a aussi défini la place du riz comme suit : « Thai meals, I feel, are like : we have rice and here are things you can flavor your rice with. But the meal is rice. » Elle a alors expliqué que cela pouvait sembler un peu lourd et redondant pour un voyageur: « We are eating rice for dinner, we are eating rice for lunch, we are eating rice for breakfast, which you know, some people get really sick of! I definitely did too, for a while. »

Un autre qualificatif qui est ressorti en parlant de la nourriture thaïlandaise est son **accessibilité**. Selon Maude, il y avait de la nourriture partout puisque « peu importe où tu te promènes, tu vas toujours trouver de la bouffe facilement! » Jérémie allait également dans ce sens, en signalant la profusion de vendeurs de street food : « Il y en a à la pelletée, n'importe où! Il n'y a pas de permis; tout le monde peut vendre de la bouffe n'importe où! » Caroline a aussi mentionné que le « street food is so common there ». Maude s'est notamment référé à son anecdote dans un moyen de transport : « Il y a toujours des marchands qui vont passer dans les trains pour vendre des trucs [...]. Ils te réveillent, ils te *pokent*. Tu dors dans le train pis y'a quelqu'un qui te tape sur l'épaule et qui essaie de te vendre un truc. » Cependant, cette accessibilité n'aurait pas seulement rapport avec l'endroit, mais également avec le temps. D'après Maude, la

nourriture était accessible de jour comme de nuit : « Y'était comme trois heures du matin pis nous on trippait! Le fait qu'on avait réussi à trouver de la bouffe en genre cinq minutes pis que ça avait été aussi rapide pis savoureux [...]! » Pour notre part, nous avons aussi considéré la nourriture thaïlandaise comme étant très accessible. De plus, Caroline et Maude ont mentionné qu'à leur avis, il n'y avait pas de moments spécifiques en Thaïlande pour consommer de la nourriture. Comme l'a raconté Caroline : « In my experience, the people I met in Chiang Rai, it's not as : «It's twelve o'clock, it's lunchtime, let's get out for lunch!» It's like: "Am I hungry? Yeah! [...] Let's go get a bag of fried banana!" » Ainsi, les gens mangeraient lorsque bon leur semblent. Maude a partagé cet avis :

Y'a pas d'heure ou de temps [...]. [Au Canada], tout le monde a faim à la même heure. [Dans les restaurants] tu as un rush à midi et tu as un rush le soir. Entre les deux tu vas quand même avoir des tables, mais principalement t'as deux gros moments dans ta journée ou trois gros moments si tu sers le déjeuner. Tandis qu'en Thaïlande, tu n'as pas un rush du midi. Le monde ne va pas dire : « Ok, à midi flush, j'ai ma pause ». Non, non! Ils vont manger un peu n'importe quand, tout le temps. C'est l'impression que moi ça me donnait. C'est sûr que ça va être plus occupé le midi, mais...

Maude a aussi indiqué que selon elle, la cuisine thaïlandaise était très **rapide** : « tu commandes quelque chose, *pouf* deux minutes plus tard t'es servie! Mettons cinq minutes là... » Elle a ainsi catégorisé la cuisine thaïlandaise de « fast slow food » puisque « c'est quelque chose qui est très santé, mais c'est très rapide à effectuer. » Ainsi, elle a estimé à environ quinze minutes le temps pour préparer un plat. Dans un contexte hors-restauration, Caroline a plutôt trouvé que la cuisine thaïe demandait beaucoup de préparation : « I would cook with my Thai friend sometimes and she would make a meal in an hour or two, but not thirty minutes. » À son avis, cela peut

s'expliquer par le fait que les thaïlandais n'utilisent pas vraiment de préparations pré-faites: « You make everything from scratch. » Ainsi, certains plats tels que le curry demanderaient une journée entière de préparation. Notre impression personnelle a aussi été que la nourriture thaïlandaise semblait rapide à effectuer, mais nous n'avons eu que des expériences de *street food* ou presque, ce qui peut peser considérablement dans la balance.

Une autre caractéristique qui a été mentionnée concernant la cuisine thaïlandaise est sa grande **variété**. Maude a affirmé que c'est particulièrement cette diversité qu'elle appréciait de la culture culinaire. Caroline a alors constaté que la cuisine thaïlandaise était « so much more than green curry and pad Thai! » Celle-ci s'est d'ailleurs rendue compte que le statut du pad thaï n'était pas comme elle se l'imaginait : « One of the most popular dishes isn't pad Thai, it's "ka prao" which is like stir fried meat with basil and fried egg on top and rice. » Caroline, Jérémie et nous-même avons également soulevé l'existence de certaines particularités selon les régions et les influences en provenance de d'autres pays. Comme l'a expliqué Caroline : « In the cuisine itself, it's really varied. Influences from the entire region [...]. [...] there are so many different influences from different places, it's hard to have a central like: this is Thai food! » Elle a ensuite indiqué certaines spécificités des régions du centre, du sud et du nord de la Thaïlande, ainsi que des influences de certains pays tels que le Laos, la Birmanie et la Chine. Elle a notamment cité l'exemple des curry pops, ces petites versions des samossas indiens qui ont été modifiés pour mieux s'immiscer dans les habitudes culinaires thaïlandaises : « they got *Thaified*. [...] It got shrunk down to be more sharable, *snackable*, than just like this big ball. This is a samosa, this is *my* meal, this is *my* samosa. You know what I mean. » Jérémie a lui aussi mentionné la présence d'un mixte des cultures, notamment avec la nourriture laotienne à Mukdahan (Thaïlande) qui lui a semblé beaucoup plus épicée, ainsi que les influences birmanes.

Les quatre voyageurs ont également constaté la présence de nourriture particulière. Dans certains cas, ils se sont référés à de la nourriture pour touristes (*tourist food*) et dans d'autres, à de la nourriture occidentale (*western food*). Caroline, Jérémie et nous-même avons parlé de **tourist food**, qui est conçue par Caroline comme étant : « the food that has been changed to suit foreigners' tastes. » Jérémie en a d'ailleurs parlé en se référant aux « restaurants de *farangs*<sup>7</sup> ». De plus, tous les voyageurs étaient d'accord sur le fait que les thaïlandais avaient tendance à adapter leur nourriture aux goûts des touristes et à servir des plats moins épicés. Selon Caroline, « they want you to eat the food that you are gonna like ». D'après Maude, cette adaptation est due aux nombreuses plaintes reçues par les touristes. Toutefois, Caroline a aussi ajouté que les thaïlandais ne semblaient pas vouloir servir des plats qu'ils pensaient que les touristes n'aimeraient pas. Par exemple, s'ils considéraient que la viande était cruciale dans un plat, ils ne voulaient pas le servir sans. En ce sens, elle a trouvé que leur cuisine était très « meat centric » et qu'il s'avérait difficile de trouver des mets végétariens. Caroline a aussi expliqué que la nourriture touristique lui semblait moins goûteuse, « either too bland or the wrong flavors in the wrong places but what tourists want anyway », et plus chère.

Le *tourist food* a aussi été considéré comme de la nourriture servie aux touristes, mais ne faisant pas partie du registre culinaire thaïlandais. En guise d'exemples, Caroline a cité les araignées et les scorpions, qui, selon elle, ne faisaient pas partie de la cuisine thaïlandaise, mais qui étaient néanmoins présentés aux touristes à Bangkok pour qu'ils vivent une « expérience ». Jérémie était d'accord : « C'est vraiment un truc touristique. Le monde ne vont pas acheter du scorpion pour le fun, surtout que c'est super cher pour un salaire de thaïlandais. C'est comme 150bahts, [ce] qui revient à 5\$ pour genre un scorpion. C'est cher! » Jérémie a mentionné avoir été déçu, puisque tous les insectes n'avaient « aucun rapport avec la culture thaïe » et qu'ils en mangeaient seulement

---

<sup>7</sup> *Farangs* signifiant « étrangers » en Thaïlande.

lorsqu'ils étaient « mal pris ». Caroline et nous-même ne partageons pas cet avis, comme nous en avons vu et mangé dans plusieurs marchés à travers le pays. Caroline a d'ailleurs dit qu'elle trouvait que les Thaïs en mangeaient comme s'il s'agissait de *peanuts* ou de *popcorn*. « Thai people for sure buy the insects [...]. I liked the bugs. I liked the black crickets, they were the best. The white crickets were good. The bugs are good actually! ». Un autre exemple qui a été soulevé par Caroline comme étant un aliment pour touristes est le **durian** non frais. En effet, elle a expliqué que le durian était très prisé des thaïlandais, mais que très souvent, celui qui était vendu aux touristes n'était pas bon.

The durian they sold was just shit durian! It was old, there was mold on it. It wasn't good! It only tasted like garlic, it didn't have any of the more complex-interesting flavours that make durian nice. And it was clear that they were selling this to tourists only, because no Thai people would buy this shit! But just for the tourists that wanted to experience the garbage fruit. [...] This is more about talking about the experience than the authenticity of it. It's more about the show, you know. Which is fine, but it's not Thai food...

Tous les participants ont aussi fait mention du **western food**, cette nourriture aux airs occidentaux qui tente d'être reproduite dans certains restaurants en Thaïlande. L'exemple qui est ressorti par les quatre voyageurs est le déjeuner continental. Jérémie mentionnait d'ailleurs que « les déjeuners deux œufs/bacon, ça tu peux en trouver c'est sûr et certain », du moins, dans tous « les hôtels où y'a des blancs ». Maude a avoué s'être tournée souvent vers la nourriture occidentale pour déjeuner comme c'était difficile pour elle : « Parce qu'eux [les thaïlandais], ils peuvent manger du curry ou de la soupe, pas de problème! Mais moi à sept heures le matin, le curry, même si j'adore ça, je ne le feele pas vraiment. » Jérémie et Maude s'entendaient pour dire que ce n'est pas tout à fait aussi bon qu'à la maison. Maude a précisé : « Ils ne sont pas

nécessairement cuits comme tu t'y attends, ce ne sera pas à la perfection, mais tu peux trouver deux œufs, des toasts, ou des pancakes même. » Elle a néanmoins affirmé apprécier le mixte des façons de faire: « j'ai vu des pains dorés qu'ils faisaient dans le deepfryer, dans leur wok, dans leur huile. Donc c'était vraiment cool parce qu'ils mélangeaient deux techniques. »

Le western food est selon Maude facile d'accès et plus cher que la nourriture locale. Caroline a nommé certaines grosses chaînes très présentes en Thaïlande, telles que McDonald's, Burger King et Kentucky Fried Chicken. Maude s'est dite inquiète du développement constant et rapide des grosses chaînes multinationales, puisqu'elle a eu l'impression que la culture thaïe était mise de côté : « il faut que le touriste moyen se rende compte qu'il n'est pas aux États-Unis! Il n'est pas au Canada! Ce ne sont pas des burgers qu'on mange mais des pad thaïs, tsé! »

Les voyageurs ont aussi mentionné la particularité des 7Eleven, qui sont répandus partout dans le pays. Jérémie et nous-même avons soulevé certaines caractéristiques spécifiques, comme le fait que les 7Eleven prenaient de l'expansion rapidement, qu'ils étaient ouverts 24h/24h, qu'ils ressemblaient à nos dépanneurs, qu'ils avaient l'air climatisé, que les prix étaient affichés, que les employés parlaient un peu anglais et que ça constituait un endroit simple pour le touriste plutôt que d'aller dans un marché. Maude a affirmé s'être sentie comme chez elle : « le 7Eleven pour moi c'est un peu comme mon petit bout de chez moi si tu veux. Parce qu'il y avait de la slush, parce que tu rentres là-dedans et c'est vraiment un petit dep [dépanneur]. » Donc quand elle « avai[t] envie de chips ou de *comfort food* », elle allait les trouver dans les 7Eleven, plutôt que dans les marchés thaïlandais.

Jérémie et Caroline ont mentionné l'aspect social du **partage** de nourriture en Thaïlande. Jérémie a relaté certains comportements remarquables au restaurant : « Là-bas,

tu commandes de la nourriture et tout le monde partage. Comme quand on mange en famille et qu'on se fait un repas et que tout le monde partage. Ici on a un peu perdu ça, c'est plus individualiste [...]. » Il a aussi semblé à Caroline que la nourriture thaïlandaise était généralement faite pour être mangée en « shared style », en « family style ». Elle a ajouté que s'il n'était pas consommé en mode familial, le repas thaïlandais se mangeait alors en mode « street food », où se côtoyait un mixte de gens très différents : touristes, hommes d'affaires, travailleurs de la construction, etc. Ainsi, il lui a semblé que l'expérience culinaire était souvent communautaire : « You would share a table sometimes with other people if you're at a food stall. People will often eat in groups. » Selon elle, il n'existait pas de frontière entre les gens telle que « This is *my* meal, this is *my* table, this is *my* group. Don't look at us, don't talk to us. We don't want to know you're here », ce qui confère à son avis un côté beaucoup plus « casual » à l'expérience culinaire. Elle a poussé plus loin sa réflexion en ajoutant :

I think Thai cuisine and Thai food is like a very social experience and a lot of the dishes reflect that. It's like: you try a little bit of this and then you talk about it, and then you try a little bit of this and then you talk about it. You think about it. [...] it set itself up to being into conversation, to meet, to share, to experience [...]

Ainsi, Caroline a perçu que l'action de manger n'était pas seulement liée au fait de devoir manger pour vivre, mais qu'elle était intrinsèquement liée à la mise en relation avec les autres : « go slow and snack so you can experience not just about filling your stomach, it was also about the social aspect of sharing the experience of the meal with other people in one way or another. »

Comme mentionné au début de cette section, tous les voyageurs ont souligné la présence et l'importance du **street food** en Thaïlande. Maude a qualifié l'atmosphère

d' « incroyable » et a vraiment été enchantée. À son avis : « Les gens sont heureux, ils aiment la nourriture donc y'a comme une espèce d'atmosphère où t'as toujours le cœur à la fête si tu veux. C'est blindé de bruits, de saveurs, de couleurs. » Tous se sont entendus pour dire que l'expérience culinaire n'était pas la même à un kiosque de street food que dans un restaurant. Selon Caroline, les restaurants étaient en général plus chers et les plats servis dans ces établissements tendaient à être plus élaborés. Maude a mentionné apprécier le caractère unique de chaque kiosque de nourriture : « il n'y a pas vraiment de stand typique, c'est ça qui fait la beauté de la chose, c'est qu'ils ont tous leur unicité, ils sont tous différents. » Selon Jérémie, cela était rendu possible puisqu'il ne semblait pas vraiment y avoir de réglementation gouvernementale à cet effet : « Ici [au Québec] si tu veux faire de la bouffe dehors, ça nous prend un permis et ça te prend une place et tout le *kit*. Mais là-bas, si tu te trouves une place et que tu as le matériel pour le faire, tu vas y aller et tu vas le faire! D'après Jérémie, le street food était très populaire :

Je suis allé dans des restaurants et il n'y avait pas tant de monde que ça. Des touristes et un petit peu de thaïs. Mais quand tu allais dehors, à un petit stand où le gars était là avec son wok et ses petites tables à pique-nique, ça c'était tout le temps plein! Il y avait beaucoup de monde qui mangeait de la bouffe de rue.

Tous les voyageurs ont également mentionné la présence des **marchés** en Thaïlande. Maude a qualifié les marchés de manière similaire au street food, en fonction des odeurs et des bruits : « Quand tu marches dans ces marchés-là, y'en a du bruit, des odeurs, y'en a des trucs qui se passent au niveau olfactif. » Maude a comparé certains de leurs marchés à « nos ventes trottoirs » puisque « tout le monde se ramasse dans les rues! » Elle a d'ailleurs perçu les marchés comme étant segmentés : « c'est comme s'ils se mettaient tous en gang dans un coin : "Nous on est la gang des fruits, nous on

est la gang des soupes. ” » Jérémie a quant à lui perçu les marchés comme étant plutôt mixés : « La viande est à côté de toute. Tout est vraiment mélangé. » Nous avons également eu cette impression. Jérémie s’est dit étonné de la grosseur des marchés, ainsi que du fait qu’ils soient pour la plupart à aire ouverte. Il a aussi aimé qu’ils soient nombreux : « Pis c’est pas juste un endroit comme ça là, y’en a pleins! C’est cool. » Selon lui, les marchés étaient davantage « à l’improviste », puisque « y’a des semaines [où ils] vont avoir certains fruits pis la semaine d’après y l’auront pu parce que la récolte a pas été bonne ou parce que le fournisseur s’est pas rendu. »

Jérémie a aussi eu l’impression qu’ils avaient plus de produits locaux que chez nous, « parce qu’ils n’importent pas des trucs d’ailleurs dans les petits marchés. » Quant à elle, Caroline a perçu que le lien était plus direct entre le producteur et l’acheteur dans les marchés, que dans les magasins de style grandes surfaces : « You would see the person who made the food or the person who knew the farmers where they have bought the produces. [...] You see the chain from person to food very simply. » Jérémie a aussi mentionné que l’expérience d’achat était différente entre le marché et le 7Eleven, puisque les vendeurs ne parlaient pas nécessairement anglais: « le gars [au 7Eleven] tu sais qu’il va parler anglais. Tandis que dans le marché faut que tu baragouines avec l’autre personne. [...] j’ai vu du monde qui n’était pas à l’aise de faire ça. »

De plus, tous les voyageurs ont été **malades** au moins une fois durant leur(s) voyage(s) en Thaïlande. Dans la majorité des cas, il s’agissait d’inconforts gastriques étant liés à la nourriture épicée. Jérémie a spécifié que le corps devait s’habituer et qu’à travers ces malaises, « tu te rends compte de tes limites. » Les difficultés digestives étaient toutefois plus présentes au début de leur séjour. Pour Caroline, cela a duré quelques semaines : « for the first three or four weeks on and off I couldn’t digest the food. I think it’s the oil. » Jérémie et Maude ont avoué avoir été très malade une seule fois, lui

par de la nourriture indienne qu'il soupçonnait de ne pas être assez cuite, et elle par une contamination croisée. Elle a expliqué : « on avait attrapé une bactérie qui venait d'une viande, puis on avait mangé des trucs végétariens... » Pour notre part, bien que les inconforts gastriques étaient davantage présents au début du périple, nous avons toutefois dû être vigilante durant l'entièreté de notre séjour comme ces difficultés de digestion ont persisté jusqu'à la fin.

Durant leur séjour, tous les voyageurs ont eu recours à des **techniques** pour éviter d'être malade. Il y a trois techniques qui ont fait l'unanimité. La première est qu'il fallait suivre son instinct, son feeling ou écouter les signaux de son corps. La deuxième est qu'il était plus prudent d'aller dans des endroits où il y avait beaucoup de gens, puisque les thaïs connaissent la bonne nourriture. La dernière est qu'il était préférable que la nourriture soit préparée ou cuite devant soi. À cet égard, Jérémie a ajouté : « Moi y'a une fois où j'ai mangé quelque chose qui n'était pas fait devant moi et c'est la seule fois où j'ai été malade. » Jérémie et Caroline ont tous deux indiqué qu'il valait mieux choisir un endroit où la nourriture ne gisait pas toute la journée sur le comptoir. Maude, quant à elle, a suggéré d'éviter certains aliments selon le moment de la journée et d'aller au marché avant la tombée du jour, puisqu'il y avait dès lors beaucoup de mouches autour des lampes de présentoirs de nourriture et qu'elle trouvait cela « dégueulasse ». Caroline a pour sa part indiqué qu'il fallait sélectionner un vendeur de nourriture qui avait une bonne hygiène corporelle et ne jamais commander un plat qui était chaud à la base, mais qui était devenu tiède au cours de la journée. Jérémie a de son côté proposé de ne pas consommer de légumes crus, de poissons d'étangs et de sushis, et d'éviter les endroits où il y avait de la condensation dans les réchauds.

En lien avec cela, tous les voyageurs ont stipulé qu'ils avaient trouvé que les **conditions sanitaires** laissaient à désirer. Lors de ses premières expériences de street food, Maude

s'est dite « un peu choquée de voir la viande à l'extérieur et pas dans des frigos, au gros soleil parfois, avec rien pour la couvrir, [avec] les mouches autour... » Comme l'a illustré Caroline :

Whereas in Thailand, you go to the market to buy a piece of pork, the pork is gonna be lying right there, there is gonna be a little fan and a piece of paper attached to it so it keeps the flies off, it would not be refrigerated at all, we are talking about 38 degrees Celsius and this pig is been sitting out here for hours. And they cut off a piece of the pig and they sell it to you. That's it. So yah, that looks a lot less hygienic. However, clearly, I mean, these people aren't dying out in mass... This is working for them.

Concernant le fait que cette façon de faire fonctionnait pour les Thaïs, Jérémie s'est dit être du même avis : « Ici on a des règles d'hygiène, etc. Mais là-bas, ça existe, ils sont au courant, mais pour eux-autres y'a pas de problème parce que tu développes des anticorps. [...] Pour eux, c'est pas grave. Ton corps va apprendre à se défendre. » Caroline a ajouté que la notion d'hygiène différait selon elle entre les États-Unis ou le Canada et la Thaïlande. À son avis, en Thaïlande, « it's about that level of personal pride », donc les conditions variaient en fonction de la rigueur de chaque vendeur et certains pouvaient être hygiéniques et d'autres moins. Maude partageait cet avis puisqu'elle trouvait que les conditions d'un kiosque à un autre étaient très « relatives ».

En plus du fait que la nourriture n'était pas réfrigérée et qu'elle trainait sur des présentoirs où il y avait des mouches, phénomènes qui ont été observés par tous les voyageurs, Maude, Jérémie et nous-même avons aussi mentionné la présence d'animaux et insectes indésirables. Maude a illustré par : « Les rats dans les rues, les cafards sur lesquels tu marches ça fait « crouch crouch » pendant que t'es entrain de demander ton lunch. Tsé... » Jérémie a aussi mentionné qu'il ne pensait pas qu'il y ait d'inspecteurs en aliments pour vérifier les conditions dans les restaurants ou le street

food et qu'il trouvait que les poissons d'étangs goûtaient les poubelles. Néanmoins, Maude a trouvé « qu'ils sont plus propres [que les Vietnamiens] dans la façon qu'ils cuisinent, même si tout ça se passe à l'extérieur et dans des conditions que le moyen des mortels regarderait et se dirait : "Ehhh! Vais-je vraiment manger ça?" » Caroline a également indiqué qu'à son avis, les thaïlandais utilisaient leurs sens (odorat, goût, toucher, vue) pour déterminer si la nourriture était encore bonne à consommer ou non. À son avis: « It's more about you use your senses to figure out, like "Is this good or not?", not what you've been told. » En ce sens, elle a trouvé que les thaïlandais utilisaient davantage leur bon sens : « We need someone to tell us : "This is safe, this is clean, this is sterile". There, [in Thailand], I feel it's more like "use your common sense"! Does this look clean? Does this look safe? »

#### 4.2.3 Après

Suite à leur voyage en Thaïlande, l'impression générale laissée à Maude et Caroline est très positive. Caroline a précisé qu'elle avait tout aimé : « I loved everything. I love the food, I love the food culture [...] ». Maude a ajouté que les termes « couleurs, odeurs, saveurs » lui venaient directement à l'esprit, et que le souvenir qu'elle en gardait était très **appétissant**. Concernant le caractère « **santé** » de la nourriture thaïlandaise, Jérémie a constaté à son retour qu'elle était « vraiment plus grasse que ce qu'on mange ici! ». C'est en revenant au pays qu'il a réalisé que « quand tu arrêtes de manger cette nourriture-là [thaïlandaise], tu le sens que ça fait engraisser. » Maude, Caroline et nous-même avons au contraire retenu que la nourriture thaïlandaise nous semblait globalement santé. Maude entrevoyait encore une alimentation « super santé, équilibré[e] et sain[e] ».

Maude a également affirmé avoir modifié quelque peu sa manière de manger suite à ses voyages, soit en conservant l'habitude thaïlandaise de consommer de plus petites portions. Caroline a également diminué ses portions et a aussi adopté l'habitude de manger régulièrement dans une journée : « Now that I'm back in the States, I'm not having three big meals but eating a little bit whenever I'm hungry [...]. I feel that's actually healthier for my body and also better for my energy levels. » Sa perception des «carbs» s'est aussi modifiée : « living on rice for a long time and feeling very healthy, I eat more grain now! »

Concernant l'**hygiène**, les quatre voyageurs ont dit s'être habitués aux conditions sanitaires avec le temps. Comme l'explique Maude :

Ce qui me choquait au début quand je suis arrivée en Thaïlande la première fois, ça me choquait plus autant après tsé. J'étais comme rendue habituée aux mouches [qui tournent autour de la viande le soir]. [...] Tsé, c'est dégueu. [...] Mais on s'adapte en tant qu'individus.

Jérémie a aussi constaté qu'on finissait par s'habituer à tout cela, il explique qu'il « n'étais pas dédaigneux en partant, mais là [il est] vraiment moins dédaigneux! » Caroline a également avoué avoir changé sa vision de la salubrité alimentaire : « Thai people will leave food out overnight and it's just fine. And they will leave meat there all day and it will be just fine. » Maude pense aussi que la confrontation aux bactéries peut être bénéfique dans une certaine mesure. Elle considère que « [s]es voyages [l]'ont aidé à bâtir [s]on système immunitaire. » Elle tente d'ailleurs aujourd'hui d'appliquer ce principe à son bébé: « Tsé avec mon enfant, j'essaie de ne pas trop tout le temps nettoyer à l'extrême pour qu'elle soit un peu en contact [avec des bactéries]. C'est sûr que t'essaies de faire attention, tu ne veux pas être malade... ».

Concernant la **variété** des plats et des aliments, Jérémie n'avait pas idée lors de son voyage à quel point celle-ci était vaste. À son retour, il a fait des recherches sur Internet et a constaté « qu'en Thaïlande, c'est un des pays qui a le plus de plats typiques, genre culturels. C'est incroyable. C'est des listes et des listes et des listes! » Avec du recul, Caroline en vient à la même conclusion : « it's just so much more than what I thought it was before in terms of range of things. » Par rapport à la quantité de travail nécessaire à la confection d'un repas, Caroline a élaboré sa réflexion en constatant non seulement le travail requis, mais également le fait que le « Thai food is really labor intense if you want to do it right, but I think that it's also almost like a meditative process to make it. » Finalement, suite à ses périples, Caroline a eu l'impression que son expérience culinaire lui a permis une forme d'**interaction** avec la culture thaïlandaise. Elle exprime d'ailleurs :

So I guess that now my impression of Thai food after having thought back is that it is a really interesting display of Thai culture and Thai perspective on life about taking things slow, doing things by hand, being connected to what you're doing in any given moment.

### 4.3 Rapport aux thaïlandais

#### 4.3.1 Avant

Lorsque nous avons demandé aux participants quelle était l'image qu'ils se faisaient des thaïlandais avant d'aller en Thaïlande, ils ont tous eu besoin d'y réfléchir. Au début, Caroline et Jérémie ont dit qu'ils n'en avaient pas vraiment. Maude a exprimé : « Oh boy! Là Jess sincèrement je n'ai pas envie de te *bullshiter* de quoi. Je sais pas! » Au fil des discussions, ils ont tout de même fini par définir leur image pré-voyage des thaïlandais. N'ayant pas de point de comparaison, Jérémie les a comparés aux

vietnamiens : « Mais le plus que je pouvais me référer, c'est que je connais du monde qui sont vietnamiens fuck je me disais qu'ils doivent être assez réservés comme les vietnamiens. »

Deux participants ont mentionné des caractéristiques sur le **physique** des thaïlandais. Jérémie a parlé de la couleur de leur peau : « Moi je savais qu'ils étaient comme bronzés. [...] Parce que je regardais du muay thaï pis du monde qui se battaient pis un de ceux que je regarde beaucoup est vraiment bronzé. Donc je m'attendais à quelqu'un qui ressemble à un vietnamien, mais plus bronzé. », tandis que Maude a évoqué leur grandeur : « mon père [qui a voyagé en Thaïlande] m'avait décrit les thaïs comme des petites personnes. »

De son côté, Caroline s'est basée sur ses interactions avec des thaïlandais aux États-Unis et sur ses discussions avec des gens ayant voyagé en Thaïlande, et a indiqué certaines caractéristiques sociales, tel que le côté «friendly, outgoing, warm, and helpful » des thaïs. Quant à elle, Maude avait une image basée sur le film *The Beach*, lorsque Leonardo DiCaprio est à Bangkok : « [I]ls sont tout le temps en train de t'aborder. En train de te parler. [...] Y'a tout le temps un bruit constant; le monde qui mange, le wok, le *bla bla bla*, les *ka ka ka*. [...] Ils sont animés! Je m'imaginai un peu ça, un monde avec de l'atmosphère. » Maude a affirmé qu'elle avait néanmoins une image double des thaïs, soit « le côté très rapide, un peu agressant, omniprésent, et aussi l'autre côté très posé, en respect, très feng shui... Yogi quasiment. » Ce fut également notre image mentale avant de découvrir le pays.

Globalement, Maude et Caroline nous ont dit textuellement avoir eu une image générale positive des thaïlandais avant leur voyage. Malgré cela, comme Caroline partait pour six mois dans le but de travailler sur place, elle avait des appréhensions concernant la barrière de la langue, le fait de se sentir perdue, d'être une *outsider*, de

se sentir seule et de ne pas pouvoir communiquer profondément et en surface avec les thaïs. « [T]he language barrier was a little intimidating, going to a country where a lot of people don't speak English, trying to communicate and trying to make connections and not feel completely lost. » Cela a terni quelque peu son image des thaïlandais, puisqu'elle s'attendait à éprouver de la difficulté à se faire accepter par eux.

#### 4.3.2 Pendant

Leurs représentations des thaïlandais se sont précisées durant leur voyage. Jérémie et Caroline les ont trouvés très gentils et très **souriants**. Caroline a d'ailleurs ajouté que « in Thailand the people are known for smiling. » Jérémie les a perçus comme des gens heureux : « La plupart du monde qu'on a rencontré là-bas c'était du monde super joyeux, super souriants. » Les trois participants, ainsi que nous-même, avons entrevu une certaine volonté de la part des thaïlandais de plaire aux touristes. Caroline les a caractérisés de « natural hosts », puisqu'elle s'est sentie la bienvenue partout où elle allait. Jérémie a considéré pour sa part qu'ils étaient à l'aise avec les touristes. En parlant de la famille thaïe de Mukdahan qui les a hébergés lui et son ami, Jérémie les a décrits comme étant très généreux : « On était vraiment extrêmement bien traités. On avait tout le temps de la bouffe si on voulait manger [...] pis y demandaient rien en échange. [...] y'ont le cœur sur la main sincèrement. » Toutefois, il s'est demandé si son origine y était pour quelque chose : « Peut-être qu'on a eu un traitement privilégié parce qu'on était des étrangers ». Jérémie a également indiqué qu'il trouvait que les thaïlandais ont adopté un mode de vie d'extérieur. Selon lui, « ils vivent la plupart vraiment beaucoup dehors. C'est rare que tu vas voir du monde qui sont encabanés chez eux. Ils sont tout le temps dehors. »

Au niveau du **physique**, Caroline a mentionné qu'elle les avait trouvés minces : « In general, Thai people are more slender than people in the United States on average. » Jérémie, quant à lui, a soulevé que la peau blanche semblait être un idéal à atteindre pour eux. Des produits contenant du collagène étaient vendus pour tenter de pâler la pigmentation de la peau et les thaïs les plus blancs figuraient dans les publicités ou occupaient des postes prestigieux tels que présentateur de nouvelles à la télévision. À ce moment-là, Jérémie s'est dit que les thaïlandais aspiraient à se rapprocher dans leur aspect physique aux blancs. « On dirait que maintenant ils veulent se rapprocher d'être blancs littéralement. C'est vraiment triste. »

Au niveau de l'attitude, Maude a souligné que les thaïlandais étaient des **marchands**. Elle a expliqué que « le monde en Thaïlande ne quête pas. Ils vont [plutôt] essayer de te vendre des affaires. C'est pas le même genre. Ils sont marchands. » Elle a aussi indiqué qu'elle avait ressenti une pression, puisque « des fois ça [lui] donn[ait] des maux de tête. Tout le monde [était] là et essa[yait] de [lui] vendre son petit bordel. » Elle a aussi trouvé que dans les marchés et dans les street food, les thaïs parlaient fort et vite. Selon elle, les marchands thaïlandais pouvaient s'avérer très agressants et insistants. Elle a d'ailleurs expliqué que « des fois ils te suivent dans la rue pour essayer de t'amener à leur stand et te vendre des affaires. » Lors de notre stage, nous avons également eu cette impression. Maude et Jérémie ont aussi soulevé que certains vendeurs pouvaient se montrer arnaqueurs avec les *farangs*. Maude a exprimé que « malheureusement, ils vont te charger beaucoup plus cher. Parce qu'on est blancs, parce qu'on est touristes. » D'après Jérémie, cela pouvait s'expliquer par leurs idées préconçues sur les *farangs* : « y'ont appris, ben pas toute, mais que les blancs ont de l'argent. »

Concernant la façon de **communiquer** avec les thaïlandais, plusieurs manières ont été employées par les trois voyageurs et nous-même. Jérémie a été le seul à utiliser *Google translate* pour traduire des mots en thaï et les faire lire ou entendre aux gens. Tous ont rapporté avoir appris quelques mots en thaï tels que *bonjour, merci, s'il vous plait, et bye*. Maude a toutefois mentionné que « comme c'est une langue compliquée avec de la prononciation difficile, en trois mois et demi [elle] n'[a] rien appris d'autre! » Nous étions tout à fait de son avis. Jérémie a ajouté qu'il s'agissait selon lui d'« un des langages les plus difficiles à apprendre dans toutes les langues du monde. » Seule Caroline a appris quelques bases du langage étant donné son séjour plus long et elle a mentionné que cela a constitué un véritable défi! Elle a d'ailleurs signalé : « It got me into the culture faster I think and it helped me meet Thai people because we could have this conversation about food and their favourite restaurants [...] ».

Tous les voyageurs ont rapporté avoir employé de l'anglais de base pour communiquer avec les thaïlandais qui connaissaient quelques mots dans cette langue. Des formules approximatives étaient employées par certains thaïlandais, comme par exemple : « Me make other food », phrase rapportée par Caroline et entendue d'une vendeuse de street food. Jérémie et Caroline ont d'ailleurs affirmé que l'anglais se parlait davantage et mieux par les thaïs travaillant dans les zones plus touristiques. Un autre moyen de communication employé par tous fut le langage des signes. « Usually with some hand signals, a smile and pointing at somebody else's food, I could get what I wanted. », a exprimé Caroline. Maude et Jérémie ont également cité le recours à des interprètes pour communiquer, soit avec les enfants ou avec les petits-enfants des commerçants. D'après Jérémie, cela arrivait plutôt dans les petits endroits. Selon Maude, « il y a une différence entre les générations au niveau de l'anglais. Comme maintenant y'a beaucoup de touristes dans le pays, ils en ont besoin. Ça peut expliquer pourquoi les plus vieux ne le parlent pas ou très peu. »

### 4.3.3 Après

À la suite de leur périple, certaines pensées des voyageurs ont été nuancées, affinées et parfois même complètement transformées, par rapport à leur façon de percevoir les thaïlandais. Concernant leur manière d'être, tous les voyageurs, nous comprise, avons surtout retenu que les thaïlandais sont des gens très **astucieux**. Maude les a qualifiés d'intelligents et de débrouillards en se référant à leur manière de manger épicé pour contrer la haute température extérieure en régulant leur température corporelle interne, ainsi qu'en parlant de leur utilisation multiple des sacs de plastique. Caroline les a décrits comme étant ingénieux à leur façon de préparer des mets incroyablement délicieux avec n'importe quels ingrédients provenant de leur jardin. Jérémie les a trouvés débrouillards en se référant notamment aux agriculteurs de la campagne, qui malgré leur faible taux d'éducation et de moyens financiers pour la plupart, « ils ont appris à se débrouiller [et] ils font la culture de tout ce qu'ils peuvent. » Pour notre part, nous les avons trouvés débrouillards dans leur ensemble, à leur manière de bricoler eux-mêmes ce dont ils ont besoin.

Par rapport au fait qu'elle avait trouvé les thaïlandais très **gentils** et très **souriants** à son arrivée au pays, Caroline a souligné que ses impressions avaient grandi en nuances : « I would say overall Thai people are very friendly and very accommodating but like anywhere in the world. Not all people are kind. Not all people are gonna help you out. » Elle a également constaté que la notion de sourire pouvait être plus complexe qu'elle ne le laissait paraître de prime à bord. « The Thai smile is a smile but it's not always a happy smile, it's a face that they put on sometimes. And it's a cultural face [...]. » Elle a ainsi expliqué que selon elle, il existe plusieurs sourires en Thaïlande et qu'ils ne signifient pas tous la même chose :

But a smile is not just a smile. There are many kinds of smiles in Thailand. There's the smile that says: "I'm generally happy to see you". There is the smile that says: "I've been polite to you right now and I have to smile." There is the smile that says: "I don't like you and I wish you would leave but I have to be polite to you right now". There is the smile that says: "You are being stupid but I can't let you know that I think you're being stupid so I'm just smiling at you because I don't know what else to do to avoid offending you". And this is a way of putting on a face.

Selon Caroline, c'est un *Thai thing* puisque « there's also a social pressure to *look* kind and giving regardless of what you actually feel. » Ainsi, sa perception des thaïlandais s'est beaucoup transformée.

Pour leur part, Maude et Jérémie ont perçus les thaïlandais comme étant très **directs**. Maude nous a rapporté principalement des exemples tirés de ses interactions avec des marchands et des vendeurs de street food :

Donc des fois je les trouvais un peu... agressants, dans leur façon de t'aborder, de vouloir vendre leurs trucs. Ou juste de la façon qu'ils vont te servir la bouffe c'est très : "Ok, maintenant, toi, qu'est-ce que tu veux?! " » Très "tac-tac-tac-tac". On va au but. Y'a pas de finesse. Y'a pas de politesse. C'est très "Tchou! ", "directly to the point!", tsé.

Malgré ces impressions, Maude s'est rectifiée en affirmant que les thaïlandais faisaient tout de même preuve de **politesse** : « Ils sont polis dans leur *rudeness* genre. » Elle a ensuite peaufiné sa réponse en ajoutant qu'elle les trouvait très respectueux de la vie en général, « que ce soit du plus petit insecte au plus grand. Pour tous les éléments de la vie, ils ont un respect incroyable ». Jérémie nous a mentionné qu'« un des trucs qui [l]'avait le plus sincèrement marqué c'est la façon [dont] eux se traitent. Nous ici on a une chose qui s'appelle être *politically correct*, là-bas ils n'ont pas vraiment de trucs

comme ça. Tu fais un peu ce que tu veux. » Caroline et nous-même avons au contraire mentionné que nous trouvions les thaïlandais très indirects. Elle a d'ailleurs affirmé : «not straight forward, but hinting at it. More subtle. » Tout cela renvoie à son avis aux concepts d'honneur et de respect reliés au sourire et à l'aspect de face :

I didn't know much about the whole honor-respect system and how important this is to Thai people. [...] And in Thailand it is much more, you look like a better person if you are not direct. If you are polite, if you put on that face, you put on that smile [...]. In Thailand you get respected by maintaining your composure, by keeping it together.

De plus, nous avons tous eu l'impression que les thaïlandais avaient une capacité à gérer le stress. Selon Maude, ils « sont plus *groundés* dans leur corps. Ils ne laissent pas le **stress** les envahir. » Ainsi, elle a mentionné qu'ils ont recours à plusieurs techniques pour relâcher la pression, notamment à travers les massages, la réflexologie, le taï chi, l'acu-pression des mains et la méditation. Caroline a trouvé qu'en général, ils savent trouver un équilibre dans leur vie et elle a ajouté : « It didn't seem that they were worried about things. » Pour Jérémie, leur « mode de vie [est] vraiment à la légère ». Selon lui, les thaïlandais, malgré leur dur labeur (il donne l'exemple des agriculteurs), prennent le temps de discuter, de faire des *jokes* et de *chiller*. Toutefois, tous ont apporté un bémol à leurs affirmations. Caroline a ajouté que les gens des grandes villes, telles Bangkok et Chiang Mai, doivent sûrement être plus stressés; Jérémie a mentionné que certaines personnes doivent être moins relaxes, puisqu' « en Thaïlande, y'a des affaires heavy aussi », et Maude a rappelé que les marchands et vendeurs de street food sont néanmoins « tellement surexcités [...]! *Pad thai, pad thai! Peanut, peanut!* Ça n'arrête jamais! »

Concernant l'attitude des vendeurs et des marchands sur la Khao San road, Maude a vu une grosse différence entre ses deux voyages. Selon ses dires, à son retour en Thaïlande trois ans plus tard, « ils ne voulaient plus **négociier!** Ils étaient rendus blasés. » À son avis, cela est dû au tourisme grandissant dans le pays : « ils le savent que l'autre d'après, qui vient d'arriver et qui n'est pas vraiment au courant des prix, lui va l'acheter de toute façon à ce prix-là! Donc ils ne veulent même plus, ce n'est même plus le fun de négocier, tsé. » Elle s'est toutefois réservée de généraliser ce phénomène, puisque ce ne sont pas tous les marchands qui ont cette conduite à l'égard des touristes.

En ce qui a trait aux **relations d'amitié**, Caroline en a vécues avec des thaïlandais comme elle est restée plus longtemps dans le pays et qu'elle parlait un peu la langue. Elle a relevé que ceux-ci voulaient tout le temps être ensemble: « for them it was almost like an expectation to be every waking moment with your friends. » Elle a cité un exemple où chacun avait envie de manger un plat en particulier, mais qu'ils en ont discuté très longuement afin d'en arriver à un consensus plutôt que de se séparer et de satisfaire les envies de chaque individu. Sa conclusion du phénomène s'est traduite comme suit :

But for Thai people, I think it was more valuable to spend more time with your friends and to enjoy that time with the whole group as opposed to getting what *you* wanted specifically, and being efficient about the meal time. So it was the group mentality versus the individual and also that efficiency thing, the time thing.

En lien avec ses appréhensions du début, Caroline a affirmé s'être rendue compte à travers son immersion dans un autre pays que malgré les différences culturelles et la barrière de la langue, il y a toujours moyen de connecter avec les gens. Selon elle, « in a lot of ways you can still find things you can connect over and find things that are

similar and the same in terms of sharing basic human experience. » Elle considère aujourd'hui que cette expérience lui a permis de grandir, d'être plus ouverte d'esprit et d'être plus compréhensive envers les immigrants vivants aux États-Unis.

Au niveau du **physique**, Caroline a exprimé les motifs qu'elle croit responsable de la minceur des thaïlandais. Selon elle, cela est directement lié à leur manière de consommer la nourriture: « the way they eat isn't sitting down for big meals two to three times a day. It's a lot of little bites. Little bites, always. Eating very slowly, eating communally. Eating fresh food as opposed to processed food. » Néanmoins, Caroline a l'impression que l'augmentation de la présence du western food aura un effet néfaste à long terme sur les conditions de santé des thaïlandais: « Rate of obesity and diabetes are going up in Thailand. [...] I wouldn't be surprised of that started in Thailand with the increase of foreign influence and foreign habits. »

En discutant davantage avec son amie thaïlandaise Kina, Jérémie a apporté des nuances à ses propos concernant la blancheur désirée des thaïlandais: « Les arrières grands-parents à Kina étaient [...] des esclaves. Parce qu'ils étaient plus noirs et plus bronzés. » La volonté d'avoir une peau pâle serait donc liée à l'histoire du pays. Selon lui, les thaïlandais sont très influencés par un autre pays asiatique : « plus tard, j'ai compris qu'eux-autres comme exemple ils ont vraiment la Corée [du Sud]. C'est comme leur genre de Hollywood à eux, la Corée. »

Quant à Maude, elle a affirmé un peu mieux reconnaître aujourd'hui les thaïlandais : « Quand t'as voyagé un certain temps en Asie, après un certain moment tu réussis à faire un peu la différence parce que tsé on parle beaucoup des "asiatiques", mais ils ont quand même des traits particuliers chacun. » Toujours à son avis, les thaïlandais sont en excellente santé : « Eux-autres, ils ont des systèmes immunitaires incroyables! Ben plus que nous. Parce que justement, ils sont confrontés [aux bactéries]. » Cela serait en

lien avec certaines pratiques d'hygiène que nous avons abordées dans la section précédente.

#### **4.4 Rapport à la culture thaïlandaise**

##### 4.4.1 Avant

Lorsque nous avons demandé aux participants quelle était l'image qu'ils se faisaient de la Thaïlande et de sa culture avant d'y aller, Maude et Jérémie ont constaté qu'ils avaient à cette époque des **connaissances très limitées** de la culture thaïlandaise. Maude, Caroline et nous-même avons fait quelques recherches. La première s'était informée sur des informations générales, telles que la monnaie, la religion, la monarchie, la langue officielle, etc., et la seconde avait lu sur certaines conventions sociales de respect et de politesse, notamment sur l'existence du *wai*. Pour notre part, nous avons lu sur tous ces thèmes, en tentant d'avoir le plus d'informations possibles avant notre stage. Quant à Jérémie, il connaissait le muay thaï et savait qu'il s'agissait de leur « art martial national ».

Concernant leur image de la Thaïlande, Caroline et Maude entrevoyait surtout une **destination soleil**. Maude a raconté que « l'image qu'[elle] avai[t] avant de partir c'était vraiment l'image des îles paradisiaques, les espèces de villes qui sortent de l'eau, le côté très féérique, très magique. » Les images qui venaient en tête à Caroline étaient très tropicales : « white sand beaches and coconut trees », ou même « exotic fruits and nice beaches ». Maude a également mentionné avoir eu une image enivrante et magique de Bangkok, puisée dans le film *The Beach*. Elle a décrit l'atmosphère de la métropole comme étant un univers « très magique, enchanteur, qui vient piquer ta curiosité, du bruit partout, de la fumée, des odeurs. » Quant à l'image de Jérémie, il se disait que

comme « Bangkok [est] une grosse ville, donc ce doit être *high tech*. » De manière globale, il imaginait la Thaïlande plutôt **rurale** : « ma conception, c'est que la Thaïlande c'était un pays rural, ce n'était pas développé comme un pays d'Europe. »

Jérémie et Caroline avaient également une vision plutôt **traditionnelle** de la Thaïlande. Jérémie imaginait des « moines style tibétains qui sont rigoureux dans leurs pratiques », donc qui sont confinés dans leur temple, qui méditent régulièrement et qui « coupe[nt] le gazon à la faux. » Caroline imaginait une culture plus traditionnelle et plus formelle, une culture légèrement plus « old fashion way of life » qu'aux États-Unis. De plus, Jérémie avait une conception très homogène de la culture : « je pensais que tout le monde en Thaïlande étaient des thaïs. Tu es en Thaïlande, tu es né là, tu es un thaï. »

#### 4.4.2 Pendant

À travers les expériences culinaires des voyageurs en Thaïlande, leurs perceptions de la culture thaïlandaise se sont précisées durant leur voyage. Maude, Caroline et nous-même avons trouvé qu'il s'agissait d'un pays **touristique**. Maude a affirmé que « plus de 80% de l'argent qui entre en Thaïlande provient du tourisme » et Caroline a indiqué que comme la culture thaïlandaise en est une qui veut vraiment rendre les visiteurs heureux, notamment en adaptant les plats aux goûts de ces derniers, « it makes it a good tourists' country! »

Selon Jérémie et Caroline, tout poussait bien en Thaïlande. Le **climat** y serait pour quelque chose. L'explication de Jérémie a été la suivante : « Tsé, le soleil est tellement intense à tous les jours. Tsé, y fait 30 à tous les jours. [...] Fack les champs ça pousse pis la nourriture est éclatante de couleurs pis de goûts. » Caroline a aussi affirmé que

la nourriture poussait partout, même sur le bord des routes, et que la majorité des thaïs en cultivaient chez eux : « it grows very well on their climate so it's like a national thing, an easy thing to do. Everyone is growing some kind of food in their yard because it just makes so much sense. »

Selon Caroline, il est également de coutume dans les petites villes ou dans les villages thaïlandais que les gens s'adonnent au « **foraging** », cette action de cueillir et récolter de la nourriture dans la nature, soit dans les bois ou même en bord de route. En Thaïlande, « you learn a little bit about your local plants and you learn what you can eat and what you can't. [...] [In the United States] we don't trust our senses that much, we don't use our knowledges for survival as much in those situations. » Maude et Caroline ont toutefois spécifié qu'il existait d'autres styles de climats dans le pays et qu'il ne s'agissait pas exclusivement de plages au sable chaud. Caroline a mentionné : « as a country as a whole, even the weather is quite vast [...]. [...] where I lived was very mountainous and jungle. » Ainsi, Maude a fait remarquer que « le climat [...] varie du nord au sud ».

En lien avec le climat chaud, tous les voyageurs, dont nous-mêmes avons constaté que les **bâtiments** avaient tendance à être ouverts. Jérémie a d'ailleurs expliqué que « pour la plupart des restaurants, les murs sont ouverts [...]. C'est rare les restaurants où tout est complètement fermé, à part les centres d'achats. » Lors de notre stage, nous avons eu l'impression que cette façon d'ériger les bâtiments laissait une plus grande place à la nature pour se manifester. Par exemple, nous avons vu des arbres dans certains restaurants, où des trous avaient été faits au toit pour leur permettre de demeurer intacts. Nous avons aussi remarqué que plusieurs animaux et **insectes** semblaient libres de se promener dans ces restaurants, tels des chats, des lézards et des coquerelles. Jérémie

s'est fait la même réflexion, en mentionnant que « les maisons ne sont pas hermétiques, donc il y a des bibittes qui peuvent entrer... »

Toujours par rapport aux bâtiments des restaurants, nous avons pu constater la présence de la **monarchie** puisque tous les établissements (restaurants, auberges, hôtels, maisons privées) ou presque, possédaient une photo du roi qui était exposée au mur, donc visible. Jérémie et Caroline en ont également fait mention durant leurs entretiens. Jérémie et nous-mêmes avons également eu connaissance que l'hymne national jouait à l'extérieur. Jérémie a toutefois complété : « Mais je ne sais pas, je ne l'ai pas entendu. C'est un de mes amis qui est allé et qui m'a dit ça. En tout cas, c'est *fucked up*. » Pour notre part, nous avons remarqué que l'hymne national jouait à tous les jours, à 8 :00 et à 18 :00, dans les places publiques telles que les gares de train, les parcs et les marchés, ce qui nous a également permis de constater la présence de la monarchie dans ce pays. Jérémie, Caroline et nous-même avons eu une impression de propagande en ce qui concerne la royauté. Caroline a expliqué qu'elle percevait le roi comme un « symbole » pour les thaïlandais et que certaines règles de conduites devaient s'appliquer : « In company, you don't talk shit on the king. [...] Regardless how they individually feel about the king, it would just put them in a very unpleasant way. »

Également, Jérémie et nous-même avons remarqué la présence de **petits autels**, s'apparentant à des petites maisons sur piliers, dans lesquels les thaïlandais semblaient déposer de la nourriture en guise d'offrandes. Nous avons remarqué qu'il y en avait à plusieurs endroits, soit devant les restaurants et les auberges, en bords de route, devant des bâtiments publics ou même dans la cour privée des gens. Jérémie a mentionné qu'il s'agissait d'offrandes à Bouddha et aux déités, alors que nous nous sommes fait dire par une jeune thaïlandaise qu'il s'agissait plutôt de croyances liées aux bons esprits et aux anges, les autels visant ainsi à attirer le bien sur le domicile des gens.

Durant ses voyages, Maude s'est détachée de sa vision enchantée de la Thaïlande, en expliquant que « le paradis a vraiment deux visages ». Même si elle a pu voir le côté féérique et paradisiaque des plages et qu'elle a retrouvé l'ambiance magique des rues de Bangkok telle que dépeinte dans le film *The Beach*, elle a été troublé par la **pollution** présente dans le pays. En relatant une randonnée menant au point culminant de Koh Pi Pi Island, elle a affirmé : « Tsé, c'est ravagé [...]. [...] d'en haut tu voyais toute la dévastation due au tsunami, des zones qui avaient été reconstruites, à moitié reconstruites, les zones de déchets, les clôtures... Ça m'avait troublé. » Elle a également ajouté que dans les marchés et les street food, « ils utilisent beaucoup beaucoup de plastiques, de trucs pour emporter, de contenants, de re-plastiques, de re-sachets, de... Ah mon Dieu, des fois c'est étourdissant! » Jérémie a aussi perçu la présence de pollution en Thaïlande, mais selon lui la manière qu'ont les thaïs de se départir de leurs ordures est en cause : « Tsé là-bas c'est pollué [...]. C'est qu'ils mettent toute dans la rivière. Tsé eux-autres, des poubelles, ça existe pas. Eux-autres y font des tas pis y mettent le feu là-dedans. » Pour Maude, le problème résiderait aussi dans le tourisme de masse, puisqu'il entraîne de la pollution ainsi qu'une négligence de l'environnement : « Tsé, le monde qui s'en foutent, ils sont juste là pour faire le party. Party all night, party all day. Le monde qui s'en foutent, qui prennent la plage pour un grand cendrier. »

Quant à lui, Jérémie s'est rendu compte notamment à travers la nourriture<sup>8</sup>, mais aussi à plus grande échelle, qu'il n'y avait pas d'homogénéité culturelle comme il se l'imaginait au départ : « à Mukdahan qu'est-ce qui est spécial c'est que t'es en Thaïlande, sauf que la plupart du monde sont d'origine laotienne. »

---

<sup>8</sup> Tel que décrit au chapitre 4.2.2 par rapport à la diversité des plats.

Concernant la vision plutôt **traditionnelle** que Caroline et Jérémie avaient de la culture thaïlandaise, celle-ci s'est plutôt modifiée. Caroline entrevoyait une société comportant plus de règles qu'aux États-Unis, notamment en ce qui a trait à la formalité des repas et des interactions sociales. Caroline a expliqué: « At least it was kind of the image I had. When I went to Thailand, a lot of that just honestly was revealed not true. » Quant à Jérémie, son image du moine a été ébranlée. Il nous a raconté sa deuxième interaction avec un moine : « il fumait pis en même temps il pass[ait] le *weed eater* [...]. Fack tsé, on est loin du moine qui coupe le gazon à la faux. Ça, ça m'avait marqué. J'ai été déçu. » Toutefois, Jérémie a rapporté l'idée que la Thaïlande était à ses yeux un pays « conservateur », notamment à travers sa monarchie et ses tactiques de propagande.

Jérémie a aussi constaté durant son voyage que la Thaïlande n'était pas si rurale que dans son imaginaire : « soit que t'as une ville qui est extrêmement **développée** pis que moi je m'étais dit que je ne voulais pas voir ça, sauf que les villes où je voulais aller qui étaient relativement rurales, elles étaient toutes en voie de développement. » Il a aussi réalisé que la technologie était très présente, puisque « peu importe où tu es, tu peux avoir Internet » et que « tout le monde a un téléphone! ». Il s'est aussi dit « troublé » par le côtoiement de deux mondes, soit les petits commerçants et les centres d'achats. En effet : « tu sors dehors et y'a du monde qui vendent un pad thaï pour 30 bahts et tu rentres en dedans [dans le centre commercial] et tu vas acheter un pad thaï genre 170 bahts! C'est les deux mondes un en face de l'autre. » Ce fut également notre impression durant la quasi-totalité de notre stage, nous nous sommes sentie troublée par ce côté très et peu développé à la fois.

#### 4.4.3 Après

Au retour de leur voyage, certaines pensées des voyageurs ont été approfondies concernant leur perception de la culture thaïlandaise. À titre d'exemple, la conception des bâtiments permettant aux animaux et insectes d'entrer dans les restaurants a permis à Jérémie de redéfinir son rapport envers le règne animal. Il a expliqué que :

Là-bas c'est ça, on ne va pas tuer tout ce qui bouge juste parce qu'ils sont là. Tandis qu'ici, s'il y a une bibitte en dedans, c'est sûr qu'elle passe au *cash!* Ça ça a changé. J'ai un peu plus de tolérance envers tout ce qui nous entoure qui est vivant.

Cette situation a laissé comme impression à Jérémie que les thaïlandais « respectent vraiment plus leur environnement », du moins en ce qui a trait à cette situation. Maude est revenue avec un sentiment similaire : « Je trouve qu'ils sont très respectueux genre. Que ce soit du plus petit insecte au plus grand. » Toutefois, par rapport à leur « utilisation à l'extrême, à outrance » des sacs plastiques et à leur manière de disposer des déchets, soit en les « jetant au bout de [leurs] bras », Maude a conservé sa perception comme quoi ils n'ont pas une conscience écologique développée. Elle croit d'ailleurs qu'ils devraient prendre exemple sur nous, avec nos sacs réutilisables et nos épiceries sans déchets, parce qu'au niveau de leur **empreinte écologique** « les thaïs... ils se gâtent! »

Suite à leurs interactions avec des thaïlandais durant leur(s) séjour(s), tous les voyageurs ont eu une réflexion relative à la notion du **temps** en Thaïlande. Caroline, Jérémie et nous-même avons considéré que les choses allaient très lentement dans ce pays. D'après Caroline, « the Thai national motto was “Mai bin royé”, “Don't worry about it”. Relax. Chill out. Whereas [...] the United States' national motto might be

like “Time is money”. » Jérémie a retenu la même chose, en percevant qu’ « il n’y a pas de *timeline* on va dire. [...] la plupart du monde prennent ça plus relaxe. » Maude a apporté une nuance concernant le *asian time* qu’elle a identifié comme pouvant être soit très vite ou très lent. Selon elle, « c’est tout ou rien tsé. T’as des fois, ils sont là et ils essaient de te vendre genre le speed boat ou le slow boat. Pis tu te dis : “Mais y’a rien entre les deux! Soit tu veux me rendre là super rapidement ou soit tu veux que ça me prenne douze heures!” » De manière générale, Maude a toutefois mis davantage l’emphase sur le fait qu’elle considérait la culture thaïlandaise comme étant rapide: « ils bougent vite, tout se passe très vite *tac-tac-tac-tac*. *Tac-tac* ça te fait ton petit pad thaï en trente secondes, *tac-tac* ça te parle vite et ça essaie de te vendre leurs trucs. » De notre côté, nous avons eu l’impression que les marchands de *street food* allaient effectivement vite quant à l’exécution des plats, mais de manière générale, le rythme en Thaïlande nous a paru surtout lent.

Pour sa part, Jérémie est revenu avec l’idée que la Thaïlande est « un pays pauvre », il a expliqué : « Dans ma perception à moi, je me suis rendu compte qu’ils font avec qu’est-ce qu’ils ont. » De plus, après réflexions, Maude et Jérémie ont mentionné la **famille**. Maude a constaté un rapport à la famille qui lui a semblé différent d’ici. Elle a remarqué dans certaines *guesthouses* que les aînés vivaient avec la famille. À son avis, « tout le monde vit ensemble, s’entraide et puis y’a un respect incroyable des aînés. » Elle a aussi perçu que la place des enfants était différente. Au lieu d’être envoyés à la garderie comme c’est le cas ici, les enfants peuvent être présents dans les marchés : « Tu vois les bébés faire des siestes en dessous des stands [...]. Ou dans le dos des mamans, ou en train de jouer avec leurs plus grands frères, plus grandes sœurs autour. » Jérémie a aussi constaté cette différence. À son avis, « les enfants travaillent. Si t’as une business familiale, tu travailles avec maman/papa pis t’as pas le choix. » Nous avons eu les mêmes impressions qu’eux concernant le rapport à la famille.

## 4.5 Rapport à leur propre culture

### 4.5.1 Avant

De manière généralisée, les voyageurs n'ont pas vraiment mentionné comment ils percevaient leur propre culture avant d'aller en Thaïlande.

### 4.5.2 Pendant

Durant leur voyage en Thaïlande, certaines caractéristiques de leur propre culture ont fait surface. Tous les voyageurs, dont nous-même, avons nommé qu'il y avait des normes plus strictes chez nous au niveau de l'**hygiène** et de la salubrité des aliments. Caroline a caractérisé le code d'hygiène aux États-Unis de très « rigoureux » alors que Jérémie a précisé qu'au Canada, « tout est aseptisé ». Maude et Caroline ont aussi indiqué qu'elles considéraient les **portions** servies dans leur pays respectif comme étant grosses : « the portions in the United States are so big! » Elles ont aussi ajouté qu'il y avait trois repas par jour dans leurs pays, soit le déjeuner, le dîner et le souper. Selon tous les voyageurs, nous comprise, on ne mangerait pas épicé au Canada et aux États-Unis. Caroline a aussi perçu qu'il se mangeait moins de choses aux États-Unis qu'en Thaïlande : « Liver, heart, skin feet, sometimes head. All of these parts that we, in the United States, a lot of places will throw this stuff away. » Jérémie a semblé être également de cet avis, en ajoutant qu'au Canada on ne mangeait pas « n'importe quoi ». Ainsi, les canadiens choisiraient leurs coupes de viandes et auraient moins tendance à tendre vers les abats. Maude a mentionné que chez elle, les insectes ne faisaient pas partie des produits consommés par les gens.

Maude et Jérémie ont tous deux souligné que le Québec avait une **culture** qui lui était propre. C'est en allant au restaurant de poutine de Bruno Blanchet à Bangkok, notamment en entendant de la musique québécoise, en voyant les drapeaux accrochés et en dégustant une poutine, que Maude l'a réalisé : « Tu te rends compte qu'au Québec on a vraiment une culture propre. » Jérémie a également souligné qu'« au Québec, on parle en français et [...] on vient pas de la même place que le monde qui viennent de l'Ontario. [...] On vient d'une autre chaîne de cultures. On a de la culture française. »

Tous les voyageurs ont constaté qu'il semblait important, à un moment donné ou à un autre d'un périple en Thaïlande, de se reconnecter à ses propres **repères** culinaires, notamment en prenant une pause de la nourriture thaïlandaise. Maude a expliqué que « la recherche de l'autre passe beaucoup par la nourriture. Mais à un certain moment, tu deviens un peu fatiguée, t'as besoin de tes propres repères. » Caroline a expliqué qu'elle ressentait parfois le besoin de consommer du *western food*, puisque « it was food that [she] associated with [her] culture. » Jérémie l'a également constaté chez son compagnon de voyage pour les mêmes raisons citées ci-dessus en plus de vouloir, à son avis, « se donner un *break* de la bouffe épicée ». Durant notre stage, nous avons également ressenti à quelques reprises le besoin de manger de la nourriture qui nous était familière.

Pour sa part, Caroline a déclaré qu'elle concevait la manière de manger aux États-Unis comme étant très « **utilitariste** ». Selon elle, « it's like : I eat so I am not hungry and because I like food. But it's not really like: I eat because I want to hang out with my friends or spend time with my family, or maybe talk to a stranger on the street. » Ainsi, elle a résumé la consommation de nourriture dans son pays comme suit: «sitting down, eating, filling yourself and being done with it. » Bien que nous vivions au Québec et non aux États-Unis, nous considérons tout de même que dans plusieurs circonstances,

le repas en Amérique du Nord est axé particulièrement sur la relation plutôt que sur le simple fait de consommer de la nourriture. Cela nous semble d'ailleurs le cas lors de réunions familiales, amicales ou d'affaires, où le repas peut presque servir de prétexte pour se voir. Nous sommes toutefois en accord avec Caroline sur le fait que nous aurions souvent l'habitude de tendre vers une consommation utilitariste et rapide de la nourriture.

Caroline a aussi perçu que le rapport entre le consommateur et le producteur de nourriture avait tendance à être très faible dans son pays. Les deux seraient plutôt **déconnectés**: « You don't have to see the people who were involved in bringing that food to your grocery store, your market. You don't understand how many hands went into making this banana to reach your grocery store and how far it travelled. » Jérémie a d'ailleurs mentionné qu'il trouvait que les marchés dans son pays comportaient beaucoup de « produits d'ailleurs ». De plus, Jérémie a signalé que les **maisons** au Québec étaient davantage hermétiques qu'en Thaïlande et qu'elles étaient ainsi isolées des insectes et animaux de tous genres. Il a d'ailleurs indiqué « qu'ici, s'il y a une *bibitte* en dedans, c'est sûr qu'elle passe au *cash!* »

Également, Caroline a spécifié qu'elle trouvait que les américains pouvaient avoir des choses pour leur **beauté** plutôt que pour leur utilité. Elle a cité l'exemple sur les pelouses et les fleurs présentes dans la cour privée des américains, qui ne font qu'être agréables à l'œil, en comparaison avec les thaïlandais qui auraient plutôt tendance à planter de la nourriture dans leur jardin. Finalement, Caroline a mentionné qu'en Amérique, il était possible de dire tout haut ce qu'on pense du gouvernement, puisque « nobody will take it personally! »

### 4.5.3 Après

Suite à leur(s) voyage(s) en Thaïlande, les perceptions des voyageurs à l'égard de leur propre culture se sont peaufinées. Concernant l'**hygiène**, tous les voyageurs sont allés plus loin dans leurs réflexions. Tous s'entendent pour dire que leur pays respectif est peut-être un peu trop strict sur l'hygiène. Jérémie a indiqué que « dans le fond, peut-être qu'on capote un petit peu trop avec toute et ça fait que notre système immunitaire est vraiment moins fort que celui du monde en Asie. » Maude l'a rejoint sur ce point en mentionnant « qu'au niveau des bactéries pour les normes, ici au Canada ça ne passerait jamais, mais en même temps, c'est que ça travaille tellement ton système immunitaire. C'est tellement bon en quelque part d'être en contact avec tout ça. » Nous aurions donc beaucoup à apprendre des thaïlandais à cet effet, puisque nous serions selon Caroline « too cautious about treating our food in a way that might get rid of some potentially beneficial bacteria or stuff like that. » À son avis, il faudrait trouver un équilibre entre les pratiques des deux cultures: « You don't need to do quite as much as we do in the United States. You can maybe do a little more than some people in Thailand do. »

Caroline a également ajouté qu'elle trouvait que ces pratiques liées à l'hygiène traduiraient un certain **malaise** chez les américains : « I think that in the United States, we have a lot of fears sometimes around food ingredients and things like expiration dates scare us. And I think it's partially because we are disconnected from our food. » Toujours selon elle, cette déconnexion ferait en sorte que les américains utiliseraient moins leur « common sens » pour déterminer si les aliments sont encore propres à la consommation et se sentiraient donc plus à l'aise avec des règles et des conventions strictes. Ainsi, les américains auraient besoin de quelqu'un pour leur dire : « this is

safe, this is clean, this is sterile. » Nous rejoignons totalement les voyageurs sur ces points et avons eu les mêmes réflexions lors de notre retour au Québec.

Suite à leur(s) périple(s), tous les voyageurs sont aussi revenus avec l'impression que les gens dans leur pays étaient **pressés et stressés**. Maude a mentionné qu'« on est comme malades de stress en Occident. » Jérémie a dit qu'il trouvait qu'on « va trop vite, qu'on ne prend pas assez le temps de vivre le moment présent. De flâner, de juste ne rien faire. C'est bon pour la santé de ne rien faire aussi. » Caroline a également ajouté que la pensée générale en Amérique serait : « Time is money ».

De plus, Caroline et Jérémie ont mentionné qu'ils considéraient leur culture respective comme étant plus **individualiste**. Caroline a expliqué sa pensée comme suit: « I do think that we are raised to think of ourselves as individuals more than as members of the group. » À son avis, le restaurant ne constitue pas une expérience communautaire en Amérique puisqu'on ne voit pas les cuisines, que c'est impoli de regarder les autres manger et qu'il existe un sentiment de possession et de sens privé avec la nourriture, comme les gens ne partagent pas vraiment leurs plats ensemble. Elle voit donc les américains moins portés à faire des compromis et à plutôt mettre l'emphase sur ce qui leur convient personnellement. Jérémie a ajouté pour sa part qu'« ici on a un peu perdu ça », ce sens du partage de la nourriture.

Par rapport aux **habitudes alimentaires** Maude est demeurée avec l'idée que notre *fast food* laisse à désirer puisque le contenu nutritionnel n'est pas fameux. Elle a indiqué que : « Nous c'est rapide, c'est pas bon pis c'est pas santé! » À son retour au pays, elle a d'ailleurs pris conscience « qu'on abuse sur les portions autant au restaurant qu'à la maison. » Selon elle, « on a vraiment quelque chose à apprendre [des thaïlandais]. » En revenant au pays et en remangeant de la nourriture d'ici, Jérémie a pour sa part plutôt trouvé que la nourriture était moins grasse qu'en Thaïlande.

Concernant l'attitude des gens, Maude et Jérémie sont revenus avec l'impression que les gens de leur pays sont moins **directs**. Maude les a qualifié de « faux-nez » pour décrire le côté hypocrite et Jérémie a surtout insisté sur le fait qu'ils étaient « politically correct ». À l'opposé, Caroline est quant à elle revenue avec l'impression que les Américains sont beaucoup plus directs que les thaïlandais : « we are much more straight forward », « you can be respected sometimes by being raw and real ». Pour notre part, nous avons l'impression qu'il s'agit d'un mélange des deux points de vue, où les québécois seraient à la fois directs dans leurs propos tout en choisissant avec soin la manière de délivrer le message. Quant aux pressions sociales, Caroline, qui avait mentionné l'importance de maintenir la face en Thaïlande, a dit qu'il en existait aussi aux États-Unis, soit les pressions de : « to be successful », « to be light », « to have the right things ». Jérémie a soulevé que chez lui c'était beaucoup plus encadré. Il a dit qu' « ici, il y a beaucoup plus de règles de comment on devrait vivre en société pis comment éthiquement on devrait se comporter avec les autres. »

Caroline a également indiqué qu'à son avis l'**apparence** des aliments est très importante aux États-Unis. Elle trouve qu'il y a un suremballage et que les « ugly food » ne sont pas vendus au supermarché, mais plutôt jetés. De son côté, Maude a évoqué notre rapport à la **famille** qui est différent de celui en Thaïlande. Elle a soulevé qu' « on va porter nos enfants à la garderie, on va porter nos aînés dans les centres » et qu'il n'y « en a pas vraiment des gens qui ont leurs parents chez eux. »

Également, ce voyage en Thaïlande a mené Maude, Jérémie et nous-même à des **réflexions** sur notre culture. Maude a affirmé qu'elle « par[t] en backpacking pour la découverte de l'autre, mais tsé finalement c'est toi que tu rencontres. [...] ce sont tes limites à toi. » Côté de la culture thaïlandaise a amené Jérémie à se questionner sur sa propre culture et à s'y intéresser davantage : « ça m'a réveillé sur le fait que tsé : “Je

suis qui, moi? D'où est-ce que je viens?" Pis ça c'est malade. Ce voyage-là a changé ma façon de voir le monde. » Jérémie a d'ailleurs ajouté ceci : « Ça m'a fait découvrir que j'ai le goût de m'intéresser à ma culture. [...]. Mon identité nationale a vraiment pris vie après ce voyage-là. » Il en est venu à certains constats sur sa culture, notamment que sa culture culinaire est imprégnée de la culture américaine, que son pays n'a pas autant de « mets culturels »<sup>9</sup> que la Thaïlande et que le Canada n'est pas le seul dans le monde à avoir des problèmes de culture, en se référant aux rivalités culturelles entre le Québec et le Canada. De son côté, Maude a ajouté qu'elle voyait le Québec comme étant multiculturel. Finalement, Jérémie a mentionné qu'il trouvait son pays confortable : « On a les opportunités qu'on veut ici, on est nés quasiment dans de l'or comparé à d'autres pays, on est fucking bien! »

---

<sup>9</sup> Il définit les « mets culturels » comme étant une combinaison d'ingrédients adoptée par la culture locale et typique de l'endroit.

## CHAPITRE V

### ANALYSE DES RÉSULTATS

Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à avoir de nouveaux yeux.

Marcel Proust, *À la recherche du temps perdu*.

Dans ce cinquième chapitre, nous étayerons les constats émanant de notre terrain en lien avec chacun des concepts retenus, soit la culture culinaire, l'hybridité, l'altérité et l'exotisme. Nous tirerons par la suite des conclusions regroupant ces quatre concepts et tenterons de répondre à notre question de recherche principale et à nos sous-questions, tout en essayant de répondre à nos objectifs.

#### **5.1 Mise en lien avec nos concepts**

Suite à notre terrain, quelques éléments étant en lien avec nos concepts sont ressortis. Nous avons ainsi procédé à une mise en relation entre les résultats obtenus au chapitre précédent et les théories liées à chacun des concepts énoncés dans le deuxième chapitre. Nous avons donc recensé les constats qui nous paraissaient les plus évocateurs quant à l'objet qui nous intéresse.

### 5.1.1 Ce que nous apprenons sur la culture culinaire

Le terrain que nous avons effectué nous permet bien évidemment de faire des liens avec le concept de culture culinaire. Ce dernier est très large et englobe énormément de constats. Ceux-ci ont été présentés dans le chapitre précédent, soit la présentation des résultats. Nous étayons ici les constats les plus marquants en lien avec ce concept.

Tout d'abord, **l'ordre du mangeable** en Thaïlande était différent. Les éléments qui différaient le plus étaient les coupes de viandes, la présence d'abats et d'insectes, et l'utilisation d'ingrédients spéciaux tels que la bile de porc, les crabes pourris et le sang de porc. Ainsi, il existe bel et bien un ordre du mangeable établi dans l'esprit des voyageurs, en fonction de ce qu'ils connaissent culturellement. Cela renvoie au caractère symbolique de la culture culinaire et est en adéquation avec la théorie de Poulain (1997) stipulant que l'acte culinaire s'inscrit dans un système de représentations puisque chaque culture choisit ce qui est propre à la consommation ou non. D'ailleurs, en spécifiant qu'au Canada on ne mange pas « n'importe quoi » en se référant aux abats, Jérémie semble avoir porté un jugement de l'ordre de l'Orientalisme. En effet, nous pensons qu'il y aurait un lien à faire avec les théories de Saïd (2005 :91) spécifiant que l'homme a tendance à considérer « son propre cadre de référence comme étant unique », ce qui renvoie à la supériorité occidentale. Le commentaire de Jérémie peut sous-tendre que d'une manière fort probablement inconsciente, « nous » pensons savoir ce qui est bon, alors qu'« eux » ne le savent pas. Comme si « notre » classification de l'ordre du mangeable était plus adéquate que la « leur ».

De plus, tous les voyageurs ont affirmé avoir été dégoûtés à leur arrivée par la salubrité des aliments cuisinés, de même que par certains mets peu ragoûtants. La présence de **dégoût** constitue un indice de cette classification de la nourriture. Cela rejoint les

propos de Fischler (2001), affirmant que le dégoût irait au-delà du caractère biologique en ayant des racines psychologiques, culturelles et sociales. Cela est également en adéquation avec les théories de Lévi-Strauss (1990 :269) disant que la nourriture ne doit pas seulement être comestible, mais doit aussi être « bonne à penser ». Toutefois, cette condition de dégoût s'est modifiée avec le temps chez tous les voyageurs. En effet, au fur et à mesure de leur périple, les voyageurs s'y sont habitués. Jérémie s'est dit moins dédaigneux après quelque temps, Maude a avoué avoir été dégoûtée pendant son périple, mais que ce sentiment s'était estompé avec le temps et Caroline, qui était intimidée par la nourriture au début et qui s'était tournée vers le *tourist food*, s'est par la suite ouverte à la nourriture locale. Cela renvoie aux propos d'Anderson (2005) indiquant que notre perception de ce qui est dégoûtant peut se modifier avec le temps. Tout cela est donc en lien avec l'aspect symbolique de la culture culinaire.

Ensuite, nous avons pu constater qu'il y avait effectivement des aliments chargés de **connotations** et très liés à l'imaginaire, comme le suggérait Fischler (2001). Ceux ayant davantage marqué l'esprit des voyageurs étaient les insectes, regroupant les scorpions, les araignées et autres; le durian puant et au goût infecte, notamment surnommé le « garbage fruit » selon Caroline; et les abats de toutes sortes.

Par la suite, tous les participants ont mentionné que la consommation de *western food* pouvait aider les voyageurs à se sentir mieux, de manière à leur permettre de décrocher un peu et à trouver leurs **repères culinaires**. Certains participants ont mentionné que la consommation de *western food* leur permettait de se sentir un peu comme chez eux. Maude a d'ailleurs relaté l'exemple de la poutine au restaurant de Bruno Blanchet à Bangkok comme l'ayant propulsé dans sa culture québécoise. Ainsi, le fait de s'associer à une culture culinaire rejoint les propos de Swislocki (2009) stipulant que la nourriture constitue un dispositif pouvant procurer un sentiment d'appartenance.

Également, à travers les **pratiques culinaires** des thaïlandais, telles que la non-utilisation de réfrigérateur malgré la grande chaleur, la potentielle présence de mouches sur les aliments, la création de son propre kiosque de rue, le caractère parfois non-hygiénique des kiosques de rue et les restrictions moins présentes qu'en Amérique du Nord, les voyageurs ont semblé percevoir d'autres traits. Ainsi, ces façons de faire semblent avoir influencé les perceptions des voyageurs quant à des spectres plus larges de la culture culinaire, à savoir la culture thaïlandaise et les traits de personnalité des thaïlandais. En effet, les voyageurs ont perçu les thaïlandais comme étant plus relaxes, moins stressés et moins stricts, puisque les normes relatives à l'hygiène et à la nourriture étaient moins strictes qu'au Canada et aux États-Unis. À notre avis, cela renvoie aux théories de Lévi-Strauss (1964) stipulant que la nourriture, comprise comme faisant partie d'un système symbolique, fournit un éventail d'informations sur les modes de vie, les règles et les structures des sociétés. Cela va aussi dans le sens de Montanari (2010 :112) qui affirmait que la table était une sorte de « métaphore de la vie ».

Enfin, même si la langue thaïe a été considérée comme étant très complexe par tous les voyageurs et que seule Caroline a appris quelques bases de celle-ci, tous ont néanmoins perçu certaines normes et certains codes de conduite propres à la Thaïlande à travers leur expérience culinaire, malgré le fait qu'ils ne parlaient pas la langue du pays. Cela rejoint les propos de Montanari (2010 :129) stipulant que le système alimentaire constitue « la première manière d'entrer en contact avec des cultures différentes, vu que manger la nourriture d'autrui est plus facile- au moins en apparence- qu'en décoder la langue. » Cela renvoie donc au caractère identificateur de la culture culinaire.

### 5.1.2 Ce que nous apprenons sur l'hybridité

Le terrain que nous avons effectué nous permet de faire des liens avec le concept d'hybridité. Lors de nos entretiens, deux participants nous ont mentionné avoir constaté durant leur voyage que la culture culinaire thaïlandaise n'était pas homogène, mais regorgeait plutôt de variétés. Ils ont soulevé des influences provenant de différents pays, des particularités culinaires propres à chaque région et des modifications de plats, tel qu'illustré par l'exemple des samosas indiens, qui ont été rapetissés pour mieux s'immiscer dans la gastronomie thaïlandaise. Cette vision de la culture culinaire thaïe comme étant hybride rejoint la théorie de Saïd (2000) qui spécifie qu'aucune culture n'est pure et que l'hybridité est un synonyme d'échanges, de modifications et d'évolution. Nous pouvons d'ailleurs faire un lien entre cette hybridité et les théories de la mondialisation d'Appadurai (2015 :91), lorsque celui-ci évoque la notion d'*ethnoscapes interactifs*, où les groupes se retrouvent désormais culturellement hétérogènes.

De plus, le *tourist food* serait un indice de la présence d'hybridité. En effet, en adaptant la nourriture au goût des farangs de manière à leur plaire, notamment en réduisant considérablement le degré d'épicé des plats, on constate qu'une modification de la culture culinaire s'opère. L'une des participantes a d'ailleurs soulevé qu'elle pensait que la réduction de l'épicé s'était occasionnée suite aux plaintes de plusieurs touristes à cet égard. Avec leurs commentaires, les farangs auraient donc eux-aussi contribué à cette modification de la nourriture. Cette inter-influence entre les touristes et les thaïlandais mène ainsi vers une hybridité culinaire. Ce phénomène rejoint la théorie de Burke (2009) qui explique que le monde se créolise suite à l'influence et à l'adaptation des deux côtés impliqués.

La présence de *western food* relevée par tous les voyageurs constituerait également un signe de l'existence de l'hybridité. En tentant de recréer des plats à l'occidentale, tel le déjeuner continental, les thaïlandais introduiraient de l'hybridité dans leurs menus. Maude a d'ailleurs mentionné un mixte des façons de faire, comme la préparation de pains dorés frits dans l'huile de leur wok. L'utilisation d'ingrédients, de matériels et de techniques propres aux thaïlandais pour tenter de recréer des plats occidentaux soulignerait une certaine hybridité. Cette création de plats hétéroclites rejoint l'exemple de Cheng (2011) sur la volonté de l'intégration de la cuisine chinoise aux États-Unis qui s'était soldée par la création de plats hybrides, dont le *chow mein*, les *eggrolls* et le *chop suey*, plus susceptibles de plaire aux américains.

Par la suite, la présence de plus en plus marquée de *western food*, notamment à travers diverses grandes chaînes de restauration rapide comme Mc Donald's, Burger King et Kentucky Fried Chicken, aura selon Caroline un effet néfaste à long terme sur les conditions de santé des thaïlandais. Tel qu'expliqué, les grosses portions et le *processed food*, ajoutés à leurs habitudes alimentaires, modifieraient et dégraderaient considérablement leurs conditions de santé au fil du temps. Cette hybridité culinaire renforcée par la mondialisation rejoindrait les propos de Michel (2004) spécifiant que les effets de la mondialisation exposent les voyageurs et les locaux à un grand nombre d'échanges et de rencontres entre eux.

Finalement, l'une des voyageuses a soulevé l'exemple des vendeurs à Bangkok qui ne voulaient plus négocier lors de son deuxième séjour quelques années plus tard, phénomène qui était selon elle dû au tourisme grandissant dans le pays. À travers cette mondialisation, les comportements des vendeurs ont changé, puisqu'ils se sont adaptés aux transformations du contexte économique et social liés intrinsèquement aux fluctuations touristiques. Cela renvoie aux théories de Michel (2004 :314) notant que

l' « on voyage désormais dans la mondialité. » Jérémie et Maude ont aussi indiqué que certains marchands étaient arnaqueurs puisqu'ils chargeaient plus cher certains produits lorsque les acheteurs étaient des farangs. Selon Jérémie, « y'ont appris, ben pas toute, mais que les blancs ont de l'argent. » À notre avis, cela pourrait renvoyer à l'Orientalisme puisque ces vendeurs semblent avoir adapté leurs comportements de vente en fonction de leurs idées préconçues concernant les farangs, ces derniers étant perçus comme étant fortunés.

### 5.1.3 Ce que nous apprenons sur l'altérité

Le terrain que nous avons effectué nous permet aussi de faire des liens avec le concept d'altérité. Tout d'abord, le simple fait que les voyageurs soient allés en Thaïlande sous-tend qu'il y ait eu de l'altérité. Cela est en lien avec les propos de Luce Des Aulniers (2012) qui explique que l'altérité prend place suite au contact avec l'inconnu. En allant en Thaïlande, les voyageurs ont forcément été en contact avec les thaïlandais et avec leur culture. Cela renvoie d'ailleurs à la notion d'altérité du dehors mentionnée par Jodelet (2005) qui est d'usage lorsqu'il s'agit d'un contact avec le lointain, donc avec des peuples vivant dans un pays ou un espace éloigné du nôtre. Ce contact avec l'Autre a d'ailleurs eu pour effet d'alimenter la nécessité des voyageurs de se retrouver soi-même. Ainsi, ils ont spécifié qu'ils ont ressenti à un moment ou à un autre le besoin de retrouver leurs repères culinaires, notamment en consommant du *western food*. Ceux-ci auraient alors eu besoin de délaisser l'Autre momentanément et de retrouver leur Soi pour leur permettre de se ressourcer. Donc, l'expérience de l'altérité semble requérir à un moment donné le retrait temporaire de l'individu afin de lui permettre de se tourner momentanément vers sa propre culture pour mieux appréhender l'altérité vécue et à venir.

Ensuite, Maude et Jérémie ont mentionné avoir réalisé lors de leur voyage que le Québec détenait une culture propre. Maude l'a surtout réalisé en allant au restaurant de Bruno Blanchet à Bangkok. Nous pouvons ainsi affirmer que l'accès à certains éléments de sa gastronomie nationale, en l'occurrence la poutine, a fourni une vitrine à Maude sur la culture québécoise. Par contraste, elle a constaté qu'il existait effectivement une culture propre au Québec. Cela nous amène aux théories de Fabian (2006) stipulant que l'altérité est conçue comme une exigence dans le processus de compréhension de soi-même. Le contact avec l'Autre permet ainsi aux individus de mieux reconnaître leur singularité, ce qui a été le cas pour les deux participants susmentionnés. Nous considérons donc les notions d'altérité et d'identité comme allant ensemble.

De plus, la manière de percevoir les thaïlandais est notamment passée par le contact altéritaire avec leur visage. Avant d'aller en Thaïlande, Caroline avait soulevé des caractéristiques sociales concernant les thaïlandais, à savoir qu'ils étaient *friendly, outgoing, warm and helpful*. Durant leur voyage, la majorité des voyageurs ont trouvé les thaïlandais très souriants et gentils. Ainsi, le sourire et les expressions faciales des thaïlandais ont été intrinsèquement liés à la manière des voyageurs de les percevoir. Cela renvoie à la théorie de Lévinas (1965 :188) qui mentionne que le visage constitue la porte d'accès à l'autre, puisque « toute relation sociale [...] remonte à la présentation de l'Autre au Même, sans aucun intermédiaire d'image ou de signe, par la seule expression du visage. » Après un long moment dans le pays, les impressions de Caroline ont toutefois grandi en nuances. Elle a décodé que le sourire était lié à la notion de face et d'honneur : « The Thai smile is a smile but it's not always a happy smile, it's a face that they put on sometimes. And it's a cultural face [...] ». Ainsi, à leur retour, Jérémie et Maude ont décrit les thaïlandais comme étant directs, alors que Caroline les a perçus comme étant indirects et beaucoup plus subtiles que les nord-

américains. Nous pensons que le fait d'être restée plus longtemps sur place et d'avoir entrevu la notion d'honneur et de face a permis à Caroline de percevoir les thaïs différemment des autres voyageurs, en surpassant l'image au premier degré du sourire thaïlandais. Nous croyons donc que le fait de décoder le visage d'autrui aurait un impact sur notre perception altérite générale.

Également, le voyage a amené Maude et Jérémie à se poser des questions et à entamer des réflexions plus profondes sur leur propre culture. Le contact avec l'Autre a eu pour effet de renvoyer leur propre image aux voyageurs, tel le reflet d'un miroir. Cette expérience de l'altérité a fait écho à leur propre mode de vie, leurs propres habitudes alimentaires. Ils ont ainsi constaté des choses, par contraste et comparaison. Cela est en lien avec les théories d'Affergan (1987) stipulant que la rencontre altérite est essentiellement ce qui permet de mettre en lumière sa propre culture. Cela est également en adéquation avec les propos de Fabian (2006 :305), à savoir que « parler des autres, c'est parler de nous-mêmes. » D'ailleurs, les voyageurs n'ont rien mentionné comme éléments de leur propre culture avant leur voyage. Cela renforce notre idée que le contact avec la différence a permis d'éclairer certains aspects de leur culture. Cela s'accorde avec les propos de Cazalais (1993 :21), pour qui « en allant voir ailleurs, les voyageurs sont confrontés, par voie de comparaison, à d'autres conceptions du monde et conséquemment à une mise en question, sinon à une mise en doute de leurs propres conceptions et valeurs. »

Par la suite, le ressenti d'une participante suite à son voyage en Thaïlande a été que l'accès à la nourriture du pays lui fournissait une vitrine sur la culture thaïlandaise. En effet, Caroline a perçu que son expérience culinaire lui a permis une forme d'interaction avec la culture thaïlandaise. La présence de ce rapport altérite l'a amené à décrire la nourriture thaïlandaise comme étant « a really interesting display of Thai culture and

Thai perspective of life about taking things slow, doing things by hand, being connected to what you're doing in any given moment. » L'idée de l'altérité faisait également peur à Caroline avant son voyage, puisqu'elle avait des appréhensions concernant la barrière de la langue et le fait de ne pas réussir à trouver sa place au sein des thaïlandais. Néanmoins, le contact s'est bien passé et elle a constaté après coup que malgré les différences culturelles et la barrière de la langue, il y a toujours moyen de connecter avec les gens. En effet, elle a perçu que le seul fait de partager du temps et des moments ensemble serait suffisant pour développer un sentiment de connexion et de communication avec les autres.

Comme nous le verrons à la section 5.1.4 sur l'exotisme, nous savons que le côté exotique de la nourriture semble avoir intimidé les voyageurs à leur arrivée en Thaïlande. Jérémie a qualifié ce moment de choc culturel, et certains d'entre eux ont avoué s'être repliés sur le *tourist food* pour ne pas entamer l'expérience culinaire trop abruptement. Toutefois, après quelques temps, les voyageurs sont sortis de leur zone de confort et ont expérimenté la nourriture de l'Autre. Cette posture d'ouverture s'avère d'ailleurs nécessaire selon Affergan (1987) pour accéder à autrui. Nous constatons donc que l'expérience altéritaire, notamment dans le domaine du culinaire, requiert un certain lâcher prise et une ouverture face à l'inconnu afin de s'opérer et de se vivre pleinement.

Finalement, l'altérité a été soulevée par rapport à la manière de consommer de la nourriture. En effet, la majorité des participants ont abordé l'aspect social du partage de nourriture prenant place dans la culture culinaire thaïlandaise, par opposition à l'individualisme et au sens de la possession, tel que décrit dans les propos de Caroline : « this is *my* meal, this is *my* table ». Le côté communautaire de l'expérience culinaire a été soulevé, puisque l'acte de manger est considéré comme une expérience sociale,

donc en lien avec l'altérité. La nourriture offrirait ainsi une mise en relation avec les autres. Cette manière d'être et d'agir s'est aussi étendue au-delà de la nourriture, soit à travers les relations interpersonnelles entre amis. Caroline a d'ailleurs raconté que la mentalité de groupe semblait primer sur celle individuelle. Elle a avoué avoir un peu de difficulté, puisqu'aux États-Unis la mentalité est plus orientée vers l'individualisme.

#### 5.1.4 Ce que nous apprenons sur l'exotisme

Le terrain que nous avons effectué nous permet également de faire des liens avec le concept d'exotisme. Tout d'abord, le **dégoût** semble être un indicateur de la présence d'exotisme. En effet, tous les voyageurs ont affirmé avoir trouvé que les conditions sanitaires laissaient à désirer, surtout à leur arrivée en Thaïlande. Ainsi, les habitudes nouvelles et différentes en termes d'hygiène ont bouleversé leur imaginaire culinaire. Cela rejoint les propos de Todorov (1989 :359), qui se basait sur les théories de Segalen, en mentionnant que tout ce qui est extérieur et inconnu à l'observateur est considéré comme étant exotique. Le dégoût était donc très présent à leur arrivée, mais ce ressenti s'est dissipé avec le temps, ce qui nous indique que le côté exotique de la nourriture s'est estompé considérablement plus les semaines ont passé. Les voyageurs ont d'ailleurs pu constater par contraste que le niveau des normes d'hygiène et de salubrité dans leur pays respectif était très, voire trop rigoureux. Leurs perceptions se sont alors complètement transformées, puisqu'ils ont tous indiqué qu'il faudrait trouver un juste milieu entre les pratiques en Thaïlande et celles de leur pays. On comprend donc que le caractère exotique s'est alors vraiment dissipé avec le temps, comme tous les voyageurs se sont habitués à la nourriture, qu'ils étaient moins malades, qu'ils semblaient avoir trouvé leurs repères et qu'ils envisageaient le fait d'adopter certaines pratiques ou habitudes alimentaires thaïlandaises.

Ensuite, nous constatons que tous les voyageurs étaient **émervillés** par la nourriture à leur arrivée. Maude l'a qualifiée d' « extraordinaire », Jérémie trouvait cela « cool » et « nouveau », et Caroline s'est dite « fascinée ». Cela rejoint la théorie de Cazalais (1993 :21) qui dit que « l'exotisme est en nous, en notre capacité d'être surpris, de nous étonner, de nous émerveiller. » Nous remarquons également que cet émerveillement a laissé place à une certaine réticence chez la majorité des voyageurs. Jérémie a dit vivre un choc culturel puisque les palettes de goûts étaient différentes et Caroline a même qualifié la nourriture d'exotique comme les aliments étaient « inhabituels » et « hors de l'ordinaire », et elle a trouvé certaines choses bizarres et peu appétissantes, dont les crabes fermentés, la soupe au sang et la bile de porc. Ceci nous apparaît être en lien avec la théorie de Fischler (2001) qui stipule que l'exotique au niveau culinaire peut être atteint lorsqu'il y a un choc entre des conceptions différentes de la culture culinaire.

De plus, le côté exotique semble être renforcé par la présentation de certains types de *tourist food*, comme les araignées, les scorpions et les durians défraîchis, qui semblent n'être offerts aux touristes que pour qu'ils vivent une expérience exotique. Cette façon de présenter de la nourriture touristique aux farangs renforcerait ainsi leurs idées préconçues et alimenterait leur imaginaire exotique concernant la cuisine thaïlandaise. Cela renvoie à l'idée stipulée par Fischler (2001 :28-29) qu'il existe des aliments généralement considérés comme étant exotiques, tels que les insectes et les abats. Ces aliments chargés de connotations joueraient sur l'imaginaire collectif des voyageurs quant à la gastronomie thaïlandaise.

Également, comme Maude et Caroline ont affirmé à leur retour de voyage conserver une impression générale très positive de la culture culinaire thaïlandaise et que Maude affirme toujours concevoir cette nourriture comme étant appétissante, nous constatons que les voyageurs se sont de manière générale habitués à la culture culinaire thaïe. Cela

renforce à nos yeux le fait que l'exotisme soit une question de perception, comme le soutenait Fischler (2001).

Par la suite, nous remarquons que l'exotisme a aussi été présent au niveau de la **culture** thaïlandaise. Avant leur voyage, les participants ont dit avoir une connaissance très limitée de cette culture. Il nous a semblé que les participants imaginaient une Thaïlande très **romancée**. Leurs images de la culture avant leur départ en disent long, puisqu'ils ont employé des mots à connotations exotiques. On nous a parlé de destination soleil, d'îles paradisiaques, féériques et magiques, d'une Bangkok enivrante et magique, d'un endroit enchanteur comme dans le film *The Beach*, d'un endroit piquant la curiosité et d'une vision généralement très tropicale, avec les plages de sable blanc et les fruits exotiques. Deux participants ont aussi soulevé qu'ils s'imaginaient avant leur voyage une culture traditionnelle, soit dans les mœurs et pratiques ou dans le côté plutôt rural, et moins développée technologiquement et industriellement que les pays européens.

Donc le lointain et la différence ont fourni un caractère exotique et excitant aux voyageurs. Cela rejoint les propos de Cazalais (1993) expliquant que l'exotisme proviendrait de nous-même en constituant notre réaction face à l'Autre et face à l'ailleurs. Cela rejoint aussi les propos de Todorov (1989 :346) qui mentionne en se basant sur les voyages de Loti que « l'exotisme n'est rien d'autre que ce mélange de séduction et d'ignorance, ce renouvellement de la sensation grâce à l'étrangeté. » Nous sommes donc en mesure d'affirmer que l'exotisme s'est fait ressentir dans le discours pré-voyage des participants. Nous avons aussi relevé une part d'Orientalisme dans le discours pré-voyage des voyageurs, puisque les images stéréotypées, les clichés ainsi que les généralisations étaient au rendez-vous, notamment dans leur description de certains éléments de la culture thaïlandaise. Ces éléments menant à une « vision faussée

de l'Autre », nous rappelle Saïd (2005 :8), contribuent à jouer sur nos perceptions et sur nos représentations d'Autrui.

Finalement, nous constatons que l'exotisme s'est **estompé** suite au contact un peu plus prolongé avec la culture du pays. Sur place, l'image des voyageurs s'est affinée et ils ont aussi vu les côtés **plus réalistes** et certains mauvais côtés, telle que la pollution, qui touchent le pays. La vision traditionnelle s'est aussi défaite, puisque Jérémie a constaté que le pays n'était pas si rural, qu'il était développé et que la technologie était au rendez-vous. Son image du moine a aussi été ébranlée et il s'est même dit déçu que cet imaginaire se défasse. Caroline a aussi remarqué qu'il n'y avait pas de grande formalité dans les repas et que les interactions sociales n'étaient pas régies par des règles très strictes. Tout cela a contribué à faire dissiper l'exotisme. En étant sur place, les voyageurs ont perçu et appris des choses et se sont ainsi défait de l'ignorance et de la sensation de séduction procurées par l'exotisme, tout ceci étant également en lien avec les propos de Todorov (1989) mentionnés ci-dessus. Nous avons aussi l'impression que l'Orientalisme s'est transformé dans ce contexte, puisque la vision exotique s'est dissipée avec le temps et n'est pas demeurée « immuable » tel que le propose Saïd (2005 :178). Ainsi, tous les clichés de plages paradisiaques et de côté magique se sont modifiés pour laisser place à une vision plus nuancée de la Thaïlande. Nous estimons donc que les voyageurs n'ont pas cédé à l'Orientalisme dans ce domaine.

## **5.2 Retour sur notre recherche**

À travers cette première partie de l'analyse, nous avons tenté de donner un sens aux données issues de notre terrain. À partir de ces constats, nous pouvons désormais tenter de répondre à notre question de recherche principale et à nos sous-questions, tout en envisageant si ce travail a rendu possible l'atteinte de nos objectifs.

### 5.2.1 Réponses à notre question principale

Suite à cette mise en lien entre les éléments ressortis de notre terrain et nos concepts, nous sommes désormais en mesure de tenter de répondre à nos questions de recherche. Commençons tout d'abord par aborder notre question de recherche principale. Celle-ci allait comme suit : *Comment l'expérience culinaire en Thaïlande permet-elle aux voyageurs d'influencer ou de changer leurs perceptions culturelles?* En observant l'ensemble des éléments recueillis lors de notre terrain, nous pensons avoir pu recenser plusieurs éléments nous permettant de répondre de manière partielle à notre question de recherche principale.

En effet, en tentant de comprendre comment le regard des voyageurs sur les dimensions culturelles s'est transformé à travers leur contact avec la culture culinaire thaïlandaise lors des trois phases du voyage, soit avant, pendant et après celui-ci, dans un contexte de mondialisation, d'Orientalisme, d'altérité et d'hybridité, nous en sommes venue à l'émission de certains constats. Tel que présenté à la section précédente (5.1), nous avons su faire ressortir des liens pertinents entre les propos des participants et les concepts de culture culinaire, d'hybridité, d'altérité et d'exotisme. Les constats que nous avons émis nous ont amené à mieux saisir les facettes de l'expérience culinaire en Thaïlande et à nous apporter un éclairage sur la dynamique altéritaire.

Nous demeurons consciente qu'il s'agissait d'une étude exploratoire et que celle-ci avait surtout pour but de dégager des pistes de réflexions et des éléments de réponses pertinents. En ce sens, nous pensons donc avoir réussi à défricher un peu le terrain et à soulever certaines pistes pouvant mener à une meilleure compréhension de l'objet d'étude.

Néanmoins, cette réalité étant excessivement complexe, nous n'avons pas l'impression d'avoir vraiment pu aller au fond des choses. En effet, à travers notre projet, nous n'avons su obtenir que quelques pistes d'éléments de réponses. De plus, nos résultats, bien que prometteurs, nous semblent assez maigres pour affirmer comprendre la manière dont l'expérience culinaire influence les perceptions des voyageurs. À travers tout cela, force nous a été de constater lors de la réalisation de ce projet que notre questionnement principal était très large, voire peut-être trop large pour couvrir de manière efficace ce sujet de recherche, englobant ainsi un volume assez important d'éléments de réponses. Nous admettons ainsi que cette recherche nous a renseigné sur certains aspects pertinents, mais que notre investigation était peut-être trop répandue et tentait de répondre à une question trop large pour le temps, l'énergie et les ressources dont nous disposions dans le cadre de cette maîtrise.

Toutefois, nous demeurons optimiste. Nous pensons que cette recherche puisse participer à la contribution des savoirs et qu'en ce sens, elle puisse avoir permis de « mettre la table » pour des investigations futures plus poussées. À notre avis, ce projet, qui suscitait déjà notre intérêt, nous a donné envie de nous poser encore plus de questions sur le sujet et a ainsi réussi à piquer davantage notre curiosité. Nous espérons qu'il en sera de même pour les chercheurs qui seraient susceptibles de s'intéresser à cet objet d'étude.

### 5.2.2 Réponses à nos sous-questions

De manière à pousser plus loin l'analyse, tentons maintenant de voir s'il est possible de répondre à nos sous-questions avec le matériel que nous détenons. Comme nous avons envie d'approfondir au niveau des perceptions de l'Autre et de soi-même, notre **première sous-question** était la suivante : *Quelles sont les représentations et les perceptions des voyageurs de la culture culinaire thaïlandaise?* Nous avons sensiblement pu répondre à cette interrogation de manière assez complète, puisque nous avons été en mesure de fournir un portrait global à la section 4.2 portant sur le rapport des voyageurs à la culture culinaire thaïlandaise.

En effet, cette section composée de plusieurs pages nous a renseignée sur une multitude d'aspects en lien avec leur vision de la culture culinaire thaïlandaise. Il nous a ainsi été possible d'étayer plusieurs caractéristiques descriptives de celle-ci, telles que le côté santé, l'épicé, les craintes des voyageurs, la notion de choc culturel, la fraîcheur, le côté abordable de la nourriture, le balancement des saveurs, la présence des collations, l'importance du riz, l'accessibilité, la rapidité, la grande variété, le *tourist food*, le *western food*, l'aspect social du partage de nourriture, le *street food*, les marchés, les inconforts gastriques, les techniques pour éviter d'être malade, les conditions sanitaires et l'hygiène, pour ne nommer que celles-ci. Nous pouvons donc affirmer que notre terrain nous a permis de répondre brillamment à notre première sous-question.

Toujours au niveau des perceptions de l'Autre et de soi-même, notre **deuxième sous-question** était la suivante : *Ces perceptions des voyageurs quant à la culture culinaire thaïlandaise se sont-elles modifiées, notamment pendant ou après le voyage?* Toujours en nous référant à la section 4.2 portant sur le rapport des voyageurs à la culture culinaire thaïlandaise, nous pensons que notre terrain nous a permis d'entrevoir plusieurs éléments de réponses à cet effet. Effectivement, les informations que nous

avons su récolter lors de nos entretiens, concernant les perceptions de la culture culinaire thaïlandaise, nous ont permis de dresser un portrait assez global de la vision des voyageurs à ce sujet. Nous avons d'ailleurs décidé de rendre compte de nos résultats en séparant judicieusement les éléments selon le moment, soit avant, pendant ou après le voyage. Il nous a donc été possible de distinguer clairement les caractéristiques et de dégager les différences et similitudes selon le moment du voyage.

Pour répondre à la question, il y a effectivement certaines modifications de la pensée qui se sont opérées. Par exemple, nous avons retenu que certains des participants ont affirmé avoir eu avant de partir une vision très occidentalisée de cette cuisine et d'avoir eu des connaissances limitées en la matière. À leur arrivée les choses se sont modifiées puisqu'ils ont vécu un émerveillement par la découverte, ils ont vécu un choc culturel et ils ont pris conscience du monde très diversifié de la gastronomie thaïlandaise. Nous avons donc pu constater des changements entre leurs perceptions pré-voyage et durant celui-ci. De plus, leur regard a continué à se modifier à leur retour de voyage. L'exemple le plus marquant concerne le changement dans la façon de concevoir les conditions sanitaires et hygiéniques liées à la nourriture. Suite à leur retour, tous les voyageurs ont changé leur vision de la salubrité alimentaire et ont considéré qu'il faudrait atteindre un équilibre entre les normes thaïlandaises et nord-américaines. Nous sommes donc en mesure d'affirmer que nous avons pu répondre à cette question avec les éléments que nous avons recensés.

Notre **troisième sous-question**, également en lien avec le thème des perceptions de l'Autre et de soi-même allait comme suit : *Qu'est-ce que cette expérience culinaire leur apprend, par contraste, sur leur propre culture?* À travers notre terrain, nous avons pu regrouper toute une gamme d'informations concernant le rapport à leur propre culture mentionné à la section 4.5. Fait intéressant, aucun voyageur n'a émis de

commentaires par rapport à la perception de sa propre culture avant le voyage. Pendant le voyage, certains thèmes ont été abordés tels que la perception de l'hygiène, les grosses portions, la nécessité des repères culinaires, l'affirmation qu'il existe une culture propre au Québec, la manière de manger qui est plutôt utilitariste, la déconnexion entre le producteur et le consommateur, etc. Au retour du périple, d'autres constats sont ressortis et certaines visions se sont modifiées. Les principaux sujets énoncés ont été l'hygiène, les gens perçus comme étant pressés et stressés, la culture individualiste, la nourriture moins santé, les gens directs ou non, et la notion d'apparence des aliments comme étant importante.

Malgré ces éléments de réponses, nous ne sommes toutefois pas en mesure d'affirmer que ces éléments recensés découlent directement de leur expérience culinaire en Thaïlande. En effet, nous ne pouvons certifier que ces perceptions résultent de leur contact avec la culture culinaire thaïlandaise. Il s'avère donc ardu de répondre à notre sous-question de recherche. Néanmoins, deux participants et nous-même avons affirmé que notre voyage avait suscité chez nous des réflexions plus profondes concernant notre culture et notre identité. Ainsi, nous pensons que le fait de côtoyer une autre culture nous amène à nous questionner sur la nôtre.

De plus, le fait qu'il n'y ait aucun élément de réponse concernant la vision de leur propre culture avant le voyage, tel qu'indiqué à la section 4.5.1, ne signifie pas nécessairement que les participants n'avaient aucune opinion sur la question ou que les caractéristiques de leur propre culture leur étaient inconnues. Même si nous pensons que le fait d'avoir des éléments de comparaison puisse aider à décrire notre propre culture par contraste, le manque d'éléments de réponses à cet endroit peut également résulter du fait que nous n'ayons pas réalisé les entrevues en temps réel. En effet, il a pu être plus difficile pour les participants de se remémorer leur état d'esprit du moment.

Cela sera notamment décrit plus amplement dans les limites de notre projet, lors de la conclusion.

Nous avons également envie d'apporter un approfondissement au niveau des rapports communicationnels. Notre **quatrième sous-question**, se rapportant à ce thème, allait comme suit : *Comment s'articulent les interactions entre les voyageurs et les thaïlandais à travers l'expérience culinaire?* Même si nous n'avons pas énormément de détails à cet effet, nous pensons tout de même avoir recueilli plusieurs éléments pertinents. Effectivement, nous avons eu des bribes d'informations, figurant à la section 4.3.2, puisque les voyageurs ont bien détaillé les moyens employés pour tenter de communiquer avec les thaïlandais. Le recours à *Google Translate*, l'utilisation de certains mots thaïlandais de base, l'emploi d'anglais de base, l'utilisation du langage non-verbal, le recours à des interprètes et l'apprentissage de niveau débutant de la langue thaïlandaise ont été mentionnés. Cela nous renseigne sur les techniques concrètes utilisées pour tenter de communiquer.

Toutefois, il nous apparaît évident que nous n'avons pas beaucoup d'éléments sur la fréquence de ces échanges et sur la profondeur de ceux-ci. Nous nous doutons bien qu'ils devaient être assez minimaux considérant la barrière de la langue et le statut de touristes des voyageurs. En effet, tous sauf Caroline, qui est restée plus longtemps dans le pays, qui y travaillait et qui s'est faite des amis thaïlandais, ont eu majoritairement des échanges très courts avec des vendeurs qui étaient basés principalement sur l'achat de nourriture. Ainsi, nos éléments de réponses ne nous permettent que partiellement de répondre à notre sous-question.

Finalement, notre dernier thème portait sur l'expérience altéraitre et notre **cinquième sous-question** était la suivante : *Quelles sont les impressions et les sentiments des voyageurs quant à l'expérience altéraitre vécue lors de l'expérience culinaire en*

*Thaïlande?* Nous avons très peu d'informations en ce qui concerne cette sous-question. En effet, nous n'avons pas réellement creusé cette avenue. Quelques remarques sont ressorties, comme le fait que certains percevaient les thaïs comme étant directs ou non, ou l'impression que quelques vendeurs étaient arnaqueurs et agressants dans leur manière de communiquer avec les touristes, ou encore la perception d'entrevoir les thaïlandais comme étant moins stressés que les nord-américains.

Nous avons ainsi pu cumuler un peu d'informations factuelles, mais pas vraiment en termes d'appréciation ou non de l'expérience altéritaire générale et globale. Nous aurions pu aller beaucoup plus loin dans ce thème en mettant de l'avant le ressenti des voyageurs à une échelle plus large et en nous attardant vraiment aux perceptions du contact avec l'Autre. Les impressions générales ont semblé être plutôt positives quant à la dynamique altéritaire, mais nous manquons d'approfondissements. Seule Caroline, de par son statut, a eu des contacts plus poussés avec les thaïlandais. Elle nous a d'ailleurs raconté certaines dynamiques de groupe notamment lors du choix d'un restaurant, où elle trouvait un peu lourd qu'ils veuillent en arriver à un consensus plutôt que de devoir se séparer, mais elle n'est pas non plus entrée dans les détails de ses impressions personnelles. Nous pensons donc que nous n'avons pas tout à fait pu répondre à cette sous-question pour les raisons susmentionnées.

### 5.2.3 Atteinte de nos objectifs?

Tout d'abord, le **premier objectif** que nous désirions atteindre était *d'étudier les représentations et les perceptions chez les voyageurs de la culture thaïlandaise et de leur propre culture*. Malgré le fait que nous ayons disposé d'un large éventail de réponses de la part des participants et que nous ayons également ajouté à cela nos quelques réflexions personnelles découlant de notre stage pré-terrain d'observation

ethnographique en Thaïlande, nous avouons que cet objectif était très ambitieux, puisqu'il n'est pas réaliste d'étudier dans un mémoire l'ensemble des perceptions de la culture. Toutefois, cette recherche nous a permis de mieux comprendre le lien entre les perceptions culturelles et la culture culinaire. Tout au long du chapitre quatre de présentation des résultats, nous avons réussi à détailler les impressions des voyageurs et à les différencier selon les trois temps du voyage, soit avant, pendant et après celui-ci. Il nous a donc été possible de cibler certains changements de pensée occasionnés au fil du voyage. Nous demeurons consciente que cette gamme d'informations, bien qu'intéressante, ne nous a pas permis de rencontrer notre objectif tel que cité précédemment.

Par la suite, le **second objectif** que nous voulions atteindre était *d'analyser comment se traduit la communication à travers l'acte culinaire*. Bien qu'étant excessivement complexe à saisir dans son ensemble, la notion de communication a tout de même été abordée lors de nos entretiens avec les voyageurs. Certaines réponses intéressantes sont ressorties afin de tenter d'appréhender ce phénomène communicationnel à travers l'expérience culinaire. Nous avons notamment retenu les propos de Caroline qui est demeurée en Thaïlande pour une période totale d'environ sept mois et qui a ressenti que l'accès à la nourriture du pays lui fournissait une vitrine sur la culture thaïlandaise. Cette participante a eu l'impression que son expérience culinaire lui a permis une forme d'interaction avec la culture thaïlandaise. Elle nous a d'ailleurs fait part comme réflexion post-voyage que malgré l'existence de différences culturelles et la présence d'une barrière de la langue, il semble toujours y avoir un moyen de connecter avec les gens.

Ainsi, cette voyageuse a perçu que le simple fait de partager du temps et des moments avec les thaïlandais était suffisant pour développer un sentiment de connexion et de

communication avec eux. À travers cette recherche, nous avons donc l'impression que nous avons réussi, à un certain degré, à recueillir des éléments de réponses qui nous ont servi de fenêtre afin d'entrevoir la dynamique entre les rapports communicationnels et l'expérience culinaire. Considérant l'étendue et la complexité de ce phénomène, nous demeurons néanmoins consciente que nos réponses demeurent un peu floues et qu'un approfondissement serait nécessaire de manière à mieux saisir cette réalité.

Enfin, notre **troisième objectif** consistait à *comprendre comment est vécue l'expérience de l'altérité et de la découverte de l'Autre par les voyageurs lors de leur voyage en Thaïlande*. Nous avouons ne pas avoir réellement réussi à atteindre cet objectif. Nous avons recueilli plusieurs éléments de réponses concernant l'expérience culinaire des voyageurs en Thaïlande, mais nous aurions eu intérêt à creuser plus loin au niveau de leur ressenti lié à l'expérience de l'altérité. Nous pensons donc qu'il y aurait matière à explorer davantage de manière à rencontrer cet objectif lié à l'expérience de l'altérité.

## CONCLUSION

A story and its lessons are only made useful if shared.

Dan Millman,  
*Way of the Peaceful Warrior.*

En guise de conclusion, nous exposerons les diverses limites de cette recherche qui ont pu avoir un impact marqué ou non dans la réalisation de celle-ci. Nous étayerons également les forces de ce projet qui ont permis à celui-ci, croyons-nous, de se démarquer. Nous terminerons en rendant compte des diverses ouvertures possibles que suscitent ce projet et des aspects qu'il serait pertinent de creuser lors de futures et nouvelles recherches.

### **Les limites de la recherche**

Concernant les limites de cette recherche, certaines sont en lien avec la méthodologie, d'autres sont d'ordre conceptuel et certaines sont plutôt très générales. Tout d'abord, peut-être que si nous avions mené les entrevues en temps réel, donc réellement avant leur voyage en Thaïlande, pendant et après celui-ci, les participants auraient éprouvé plus de facilité à se remémorer leur état d'esprit du moment. Il leur aurait fort probablement été plus facile de décrire certaines choses, notamment dans le cas de leur perception de leur propre culture avant le voyage. Nous imaginons que l'exercice de devoir se replonger dans l'esprit de l'époque devait être un procédé complexe. Cela pourrait d'ailleurs constituer une raison pour laquelle nous n'avons pu recueillir aucune information sur la perception des voyageurs sur leur propre culture avant leur voyage.

De plus, en ce qui a trait au recrutement des participants, nous avons choisi à des fins pratiques d'envoyer notre demande de participation via le courrier UQÀM et via notre *Facebook* personnel. Nous sommes consciente que cette méthode a forcément orienté les gens ciblés par la demande. Ainsi, ce mode de recrutement nous orientait vers des participants soit étudiants de l'UQÀM ou soit faisant partie de nos connaissances amicales. En n'ayant pas visé le grand public, même si notre publication sur Facebook était en mode *public* et qu'elle a été partagée à vingt reprises par des individus, nous pensons que cette façon de procéder a eu une influence sur notre échantillon de recherche. D'ailleurs, comme l'UQÀM détient une vision et une philosophie propres à l'établissement, le statut et le style des gens répondant à notre demande avaient de fortes chances d'être similaires. Ce fut d'ailleurs le cas, comme nos trois candidats étaient relativement jeunes. Peut-être qu'avec des gens plus vieux les résultats auraient été différents. Donc nous croyons que le choix de cette méthode a orienté notre échantillonnage.

Par la suite, comme il était difficile de trouver des candidats qui remplissaient les critères, nous avons accepté d'avoir deux participants qui vivaient très loin et avec lesquels les entrevues ont été faites par *Skype*, soit avec la vidéo ou seulement en mode audio. Cela constitue une limite puisque nous n'avons pas pu avoir accès au non-verbal dans le cas du mode strictement audio. La manière d'interagir était ainsi différente de nos entretiens en face à face, puisque nous avons accès à moins d'informations complémentaires. De plus, certaines difficultés techniques, telles que des coupures de connexion Internet ou une ligne encombrée et bruyante nous empêchant de bien nous entendre, ont rendu la communication parfois difficile. À notre avis, le fait de ne pas être en face à face dans la même pièce avec nos participants a donc parfois occasionné des moments où il y avait des sources de distraction qui pouvaient rendre plus difficile l'exercice d'écoute et de partage.

Ensuite, nous aurions aimé avoir plus de participants qui sont restés en Thaïlande pour une longue période, soit de six mois à un an. Toutefois, comme le visa touristique thaïlandais ne permet de demeurer dans le pays que pour une durée maximale de deux mois, il s'est avéré assez complexe de trouver des individus remplissant également le critère du voyage remontant maximum à cinq ans. Ainsi, nous avons donc dû nous résoudre à ne pas avoir de participant étant resté en Thaïlande pour une durée d'un an.

Finalement, une autre limite que nous soulevons est le fait que notre sujet de recherche était très large et que de ce fait, notre question de recherche était très vaste elle aussi. Nous réalisons que la culture culinaire est un thème englobant beaucoup d'éléments et que les trois autres concepts choisis, soit l'hybridité, l'altérité et l'exotisme sont eux-aussi très vastes et complexes. Nous croyons d'ailleurs que c'est l'une des raisons pour lesquelles nous n'avons pas tout à fait réussi à répondre à nos questions de recherche et à atteindre nos objectifs.

### **Les forces de la recherche**

Malgré ces limites, ce projet comporte néanmoins quelques forces qui le rendent unique et très pertinent. Tout d'abord, nous pensons qu'être allée en Thaïlande pour effectuer une observation de nature ethnographique nous a permis de mieux comprendre le contexte dans lequel s'inscrivaient les propos des participants et de déceler certaines subtilités qui nous auraient sûrement échappées si nous n'avions pas réalisé ce stage pré-terrain. D'ailleurs, en ajoutant nos quelques observations à celles des trois participants, cela a permis de mettre en lumière diverses sources d'informations et nous croyons que cette diversité des méthodes d'investigation ajoute de la valeur à notre démarche.

De plus, comme nous avons utilisé les approches narratives, les participants ont eu l'opportunité de bien développer leur pensée et de bien détailler leurs idées. D'ailleurs, comme nous les avons interviewés à deux, trois, voire même à quatre reprises, ils ont eu le temps de repenser à leurs réponses et même de rectifier leurs propos si jamais ils en ressentaient le besoin ou l'envie lors de l'entretien suivant. Cela a ainsi permis d'atteindre une meilleure justesse dans le discours puisque les voyageurs avaient la latitude et l'opportunité de repenser et de peaufiner leurs propos si cela leur semblait nécessaire. Nous pensons donc que cela a contribué à l'enrichissement de cette recherche.

Finalement, nous pensons qu'une autre force de cette recherche réside dans son originalité, soit dans le croisement de l'altérité à travers l'expérience culinaire. En effet, nous croyons que cette recherche nous a amené à appréhender le concept d'altérité sous un angle intéressant.

### **Les ouvertures possibles**

Suite à la réalisation de ce projet, nous pensons qu'il nous permet d'envisager quelques avenues à explorer de manière à pousser plus loin la recherche sur l'expérience culinaire en Thaïlande. Ainsi, nous avons recensé diverses pistes intéressantes pour de potentielles futures recherches liées au sujet qui nous intéresse. Par exemple, il serait intéressant de se pencher encore davantage sur certains aspects englobant les rapports communicationnels et l'expérience altéritaire à travers l'exploration du culinaire. En effet, certaines sous-questions supplémentaires nous sont venues en tête, mais nous ne les avons pas explorées dans le cadre de ce mémoire. Par rapport aux rapports communicationnels, il aurait été pertinent d'aborder ces sous-questions : *De quelle*

*manière se traduit la communication à travers l'acte culinaire? Comment s'articulent les interactions entre les voyageurs et les thaïlandais à travers l'expérience culinaire?*

En ce qui a trait à l'expérience altéritaire, certaines interrogations pourraient également être soulevées. En effet, il serait intéressant de pousser davantage au niveau de la réflexivité des répondants pour creuser plus amplement la manière dont ils vivent la découverte culinaire, de même que de se demander si cette rencontre avec l'Autre provoque des changements de comportements ou d'habitudes alimentaires chez eux. Ainsi, ces questionnements nous paraissent pertinents à approfondir et ils nous semblent constituer des pistes de recherche intéressantes à creuser pour mener vers l'élaboration de nouveaux projets à venir.

## APPENDICE A

### LETTRE DE RENSEIGNEMENTS

Bonjour à vous !

Je cherche des gens intéressés à participer à mon projet de mémoire qui implique une discussion sur leur expérience culinaire en Thaïlande. Dans cette recherche, je désire comprendre comment l'expérience culinaire en Thaïlande influence les perceptions et les représentations des voyageurs concernant la culture thaïlandaise.

Je suis donc à la recherche de trois ou quatre personnes **ayant voyagé en Thaïlande pour une période d'au moins deux mois au cours des cinq dernières années** afin de mener des entrevues. **Les entrevues seront réalisées aux mois de mai et juin 2016.**

Ce projet vise à étudier les représentations et les perceptions de la culture thaïlandaise chez les voyageurs, tout comme de leur propre culture, à analyser comment se traduit la communication à travers l'acte culinaire et à comprendre comment est vécue la découverte de l'Autre par les voyageurs lors de leur voyage en Thaïlande.

Chaque participant devra participer à **trois entrevues semi-dirigées**, durant lesquelles ils seront amenés à discuter des trois phases de leur voyage en Thaïlande, soit avant, pendant et après celui-ci. La durée estimée de chaque entrevue est d'environ **une heure et demie**. Les entrevues se dérouleront dans les cubicules de la bibliothèque de l'UQÀM, ou à tout autre lieu public suggéré par le participant. Un enregistreur audio sera utilisé lors de chaque entrevue.

Si vous êtes intéressé(e)s, voici mes coordonnées.

Un gros merci d'avance !

Jessica Duquette  
Maîtrise en communication internationale et interculturelle  
[jess\\_duquette@hotmail.com](mailto:jess_duquette@hotmail.com)  
(450)-567-3979

APPENDICE B

TABLEAUX DES DIMENSIONS RETENUES ET GUIDE D'ENTRETIEN

<b>QUESTIONS DE DÉPART (BRISE-GLACE)</b>		
<b>Thèmes</b>	<b>Questions</b>	<b>Sous-questions</b>
<b>Expériences de voyages</b>	Quels autres voyages avez-vous effectué avant ou après la Thaïlande?	Où? Combien de temps? Dans quel but? Avec qui?
<b>Style de voyageur</b>	Que recherchez-vous lorsque vous voyagez?	
	Comment vous qualifieriez-vous en tant que voyageur?	Nommez trois caractéristiques.

<b>GRILLE THÉMATIQUE DE QUESTIONS</b>			
	<b>Thèmes</b>	<b>Questions</b>	<b>Sous-questions</b>
<b>Avant</b>	<b>L'imaginaire pré-expérientiel de la Thaïlande</b>	Que connaissiez-vous de la cuisine thaïlandaise avant de partir?	Mets? Plats? Préparation?
		Que connaissiez-vous de la Thaïlande en général avant de partir?	
	<b>Expérience culinaire personnelle</b>	Quelles étaient vos appréhensions avant votre départ?	
		Quelles étaient vos attentes au niveau culinaire? Vos craintes?	
	<b>Rapport aux thaïlandais</b>	Comment voyiez-vous les thaïlandais avant votre voyage?	
<b>Pendant</b>	<b>Expérience culinaire personnelle</b>	Décrivez-moi votre expérience culinaire en Thaïlande.	Avez-vous apprécié? Avez-vous été malade?
		Quelles choses (au niveau culinaire) vous ont marqué ou interpellé?	Aliments exotiques? Pratiques ou habitudes alimentaires différentes des vôtres?

<b>GRILLE THÉMATIQUE DE QUESTIONS (suite)</b>			
	<b>Thèmes</b>	<b>Questions</b>	<b>Sous-questions</b>
	<b>Rapport à sa propre culture</b>	Qu'est-ce qui était différent d'avec votre propre culture? Comment?	Aliments, habitudes alimentaires, ambiance, attitudes, pratiques, etc.
	<b>Rencontre avec les thaïlandais</b>	Comment qualifieriez-vous le rapport que vous avez eu avec les thaïlandais durant votre voyage?	Comment communiquiez-vous? Dans quelle langue?
		Comment vous êtes-vous senti pendant ces rencontres?	
Après	<b>Apprentissages</b>	Que retenez-vous de votre expérience culinaire en Thaïlande?	
		Qu'avez-vous appris sur la Thaïlande durant ce voyage?	
	<b>Rapport aux thaïlandais</b>	Suite au voyage, votre perception des thaïlandais a-t-elle changé?	De quelle manière?
	<b>Rapport à sa propre culture</b>	Ce voyage a-t-il permis de mettre en lumière certains aspects de votre propre culture?	Si oui, les lesquels?
		Suite au voyage, avez-vous remarqué des modifications/des changements dans vos habitudes alimentaires?	Si oui, de quelle manière?
		Suite au voyage, avez-vous remarqué des modifications/des changements dans vos façons de penser?	Dans votre représentation du monde?

## APPENDICE C

### FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

#### **Titre du projet de recherche**

*Comment l'expérience culinaire en Thaïlande influence-t-elle les perceptions et les représentations des voyageurs concernant la culture thaïlandaise?*

#### **Étudiant-chercheur**

Jessica Duquette, Maîtrise en communication internationale et interculturelle,  
[jess\\_duquette@hotmail.com](mailto:jess_duquette@hotmail.com), (450)-567-3979

#### **Direction de recherche**

Gaby Hsab, Professeur et Directeur du Département de communication sociale et publique,  
[hsab.gaby@uqam.ca](mailto:hsab.gaby@uqam.ca), (514)-987-3000 poste 5679

#### **Préambule**

Nous vous demandons de participer à un projet de recherche qui implique une discussion sur votre expérience culinaire en Thaïlande. Avant d'accepter de participer à ce projet de recherche, veuillez prendre le temps de comprendre et de considérer attentivement les renseignements qui suivent.

Ce formulaire de consentement vous explique le but de cette étude, les procédures, les avantages, les risques et inconvénients, de même que les personnes avec qui communiquer au besoin.

Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne comprenez pas. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

#### **Description du projet et de ses objectifs**

Dans ce projet, nous désirons étudier l'évolution, la modification et/ou la stabilité des perceptions et des représentations de la culture thaïlandaise des voyageurs suite à un voyage en Thaïlande. Considérant que la nourriture est au cœur des pratiques culturelles des peuples et qu'à travers les aliments utilisés, les techniques de préparation et les habitudes alimentaires, nous pouvons entrevoir un système de significations, il nous est alors possible d'appréhender une communication par la nourriture. Nous nous questionnons ainsi sur comment l'expérience culinaire en Thaïlande influence-t-elle les perceptions et les représentations des voyageurs concernant la culture thaïlandaise?

Nous désirons mener des entretiens narratifs avec trois ou quatre personnes ayant voyagé en Thaïlande au courant des cinq dernières années. La durée de leur voyage en Thaïlande devra être d'au moins deux mois, de manière à ce qu'il ait une portée significative dans l'évolution de leurs perceptions et de leurs représentations de la culture thaïlandaise. Les trois ou quatre

premiers répondants qui remplissent les critères ci-haut mentionnés seront sélectionnés pour participer au projet. Leurs propos devront porter sur les trois phases de leur voyage, c'est-à-dire avant, pendant et après celui-ci. Nous désirons mettre l'emphase sur leurs perceptions de la culture thaïlandaise et de leur propre culture durant ces trois périodes, et constater si des changements se sont opérés au fil du temps. La durée prévue de la période d'entretiens est de deux mois. Notre intérêt dans la réalisation de ce projet est de tenter d'appréhender et de comprendre la culture à travers l'expérience de la culture culinaire. Nos objectifs sont de trois ordres, soit étudier les représentations et les perceptions de la culture thaïlandaise chez les voyageurs, tout comme de leur propre culture, analyser comment se traduit la communication à travers l'acte culinaire et comprendre comment est vécue la découverte de l'Autre par les voyageurs lors de leur voyage en Thaïlande.

#### **Nature et durée de votre participation**

Chaque participant devra participer à trois entrevues semi-dirigées, durant lesquelles ils seront amenés à discuter des trois phases de leur voyage en Thaïlande, soit avant, pendant et après celui-ci. La durée estimée de chaque entrevue est d'environ une heure trente minutes. Les entrevues se dérouleront dans les cubicules de la bibliothèque de l'UQÀM, ou à tout autre lieu public suggéré par le participant. Un enregistreur audio sera utilisé lors de chaque entrevue.

#### **Avantages liés à la participation**

*Vous ne retirerez personnellement pas d'avantages à participer à cette étude. Toutefois, vous aurez contribué à l'avancement de la science.*

#### **Risques liés à la participation**

*En principe, aucun risque et avantage ne sont liés à la participation à cette recherche.*

#### **Confidentialité**

*Vos informations personnelles ne seront connues que des chercheurs et ne seront pas dévoilées lors de la diffusion des résultats. Un enregistreur numérique sera utilisé lors des entretiens. Les enregistrements seront détruits dès qu'ils auront été transcrits et tous les documents relatifs à votre entrevue seront conservés sous clef durant la durée de l'étude. L'ensemble des documents seront détruits cinq ans après la dernière communication scientifique.*

#### **Participation volontaire et retrait**

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de l'étude, vous n'avez qu'à aviser Jessica Duquette verbalement; toutes les données vous concernant seront détruites.

#### **Indemnité compensatoire**

*Aucune indemnité compensatoire n'est prévue.*

**Des questions sur le projet?**

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation vous pouvez communiquer avec les responsables du projet : Gaby Hsab, [hsab.gaby@uqam.ca](mailto:hsab.gaby@uqam.ca), (514)-987-3000 poste 5679 ; Jessica Duquette, [jess\\_duquette@hotmail.com](mailto:jess_duquette@hotmail.com), (450)-567-3979.

**Des questions sur vos droits ?**

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet de recherche auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter le président du comité par l'intermédiaire de la coordination du CERPE : [cerpe2@uqam.ca](mailto:cerpe2@uqam.ca), 514 987-3636.

**Remerciements**

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier.

**Consentement**

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tels que présentés dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction.

Je, soussigné(e), accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Une copie signée de ce formulaire d'information et de consentement doit m'être remise.

---

Prénom Nom

---

Signature

---

Date

**Engagement du chercheur**

Je, soussigné(e) certifie

(a) avoir expliqué au signataire les termes du présent formulaire; (b) avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard;

- (c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus;
- (d) que je lui remettrai une copie signée et datée du présent formulaire.

\_\_\_\_\_ *Jessica Duquette* \_\_\_\_\_  
Prénom Nom

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abèlès, M. (2015). « Préface », Dans Appadurai, A. (2015). *Après le colonialisme- Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Éditions Payot et Rivages, Petite biblio Payot Essais. p.7-23
- Adam, G.S. (2008). « Avant-propos », Dans Carey, J. (2008). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Revised edition, Routledge, Taylor & Francis Group, New York and London. p.ix-xxiv
- Affergan, F. (1987). *Exotisme et altérité. Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*. Paris : PUF.
- Al-Kharrat, E. (2004). *Authenticité culturelle et identité nationale*. Diogène, n° 206, p. 26-31.
- Anderson, E.N. (2005). *Everyone Eats: Understanding Food and Culture*. New York: New York University Press.
- Appadurai, A. (2015). *Après le colonialisme- Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Éditions Payot et Rivages, Petite biblio Payot Essais.
- Augé, M. (1994). *Le sens des autres, actualité de l'anthropologie*. Paris: A. Fayard.
- Barthes, R. (2008). « Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption». In Counihan, C. and Van Esterik, P. *Food and culture: a reader*. (2nd éd.). (pp.28-35), New York: Routledge.
- Bourlon, F. and Osorio, M. (2013). *Autour des nouvelles frontières du tourisme. Notes et réflexions autour de la publication du livre collectif : En explorant les nouvelles frontières du tourisme, Ed. Nire Negro, Coyhaique, Chili*. Numéro de parution : L'autre voie #9, Association Déroutes et Détours. [En ligne] Adresse URL : <http://www.deroutes.com/AV9/newtourism9.htm>

- Burke, P. (2009). *Cultural Hybridity*. Cambridge: Éditions Polity.
- Carey, J. (2008). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Revised Edition, Routledge, Taylor & Francis Group, New York and London.
- Cazelais, N. (1993). *Étrangers d'ici et d'ailleurs. Un tourisme à visage humain*. Chroniques, Tome I, XYZ éditeur.
- Cheng, V. (2011). « A Four-Legged Duck? Chinese Restaurant Culture in the United States from a Cross-Cultural/Inter-Cultural Communication Perspective. » In *Food as Communication – Communication as Food*. New York: Peter Lang Publishing. Édité par Cramer, J. Greene, C.P. and Walters, L.M., Chapitre 11, p.195-215
- Côté, M-H. *Une approche anthropologique*. N.12 Décembre 2005/Janvier 2006, À babord!, Revue sociale et politique. [En ligne], Adresse URL : <https://www.ababord.org/Une-approche-anthropologique>
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in Social Science Research*. London: Sage.
- Des Aulniers, L. (2012). Notes du cours *Identité et altérité en terrains*.
- Fabian, J. (2006). *Le temps et les autres. Comment l'anthropologie construit son objet*.  
Toulouse : Anacharsis.
- Fischler, C. (2001). *L'Homnivore- Le goût, la cuisine et le corps*. Paris : Éditions Odile  
Jacob.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York, Basic Books, Inc. Publishers.

- Groulx, L-H. (1997). « Contribution de la recherche qualitative à la recherche sociale ». Dans *La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Dirigé par le groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives, Gaëtan Morin éditeur, Chenelière éducation, p.55-82
- Huberman, M., & Miles, M.B. (1991). *Analyse des données qualitatives: recueil de nouvelles méthodes*. Bruxelles: De Boeck Université.
- Jodelet, D. (2005). « Formes et figures de l'altérité ». Dans *L'Autre : Regards psychosociaux*. Dirigé par Sanchez-Mazas, M., & Licata, L., Collection « vies sociales », Presses universitaires de Grenoble, p.23-46
- Karaosmanoglu, D. (2011). «Remembering Past(s): The Construction of Cosmopolitan Istanbul Through Nostalgic Flavors». In *Food as Communication – Communication as Food*. New York: Peter Lang Publishing. Édité par Cramer, J. Greene, C.P. and Walters, L.M., Chapitre 3, p.39-55
- Kaufmann, J-C. (2005). *Casseroles, amour et crises : ce que cuisiner veut dire*. Paris : Armand Colin, 342p.
- Krögel, A. (2009). « Dangerous Repasts : Food and the Supernatural in the Quechua Oral Tradition ». In *Food and Foodways- Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*. Volume 17, Issue 2, P.104-132
- Laplantine, F. (1995). *L'anthropologie*. Paris, Éditions Payot & Rivages, 223p.
- \_\_\_\_\_. (1996). *La description ethnographique*. Paris F Nathan, 128p.
- Lévinas, E. (1965) *Totalité et Infini- Essai sur l'extériorité*. 2<sup>e</sup> Édition, Martinus Nijhoff, La haye, 284p.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Paris : Plon.

\_\_\_\_\_. (1964). *Mythologiques, t.1 : Le cru et le cuit*. Paris, Plon.

\_\_\_\_\_. (1990). *La pensée sauvage*. Agora Pocket, 1<sup>ère</sup> édition 1962

Lipiansky, E.M. (2004). « L'identité personnelle ». In Ruano-Borbalan, J-C. *L'identité- l'individu, le groupe, la société*. Auxerre, Éd. Sciences Humaines.

M. German, K. (2011). «Memory, Identity and Resistance: Recipes from the Women of Theresienstadt». In *Food as Communication – Communication as Food*. New York: Peter Lang Publishing. Édité par Cramer, J. Greene, C.P. and Walters, L.M., Chapitre 8, p.137-154

Malinowski, B. (1963). *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Gallimard, Paris, 606p.

Mauss, M. (1967). *Manuel d'ethnographie*. Paris : Payot. 262p.

Michel, F. (2004). *Désirs d'Ailleurs. Essai d'anthropologie des voyages*. Les Presses de l'Université Laval, Québec.

Montanari, M. (2010). *Le manger comme culture*. Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles.

Montgomery, C. (2014). *Les approches narratives*. Entrevue réalisée dans le cadre du site « Méthodes de recherche en communication. [En ligne], Adresse URL : <http://wwd-strategiesmetho.uqam.ca/choisir-une-approche/approches-qualitatives/approches-narratives.html#vid%C3%A9o-d%E2%80%99expert-catherine-montgomery>

Paillé, P. (1994). *L'analyse par théorisation ancrée*. Érudit, Cahiers de recherche sociologique, n° 23, 1994, p. 147-181.

- Pellerin, F. (2016). *Voyez les choses autrement*. Sous onglet « Culture », Capsule vidéo réalisée par TV5 Québec Canada. [En ligne], Adresse URL : <http://tv5.ca/voir-les-choses-autrement>
- Pierret, J. (2004). *Place et usage de l'entretien en profondeur en sociologie*. Dan Kaminski et Michel Kokore\_. *Sociologie pénale : système et expérience pour Claude Faugeron*, ERES, pp.199-213.
- Poulain, J-P. (1997). « La nourriture de l'autre : entre délices et dégoûts- Réflexion sur le relativisme de la sensibilité alimentaire. » p.115-139, Dans *Cultures, nourriture*. Paris : Maison des cultures du monde.
- R. Thompson, J. (2011). «Dinner Time Discourse: Convenience Foods and Industrial Society». In *Food as Communication – Communication as Food*. New York: Peter Lang Publishing. Édité par Cramer, J. Greene, C.P. and Walters, L.M., Chapitre 10, p.179-193
- Ricoeur, P. (1990). *Soi-même comme un autre*. Paris : Seuil.
- Saïd, E. (2000). *Culture et Impérialisme*. Paris : Fayard, Le Monde diplomatique, 558p.
- \_\_\_\_\_. (2005). *L'Orientalisme- L'Orient créé par l'Occident*. Éditions du Seuil (nouvelle édition), Paris, 567p.
- Sartre, J-P. (1990). *Huis clos suivi de Les mouches*. Gallimard, folio.
- Savoie-Zajc, L. (2007). « Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ? ». Dans *Recherches Qualitatives*, Hors-série, 5, p.99-111
- Swislocki, M. (2009). *Culinary Nostalgia: Regional Food Culture and the Urban Experience of Shanghai*. CA: Standford University Press.
- Taylor, C., & Gutmann, A. (1994). *Multiculturalisme : différence et démocratie*. Paris : Aubier.

Todorov, T. (1989). *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris: Éditions du Seuil, 452p.

\_\_\_\_\_. (1995). *La vie commune- Essai d'anthropologie générale*. Éditions du Seuil

\_\_\_\_\_. (2005). « Préface à l'édition française », Dans Saïd (2005). *L'Orientalisme- L'Orient créé par l'Occident*. Éditions du Seuil (nouvelle édition), Paris, p.21-25

\_\_\_\_\_. (2008) *La peur des barbares : au-delà du choc des civilisations*. Paris, Robert Laffont, 311p.

Wiens, M. (2012). *Eating thai food guide. All-inclusive guide to eating thai food*. Kindle Edition. Doma Publishing House. 297p.

Winkin, Y. (2001) *Anthropologie de la communication- De la théorie au terrain*. Nouvelle Édition, Éditions du Seuil, 332p.

### **Mémoires consultés**

Bourdeilh, Éric. (Mai 2010). *L'expérience du voyageur esthète et philosophe*. Montréal, Maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal, 274p.

Couture, Emilie. (Septembre 2012). *Exploration créative et sensible du voyage intérieur à travers la rencontre de l'altérité*. Montréal, Maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal, 62p.

Covanti, Véronique Anna. (Décembre 2007). *Exotisme en communication interculturelle : danse, rencontres et mouvement vers l'altérité*. Montréal, Maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal, 141p.

Jiménez, Tania Selena. (Avril 2010). *La rencontre de l'Autre en voyage*. Montréal, Maîtrise en communication, Université du Québec à Montréal, 170p.