

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES ARTS CORPORELS COMME MODE D'EXPRESSION DURANT UNE EXPERIENCE
TOURISTIQUE : LE CAS DU TATOUAGE

MÉMOIRE

PRÉSENTÉE

COMME EXIGENCE PARTIELLE

MAITRISE DEVELOPPEMENT DU TOURISME

PAR

ELINE JUDON

SEPTEMBRE 2025

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.12-2023). 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

Tout d'abord, j'aimerais exprimer ma profonde gratitude envers mon directeur de recherche, le professeur et chercheur Alain A. Grenier. La fierté que j'ai pour ce travail n'aurait jamais été la même sans son accompagnement, son soutien, ses connaissances et sa sagesse. Il a cru en mon projet et m'a aidé à approfondir ma réflexion à chaque étape.

Je tiens également à remercier les personnes qui ont accepté de participer à mon étude. Leur temps et leur confiance m'ont permis d'explorer une part précieuse de leur expérience, et je leur en suis sincèrement reconnaissante.

Ensuite, j'aimerais exprimer ma gratitude envers ma famille, qui m'a soutenue et encouragée à persévérer. En parallèle, je remercie mes amies et amis de France, qui, malgré la distance, ont su me faire sourire et m'encourager tout au long de cette folle aventure d'études à l'étranger.

Puis, je remercie les amies et amis que j'ai rencontrés à Montréal. Partageant le même cheminement d'études, leur soutien et leur compréhension face à mes doutes ont été sans failles. Sans qu'ils le sachent, ils m'ont aidé à traverser des périodes difficiles, lorsque je me sentais au plus bas. J'aimerais adresser une mention spéciale à Lena Lavilley, que je compte aujourd'hui parmi ce cercle précieux, comme une de mes meilleures amies. Partageant la même aventure dans cette maîtrise, elle a été la seule qui comprenait réellement mes doutes et mes constantes remises en questions. Sans elle, le vécu de ma maîtrise aurait été bien plus solitaire.

Je remercie l'équipe du Service de Soutien à l'International de l'ESG UQAM pour qui j'ai travaillé en dehors de ce projet. J'ai appris tellement de choses à ses côtés. Ce travail étudiant m'a offert une bouffée d'air frais lorsque les cours et le mémoire devenaient trop pesants. Je remercie particulièrement ma cheffe d'équipe, Maude Thomas, qui, à un moment où je me sentais perdue face à mon mémoire, a su m'écouter et m'encourager à avancer. J'espère un jour retrouver un ou une supérieure aussi attentionnée et bienveillante envers moi.

Enfin, je tiens à remercier mon conjoint, Pierre Lechat, qui, dès le début de cette maîtrise et de ce projet de mémoire, a cru en moi et m'a toujours encouragé à persévérer, même lorsque je manquais de motivation. Il a toujours été de bon conseil. Sa curiosité et ses réflexions pertinentes m'ont aidé à enrichir mon analyse et m'ont aidée à prendre du recul.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	i
FIGURE.....	vi
LISTE DES TABLEAUX	vii
RÉSUMÉ	viii
INTRODUCTION.....	1
1.1 L'impact identitaire d'un voyage	2
1.2 Mise en contexte des arts corporels.....	4
1.4 La problématique de recherche.....	7
CHAPITRE 2 – MÉTHODOLOGIE	11
2.1 Méthode et démarche de recherche choisie pour l'étude	12
2.2 Cadre d'analyse	15
2.3 Outils de collectes de données.....	17
2.4 Déroulement de l'étude de cas.....	18
2.5.1 Echantillonnage	18
2.5.2 Recrutement des participants	19
2.5.3 Déroulement des entrevues	21
2.6 Analyse des entretiens semi-dirigés.....	23
2.7 Limites de la recherche	24
CHAPITRE 3 – Les arts corporels, leurs fonctions et leur rapport avec le tourisme	26
3.1 Les arts corporels.....	27
3.1.1 Origine des arts corporels	31
3.2.2 L'évolution de la perception des arts corporels en Occident.....	34
3.3 Les arts corporels, une sous-culture.....	39
3.4 Motivations recensées dans la littérature	42
3.4.1 Le choix de peu ou de plusieurs tatouages.....	47
3.5 Les événements autour des arts corporels.....	49

3.6	Le tatouage comme souvenir	51
3.7	Le tourisme d'art corporel, un tourisme identitaire.....	54
3.7.1	Définition de tourisme identitaire	54
3.7.2	Les motivations touristiques identitaires.....	55
3.8	Etude de cas.....	57
3.8.1	Les destinations et les motifs de déplacements	57
3.8.2	Le déroulement du voyage.....	59
3.8.3	Pourquoi se faire tatouer en voyage ?	63
3.8.4	Les visuels choisis	66
3.9	Synthèse	68
CHAPITRE 4 – Les arts corporels et la construction identitaire.....		70
4.1	La construction identitaire : le ciment de l'expression de l'identité	70
4.2	Les arts corporels – le regard sur le corps.....	74
4.3	Le corps – reflet d'une culture et d'une société	79
4.4	Construction identitaire à travers les arts corporels	81
4.4.1	Les arts corporels, une prise de risque	81
4.5.2	Les arts corporels comme moyen de thérapie	84
4.5	Etude de cas.....	85
4.5.1	Avoir des arts corporels, une revendication identitaire ?	86
4.5.2	Représentation des arts corporels pour les participants	88
4.5.3	Les sensations	92
4.5.4	Le regard sur son corps et sur celui des autres.....	93
4.5.5	Le visible	95
4.6.6	S'exprimer librement à travers les arts corporels	98
4.6	Synthèse	99
CHAPITRE 5 – L'implication des arts corporels dans les industries du tourisme		101
5.1	Les potentiels risques du tourisme d'art corporel	102
5.1.1	Les risques liés à la santé et à l'intégrité de la personne.....	104
5.2	Les risques du tourisme d'art corporel quant à l'authenticité de l'expérience	114
5.3.1	Risque d'appropriation culturelle	117
5.3	Les apports potentiels du phénomène aux industries touristiques.....	120

5.4	Etude de cas.....	124
5.4.1	Les avis des participants concernant l'éventualité d'une promotion touristique des arts corporels...	125
5.4.2	La recherche d'un service d'art corporel	127
5.4.3	L'implication du tourisme dans le monde du tatouage.....	132
5.4.4	Projets futurs possibles ?.....	134
5.4.5	Une quête aux arts corporels faits en voyage ?	135
5.5	Synthèse	137
CONCLUSION		140
6.1	Retours sur la problématique et le contexte de l'étude	140
6.2	Retours sur les résultats et la discussion.....	141
6.3	Présentations des démarches pour accompagner les personnes à faire du tourisme d'art corporel.....	143
6.4	Perspectives de recherche pour l'avenir	144
ANNEXE A – GRILLE D'ENTRETIEN GROUPE A		147
ANNEXE B – GRILLE D'ENTRETIEN GROUPE B.....		149
ANNEXE C – FORMULAIRE DE CONSENTEMENT GROUPE A.....		152
ANNEXE D – CERTIFICAT ETHIQUE		155
REFERENCES.....		157

FIGURE

Figure 5.1 : Les conditions à remplir pour une bonne promotion touristique et un meilleur encadrement pour une meilleure expérience	123
---	-----

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1 Démarche méthodologique de la recherche	14
Tableau 2.2 : Cadre d'analyse de la recherche.....	15
Tableau 3.1 : Recensement des motivations aux arts corporels dans la littérature scientifique ...	46
Tableau 3.2 : Profils des participants du groupe B	58
Tableau 4.1 : Tableau recensant les significations des arts corporels des participants	90
Tableau 5.1 : Risques et enjeux dans la pratique du tourisme d'art corporel	103
Tableau 5.2 : Tableau représentant les complications aiguës que peuvent causer un tatouage ..	105
Tableau 5.3 : Tableau figurant les complications chroniques que peuvent causer un tatouage..	107

RÉSUMÉ

Les arts corporels constituent un moyen de modifier et d'orner le corps humain. Parmi ces pratiques, on compte le tatouage, le perçage, le henné, ou encore le maquillage. Au départ, cette pratique dans la société occidentale moderne était considérée comme une sous-culture, voire une contre-culture pour certains. Maintenant, elle est davantage acceptée jusqu'à devenir un accessoire à la mode. Ainsi, ces pratiques, en particulier le tatouage, s'invitent désormais dans les expériences touristiques. De nombreux voyageurs se laissent tenter par cette démarche, motivés par l'envie de rapporter un souvenir marquant, d'immortaliser un voyage mémorable ou encore de symboliser leur attachement à une destination et à sa culture. Ces tatouages participent ainsi à la construction et l'expression de leur identité. Ce phénomène fait naître un nouveau type de tourisme identitaire : le tourisme d'art corporel. Etant donné sa récente apparition dans les études, il entoure beaucoup de réflexions. Ce mémoire tend à répondre à comment les motivations pour cette expérience touristique de pratiques d'art corporel, amènent la personne à parfaire sa construction identitaire. Pour cela, il faut d'abord répondre à ces trois sous-questions : recenser les motivations des touristes à vouloir acquérir un art corporel (1), expliquer ce que représente les arts corporels dans la construction identitaire (2) et étudier l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme (3). L'étude s'appuie sur différents concepts nécessaires à la compréhension de l'étude tels que l'art corporel, le tatouage, l'identité (et de la construction identitaire), le tourisme d'art corporel, le souvenir et évidemment l'expérience touristique.

Pour mener cette recherche, j'ai rassemblé et analysé des sources de littérature scientifique et de littérature grise. Ainsi, les résultats théoriques m'ont permis de mettre en place et de mener des entretiens semi-dirigés sur deux groupes de participants différents, des artistes tatoueurs (groupe A) et des personnes s'étant fait tatouer en voyage (groupe B). De ce fait, j'ai pu comparer tous ces résultats afin d'en tirer des conclusions et comprendre les fondements du phénomène, ainsi que d'en cerner les enjeux. Cette étude offre une découverte sur un phénomène encore peu documenté du tourisme d'art corporel et met en lumière l'impact qu'il a sur ces différents acteurs. Ce que j'ai pu en retenir c'est que les voyageurs qui choisissent de se faire tatouer le font surtout pour garder un souvenir marquant, influencés par des facteurs émotionnels, culturels, pratiques et personnels. Ces tatouages deviennent des marqueurs identitaires et favorisent une connexion collective entre adeptes du tourisme d'art corporel. Les arts corporels participent ainsi à la construction d'expériences touristiques singulières et mémorables, ainsi qu'au rayonnement de destination dont ils sont des éléments culturels.

Mots clés : art corporel, tatouage, identité, tourisme d'art corporel, souvenirs, expérience touristique

INTRODUCTION

Lorsque l'être humain voyage, il peut ressentir une forme de liberté d'agir dans ce nouvel environnement : c'est la séquence d' « émancipation » identifiée par Jafari (1988 : 60). Celle-ci explique la phase échappatoire d'une personne partant en voyage fuyant « l'ordinaire », c'est-à-dire la réalité, la routine (Jafari, 1988 : 62). Il se sent alors autorisé à agir plus librement qu'à son habitude, à agir en touriste (Jafari, 1988 : 63). Car dans son milieu habituel de vie – le milieu domestique, il est influencé par sa société et sa culture. La peur du jugement des autres maintient l'individu dans un carcan. En effet, Bell (1999 : 56) a observé que de nombreuses personnes préfèrent cacher ou bien camoufler leur véritable identité (personnalité) aux yeux des autres afin de pouvoir mieux s'intégrer et être accepté dans la société. Voilà pourquoi la place de l'émancipation est si importante dans le voyage d'agrément – le tourisme. Jafari (1988 : 63-64) constate qu'« avec sa nouvelle identité et son nouveau rôle, l'individu [se transforme] en touriste, [...] s'est dépouillé de son 'habillement' familial et de ses anxiétés ». Ainsi, « le tourisme devient le scénario de son nouveau personnage et la destination, le théâtre de sa performance » (Jafari, 1988 : 63-64). Le voyage sert comme un moyen d'échappatoire pour certaines personnes (Cohen, 2010), parce que Lipovetsky et Charles (2004) constatent que les personnes vivant dans l'époque hypermoderne, environ depuis les années 1990 (Citot, 2004), ne sont plus sereines de rien et qu'elles sont constamment inquiètes de leur avenir. « Narcisse est désormais rongé par l'inquiétude ; la crainte s'est imposée à la jouissance, l'angoisse à la libération », écrivent Lipovetsky et Charles (2004 : 37). C'est pourquoi, le voyage sert pour certains à se libérer des contraintes et des craintes du quotidien.

Pour une personne, la notion d'expérience touristique permet de lier des pratiques, qui ont par définition une dimension corporelle, et la construction du sujet, qui est un objectif essentiel de la recreation touristique (Jaurand, 2015 : 2). Le tourisme offre l'opportunité de vivre deux grandes des catégories d'expériences authentiques : celles que l'on ne peut pas vivre chez soi et celles que l'on n'ose pas s'autoriser en raison des contraintes sociales qui nous entourent. En outre, les personnes préfèrent voyager pour elles et leur propre épanouissement personnel. En fin de compte, les voyages enrichissent la personne, remplissant sa tête de souvenirs et lui permettant d'accumuler un capital qui peut contribuer au renforcement de son identité (Dresler, 2021). Elle a eu la possibilité d'ouvrir ses yeux et son esprit sur des mondes extérieurs au sien. Ces nouveautés ont la

possibilité d'influencer le quotidien et la routine des touristes, une fois rentrés au bercail. « Mais la force touristique du non-ordinaire que le touriste a emmagasiné ne s'évapore pas : elle vient se mêler au courant dominant de l'ordinaire ; elle se « réincorpore » dans l'ordinaire qui, pour l'absorber, va subir quelques débordements », écrit Jafari (1988 : 69). Ici, on comprend que le non-ordinaire est l'espace-temps consacré au voyage, la découverte, l'expérience touristique.

1.1 L'impact identitaire d'un voyage

L'expérience touristique peut avoir un impact significatif sur une personne. De telles expériences peuvent avoir des répercussions profondes sur son identité. Lorsqu'une personne s'immerge dans une nouvelle destination, elle est confrontée à une culture, des paysages, des traditions, des perspectives et des modes de vie différents de ceux auxquels elle est habituée. Cette immersion peut remettre en question ses propres croyances, valeurs et perceptions du monde. Chaque interaction avec un nouvel environnement ou une nouvelle culture peut être une occasion d'apprentissage et de croissance personnelle. On parle alors de « tourisme identitaire ». D'après Grenier (2022a : 229), un voyage touristique est identitaire quand il devient « [...] un agent personnel de développement et d'émancipation ». Outre les informations statutaires – le nom, l'âge, le sexe, le genre, la profession ou même la domiciliation (Dénouël, 2011 : 75) –, le concept d'identité réfère aux aspects plus profonds et plus intimes de l'individu, « une vérité de soi », explique Bauman (2001 : 10). L'individu a sa « propre conscience identitaire », indique Dorais (2004 : 2). Pour lui (Dorais, 2004 : 2), l'identité est avant tout un phénomène individuel construit par le rapport personnel avec le milieu. Il ajoute que la construction identitaire « reflète l'histoire personnelle de chacun » et est construite tout au long de la vie (Dorais, 2004 : 2). Elle est relationnelle parce qu'elle est le fruit de l'interaction avec les parents, l'éducation, l'apprentissage et le milieu culturel et naturel dans lequel la personne a grandi (Dorais, 2004 : 3). Il ajoute que « [l]a mise en acte de l'identité peut être définie comme la façon dont nous nous comportons afin de montrer qui nous sommes lorsque nous entrons en interaction avec les éléments humains et non humains de notre environnement » (Dorais, 2004 : 3). Il explique que l'identité est individuelle mais qu'elle est également collective car un être humain vivant en société partage forcément des rapports avec les autres et qu'ainsi il construit son « identité sociale, politique, culturelle, ethnique, nationale, etc. », énumère Dorais (2004 : 4). L'identité est alors « le résultat d'une production sociale », conclut Bauman (2001 : 15).

Ainsi, par le voyage la personne aspire à un désir d'indépendance et de changement ou de renouvellement identitaire (Bond et Falk, 2013 ; Cohen, 2010 ; Grenier, 2022a). Les besoins ressentis par les personnes qui font du tourisme identitaire sont en général reliés à leur origine, leur ethnicité, leur religion, leur genre ou à leur orientation sexuelle (Jaurand, 2015). Le tourisme identitaire représente également le phénomène de rassemblement de personnes partageant la même passion ou le même but de quête identitaire (Franklin *et al.*, 2019 ; Jaurand, 2015 ; Yamada, 1997). C'est pourquoi, ce type de tourisme regroupe plusieurs autres pratiques touristiques, telles que le tourisme religieux, le tourisme des personnes LGBTQ+ (Jaurand, 2015), le tourisme de l'entre-soi, le tourisme de racines et de mémoire, etc (Grenier, 2022a : 230). Le tourisme identitaire peut ainsi se lier à des introspections géographiques (retour sur le lieu de son histoire comme dans le cadre du tourisme de racines), ou corporelles. C'est le cas notamment des touristes qui voyagent exclusivement pour employer leur corps aux fins des pratiques d'arts corporels comme le tatouage (Soukup *et al.*, 2021 ; Diktas, 2020 ; Nieset, 2018). Dans l'étude de Diktas (2020), des pèlerins arrivant à Jérusalem, se rendent dans un studio de tatouage – le Razzouk Tattoo –, connu pour ses prestations de tatouage religieux, utilisant une technique ancestrale datant de 500 ans. Cependant, celui-ci accueille également des voyageurs curieux et des personnes « très tatouées » qui voyagent à travers les villes uniquement, pour se faire tatouer par des artistes célèbres (Diktas, 2020 : 9-10, traduction libre). Ce sont les collectionneurs de tatouages (Diktas, 2020). « The collection of tattoo souvenirs allowed the tourist to build their unique skinscape to express their personal identity », souligne Dresler (2021 : 1016). Lorsque le voyage inclut l'activité de se faire tatouer, ou d'acquérir d'autres formes d'ornement sur le corps, on peut dire qu'il s'agit de tourisme d'art corporel. Ainsi, lorsqu'une personne décide d'acquérir un art corporel comme par exemple un tatouage, son corps et son identité seront marqués à tout jamais. Il y a un processus de décision, d'action, de prise de risque et d'impact sur la pudeur et l'intimité (Riout, 2019 ; Girard *et al.*, 2020 ; Nieset, 2018 ; Wiener, 2004), illustrant ainsi un certain degré de liberté dans cette démarche. Comme précise Bauman (2001 : 15), « l'individualisation consiste à faire passer l'identité humaine de l'état de donnée à celui de tâche [...] ». A travers ces propos, nous comprenons que les personnes veulent se développer de nouvelles identités faisant référence à des tâches à accomplir pour devenir la personne qu'elles veulent être.

1.2 Mise en contexte des arts corporels

Les arts corporels sont avant tout des modifications sur le corps : « the (semi-) permanent deliberate alteration of the human body and embraces procedures such as tattooing and body piercing », expliquent Wohlrab *et al.* (2006 : 87). Ces modifications incluent de nombreuses pratiques, comme le tatouage, le perçage, le henné, la scarification, la peinture de corps (Girard *et al.*, 2020 ; Rioult, 2019 ; Le Breton, 2008 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Merot, 2005 ; Halliday, 2005 ; Featherstone, 1999). Ces pratiques ont longtemps été mal perçues ou même interdites par la société occidentale prônant le corps « naturel » et où, par exemple, les personnes tatouées n'étaient que des criminels, ou des personnes qui étaient reclus de la société (Rioult, 2019 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; McCarron, 1999 ; Featherstone, 1999 ; Falk, 1995), tandis que dans certaines cultures orientales, ces pratiques sont culturellement, traditionnellement et religieusement intégrées, comme en Nouvelle-Zélande, en Polynésie française et parmi certains peuples comme chez les aborigènes d'Australie (Rioult, 2019 ; Bell, 2014 ; Lamy, 2013 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Featherstone, 1999).

Aujourd'hui, au XXI^e siècle, ces pratiques sont de plus en plus acceptées et démocratisées. Wieler *et al.* (2021 : 7-8) expliquent que de nos jours, les personnes qui se font tatouer ne cherchent plus vraiment à désobéir aux règles, « as tattoos are becoming increasingly popular, acquiring a tattoo is not related to not wanting to obey rules, as there are no rules anymore that could dissuade someone from undergoing the procedure of having a tattoo or risking social exclusion, or an urge to express their uniqueness in defending their beliefs publicly and openly ». En effet, les personnes se font tatouer par goût esthétique (Girard *et al.*, 2020 ; Alter-Muri, 2020 ; Rioult, 2019 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Le Breton, 2016 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Antoszweski *et al.*, 2010 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Tiggemann et Golder, 2006 ; Greif *et al.*, 1999 ; Yamada, 1997), par finalité artistique (Benasso et Stagi, 2021 ; Girard *et al.*, 2020 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Feirrera, 2014 ; Stirn *et al.*, 2011 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Grief *et al.*, 1999) et même pour séduire (Le Breton, 2016 ; Tiggeman et Hopkins, 2011 ; Antoszweski *et al.*, 2010 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Le Breton, 2008 ; Tiggeman et Golder, 2006 ; Millner et Eichold, 2001 ; Yamada, 1997). On peut identifier ce phénomène par une « mutation des valeurs », résultat de l'évolution des pratiques et mœurs de la société (Le Pogam, 1997 : 3). Par ailleurs, ces pratiques, comme le tatouage et le perçage,

s'accompagnent de douleurs, tant au moment de leur réalisation qu'après, notamment dans le cas du perçage. Des chercheurs ont d'ailleurs montré que certaines personnes recherchent cette douleur (Müller, 2024 ; Benasso et Stagi, 2021 ; Girard *et al.*, 2020 ; Rioult, 2019 ; Ferreira, 2014 ; Stirn *et al.*, 2011 ; Sanders et Vail ; 2008[1989] Wohlrab *et al.*, 2007 ; Rioult, 2006). Les arts corporels impliquent également un risque pour le corps, lié à la douleur mais aussi à la santé. D'un point de vue sanitaire, ils nécessitent une démarche rigoureuse et stricte d'application ainsi que de soins afin de prévenir toute atteinte au corps (infections, réactions allergiques) (CNAM, 2024a ; CNAM, 2024b ; CNAM, 2024b ; CNAM, 2023 ; Kluger, 2011 ; Piérard-Franchimont *et al.*, 2011 ; Tremblay *et al.*, 2007 ; Stirn, 2003 ; Luminet et Guyonnet, 2002 ; Le Coz, 2001).

Ainsi, au gré de leur acceptation dans les normes sociales, ces pratiques se sont insérées dans le contexte du tourisme et surtout dans l'expérience touristique.

1.3 Les arts corporels et le souvenir d'une expérience touristique

D'après Kadri (2022a : 170), l'expérience touristique est « le résultat d'une construction et d'une co-construction réunissant le touriste, le lieu de l'expérience (événements, attractions), ainsi que les acteurs concourant à ce rapprochement [...] ». Quant à Jaurand (2015 : 2), il écrit que « [p]our un individu, la notion d'expérience touristique permet de lier des pratiques, qui ont par définition une dimension corporelle, et la construction du sujet, qui est un objectif essentiel de la recreation touristique ».

Soukup *et al.* (2019) donnent l'exemple des touristes de tatouage au village philippin de Buscalan. Il y a l'expérience touristique qui se crée par le village (le lieu), le chemin pour se rendre au village et la séance de tatouage (l'expérience) et la tatoueuse (l'actrice), puis le touriste qui est avant tout l'acteur principal de son expérience. Ainsi, dans ce cas-là, le tatouage devient un souvenir tangible de cette expérience touristique pas comme les autres, qui impacte l'identité de la personne nouvellement tatouée. Quand un touriste souhaite se procurer un souvenir « classique » de son voyage, comme une carte postale, il se rend dans une boutique de souvenir (Soukhathammavong et Park, 2019 ; Swanson et Timothy, 2012). En revanche, si le touriste veut se faire un tatouage pour un souvenir, les démarches sont plus compliquées, plus risquées et souvent plus coûteuses. Dans le cas de figure le plus classique, le touriste désirant avoir un art

corporel comme un tatouage, doit se renseigner sur les services disponibles sur place, trouver un tatoueur correspondant à ses attentes (style, technique, emplacement géographique). Il peut se renseigner sur les réseaux sociaux, comme Instagram, ou bien sur Internet. D'ailleurs, on identifiera que les avis Google d'un salon jouent parfois un rôle déterminant dans la prise de décision. Dans le cas particulier de l'étude de Soukup *et al.* (2019 : 153), qui concerne les touristes voulant se rendre au village de Buscalan, ils doivent emprunter un sentier pédestre qui s'interrompt à environ un kilomètre du village (Soukup *et al.*, 2019 : 153). Ensuite, pour l'atteindre, il faut descendre vers un affluent, puis remonter une pente raide, particulièrement exigeante en période de pluie (Soukup *et al.*, 2019 : 153). Cette situation représente un cas extrême, nécessitant des efforts physiques importants et une forte détermination. Pour terminer, ces touristes doivent faire attention au respect des normes sanitaires durant le processus. En outre, dans les tourisms conventionnels, le touriste n'a pas la même implication que dans le tourisme d'art corporel, d'autant plus qu'il change physiquement le touriste. Les enjeux sont plus importants et même vitales, notamment à cause des risques de douleurs et sanitaires (Kluger, 2011 ; Piérard-Franchimont *et al.*, 2011 ; Tremblay *et al.*, 2007). Dans son étude Diktas (2020 : 7) explique :

« The individual leaves his or her established routine, voluntarily places themselves in a special place (tattoo studio) for a special amount of time where they give themselves over to the authority of a specially empowered individual (tattoo artist) who painfully breaks their skin and inscribes a symbol onto their body. At the end of this process, they emerge back into society newly marked »

Dans la mesure où des personnes cherchent à acquérir un tatouage en voyage, des études se sont penchées sur le phénomène. Elles ont observé que des personnes voyagent dans le but d'acquérir des souvenirs particuliers, comme un tatouage – une forme d'art corporel (Dresler, 2021 ; Diktas, 2020 ; Nassenstein et Rüsche, 2019 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Soukup *et al.*, 2019 ; Nieset, 2018 ; Torabian et Arai, 2016 ; Swanson et Timothy, 2012 ; Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 ; Yamada, 1997). En comparaison avec l'achat d'objets, à titre de souvenir, l'acquisition d'un tatouage a un impact différent sur le touriste, car comme mentionné précédemment, il y a une prise de risque d'engager son corps et sa peau dans cette situation. Cependant, on observe que les motivations qui sont observées sont plus importantes que la prise de risque encourue. A travers ce phénomène, les touristes cherchent à construire une nouvelle identité, voire renforcer un aspect de leur identité. Dresler (2021 : 1015, traduction libre) observe que les personnes qui se font tatouer

pendant leur voyage cherchent à tirer « un récit d'expériences personnelles », le tatouage jouant alors une « fonction de stockage pour se souvenir des expériences de voyage ». Elle qualifie cette fonction de « tourism remembrances » (Dresler, 2021 : 1015). Elle ajoute que certains touristes s'identifient comme des « collectionneurs de tatouages souvenirs de voyage » (Dresler, 2021 : 1016, traduction libre). Quant à Yamada (1997), elle observe que des étudiants japonais faisant leur cursus universitaire au Canada se font tatouer afin de s'intégrer dans la culture canadienne pour se construire une identité binationale, japo-canadienne, « [t]hrough the pictures and words portrayed, and often more crucially the languages in which those words are tattooed, travellers display their connection to a particular place, time, and/ or experience while travelling », expliquent Nassenstein et Rüsç (2019 : 239). Cette étude se penchera principalement sur les pratiques du tatouage, du perçage et du henné, mais sera centrée sur le tatouage.

1.4 La problématique de recherche

Étant moi-même adepte du tatouage, je porte une attention particulière aux discussions émises sur la thématique. Selon le dictionnaire Le Robert (s. d.), le mot « adepte » se définit comme une « personne fidèle à une religion » ou un « partisan d'une doctrine », mais aussi comme une « personne qui pratique une certaine activité ». De son côté, le Grand Dictionnaire Terminologique (GDT) (2021), dans le domaine de la sociologie, définit ce terme comme une « personne qui éprouve un sentiment d'enthousiasme envers quelqu'un ou quelque chose ». Dans le contexte de cette recherche, un adepte d'art corporel est une personne qui éprouve un affect particulier et qui, en général, possède un ou plusieurs arts corporels, et manifeste à l'égard de cette pratique un enthousiasme pouvant aller jusqu'à une véritable passion. Bien que les médias sociaux proposent nombre de témoignages sur l'expérience d'art corporel en voyage (discussions, débats, recommandations, etc.), je constate que la thématique échappe en grande partie à la sphère scientifique, en études touristiques. Outre les études récentes de Dresler (2021), Diktas (2020), Soukup *et al.* (2019), Frankel *et al.* (2019) et Nassenstein et Rüsç (2019), peu de travaux approfondis existent dans le domaine de tourisme d'art corporel. Néanmoins, des études en médecine comme celles de Armstrong *et al.* (2008), de Halliday (2008) ou de Millner et Eichold (2001), en psychologie comme Alter-Muri (2020), Roggenkamp *et al.* (2017), Tiggemann et Hopkins, (2011), Stirn *et al.* (2011) et en sociologie telles que Alves *et al.* (2024), Benasso et Stagi (2021), ou Le Breton (2016), abordent le sujet centré sur les motivations à vouloir acquérir un art

corporel ou même, vouloir se le faire enlever (Armstrong *et al.*, 2008). Elles se concentrent davantage sur le perçage et le tatouage. Pourtant, l'étude sur le tourisme d'art corporel pourrait être un tremplin dans la compréhension d'un marché de touristes d'aujourd'hui et de demain. Le touriste grandissant dans le groupe de la génération Y, née entre les années 1980 jusqu'au début des années 1990 (Dalmas, 2014) ou Z après 1995 jusqu'à la fin des années 2000, peut ne pas détenir les mêmes influences et les mêmes besoins d'évolution identitaire que le touriste des générations précédentes, tels les *baby-boomers*. Comme mentionné auparavant, l'individu hypermoderne est inquiet : « chômage, précarité retraites, etc. », énonce Citot (2004 : 185). C'est pourquoi, il veut pouvoir consommer au plus vite (Citot, 2004). Cela peut aussi se traduire par un besoin, consommer au plus vite son appétit identitaire dans son rôle de voyage, d'autant plus que notre ère hypermoderne accorde une attention accrue au corps (Citot, 2004). Également, l'individu hypermoderne se focaliserait sur des zones sensibles de son corps et s'adonnent à des « usages hédonistiques sophistiqués » (Tapia, 2019 : 18). Le corps hypermoderne transgresserait les normes traditionnelles avec des expérimentations comme l'esthétisation ou des modifications corporelles (Tapia, 2019 : 18). Désormais, il est un support d'expression culturelle, esthétique et sociale, exposant entièrement sa fragilité (Tapia, 2019 : 18). Selon Tapia (2019 : 18), à travers cette société de consommation et de performance, le corps devient à la fois un objet de désir, de modification et d'exposition, soumis à des normes fluctuantes et parfois oppressantes. De plus, on constate aujourd'hui que plus en plus de personnes cherchent à s'individualiser, à se démarquer de la foule et à affirmer leur singularité. Les arts corporels semblent apparaître comme un moyen privilégié pour répondre à cette volonté. À travers le tatouage, par exemple, les individus utilisent des dessins, des symboles, des phrases ou encore des couleurs afin d'exprimer qui ils sont – ou du moins l'image qu'ils souhaitent projeter.

Comme mentionné précédemment, le voyage, quant à lui, constitue un moment de rupture avec le quotidien, souvent associé à une liberté accrue, où l'on se sent plus légitime ou plus audacieux dans l'expression de soi (Cohen, 2010 ; Jaurand, 2015 ; Jafari, 1988). Nous observerons que dans l'euphorie du déplacement, certains choisissent ainsi de graver sur leur corps un souvenir marquant, symbole de la liberté ressentie durant cette expérience.

Cette étude vise à mieux comprendre ce processus : les motivations, les émotions ressenties par les touristes, le déroulement de l'expérience, le rôle des artistes, les influences qui l'entourent, ainsi que la manière dont les arts corporels deviennent – ou sont déjà devenus – un tremplin de réflexion économique, sociale et culturelle pour l'industrie touristique. Si l'on dispose déjà de cas concrets de personnes s'étant fait tatouer en voyage, il reste nécessaire d'analyser leurs expériences et les conditions sociales, sanitaires et éthiques auxquelles elles ont été confrontées. Comme indiqué plus tôt, l'implication des arts corporels dans le tourisme soulève également des enjeux de sécurité pour les touristes, mais aussi des questions liées à la propriété culturelle, à l'authenticité des pratiques et à la valeur de l'expérience.

Au nombre des motivations qui poussent les personnes à acquérir un ou plusieurs arts corporels lors d'un voyage, se trouve l'aspect crucial de la construction identitaire chez les personnes observées (Dresler, 2021 ; Soukup *et al.*, 2021 ; Diktas, 2020 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Nassenstein et Rüscher, 2019). Cette constatation souligne le potentiel du tourisme d'art corporel en tant que sujet de recherche essentiel dans le domaine des études touristiques, qui nous permettrait de comprendre l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme.

La présente étude cherche ainsi à comprendre le rôle des arts corporels sur la construction identitaire d'une personne à travers l'expérience touristique. C'est dans ce contexte que cette étude vise à comprendre comment les motivations pour cette expérience touristique de pratiques d'art corporel, amènent la personne à parfaire sa construction identitaire.

Pour répondre à la question, l'étude va d'abord répondre à trois sous-questions :

- ☐ recenser les motivations des touristes à vouloir acquérir un art corporel ;
- ☐ expliquer ce que représente les arts corporels dans la construction identitaire ;
- ☐ étudier l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme.

Pour illustrer ces propos, l'étude se concentre le cas de tatouage. Celle-ci permet ainsi de documenter davantage le phénomène afin de mieux le comprendre et pouvoir mieux anticiper les actions des touristes. Elle permet aussi d'aiguiller les agences de tourisme des destinations prisées pour le tourisme d'art corporel, en assurant un encadrement plus rigoureux de cette pratique. Cela

inclut, par exemple, la mise en place de normes sanitaires plus strictes, comme le suggère Dresler (2021 : 1018).

CHAPITRE 2 – MÉTHODOLOGIE

Le présent mémoire porte sur l'exploration, la documentation et l'analyse du phénomène des personnes qui acquièrent un art corporel pendant une expérience touristique, autrement dit le tourisme d'art corporel. Il cherche à recenser les motivations des touristes à vouloir acquérir un art corporel, à expliquer ce que représentent les arts corporels dans la construction identitaire et d'étudier l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme. Ce chapitre présente le processus de recherche qui m'a guidé jusqu'aux résultats finaux.

Tout d'abord, je présente la méthode et la démarche de recherche que j'ai choisies. Ensuite, j'expose mon cadre d'analyse. J'énonce ensuite les outils de collectes de données que j'ai utilisés, suivis du déroulement de mon étude de cas que je détaille en plusieurs étapes : l'échantillonnage, le recrutement des participants et le déroulement des entrevues. Après la mise en contexte des entrevues, je démontre comment je les ai analysées. Puis, je termine en exposant les limites de ma recherche.

On a vu précédemment que cette recherche s'articule autour de trois sous-questions, chacune ayant un objectif différent autour de la thématiques des arts corporels dans un contexte touristique.

Dans un premier temps, la première sous-question vise à identifier et analyser les motivations des touristes ayant choisi d'acquérir un art corporel pendant un voyage. Cette partie repose sur l'examen des motivations déjà documentées dans la littérature scientifique qui ne sont pas dans un contexte touristique tout en laissant place à la possibilité d'en découvrir de nouvelles.

Dans un second temps, la deuxième sous question invite à se concentrer sur l'impact des arts corporels dans la construction identitaire. Il s'agit ici d'examiner en profondeur la manière dont ces pratiques participent à l'affirmation et à l'expression identitaire. Cet axe cherche à comprendre comment les arts corporels contribuent à façonner l'identité des personnes.

Enfin, dans un troisième temps, la dernière sous-question s'intéresse à l'implication des arts corporels dans les industries du tourisme. L'objectif est de documenter et d'expliquer leur place dans ce secteur, tant du point de vue des touristes que de celui-ci des professionnels de ce milieu – les artistes tatoueurs.

Cette recherche se concentre davantage sur le cas du tatouage, en raison d'un plus grand nombre de documents scientifiques à ce sujet et de la démocratisation de la pratique dans la sphère touristique. Le choix de se concentrer sur ce sujet repose sur plusieurs considérations. Tout d'abord, cette thématique bénéficie d'un accès facilité à des sources scientifiques variées, qu'elles soient ethnologiques, anthropologiques, médicales ou psychologiques. Cela reflète également une tendance observée selon laquelle les voyageurs optent plus fréquemment pour un tatouage plutôt qu'un autre type d'art corporel, comme un perçage. Par ailleurs, cette focalisation a permis de recruter plus aisément des personnes pour participer aux entrevues. Les touristes d'art corporels sont plus enclins à partager leurs expériences tatouage en voyage. Enfin, ce choix s'appuie sur un intérêt personnel pour le sujet, le tatouage étant un art et une pratique auxquels je m'identifie.

2.1 Méthode et démarche de recherche choisie pour l'étude

Afin de répondre aux sous-questions de recherche, j'ai élaboré une méthodologie de recherche adaptée aux objectifs de l'étude. Selon Fortin et Gagnon (2022 : 23), la méthodologie constitue des « façons de conduire une étude dans le contexte d'un devis particulier, incluant les stratégies de collectes et d'analyses de données ».

Une étude nécessite soit une approche quantitative, soit qualitative, ou bien mixte. La méthodologie quantitative décrit, explique, mais surtout prédit et contrôle (Fortin et Gagnon, 2022 : 24). Elle mesure des phénomènes grâce à des données numériques (Fortin et Gagnon, 2022 : 24). Les résultats de cette méthode sont chiffrés sous formes de tableaux et de figures qui ont été analysés statistiquement (Fortin et Gagnon, 2022 : 24). Quant à la méthodologie qualitative, elle vise à comprendre en interprétant des phénomènes, « à partir des données fournies par les participants », décrivent Fortin et Gagnon (2022 : 24). Contrairement à la méthodologie quantitative, l'approche qualitative ne cherche pas à mesurer ou à contrôler les phénomènes, mais

plutôt à les explorer, les observer, les décrire et les interpréter, afin d'en offrir une compréhension approfondie (Fortin et Gagnon, 2022 : 24).

Pour répondre aux sous-questions de mon étude et élaborer ma recherche, j'ai choisi d'adopter une méthodologie qualitative afin d'orienter mon analyse scientifique. L'approche qualitative me permet de fournir une compréhension et une description du phénomène du tourisme d'art corporel, par des méthodes de collectes de données « non-structurées » (Fortin et Gagnon, 2022 : 23). Cette approche démontre que mon étude cherche à recenser les éléments de l'expérience de tatouage dans le cadre touristique sur le plan identitaire. Cette méthodologie s'accorde davantage aux buts de ma recherche. Une étude de cas a permis d'examiner en profondeur le phénomène du tourisme d'art corporel. L'étude de cas tend à examiner en détails et en profondeur phénomène lié à « une entité sociale » (Fortin et Gagnon, 2022 : 27). Elle nous permet d'explorer les expériences du groupe de personnes ayant choisi de se faire tatouer en voyage, afin de fournir davantage de données au sujet des arts corporels en voyage – encore peu étudié (Fortin et Gagnon, 2022 : 27).

Le Tableau 2.1, offre une vision d'ensemble de la démarche méthodologique que j'ai adoptée pour pouvoir répondre à chaque sous-question. Trois grands axes structurent cette étude : la compréhension des motivations des touristes à acquérir un art corporel, l'exploration du rôle de cet art corporel dans la construction identitaire et l'analyse de son implication dans les industries du tourisme.

En outre, chaque moyen pour répondre aux sous-questions de l'étude nécessite les mêmes types de données, techniques de collecte de données et méthodes d'analyse. Premièrement, les types de données utilisées pour répondre à chaque sous-question proviennent de la littérature scientifique et de littérature grise, pour la partie théorique, ainsi que les témoignages des personnes s'étant fait tatouer durant un voyage et des artistes tatoueurs, pour la partie étude de cas. J'ai collecté ces témoignages grâce à des entretiens semi-dirigés. Enfin, j'ai appliqué les méthodes d'analyse de contenu et d'analyse de discours pour élaborer une compréhension approfondie des données.

Grâce à cette démarche méthodologique, cette étude vise à apporter un éclairage détaillé sur le rôle des arts corporels dans le tourisme, leur impact sur l'identité des individus et leur influence dans le monde du tourisme.

Tableau 2.1 : Démarche méthodologique de la recherche

Sous-questions	Objectifs	Type de données	Techniques de collecte	Méthodes d'analyses
A) recenser les motivations des touristes à vouloir acquérir un art corporel	• Vérifier les motivations déjà documentées • Possibilité de trouver de nouvelles motivations	• Littérature • Tatoueur • Personnes s'étant fait tatouer durant un voyage	• Littérature • Entretien semi-dirigé	• Analyse de contenu • Analyse de discours
B) expliquer ce que représente les arts corporels dans la construction identitaire	• Comprendre l'impact des arts corporels sur la construction identitaire • Expliquer en profondeur ce qu'est la construction identitaire (à travers les arts corporels)	• Littérature • Tatoueur • Personnes s'étant fait tatouer durant un voyage	• Littérature • Entretien semi-dirigé	• Analyse de contenu • Analyse de discours
C) étudier l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme	• Documenter l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme • Expliquer l'implication des arts corporels pour les touristes aux professionnels du tourisme	• Littérature • Tatoueur • Personnes s'étant fait tatoués durant un voyage	• Littérature • Entretien semi-dirigé	• Analyse de contenu • Analyse de discours

Conception : Synthèse de l'autrice

2.2 Cadre d'analyse

Le cadre d'analyse réfère à des paradigmes. Un paradigme fait référence à une école de pensée concernant la conception du monde (Fortin et Gagnon, 2022 : 19). Selon Fortin et Gagnon (2022 : 19), il s'agit d'« un ensemble de postulats, de concepts, ou de valeurs partagé par les membres d'une communauté scientifique et qui constitue une vision de la réalité au sein de cette communauté ». En d'autres termes, un paradigme représente la façon de « concevoir le monde » que partage une communauté de scientifique (Kuhn, 1970, cité dans Fortin et Gagnon, 2022 : 19).

Le paradigme auquel je m'identifie en tant que chercheuse est le constructivisme. Celui-ci soutient « l'existence de multiples interprétations de la réalité et dont le but de la recherche est de comprendre comment chacun construit cette réalité dans un contexte donné », expliquent Fortin et Gagnon (2022 : 22). Il s'agit du paradigme le plus adapté pour l'étude des phénomènes humains et sociaux (Albert et Avenier, 2011 : 383). Je ne pourrais pas décrire de manière totalement fidèle le phénomène du tourisme d'art corporel, mais, comme le précisent Albert et Avenier (2011 : 384) ce paradigme permet de mettre en lumière les « représentations congruentes avec l'expérience des acteurs impliqués dans la situation considérée, et qui fait sens pour eux ». Les connaissances et les résultats produits dépendront ainsi des contextes « physiques, psychologiques, sociaux et culturels », ainsi que des « valeurs des individus concernés par la situation » (Albert et Avenier, 2011 : 384), en l'occurrence ici les arts corporels durant une expérience touristique. Toutes les postures de recherches – ontologique, épistémologique et méthodologique – qui vont être présentées correspondent au prisme du paradigme constructiviste. Le Tableau 2.2 permet d'illustrer mon cadre d'analyse pour cette recherche.

Tableau 2.2 : Cadre d'analyse de la recherche

Aspect du paradigme d'enquête	Position adoptée
Posture ontologique	Interprétative
Posture épistémologique	Subjective
Posture méthodologique	Dialectique (ou herméneutique)
Type de recherche	Qualitative

Sources : Conception de l'autrice à partir de données

La posture ontologique qui correspond à la nature de la réalité et aux postulats sur lesquels je m'appuie dans la recherche de nouvelles connaissances est le relativisme. En effet, les réalités sont multiples et dépendent des constructions mentales et des expériences de chaque participant (Guba, 1990 : 27). L'un des aspects clés du terrain de recherche était d'explorer les significations des arts corporels, les motivations qui ont conduit les participants à les adopter et leurs ressentis au cours de ces expériences de tourisme d'art corporel.

Ensuite, la posture épistémologique permet de déterminer la relation entre le chercheur et ce qu'il observe, soit « les vérités que l'on connaît et auxquelles on croit comme chercheurs » (Fortin et Gagnon, 2022 : 21). Les résultats obtenus sont issus des processus d'interactions entre les participants et la ou le chercheur (Fortin et Gagnon, 2022 : 21 ; Guba, 1990 : 27). La posture adoptée est alors le subjectivisme (Fortin et Gagnon, 2022 : 21 ; Guba, 1990 : 27), car les personnes interrogées ont partagé leurs perceptions, leurs histoires et leurs expériences ainsi que leur « propre compréhension de la réalité » (Fortin et Gagnon, 2022 : 21). Selon Guba (1990 : 27, traduction libre) – dans la posture constructiviste –, le subjectivisme est la seule manière de pouvoir « accéder » aux réalités des répondants. Par conséquent, les points de vue exprimés sont subjectifs.

La posture méthodologique, pour sa part, désigne « les principes à la base de la recherche et la façon dont celle-ci devrait procéder », reposait sur un raisonnement logique inductif (Fortin et Gagnon, 2022 : 21). Fortin et Gagnon (2022 : 11) présentent le raisonnement logique comme « un enchaînement des idées ou des jugements selon des principes déterminés afin d'en arriver à une conclusion ». Celui-ci découle repose sur l'examen de chaque élément menant à une explication « plausible » d'un phénomène (Fortin et Gagnon, 2022 : 11).

Le raisonnement inductif examine du particulier au général, en développant des généralisations « à partir d'une série d'observations particulières », résumant Fortin et Gagnon (2022 : 11). Ainsi, les récits de chaque participant, ont permis d'établir une conclusion générale, bien que celle-ci demeure subjective, étant donné que ces récits sont propres à chaque personne (Fortin et Gagnon, 2022 : 21). La posture méthodologique adoptée était interprétative (ou herméneutique) et dialectique (Fortin et Gagnon, 2022 : 21). Celle-ci renvoie à l'interprétation des textes, mais seulement lorsque ceux-ci ont « perdus » leur évidence, c'est-à-dire lorsqu'ils sont devenus trop éloignés et étrangers (Thouard, 2013 : 350). C'est la reconstruction rationnelle et hypothétique du

sens uniquement à partir du texte, sans prétendre détenir la vérité absolue sur l'intention initiale de l'auteur (Thouard, 2013 : 350). La diversité de littérature recensée et les témoignages recueillis ont été comparés et interprétés de manière dialectique, permettant ainsi d'aboutir une conclusion résultant à un consensus (Fortin et Gagnon, 2022 : 155-156 ; Guba, 1990 : 27).

2.3 Outils de collectes de données

Afin de documenter la partie théorique et d'explorer les fondements des arts corporels, leur impact sur l'identité et leur implication dans les industries du tourisme, j'ai opté pour une analyse de contenu. Comme le définissent Fortin et Gagnon (2022 : 333), il s'agit d'« une technique d'analyse qualitative utilisée pour le traitement des données narratives de manière à en découvrir les thèmes saillants et les tendances qui s'en dégagent ». L'analyse d'un sujet nécessite une base théorique solide, appliqué grâce à la recherche documentaire (Fortin et Gagnon, 2022 : 50). Celle-ci a joué un rôle fondamental pour mettre en lumière les éléments théoriques nécessaires pour aborder les sous-questions de l'étude.

Dans cette perspective, j'ai mobilisé des études issues de disciplines variées : sociologie, anthropologie, philosophie, psychologie, ethnologie et même sciences de la médecine. Ceci a permis d'approfondir la compréhension des principes fondamentaux des arts corporels, mais aussi leur place dans la culture des personnes qui les portent.

Par ailleurs, étant donné que le phénomène du tourisme d'art corporel est récent, encore peu étudié et que les arts corporels sont des pratiques encore peu démocratisées, j'ai également eu recours à des sources de littérature grise, comme des articles de presse, des pages gouvernementales, des blogs et même des forums de discussion. Également, pour étoffer certains éléments concernant le rôle de tatoueur, j'ai eu recours à un livre d'un ancien tatoueur, reconverti dans la sociologie culturelle : *Blood and Lightning, on becoming a tattooer*, de Dustin Kiskaddon (2024). Ces sources m'ont permis d'explorer des aspects méconnus et d'enrichir la documentation existante. Ainsi, l'ensemble de ces données m'ont été particulièrement utile pour enrichir le contenu du chapitre 5 et apporter un éclairage plus complet sur cette thématique.

Cette revue de littérature m'a guidé pour établir les questions pour l'étude de cas.

2.4 Déroulement de l'étude de cas

Pour comprendre le groupe des personnes qui se sont fait tatouer pendant un voyage, j'ai choisi de faire une étude de cas. Celle-ci s'est déroulée en faisant des entrevues semi-dirigées auprès de deux groupes de participants (les entretiens ont été réalisés de manière individuelle).

Le premier groupe est composé d'artistes tatoueurs (groupe A) et les personnes s'étant fait tatouer (ou un autre art corporel) durant une expérience touristique (groupe B). Les artistes tatoueurs ont joué un rôle crucial dans ma collecte de données. Ils m'ont fourni des réponses exhaustives et enrichissantes concernant leur métier, leur contribution à l'expérience touristique et identitaire des visiteurs (en tant qu'acteur), ainsi que leurs propres expériences touristiques et identitaires liées aux arts corporels. Par conséquent, j'ai établi une série de 17 questions destinées au groupe A (voir Annexe A) et une série de 32 questions destinées au groupe B (voir Annexe B).

2.5.1 Echantillonnage

Le choix des participants à l'étude pour mener les entretiens semi-dirigés était basé sur des critères d'inclusions et des critères d'exclusions. Les critères d'inclusion sont les caractéristiques correspondantes aux critères de l'étude, qui font qu'une personne est admissible à y participer (Fortin et Gagnon, 2022 : 251). A contrario, les critères d'exclusion, sont les caractéristiques déterminants qu'une personne n'est pas admissible à une étude, qu'elle ne fait pas partie de la population cible (Fortin et Gagnon, 2022 : 252).

Pour le groupe A, il était évident que je recherchais des artistes tatoueurs. Ces derniers devaient travailler dans un salon de tatouage. Également, ils devaient avoir de l'expérience professionnelle d'au moins un an, qui me paraissait être une expérience suffisante pour être en mesure de s'exprimer sur leur domaine. Dans le cadre de cette étude, les tatoueurs étaient tenus non seulement de confirmer ces critères, mais ultimement d'avoir déjà fournis leurs services de tatouages à des touristes. Si ces tatoueurs n'avaient jamais tatoué de personnes qui n'étaient pas en voyage lors de leur visite, leur participation à l'étude était exclue. Leur participation à l'étude permettait de comprendre leurs expériences de travail avec les touristes et à recueillir leur point de vue sur ce phénomène.

Les participants du groupe B devaient être des personnes majeures ayant acquis un art corporel – principalement un tatouage – lors d’une expérience touristique. Si ces personnes étaient tatouées mais qu’aucun de leurs tatouages n’avaient été réalisé durant un voyage, leur participation n’était pas retenue.

Pour finir, tous les participants devaient parler français ou anglais, pour faciliter l’échange pendant l’entrevue.

Etant donnée la direction du sujet de l’étude et la thématique abordée, mises à part ces quelques critères d’exclusions et d’inclusions, la sélection des participants du groupe B fut plutôt libre, tandis que celle du groupe A était tout de même basée sur un échantillonnage guidé par un critère professionnel et orienté par les contacts. Néanmoins, je n’ai voulu faire aucune différenciation de genre, d’origine, ou de culture. Au contraire, ces éléments sont ce qui construit l’identité et influencent la construction de l’expression identitaire d’une personne, ainsi que sa façon de voyager. Je suis restée curieuse de l’histoire de chacun que j’ai interrogé afin de construire une analyse et un argumentaire plus riche et plus touchant pour les lecteurs. Ainsi, les participants se sentaient à l’aise et libre de répondre aux questions.

Je n’étudie pas une clientèle spécifique liée à un territoire (par exemple, les touristes français se faisant tatouer à l’étranger), mais plutôt le phénomène global des personnes qui voyagent et qui acquièrent un tatouage en voyage. Si des variations existent selon le milieu de vie des clientèles, mon objectif est d’esquisser un portrait général du phénomène.

2.5.2 Recrutement des participants

Selon Fortin et Gagnon (2022 : 252), le recrutement est le « processus qui consiste sélectionner des participants à une étude ». Etant donné la présence de critères d’inclusion et d’exclusion spécifiques, j’ai eu recours à une méthode d’échantillonnage non probabiliste, c’est-à-dire, que pour pouvoir participer à cette étude, il fallait correspondre aux caractéristiques de la population cible (Fortin et Gagnon, 2022 : 262). J’ai utilisé différents types d’échantillonnage, tels que l’échantillonnage intentionnel et l’échantillonnage par réseaux. La méthode intentionnelle consiste à choisir des personnes en raison des caractéristiques qu’ils possèdent, jugées nécessaire pour

l'étude (Fortin et Gagnon, 2022 : 262). Celle par réseaux (ou boule de neige), constitue « graduellement un échantillon en utilisant des références obtenues des répondants recrutés initialement » (Fortin et Gagnon, 2022 : 263).

Pour recruter les participants du groupe A, j'ai principalement utilisé les réseaux sociaux – la vitrine virtuelle des artistes tatoueurs. J'ai effectué du repérage grâce à la recherche #tattoomtl, ce qui m'a permis de tenter la méthode d'échantillonnage intentionnel. Je me suis ensuite rendu dans des salons de tatouages à Montréal (les quartiers Le Plateau et Vieux Montréal), afin d'établir un contact direct avec les artistes pour leur expliquer de manière plus concrète et vivante le projet. Cette approche m'a permis de mieux les appréhender et que nous puissions discuter davantage des procédures à mettre en place, s'ils avaient des questions d'y répondre de vive voix. Également, à côté de ça, je me suis renseigné sur les avis Google de chaque salon, afin d'identifier les commentaires laissés par des personnes de nationalités différentes, indiquant si elles étaient venues en voyage ou non.

Cependant, je n'ai reçu que deux réponses positives d'artistes acceptant de participer à mon étude. Les autres salons où je m'étais rendue ne m'ont jamais donné de retour. Je reparlerai de cette problématique dans la partie 2.7.

Parallèlement, pour recruter des participants du groupe B, j'ai lancé un appel à candidatures sur le réseau social Instagram en publiant un message dans une « story » (fonctionnalité de ce réseau social) de mon compte personnel. De ce fait, les personnes me suivant et intéressées à participer pouvait me contacter par message privé afin d'établir un rendez-vous pour un entretien. Ce processus m'a permis de sélectionner quelques candidatures. De plus, certaines personnes m'ont informé qu'elles connaissaient des proches correspondant au profil recherché. J'avais aussi des personnes de mon réseau personnel qui pouvaient participer à l'étude. J'ai également publié une deuxième « story » destinée aux tatoueurs, ce qui m'a permis de recruter deux tatoueurs intéressés qui étaient abonnés à mon compte et avec qui j'avais déjà eu des échanges préalables.

Au final, le groupe A est composé de deux artistes tatoueurs, tandis que le groupe B comprend 10 participants ayant expérimenté le tourisme lié à l'art corporel.

2.5.3 Déroulement des entrevues

Quand une étude nécessite de connaître l'avis ou l'expérience d'un ou de plusieurs personnes, il faut mener une entrevue. « [L]'entrevue consiste à un mode particulier de communication verbale qui s'établit entre deux personnes : un intervieweur qui recueille l'information et un répondant qui fournit les données », décrivent Fortin et Gagnon (2022 : 164). Il existe trois types d'entrevues, parmi celles-ci deux sont réservées à la méthode de recherche qualitative soit les entrevues semi-dirigées et les entrevues non-dirigées (Fortin et Gagnon, 2022 : 164).

L'entrevue structurée est davantage réservée à la méthode de recherche quantitative (Fortin et Gagnon, 2022 : 297-298). C'est « une interaction verbale avec les participants dans laquelle l'intervieweur exerce un certain contrôle sur le contenu et le déroulement dans le but d'obtenir les données essentielles », décrivent Waltz *et al.* (2017, cités dans Fortin et Gagnon, 2022 : 298). Les participants doivent répondre à des questions fermées et n'ont le choix qu'« entre un nombre préétabli de réponses » (Fortin et Gagnon, 2022 : 298). Ces questions peuvent être dichotomiques, à choix multiples et/ou des énoncés d'échelles (Fortin et Gagnon, 2022 : 298). Cette technique d'interrogation permet de comparer les réponses des participants entre elles (Fortin et Gagnon, 2022 : 298). Elle ressemble au questionnaire, seulement comparément à celui-ci les questions prédéfinies sont posées à l'orale et les participants répondent de la même manière – que ça soit en face à face ou par téléphone (Fortin et Gagnon, 2022 : 298). Dans le cas du questionnaire, les participants le remplissent eux-mêmes, à l'aide d'un crayon et d'un papier ou bien par ordinateur – si le sondage est informatisé (McPeake *et al.*, 2014 cités dans Fortin et Gagnon, 2022 : 298).

L'entrevue non-dirigée (ou non-structurée) prend la forme d'histoire ou de récit de vie (raconter en profondeur) (Fortin et Gagnon, 2022 : 164). Dans ce cadre, les questions posées sont ouvertes et ne respectent pas un ordre prédéfini (Fortin et Gagnon, 2022 : 164). Pour mener à bien ce type d'entrevue, l'intervieweur doit présenter le contexte de l'entrevue en posant une question très large pour débiter, puis laisser le répondant s'exprimer sur le thème (Fortin et Gagnon, 2022 : 164). L'intervieweur doit rester attentif pour pouvoir rebondir sur les propos du répondant et ainsi, recueillir autant de détails que possible de l'expérience de ce dernier (Fortin et Gagnon, 2022 : 164).

Dans l'entrevue semi-dirigée (ou semi-structurée), on retrouve ce but de recueillir les sentiments, les pensées et les expériences, auprès de participants (Fortin et Gagnon, 2022 : 164). La personne en charge de poser les questions doit élaborer une « liste de thèmes à aborder », à travers des questions (Fortin et Gagnon, 2022 : 165). Il faut pouvoir gagner la confiance des participants, afin de pouvoir leur demander d'approfondir certains détails dans leurs réponses (Fortin et Gagnon, 2022 : 165). En retour, comme dans l'entrevue non-structurée, l'intervieweur doit garder une écoute active, toujours afin de pouvoir préciser les réponses des participants – s'ils consentent (Fortin et Gagnon, 2022 : 165).

Dans le cadre de la présente recherche, j'ai choisi de mener des entrevues semi-dirigées, afin de recueillir une description de l'expérience du tatouage ou d'autre art corporel, en voyage narré par la personne qui l'a expérimenté. Cette technique respecte les principes fondamentaux de l'étude de cas (Fortin et Gagnon, 2022 : 153-154, 162). Ces entrevues ont été enregistrées en audio, pour pouvoir retenir toutes les informations possibles et les retranscrire à l'écrit (Fortin et Gagnon, 2022 : 166). Je souhaitais découvrir les points de vue des participants quant à leurs expériences dans ce phénomène.

Avant chaque l'entrevue, j'expliquais ce qu'étaient les arts corporels ainsi que le contexte et les objectifs de la recherche pour que les participants se familiarisent avec le sujet et qu'ils comprennent clairement les raisons pour lesquels ils ont été sélectionnés (Fortin et Gagnon, 2022 : 165).

Grâce à une écoute active et s'ils m'en donnaient leur accord, j'ai pu les encourager à approfondir certaines de leurs réponses. Cela m'a permis de recueillir des détails supplémentaires enrichissant ainsi l'analyse et l'interprétation des résultats (Fortin et Gagnon, 2022 : 165).

Les questions qui ont été posées lors des entrevues de cette étude étaient soit des questions dichotomiques, sinon ouvertes. Les questions dichotomiques donnent le choix au participant que de deux réponses, dans cette étude, c'était « oui » ou « non » (questions 6 ; 7a ; 7b ; 7c et 17) (Fortin et Gagnon, 2022 : 301). Cependant, étant donné que l'entrevue restait semi-dirigée, si les participants souhaitaient développer, ils en étaient libres. Les questions ouvertes sont celles qui sont le plus appropriées pour des entrevues non-structurées ou semi-structurées (Fortin et Gagnon,

2022 : 300). Elles ne proposent pas de catégories de réponses, en offrant au participant, « la possibilité de s'exprimer librement sur un sujet » (Fortin et Gagnon, 2022 : 300). C'est d'ailleurs plus difficiles à interpréter et la personne en charge d'analyser celles-ci doit utiliser l'analyse de contenu afin d'en sortir la signification (Fortin et Gagnon, 2022 : 300). Les entrevues ont duré entre 20 et 50 minutes, selon la longueur des réponses des participants. Certains ce sont effectués en personne, d'autres par téléphone.

2.6 Analyse des entretiens semi-dirigés

Dans le cadre de cette recherche, l'analyse des entretiens semi-dirigés repose sur un processus rigoureux de réduction et d'organisation des données, visant à en extraire la signification (Fortin et Gagnon, 2022 : 328). Corbin et Strauss (2015, cités dans Fortin et Gagnon, 2022 : 328) soulignent qu'il est nécessaire de « fracturer, examiner, comparer, catégoriser et conceptualiser » les données qualitatives pour en dégager les tendances.

Après chaque entrevue, je retranscrivais l'échange à l'écrit, grâce à son enregistrement audio. D'ailleurs, au fur et à mesure de ce travail de retranscription, je notais des mémos analytiques de mes réflexions spontanées et les premières pistes d'interprétation que les données suggéraient tels que le recommandent Fortin et Gagnon (2022 : 333).

Afin d'analyser les données recueillies, j'ai opté pour une analyse de discours thématique, en rassemblant les discours dans un tableau Excel (Fortin et Gagnon, 2022 : 334). Selon Fortin et Gagnon (2022 : 334), ce type d'analyse : « consiste à repérer, analyser et interpréter en profondeur des thèmes (modèles de sens qui émergent dans les données qualitatives) ». Cela me permettait d'avoir une vision globale des témoignages et faciliter les comparaisons. Par la suite, je répartissais les thèmes récurrents et les tendances dominantes, par un codage par couleur. J'ai choisi cette méthode car elle me paraissait la plus pertinente au regard des sous-questions de l'étude et par son caractère intuitif. Elle s'adaptait particulièrement bien à la méthodologie qualitative employée qui privilégie la richesse et la profondeur des réponses obtenues auprès des participants. L'objectif était d'obtenir des témoignages détaillés, puisque la recherche qualitative repose intrinsèquement sur l'expérience individuelle et la perception des participants (Fortin et Gagnon, 2022 : 152).

Dans une perspective constructiviste, j'ai effectué une analyse narrative des entrevues en m'appuyant sur l'interprétation de la littérature scientifique. Par exemple, après constatation, j'ai pu mettre en relation des motivations évoquées par les participants avec celles déjà documentées dans la littérature inscrites dans la partie théorique, me permettant ainsi de confronter les résultats empiriques aux théories établies. Cette comparaison entre les témoignages m'a permis de faire émerger des similarités et des différences. Ainsi, j'ai pu enrichir la compréhension des dynamiques de l'étude. Il fut intéressant de retrouver des motivations parmi les participants qui étaient déjà évaluées dans les différentes littératures étudiées.

2.7 Limites de la recherche

Cette étude présente plusieurs limites qui ont influencé la collecte et l'analyse des données. La principale difficulté de cette étude résidait dans la recherche de participants pour le groupe « A », c'est-à-dire les artistes tatoueurs. Je m'attendais à rencontrer des difficultés pour le recrutement de ce groupe. Être tatoueur est une profession exigeante, mêlant créativité, inspiration et exécution, sans oublier la gestion administrative et d'autres responsabilités annexes. Au final, seulement deux personnes ont accepté de participer à l'étude, mais c'était parce que j'avais déjà fait leur connaissance auparavant. Ce nombre limité de participants constitue une faiblesse, car au moins deux témoignages supplémentaires auraient permis d'apporter une meilleure diversité de perspectives et renforcé la fiabilité des résultats, compte tenu du rôle central que jouent les tatoueurs dans ce phénomène. De plus, le fait de m'être tournée vers des artistes que je connaissais déjà a introduit un biais d'auto-sélection, qui a nécessairement influencé la composition de l'échantillon.

La seconde difficulté s'est manifestée lors des entrevues des participants du groupe « B », c'est-à-dire les personnes qui ont acquis un art corporel lors d'un voyage. Certaines questions, notamment celles portant sur la signification de leurs tatouages, pouvaient être perçues comme intrusives et toucher à leur vie privée. De plus, les participants recrutés via mon réseau ne me connaissaient pas personnellement. Il est donc possible que certains d'entre eux aient volontairement limité leurs réponses ou évité certains sujets qu'ils considéraient trop personnels, ce qui peut avoir restreint la profondeur des témoignages recueillis. La troisième limite de mon étude est que tous les participants de l'étude sont occidentaux.

Une autre limite de cette étude est que l'ensemble des participants interrogés sont issus de pays occidentaux. L'absence de diversité culturelle dans l'échantillon restreint la portée des résultats, en limitant la compréhension des différences éventuelles dans la perception et la pratique du tatouage selon les contextes culturels. En effet, les participants étaient de nationalité canadienne, française, belge et allemande.

Enfin, l'accès à certaines sources d'information a constitué une contrainte supplémentaire. Lors de mes recherches sur des sites web étrangers, j'ai parfois été confrontée à des obstacles linguistiques, certains contenus n'étant pas traduits. De plus, certaines pages étaient inaccessibles en raison de restrictions géographiques, ce qui a limité l'exploitation de certaines données pertinentes pour cette étude.

CHAPITRE 3 –

Les arts corporels, leurs fonctions et leur rapport avec le tourisme

Depuis son atterrissage à l'aéroport d'Auckland, en Nouvelle-Zélande, une touriste française partie en programme vacances-travail, vit l'expérience la plus marquante et significative de sa vie. Loin de son train-train quotidien et de ses angoisses, elle a quitté le cocon familial pour s'évader et entreprendre son premier grand voyage toute seule. Au cours de ce voyage, elle s'est surpassée. Elle est sortie de sa zone de confort et a gagné confiance en elle. Elle a exploré ce pays qu'elle trouve merveilleux, y a découvert des paysages qu'elle n'avait vu que dans les films et a fait des rencontres qu'elle estime déjà inoubliables. Fascinée par une culture totalement différente de la sienne, elle s'est imprégnée de chaque instant. Elle a découvert l'univers maori, en opposition complète avec le monde occidental moderne, dans lequel elle a avait évolué. Malgré quelques moments de solitude, loin de sa famille qui lui manque, jamais elle n'a envisagé de rentrer plus tôt. Au moment de rentrer, la crainte de voir s'estomper les souvenirs de cette aventure exceptionnelle l'a inspirée à vouloir marquer ce voyage dans sa peau.

C'est pourquoi, une semaine avant son départ, elle a pris rendez-vous dans un salon de tatouage spécialisé dans les tatouages maoris, afin de graver ce chapitre de sa vie par un tatouage, qui lui rappellera ce voyage. Après s'être renseignée sur les significations des motifs de cette culture, elle a choisi de se faire tatouer une tortue, symbole de protection. Ce tatouage, croit-elle lui rappellera ce voyage au cours duquel elle a appris qu'elle doit toujours suivre son cœur et qu'elle est capable d'accomplir de grandes choses.

L'histoire de cette jeune femme est celle de nombreuses et nombreux touristes qui, sur un coup de tête, ou selon un plan médité, choisissent de rentrer de voyage leur corps marqué par l'expérience vécue. Il montre que les arts corporels ne sont pas anodins, sans valeur, ni sens. Ce chapitre explore ainsi la thématique des arts corporels, leurs fonctions et leur lien avec le tourisme. J'y compare la perception des arts corporels entre l'Occident et le reste du monde. Après avoir passé en revue les différentes motivations documentées pour l'adoption de pratiques artistiques corporelles, j'examinerai les résultats obtenus par une étude de cas.

3.1 Les arts corporels

Les arts corporels s'inscrivent dans les types de modifications faites au corps humain. Selon Wohlrab *et al.* (2006 : 87), une modification corporelle se définit comme « the (semi-) permanent deliberate alteration of the human body and embraces procedures such as tattooing and body piercing ». Cependant, Carmen *et al.* (2012 : 134, souligné dans l'original) considèrent le perçage et le tatouage comme du « *body ornamentation* » Sanders et Vail (2008[1989]) considèrent le perçage, le tatouage, la musculation, le style vestimentaire, la peinture de corps et la scarification comme des altérations corporelles (« *body alteration* »).

En complément du tatouage, du perçage, de la peinture de corps ou de la scarification, Girard *et al.* (2019 : 104) ajoutent aux types d'arts corporels l'étirement de l'oreille et la langue fendue (ou langue de serpent) qui consiste à fourcher la langue en deux. Ils incluent également l'exocoloration qui consiste à appliquer temporairement une couleur sur la peau (Andrieu, 2020 : 185) ainsi que l'endocoloration (Girard *et al.*, 2019 : 106), un procédé permettant de graver sous un tatouage des « écritures subjectives, amour, déception, rites de passages, signifiant identitaire » (Andrieu, 2020 : 185). L'électrocautérisation, décrite comme la "destruction par brûlure ou carbonisation des tissus à l'aide de courants électriques" (OQLF, 2016a), les implants sous-cutanés, ainsi que les implants subdermiques (Girard *et al.*, 2019 : 106), s'ajoutent aux pratiques des arts corporels.

Featherstone (1999 : 1) rapporte que la modification corporelle peut être aussi la construction du corps par la prise de masse musculaire ou à l'opposée l'anorexie, par le jeûne ou encore par la mutilation (Featherstone, 1999 : 7). L'auteur ajoute également que le corps humain peut être modifié par des prothèses et d'autres moyens technologiques. « These range from simple prosthetic devices to enhance body motor and sensory functions such as spectacles, to the building of technological environments around the human being, such as the motor car or jet fighter, in which the vehicle's velocity and performance increasingly necessitate the replacement of human sight and motor response by computer-driven vision systems designed to permit greater speed, flexibility and feedback », explique Featherstone (1999 : 1).

Chacune de ces formes d'altération répond à des courants de pensée, voire des modes quant aux manières de s'exprimer *par* le corps. Un courant ou mouvement artistique est défini par une

période historique et artistique spécifique, au cours de laquelle un groupe d'artistes partage des techniques, des principes théoriques et un style commun (Barnie's Art Invest, 2024). Cela signifie que ces mouvements ont un début et une fin dans le temps (Barnie's Art Invest, 2024). Merot (2005 : 1583) explique que la création artistique dans les arts corporels (la performance) a pour but la sublimation. Il écrit que la dénomination d'Art corporel, comme performance artistique, apparaît dans les années 1960 et qu'il y a eu une émergence de cet art dans les années 1970, à travers celle de l'art contemporain (Merot, 2005). Selon Rioult (2019 : 77-78), « il s'agit d'un ensemble de pratiques et de dispositifs qui utilisent le corps comme un matériau, un support d'expression souvent transgressif remplaçant la toile. En France, l'artiste Michel Journiac fut un des pionniers de l'art corporel. Son but était de « libérer l'individu de sa passivité » (Dreyfus, 2004 : 61). L'art corporel se distingue en divers courants tels que le happening, l'actionnisme, ou encore la performance (Merot, 2005 : 1589). Ce sont trois formes d'art expérimental qui utilisent le corps pour servir l'œuvre.

Le happening, est né simultanément aux Etats-Unis et au Japon, dans les années 1950-1960, définit comme « Spectacle, dont l'objectif est de produire une création artistique spontanée, qui prend la forme d'une improvisation et au cours duquel le public devient acteur » (OQLF, 2016b). Par exemple, Allan Kaprow, fut le premier à vouloir transformer ses tableaux en un « un système dynamique et évolutif, notamment l'assemblage d'objets (Pluchart, 2025). Au Japon, c'était en 1955, qu'un groupe de neuf membres qui s'est formé, appelé le Gutaï, dans lequel par exemple, Murakami se frayait un chemin « à travers une enfilade d'écrans en papier qu'il déchirait » (Pluchart, 2025).

Entre temps est apparu l'actionnisme, ou actionnisme viennois, un courant artistique plus radical, à partir des années 1960, principalement en Autriche. Il met en spectacle le corps humain, « comme n'importe quel objet et ses expressions les plus extrêmes comme langage artistique » (Schäfer, 2025). Ils cherchaient à perturber et choquer le public, en utilisant par exemple des substances liquides épaisses au sang animal ou au vomissant (Schäfer, 2025). Parmi les actionnistes les plus connus, on compte Otto Muehl, Günter Brus et Hermann Nitsch (Schäfer, 2025).

La performance quant à elle est une forme d'art où l'artiste se concentre « radicalement sur l'effectuation d'une action, et sur l'immédiateté de son pouvoir signifiant » (Mayen, 2011).

C'est une manière de rejeter les conventions, car il n'y a pas de véritable mise en forme d'un objet permanent (Mayen, 2011). Le but c'est de créer une œuvre éphémère en direct. Contrairement au happening, ou à l'actionnisme elle est plus structurée et scénarisée, il n'y a pas ou peu d'interactions du public (Mayen, 2011). On peut donner l'exemple du célèbre ancien couple d'artistes Abramović et Ulay, qui sont considérés comme les pionniers de ce courant, une de leur performance se nommant *AAA-AAA* (1978). Ils sont filmés de profil, face à face et produisent des cris quasi identique, reprenant leur souffle en même temps, jusqu'à le rythme de leurs cris se décale petit à petit (Art & Design, 2019).

Dans la même tendance que le courant de l'art corporel, apparaît en 1967, le « moderne primitif », inventé par Fakir Musafar (Riout, 2019 : 79, traduction libre). Il serait le pionnier des modifications corporelles, en mettant à l'épreuve passant par le perçage à des pratiques extrêmes de suspension (Riout, 2019 : 79). Les artistes de ce mouvement s'inspirent des rites des sociétés traditionnelles, en cherchant la douleur afin de « la dominer, de tenter de la maîtrise pour la surmonter », écrit Riout (2019 : 79).

Les arts corporels regroupent différentes pratiques artistiques qui utilisent le corps humain comme support. Dans cette étude, les formes spécifiques considérées incluent le tatouage, le perçage, le henné, la scarification, le maquillage et la peinture corporelle. Contrairement aux trois courants artistiques récemment présentés, qui utilisent le corps dans son ensemble comme médium d'expression, les formes étudiées ici se concentrent sur la peau, où elles créent des modifications ou des ornements, temporaires ou permanents. Ainsi, la peau devient le support principal de ces expressions artistiques, conférant à ces pratiques une dimension unique dans le domaine des arts corporels.

Ainsi, le tatouage c'est avant tout différentes techniques d'application. La méthode moderne consiste à insérer des pigments d'encre noirs ou colorés dans l'épiderme à une profondeur de 1 à 2 millimètres à l'aide d'un dermographe – une machine à moteur électrique – dotées d'une mine vibrante (Tremblay *et al.*, 2007 : 2). Cette machine pique de 50 à 3000 fois par minute (Millner et Eichold, 2001 : 426). Il existe plusieurs autres techniques comme celle utilisée par la tatoueuse du village de Buscalan, Apo Whang-od aux Philippines. « In the Kalinga region, tattoos are called batek and are created using a thorn from a pomelo tree fastened to a piece of bamboo. In some

cases, the tattooing tool consisted of four needles. The dye used was soot settled on the kitchen utensils which was mixed with water », expliquent Soukup *et al.* (2021 : 157). Sinon, les maoris pour réaliser leurs tatouages moko, ils utilisaient un ciseau en os ou en coquillage et l'encre étaient de la suie de noix brûlées (Sanders et Vail, 2008[1989] : 10).

Mise à part la machine, certains tatoueurs occidentaux utilisent une autre méthode plus « ancestrale », appelée le *stick and poke* ou *hand poke*, que l'on pourrait traduire en « aiguille et piqûre » (Clément, 2017, traduction libre). Cette technique consiste à n'avoir simplement recours qu'à une seule aiguille et à faire des points sur la peau jusqu'à former un visuel (Clément, 2017). Elle permet d'utiliser moins d'encre mais aussi d'être plus précis, en créant des effets d'ombre et de lumière grâce aux petits points appliqués (Clément, 2017).

Les personnes désirant de se faire un tatouage peuvent rechercher un tatoueur sur Instagram. La plupart des artistes tatoueurs gagnent de la visibilité et de la clientèle grâce à ce dernier (Kiskaddon, 2024 : 15 ; Ryan Force, 2020 : 5). C'est sur cette plateforme qu'ils peuvent montrer leur style et leurs œuvres (Kiskaddon, 2024 : 15 ; Ryan Force, 2020 : 5). À travers cela, les potentiels clients peuvent communiquer avec les artistes à distance et demander à mettre en peau un projet personnel, basé sur leurs idées et leurs significations. Ils peuvent aussi demander à se faire tatouer un tatouage éclair, couramment nommé *flash*, préalablement dessiné par l'artiste et proposé aux potentiels clients. Ce type de tatouage se résume à être un dessin développé sans l'accompagnement du client (Kiskaddon, 2024 : 31, traduction libre ; Rioult, 2019 : 89). Il faut savoir que le monde du tatouage est beaucoup dominé par la culture anglosaxonne ce qui explique beaucoup de recours à la terminologie en anglais, comme un *flash*, un *flash day*, la technique *stick and poke* ou *hand poke* et un *walk-in*.

Le perçage consiste à perforer une partie du corps avec une aiguille, que ce soit par un professionnel ou un amateur, pour y introduire un bijou dans le trou percé (Millner et Eichold, 2001 : 426). Les bijoux peuvent être des anneaux, des clous ou des pinces (Vale et Juno, 1989, cités dans Millner et Eichold, 2001 : 426). Les zones du corps pouvant être percées sont les oreilles, le nez, les sourcils, les joues, les lèvres, les mamelons et les parties génitales (Greif *et al.*, 1999 : 370). Le temps de guérison varie en fonction des endroits et de la réaction du corps de la personne. Quoi qu'il en soit, la cicatrisation d'un perçage est plus longue que celle d'un tatouage et elle est

surtout douloureuse (CNAM, 2024a). Cela peut aller de quelques semaines à quelques mois, par exemple le perçage à la langue cicatrise approximativement entre 3 à 6 semaines, tandis que celui au nombril peut prendre plus de 9 mois (CNAM, 2024a).

Si une personne qui s'est faite percée décide de ne plus en vouloir, alors elle n'a qu'à retirer le bijou et la plaie se refermera progressivement (Greif *et al.*, 1999 : 370). Toutefois, il existe certains perçages qui, même après leur retrait, peuvent laisser des cicatrices visibles sur la peau (Greif *et al.*, 1999 : 370). Cette cicatrice visible et qui restera rappelle à la scarification, elle laissera une marque scarifiée.

La pratique du henné consiste à teindre les mains, les pieds et les cheveux de façon semi-permanente (Saif, 2016 : 58). L'encre est fabriquée à partir d'une plante, la *Lawsonie inermis* (famille des Lythracées), qui pousse du nord-est de l'Afrique à l'Inde (Saif, 2016 : 58). Cette dernière est connue pour avoir des vertus médicinales et esthétiques (Saif, 2016 : 58). Elle est utilisée dans les cultures du Moyen-Orient, de l'Afrique et de l'Asie du Sud, s'inscrivant dans la culture de l'Islam et Hindouiste (Saif, 2016 : 58 ; Le Coz, 2001 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Le henné noir qui se produit en ajoutant de la paraphénylènediamine (PPD) à la poudre de henné originale (Saif, 2016 : 58 ; Le Coz, 2001 : 505).

3.1.1 Origine des arts corporels

Les arts corporels remplissent de nombreuses fonctions et jouent un rôle essentiel dans la vie sociale, culturelle et religieuse des adeptes. Premièrement, ils sont historiquement des moyens de matérialiser des rites de passages, accompagnant les transitions majeures de l'être humain, comme le passage de l'enfance à l'âge adulte, les fiançailles, le mariage ou encore la naissance d'un enfant et même les voyages touristiques (Marc, 2016 ; Le Breton, 2016 ; Ahovi et Moro, 2010 : 861 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Folz *et al.*, 2000 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Selon les cultures, ces rites ont un aspect sociologique, psychologique et religieux (Ahovi et Moro, 2016 : 866).

Les rites de passage marque la transition d'un statut vers un nouveau statut (Ahovi et Moro, 2010 : 864). Ils accompagnent des événements majeurs comme « [l']obtention d'un diplôme, succès professionnel, scolaire, universitaire, décision importante au regard des études, de la vie amoureuse, de la vie professionnelle, début ou fin d'une relation, commémoration personnelle sont

des moments souvent évoqués » explique Le Breton (2008 : 126). Le rite de passage peut aussi être simplement acquis lors « [d']un passage matériel avec changement d'habitation », expliquent Ahovi et Moro (2010 : 863), comme passer dans une nouvelle salle de classe à la rentrée scolaire. Dans de nombreuses cultures, ces passages sont symboliquement marqués par des transformations corporelles.

Falk (1995 : 98) observe que certaines cultures non occidentales perçoivent le corps « non-élaboré » comme incomplet et imparfait. Dans ces sociétés, le corps est alors décoré par des moyens de transformation corporelle comme le tatouage, la scarification, le perçage, le henné ou bien par de la peinture de corps (Riout, 2019 ; Soukup *et al.*, 2019 ; Bell, 2014 ; Lamy, 2013 ; Krutak, 2007 ; Falk, 1995 ; Sanders et Vail, 2008[1989]). D'ailleurs, dans ces cultures, le rite de passage qui est particulièrement important est le passage de l'enfance à la vie d'adulte, à la puberté (garçon/homme ou fille/femme) (Riout, 2019 : 67) .

Les pratiques varient selon les régions et les cultures. Il y a les partisans de confession musulmane et hindouiste qui utilisent la peinture au henné (Saif, 2016 : 58 ; Le Coz, 2001 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Par exemple, Aubaile-Sallenave (1982 : 139) énumère que, durant la vie d'une personne musulmane, le henné est précisément utilisé lors des : « [...] (rites de passage naissance, circoncision, puberté des filles, mariage; rites de protection très efficaces contre toutes sortes de mauvaises influences; enfin rites de purification) ». En somme, des colorations de henné montrent l'affiliation religieuse de l'hôte du corps mais cela peut aussi montrer que l'hôte a voyagé dans un des pays qui partage cette pratique du henné. En effet, cet art est utilisée comme moyen de profit dans les zones touristiques où souvent, la confession musulmane y est majoritaire (Le Coz, 2001 : 505).

Le perçage est utilisé par exemple dans la tribu des Tchikrin – située au centre du Brésil – qui utilisent le perçage « [T]he ears of both male and female infants are pierced at birth and large. cigar-shaped wooden earplugs are inserted », relatent Sanders et Vail (2008[1989] : 8). D'ailleurs, au fur à mesure de la vie d'un membre de la tribu, ils agrandissent le trou dans la lèvre inférieure de la bouche pour ainsi, y faire pendre des chapelets de perles (Sanders et Vail, 2008[1989] : 8). De plus, les perçages sont aussi importants dans la culture hindoue au sein de laquelle ils sont des

symboles d'engagement des vœux religieux (Folz *et al.*, 2000 : 378). Également, on en trouve dans plusieurs tribus de Bornéo comme étant des éléments culturels et sexuels (Ferguson, 1999 : 1627).

Les formes de modifications corporelles, marquant les statuts des personnes, varient selon les cultures mais aussi selon d'autres facteurs (Soukup *et al.*, 2019 ; Bell, 2014 ; Lamy, 2013 ; Krutak, 2007 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Par exemple, les tatouages sont davantage utilisés parmi les cultures de personnes à la peau claire comme en Asie, dans les Amériques et en Océanie. Cette observation est d'ailleurs appuyée par la recherche de Lamy (2013) qui explique la place du tatouage dans la culture polynésienne, ou encore par celle de Soukup *et al.* (2019) qui relate le fait qu'une tribu philippine tatouait ses guerriers. En revanche, dans les cultures de personnes à la peau foncée comme en Afrique et chez les aborigènes d'Australie, Falk (1995 : 98) et Sanders et Vail (2008[1989] : 8) observent que les modifications corporelles se résument davantage à l'acte de la scarification, c'est-à-dire, faire des cicatrices en reliefs (chéloïdes) (Renaut, 2009 : 3). Ces dernières ainsi obtenues deviennent des ornements de cicatrices. Celles-ci ont des fonctions sexuelles, maritales, de certificat de nubilité, de fécondités, de statuts sociaux (descendances royales), de beauté, de protection et de spiritualité (Orjinmo, 2022 ; Renaut, 2009 : 6, 11).

Le tatouage est reconnu comme étant la forme d'altération du corps la plus ancienne et la plus répandue (Sanders et Vail, 2008[1989] : 8). En effet, d'après des recherches archéologiques, les premiers tatouages datent de l'âge de pierre (Sanders et Vail, 2008[1989] : 9). On a aussi retrouvé en Europe, des preuves de pratiques du tatouage 6000 ans avant J-C, ainsi qu'en Egypte 2000 ans avant J-C. Le tatouage existe aussi chez les peuples aztèques, mayas et incas mais aussi au Moyen-Orient, en Sibérie, en Inde, en Chine, en Nouvelle-Zélande et au Japon (Bell, 2014 : 43 ; Sanders et Vail, 2008[1989] : 9-12). Le tatouage est un produit culturel sacré, comme en Polynésie française, qui a donné l'origine du mot, passant de *tatau* à tatouage (Kluger, 2011 : 115). *Ta* signifiant « dessin » et *tau* signifiant « esprit » (Kluger, 2011 : 115). De nos jours, il existe à présent, le tatouage cosmétique (Yamada, 1997 : 11). Celui-ci permet de maquiller de manière permanente, les sourcils, les contours des lèvres ou les lèvres en entières, les grains de beauté etc (Kluger, 2015 : 7 ; Yamada, 1997 : 11).

Dans toutes les sociétés traditionnelles auxquelles les tatouages sont un objet culturel, la matérialisation du rite de passage est quasiment l'une de leur principale fonction (Sanders et Vail,

2008[1989] : 10). Ces marques racontent aussi des histoires familiales, guerrières, identitaires et bien sûr religieuses (Soukup *et al.*, 2021 ; Diktas, 2020 ; Le Breton, 2016 ; Bell, 2014 ; Lamy, 2013 ; Carmen *et al.*, 2012 ; Krutak, 2007 ; Wiener, 2004). On peut citer la tribu Aïnou, situé au Japon, qui se servait des tatouages comme moyen de protection spirituel et de marque pour montrer leur rang social, clan, métier et statut marital (Le Blog du Japon, 2023). Le tatouage ne se limite pas à son rôle lors des rites de passages. En effet, beaucoup de cultures tribales les utilisaient comme moyen de protection spirituelle (Sanders et Vail, 2008[1989] : 11). Par exemple, les Long Glat à Bornéo, plus les femmes avaient de tatouages meilleur serait leur rôle dans l'au-delà (Sanders, 2008 : 11). Au Yémen et au Maghreb, les femmes nomades se servaient des tatouages pour prévenir les maladies, se protéger contre le mauvais œil ou bien, assurer la fertilité ainsi qu'une bonne fortune (Sanders et Vail, 2008[1989] : 11). Chez certaines tribus autochtones américaines, les tatouages pouvaient également représenter des esprits guides renforçant, la force et la sécurité (Sanders et Vail, 2008[1989] : 11).

D'ailleurs, dans ces cultures, les tatouages varient en fonction des sexes (Sanders et Vail, 2008[1989] ; Krutak, 2007). Pour les femmes, ils expriment la beauté, la sexualité, la fertilité, leurs rôles sociaux ou leur statut marital (Krutak, 2007). Pour les hommes, on retrouve également leurs rôles sociaux mais aussi comme, pour les maoris ou les anciens guerriers du village de Buscalan, aux Philippines, leurs tatouages représentaient leur rang militaire et leur clan (Soukup *et al.*, 2021 : 156 ; Sanders et Vail, 2008[1989] : 10).

3.2.2 L'évolution de la perception des arts corporels en Occident

L'évolution de la perception des arts corporels en Occident est profondément influencée par l'histoire, les croyances religieuses et les valeurs esthétiques dominantes. Pendant des siècles, le corps humain a été conceptualisé comme une création divine devant être préservée dans son état « naturel », tandis que toute forme de modification corporelle était perçue comme une transgression (Sanders et Vail, 2008[1989] : 13).

Les artistes occidentaux (peintres, sculpteurs, etc.) tels que Raphaël, Michel-Ange ou Leonard De Vinci ont contribué à ancrer une vision du corps dit « naturels », aspirant de l'esthétique gréco-romaine, saupoudré de l'influence de la tradition judéo-chrétienne (Falk, 1995 : 100). Ces représentations idéalisées, mettaient en avant la perfection physique comme reflet de la création

divine. Parmi leurs œuvres emblématiques, on peut citer la Pietà (1499) de Michel-Ange, la Dispute du Saint-Sacrement (1510) de Raphaël et évidemment la Cène (1498) de Leonard de Vinci. Pendant des siècles, l'Occident répulsait la « déformation » du corps (Falk, 1995 : 100). En fait, les codes culturels esthétiques étaient complètement différents des cultures traditionnels non-occidentales. Le « naturel » primait sur les valeurs esthétiques car on considérait que c'était Dieu qui l'avait créé et qu'il fallait le respecter (Sanders et Vail, 2008[1989] : 13). Par conséquent, en l'an 787, l'Eglise avait interdit la pratique du tatouage (Falk, 1995, Sanders et Vail, 2008[1989]). Sanders et Vail (2008 : 13) écrivent : « [f]rom the eighth through the tenth centuries, western tattooing was again banned by the Church as a form of devilry and because it disfigured the body created in God's image ».

Malgré cette interdiction générale, le tatouage avait trouvé une forme d'acceptation limitée, au Moyen-Age, à l'époque des croisades (1095-1291) (Sanders et Vail, 2008[1989] : 14). Les seules formes de tatouage acceptées étaient les dessins qui représentaient des symboles chrétiens, afin que les chevaliers chrétiens – aussi nommés croisés – s'assurent d'avoir un enterrement chrétien s'ils mourraient en terre étrangère (Sanders et Vail, 2008[1989] : 14).

Par la suite, au fil des siècles le tatouage, fut historiquement associé aux marins, aux prisonniers et aux criminels, car marquer le corps par celui-ci était un moyen de punition. Il a été notamment illustré par la pratique du marquage au fer rouge des criminels en France au XVIIIème siècle, avec des symboles tels que le « V » pour « voleur » (Falk, 1995 : 97). On nomme ce type de punition, le marquage coercitif (Renaut, 2009 : 1). D'ailleurs, ce type de punition existait aussi au Japon (Yamada, 1997 : 5, Sanders et Vail, 2008[1989]). Cependant, pour les marins, au départ, c'était des marques de souvenirs de leurs explorations (Riout, 2019 : 75). Au fil du temps, on retrouvait la marque du tatouage volontaire au sein des individus « en rupture avec leur milieu social », c'est-à-dire, les marins, les soldats, les prostituées et les prisonniers (Riout, 2019 : 75). Par exemple, les prisonniers utilisaient le tatouage comme moyen de support autobiographique, il avait une fonction de mémoire de leur vie (Riout, 2019 : 76).

Au XIXe siècle, la perception des modifications corporelles évolue dans un contexte où la modernité commence à remettre en question certaines normes traditionnelles. Baudelaire, dans son récit avant-gardiste « Eloge du maquillage » (1863, r. 1962), rapporte qu'à son époque on disait

que « [l]a nature embellit la beauté ! » et qu'elle était l'origine de toute beauté et de bien existant, alors que le maquillage était considéré comme vulgaire et surnaturel. L'auteur n'en pensait pas moins, car d'après ce qu'il a écrit, le naturel apporte le mal « par fatalité » (Baudelaire, 1863, r. 1962). C'est pourquoi, pour lui, « le bien est toujours le produit de l'art » et qu'au contraire le surnaturel, c'est « l'artifice » qui sert la beauté (Baudelaire, 1863, r. 1962). Il estime que l'art du maquillage permet d'atteindre une sorte de divinisation. « Le rouge et le noir représentent la vie, une vie surnaturelle et excessive; ce cadre noir rend le regard plus profond et plus singulier, donne à l'œil une apparence plus décidée de fenêtre ouverte sur l'infini; le rouge, qui enflamme la pommette, augmente encore la clarté de la prunelle et ajoute à un beau visage féminin la passion mystérieuse de la prêtresse », écrit Baudelaire (1863, r. 1962).

Pour en revenir aux courants artistiques d'art corporels, apparus vers les années 1950-1960, Merot (2005 : 1584) rapporte que « [l]e problème ainsi posé peut conduire certains à penser qu'il ne s'agit pas, là, d'art – c'est là la réaction de toute une part du public dans un mouvement de dénonciation, voire d'horreur lorsque se trouve mise en acte une atteinte du corps ». Ainsi, le monde occidental a un problème ou même « une horreur » quant à la mise en acte d'une atteinte sur le corps. Merot (2005) explique que les adeptes de cet art y cherchent aussi une exploration de la douleur et un désir d'explorer ou de repousser leurs limites. Il y a une recherche pour la douleur physique, comme une sorte d'endurance et de rappel à la personne qu'elle est vivante au moment de la performance. « La douleur, l'incision, le sang endiguent le trop plein d'une souffrance débordante et écrasante et rappellent au sujet qu'il est vivant à travers la brutale sensation d'existence ainsi provoquée », constate Le Breton (2008 : 128). Les adeptes des arts corporels seraient notamment des personnes cherchant à s'émanciper, ou bien à se rebeller et à se libérer de la création artistique conventionnelle. « Avec l'art corporel, l'engagement du corps se fait par ce qu'on pourrait appeler un retour au corps. Non pas un court-circuit, mais un circuit long qui témoigne non d'une incapacité à fantasmer, mais de la volonté de refuser les modes d'expression classiques », explique Merot (2005 : 1587).

Après les années 1970, les adeptes des mouvements *punk* et *hippie*, dans une volonté d'opposition aux normes de la société, arboraient des marques de perçages, de scarifications, de tatouages etc (Rioul, 2019 : 76). Parallèlement, McCarron (1999) dans son étude associe les tatouages aux personnes dépendant de la drogue, particulièrement de l'héroïne. Pour lui, les tatouages sont « a

sign of distaste and disgust for the flesh, to escape the grotesqueness of the body for the mind » (Featherstone, 1999 : 7, citant McCarron, 1999). En effet, McCarron (1999), dans son étude, réfère à des romans racontant l'histoire de personnes tatouées, comme *Trainspotting* de Irvine Welsh (1977) et constate que dans l'imaginaire collectif, les tatouages ont tous un sens, une signification. Or, l'auteur tente de démontrer le contraire et que le corps est une source de honte et d'horreur pour certaines personnes et que les tatouages « do not decorate a body, rather they visibly emphasize its pathetic corporeality : no flesh, no image », écrit McCarron (1999 : 306). Il est clair que cette étude illustre une stigmatisation du tatouage et des personnes tatouées.

De nos jours, au XXI^{ème} siècle, la perception globale du tatouage a évolué vers une perception positive dans la culture moderne occidentale et devient même un élément à la mode (Wieler *et al.*, 2021 : 8 ; Rioult, 2019 : 77 ; Roggenkamp *et al.*, 2017 : 149, 157 ; Le Breton, 2016). Toutefois, il reste des zones du corps qui sont encore peu utilisées (Rioult, 2019 : 77) – qui pourraient potentiellement choquer, d'ailleurs. Sur le réseau social Instagram, la vitrine virtuel des tatoueurs (Kiskaddon, 2024 : 15 ; Ryan Force, 2020 : 5), l'année 2024 s'est terminée avec 207 millions de publications avec le tag #tattoo, 40,7 millions avec #tattooartist et 36,1 millions avec #tattooart. On peut même retrouver sur Internet des recommandations de salons de tatouages (Mezaguer, 2024), comme celui de Tourisme Montréal a posté un article sur leur site web promouvant cinq salons de tatouages montréalais où aller se faire tatouer (Ross, 2024). Diktas (2020 : 4) rapporte même qu'à Jérusalem, un salon de tatouage, le Razzouk Ink, est inscrit dans la liste des choses à faire dans la ville, sur de nombreux sites web et sur Youtube. Cependant, malgré l'évolution des perceptions, les stéréotypes et les jugements persistent, influencés par des contextes culturels et sociaux complexes. Par exemple, il existe toujours des personnes qui se sentent obligées de cacher leur tatouage pour garantir leurs chances d'être embauchées dans un travail (Alves *et al.*, 2024 ; Roggenkamp *et al.*, 2017 : 155). De plus, les motifs de leurs tatouages peuvent être considérés plus « agressifs » que d'autres : par exemple, les tatouages tribaux, seraient moins bien acceptés que ceux considérés comme plus « mignon » (Burgess et Clark, 2010 : 760). Les corps de métiers où les personnes se sentent moins à l'aise de montrer leurs tatouages seraient les politiciens, les juges, les enseignants et les médecins (Roggenkamp *et al.*, 2017 : 155). D'après Tews et Stafford (2020 : 162), les employeurs pour les métiers d'accueil en contact direct avec les clients seraient plus discriminant envers les personnes tatouées que pour les métiers qui ne sont pas en contact direct

avec les clients. Toutefois, d'après Benasso et Stagi (2021 : 815), 80% de ses répondants n'auraient jamais eu de problèmes à leur travail parce qu'ils étaient tatoués contre environ 9% d'entre eux. Il y aurait toujours une minorité significative qui trouverait les personnes tatouées moins attirants, moins respectables, moins intelligentes, pas fiables et plus rebelles (Alves *et al.*, 2024 : 129 ; Roggenkamp *et al.*, 2017 : 155). D'ailleurs, les personnes aux tatouages aux visuels plus discrets, « mignons » et moins provocateurs seraient toujours mieux perçues comme plus amicaux et plus adaptées dans le milieu professionnel que celles qui ont des tatouages dits « tribaux ». Elles seraient perçues comme plus agressives et moins qualifiées pour un travail (Roggenkamp *et al.*, 2017 : 155).

Le tatouage devient tout de même un « accessoire » à la mode, même un produit de consommation (Roggenkamp *et al.*, 2017: 155 ; Kjeldgaard et Bengtsson, 2005). Aujourd'hui, « [t]attoos can range from those that are concealed or visible only in more casual or intimate settings to prominent markings on the face, neck, and extremities », expliquent Roggenkamp *et al.* (2017: 155). « Designs can range from “small, trendy, and fun”[33] fashion accessories to more complex tattoos displaying more provocative or sexual themes covering large portions of the wearer's body », poursuivent-ils (Roggenkamp *et al.*, 2017: 155). On observe, d'ailleurs, que les tatouages sont tellement mieux perçus que des personnes sont capables de sortir de leur zone et d'aller se faire tatouer en dehors de leur zone géographique habituelle, en se faisant tatouer lors d'un voyage (Dresler, 2021 ; Soukup *et al.*, 2021 ; Nassenstein et Rüsche, 2019).

Néanmoins, on peut observer qu'au Japon le tatouage est toujours associé à la criminalité, en raison des *yakuzas* – un groupe mafieux (Yamada, 1997). De plus, là-bas, il existe un code culturel de la « piété filiale » qui interdit de faire volontairement mal à son corps (Yamada, 1997 : 18, traduction libre). Aujourd'hui, même si les tatouages sont reconnus pour être une forme d'art ou un accessoire à la mode et les jeunes japonais les trouvent « cool », il existe toujours des stigmatisations envers les adeptes. Il y a des lieux publics japonais – où le corps est exposé – comme les piscines, les bains ou les onsens, les salles de sport qui sont interdites d'accès pour les personnes tatouées (Le Blog du Japon, 2023 ; Yamada, 1997 : 3). Parallèlement, il est mal vu d'avoir des tatouages voyants dans le milieu du travail (Le Blog du Japon, 2023).

Néanmoins, cela n'a pas empêché que des étudiants japonais, pour s'intégrer dans leur pays d'échange, le Canada, se fassent tatouer pour s'intégrer à la culture d'accueil (Yamada, 1997). Leur tatouage leur procurerait alors une identité hybride canado-japonaise (Yamada, 1997 : 7). Bauman (2001: 15) rappelle que « [...] l'identité est aussi le résultat d'une production sociale ». Les étudiants japonais mentionnés plus tôt se faisaient tatouer parce que cela faisait partie de leur expérience loin de chez eux et de leur désir de s'intégrer. « Being tattooed becomes an event in the process of actual becoming, that is, part of constructing identities », ajoute Yamada (1997: 7). A travers cette expérience, ils se sont individualisés et émancipés (Yamada, 1997 : 8). C'est là ce que Grenier (2022a : 229) qualifie d'un tourisme identitaire, c'est-à-dire « les formes de séjours ludiques où l'identité de l'hôte ou celle de la personne pratiquant le tourisme, centrale à l'expérience recherchée, contribue à son émancipation par sa reconnaissance (face à soi-même), son appropriation (endosser sa réalité et non la rejeter), son affirmation de soi (s'identifier à ses semblables) et son association (se mêler à ses semblables) ». En outre, le tatouage est devenu un moyen d'intégration.

Ainsi, ces observations nous font comprendre qu'il existe une profonde interconnexion entre ces pratiques et la diversité culturelle, offrant une perspective éclairante sur la façon dont différentes sociétés embellissent et transforment le corps humain pour exprimer des significations symboliques et rituelles.

3.3 Les arts corporels, une sous-culture

Sanders et Vail (2008[1989] : 21) écrivent que « [b]ody alteration is culture ». Cependant, dans de nombreux cas, la pratique des modifications corporelles, quelle que soit la motivation, est généralement considérée comme appartenant à une sous-culture, du moins du point de vue de la culture occidentale moderne. En effet, certaines de ces pratiques font partie intégrante d'autres cultures non occidentales, comme nous avons pu le comprendre. Le Larousse (s. d.) définit le concept de sous-culture comme un « [e]nsemble de valeurs, de normes et de comportements propres à un groupe social donné et manifestant un écart par rapport à la culture dominante ». Il décrit aussi la sous-culture comme étant une culture « dévalorisée ou fragmentaire, par rapport à une autre » (Larousse, s. d.). Quant à la culture, l'UNESCO avait donné cette définition :

« Ensemble des traits spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société. Elle englobe les arts, le mode de vie, les droits de l'homme, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. La culture façonne les individus et les sociétés, en favorisant l'unité par le biais de valeurs et de traditions partagées » (Déclaration de Mexico, 1982).

Ainsi, la pratique de l'art corporel a constitué par le passé une sous-culture de la culture artistique dominante. Selon Cohen et Short (1958, cités dans Sasseville, 2007 : 40) une sous-culture naît d' « un problème d'ajustement structurel similaire face aux cadres de références donnés par le modèle culturel principal en cours au sein de la société dans laquelle ils évoluent ». Dans une entrevue le sociologue Pierre Bourdieu (1973), décrit que la culture donnait une « autorité sociale » aux dominants. Ceci se distingue entre ceux qui possèdent les codes culturels valorisés et ceux qui en sont exclus (Bourdieu, 1973). Cette exclusion culturelle est perçue comme une responsabilité individuelle, renforçant ainsi les inégalités sociales (Bourdieu, 1973).

Sanders et Vail (2008[1989] : 22) prennent l'exemple des personnes tatouées qui étaient considérées comme marginales (à leur époque). « Tattooing is being moved away from its roots as awidely disvalued craft-like practice pursued by producers and consumers who are marginal to mainstream social groups », écrivent-ils (Sanders et Vail, 2008[1989] : 22). Ils soulignent aussi que cette sous-culture a longtemps été considérée comme un « socially disvalued groups » (Sanders et Vail, 2008[1989] : 31). Ainsi, dix ans plus tard, Bell (1999 : 54) explique que d'après ses observations (effectuées aux Etats-Unis, durant les années 1980-1990), les personnes tatouées font partie des cultures anti-courantes dominantes telles que les *punks*, les *hippies* et les motards. « L'art corporel renverse, refuse et nie les valeurs esthétiques traditionnelles ainsi que les valeurs morales et éthiques qui soutendent la création artistique », témoigne Korf-Sausse (2004 : 179). Ici, les « cultures anti-courantes dominantes » – qu'on peut simplifier par contre-culture –, sont celles qui rejettent la culture dominante, tandis que les sous-cultures présentent des différences sans s'y opposer nécessairement (Alternatives Economiques, s. d.).

Néanmoins, on observe que les personnes adeptes du tatouage peuvent se rallier à d'autres sous-cultures appréciant d'autres types d'arts corporels (Sanders et Vail, 2008[1989], cités dans Yamada, 1997 : 7). En outre, les arts corporels sont des sujets de dissociation de la culture conventionnelle, mais ils deviennent des sujets d'associations à l'intérieur des sous-cultures

(Yamada, 1997 : 7). On comprend qu'être tatouée est comme une démonstration au monde qu'on ne suit pas les règles (Bell, 1999 : 56). « Tattoos are seen as a physical, visual resistance to the virtual (impermanent) and conservative world that we are now living in », explique Bell (1999 : 54). La thèse de Sasseville (2007 : 40) permet d'appuyer cette affirmation.

Les adeptes des arts corporels auraient de la difficulté à trouver leur place à travers la société, mais leur désir d'individualité demeure fort malgré tout. « Les marques corporelles de nos sociétés sont, à l'opposé de celles des sociétés traditionnelles – même si elles en miment le principe –, souvent accompagnées de la revendication enthousiaste de l'acteur. Dans nos sociétés, elles sont individualisantes [...] », explique Le Breton (2008 : 126).

Les arts corporels communiquent aux autres des signes d'appartenance à une culture, à une sous-culture, à un groupe ou à un mouvement (Diktas, 2020 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Bell, 2014 ; Lamy, 2013 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Halliday, 2005 ; Stirn, 2003 ; Folz *et al.*, 2000 ; Yamada, 1997 ; Bell, 1999 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Ils montrent des goûts ou des chapitres de vie de la personne ainsi marquée par ces arts corporels. Selon Lamy (2013 : 165), les choix des visuels sont « [...] le résultat du développement de formes spécifiques de socialisations », écrit Lamy (2013 : 165). Wiener (2004 : 159) observe que « [c]es pratiques à la limite du corps, c'est-à-dire à sa surface, font émerger des réalités différentes et souvent hétérogènes l'une à l'autre, par exemple le fait qu'un bout de corps puisse devenir le lieu d'un rituel collectif, ou une écriture de soi, voire être un support artistique ou une zone érogène ». Le tatouage ou le perçage permet le murissement personnel, ainsi que la confiance en soi (Le Breton, 2008 : 126).

Ainsi, il semble que dans certaines cultures non-occidentales les arts corporels soient davantage exploités et acceptés, faisant partie des codes esthétiques, traditionnels et religieux. En revanche, l'Occident perçoit ces pratiques de façon diamétralement opposées. Mais, au fil du temps ces perceptions se rejoignent et la pratique y est de plus en plus démocratisée. On pourrait la qualifier de culture spécialisée.

3.4 Motivations recensées dans la littérature

Les motivations de défier et de provoquer les codes et les valeurs conventionnelles ne sont pas les seules exprimées par les adeptes des arts corporels. Elles sont avant tout subjectives et certaines sont plutôt étonnantes.

Les recherches sur les modifications corporelles font appel à plusieurs disciplines dont:

- la psychologie : Alter-Muri, 2019 ; Rioult, 2019 ; Roggenkamp *et al.*, 2017 (psychiatrie) ; Ferreira, 2014 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Stirn *et al.*, 2011 (psychiatrie) ; Antoszewski *et al.*, 2010 (psychiatrie) ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Rioult, 2006 ; Tiggemann et Golder, 2006 ; McCarron, 1999 (philosophie) ; Feartherstone, 1999 ;
- la médecine : Kluger, 2015 (dermatologie) ; Armstrong *et al.*, 2008 (dermatologie) ; Halliday, 2008 ; Saif, 2006 (dermatologie) ; Millner et Eichold, 2001 (clinique) ; Le Coz, 2001 (dermatologie) ; Folz *et al.*, 2000 (clinique) ; Ferguson, 1999 ; Greif *et al.*, 1999 (clinique) ;
- la sociologie : Alves *et al.*, 2024 (psychosociologie) ; Muller, 2024 ; Benasso et Stagi, 2021 ; Girard *et al.*, 2020 ; Diktas, 2020 (ethnologie) ; Le Breton (2016) ; Bell, 2014 (anthropologie) ; Lamy, 2013 (anthropologie) ; Le Breton, 2008 ; Renaut, 2008 (anthropologie) ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Yamada, 1997 ; Aubaile-Sallenave, 1982 (ethnologie).

Ces études portent majoritairement sur le tatouage, le perçage, le henné et la scarification. Elles recensent de manière quantitative et qualitative les motivations et la volonté de la visibilité dans les modifications corporelles.

« Le tatouage est une mise en récit de soi », écrit Le Breton (2016). C'est peut être aussi un moyen d'attirer l'attention – même si c'est inconscient – afin d'exhiber son histoire (Rioult, 2006). La pratique du tatouage est très souvent utilisée comme un moyen de mémoire, de souvenir. Certains auteurs devinent la fonction « autobiographique » du tatouage (Müller, 2024 ; Dresler, 2021 ; Benasso et Stagi, 2021 ; Alter-Muri, 2020 ; Rioult, 2019 ; Le Breton, 2016 ; Ferreira, 2014 ; Bell, 2014). Le tatouage est un moyen de préserver des souvenirs ou des événements marquant dans la vie d'une personne, ce qui lui confie une fonction mémorielle, d'immortaliser les expériences personnelles, un moyen de raconter sa vie sur sa peau.

Il y a aussi des motivations liées aux croyances religieuses et spirituelles, dans les études de Dresler (2021), d'Alter-Muri (2020), de Diktas (2020), de Soukup *et al.* (2019), de Le Breton (2016), Kluger (2015), de Ferreira (2014), de Lamy (2013), de Sanders et Vail (2008[1989]), de Wohlrab *et al.* (2007), de Rioult (2006), de Wiener (2004), de Millner et Eichold (2001) et de Featherstone (1999).

La spiritualité est une notion plutôt vague et complexe, sa définition variant selon les croyances religieuses ou athées (Obadia, 2023 : 7). Ses caractéristiques évoluent en fonction des contextes (Obadia, 2023 : 7). Globalement, la spiritualité se ressent de manière individuelle, contrairement à la religion qui se vit généralement en groupe (Simard, 2006 : 110). Ainsi, on peut se considérer spirituelle et religieux, comme spirituelle et non religieux (Simard, 2006 : 110). Simard (2006 : 110-111) explique que la spiritualité peut être perçue comme un « élément constitutif et intrinsèque à l'être humain qui cherche à unifier son expérience de vie dans la réalisation et le dépassement de soi ».

Dans le contexte de l'étude, ces notions rappellent les motivations liées aux étapes de transitions de la vie, aux changements de chapitres personnels, à la guérison des traumatismes et aux remises en question. Également, la motivation spirituelle et/ou religieuse ferait référence au sentiment de protection que procure un art corporel. En effet, certaines personnes racontent se sentir protégées « spirituellement » grâce à cela (Soukup *et al.*, 2021 : 156-157 ; Diktas, 2020 : 1 ; Yamada, 1997 : 13). Yamada (1997 : 13) rapporte ainsi le témoignage d'une personne ayant choisi un tatouage représentant le dieu des serpents, qu'elle considérait comme une divinité protectrice :

« When she saw the god of snakes on the amulet, she wanted to have it for her tattoo: "I was born in the year of the snake. I thought, 'This is my god! It might protect me.'" She wanted to place it on the center of her body because she respects the sacredness it represents, the spiritual connection, and life-affirming support ».

D'ailleurs, il existe un exemple emblématique de cette fusion entre spiritualité et religion est la tradition des tatouages sacrés thaïlandais, nommés *sak yant*, réputés pour apporter protection, chance et bienfaits spirituels (Nieset, 2018). Ces tatouages sont réalisés par des moines bouddhistes, démontrant ainsi que la spiritualité et la religion peuvent être intimement liées.

Par ailleurs, Diktas (2020) met en évidence le témoignage de pèlerins s'étant fait tatouer chez Razzouk Ink, un salon de tatouage historique à Jérusalem. Ces personnes affirment être devenues une nouvelle version d'elles-mêmes après cette expérience, renforçant leur identité religieuse et leur sentiment de transformation personnelle.

En raison de la frontière floue entre la religion et la spiritualité, ces catégories de motivation seront regroupées dans le Tableau 3.1, sous celle de la « liées aux Croyances ».

De surcroît, certaines études ont associés les arts corporels à la sexualité. En effet, par exemple, il est possible de se faire percer sur les mamelons et/ou les parties génitales. Cela aiderait à augmenter le plaisir sexuel (Tiggemann et Golder, 2011 ; Rioult, 2006 ; Millner et Eichold, 2001 ; Greif *et al.*, 1999 ; Ferguson, 1999). Il existe aussi des personnes qui, par le biais des tatouages et des perçages, se trouvent plus attirant et séduisant sur le plan sexuel (Le Breton, 2016 ; Kluger, 2015 ; Antoszewski *et al.*, 2010 ; Le Breton, 2008 ; Renaut, 2008 ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Tiggemann et Golder, 2006 ; Rioult, 2006 ; Millner et Eichold, 2001). Enfin, parmi les motivations liées à la sexualité, certaines personnes cherchent l'érotisme que font ressentir les arts corporels (Le Breton, 2016 ; Rioult, 2006 ; Wiener, 2004).

En parallèle la recherche l'art corporel peut également être perçue comme une recherche de vouloir contrôler sur son propre corps. Featherstone (1999 : 2) écrit que « common to many of the accounts of body modification is the sense of taking control over one's body of making a gesture against the body natural and the tyranny of habitus formation ». Nous pouvons ainsi parler de reconquête de son corps après qu'il ait été bafoué (Stirn *et al.*, 2011). De plus, Le Breton (2008 : 122) rapporte que les modifications corporelles permettent à la personne d'assurer son individualité et de se différencier des autres, surtout de ses pairs. Il affirme : « [l]a marque corporelle signe l'appartenance à soi » (Le Breton, 2008 : 125). Il donne plusieurs exemples dont celui de la volonté de briser symboliquement le cordon ombilical, donc le lien direct avec la mère par un perçage au nombril (Le Breton, 2008 : 125).

Les motivations diffèrent entre les personnes selon le genre masculin ou féminin, « with women more likely to seek tattoos for personal decoration and to feel more independent, and men more likely to use them as symbols of group identity », constatent Roggenkamp *et al.* (2017 : 151). Ainsi, des études ont observées que les femmes adoptaient des arts corporels sur des parties du

corps moins visibles, comme le ventre et le dos et qu'elles étaient plus enclines à adopter le perçage (Alter-Muri, 2020 ; Carmen *et al.*, 2012, Antoszewski *et al.*, 2010). Néanmoins, d'après l'étude d'Alter-Muri (2020 : 6), les femmes étudiantes ont plus envie d'avoir un tatouage que les hommes. De même, Hong et Lee (2017 : 161) observent dans leur étude que, « respondents with tattoos and/or piercings were more likely to be women who were in their 20s, university graduates, not living with a partner, office workers, liberal, and with higher fashion sensitivity ».

Enfin, il peut arriver qu'une personne décide de se faire tatouer de manière impulsive, sans forcément de raison spécifique – ou du moins, pas explicitement exprimée (Roggenkamp *et al.*, 2017 : 151 ; Kluger, 2015 : 14). Selon Kluger (2015 : 14) ces décisions sont souvent prises sous l'influence de la drogue ou de l'alcool. Cependant, il ne faut pas oublier que la plupart des salons de perçage et de tatouage sont ouverts en sans rendez-vous (*walk-in*) (Ross, 2024 ; First Class, 2023 ; Sufferforever, 2022 ; Benasso et Stagi, 2021 : 823). Ce qui veut dire que n'importe qui peut décider d'entrée dans ces salons sans avoir de rendez-vous et d'avoir recours aux services, dans l'instant T (First Class, 2023 ; Sufferforever, 2022). Également, les salons de tatouages peuvent décider d'organiser une journée spéciale, appelé souvent *flash day*, journée des *flashes* – dans cette étude qu'on nommera une journée tatouages éclairs « [...] pendant laquelle des artistes tatoueur·se·s vous proposent des motifs (flashes) préparés à l'avance et prêts à être tatoués tels quels. Il vous suffit de passer le pas de la porte sans rendez-vous et de feuilleter à l'envie la liste de flashes » (Momesso, 2023). Ces événements incitent à se décider de vouloir un tatouage rapidement.

Tableau 3.1 : Recensement des motivations aux arts corporels dans la littérature scientifique

Motivations (Besoin de/d')	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Souvenir (23)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Expression Identitaire (16)	X	X	X		X			X	X	X	X	X	X	X			X		X	X		X	X	
S'Individualiser (13)	X	X			X		X			X	X	X	X	X			X			X		X	X	
Esthétiques / Beauté (13)	X	X	X		X		X		X	X	X			X			X	X	X	X				
Intégration /Appartenance (11)	X				X		X		X	X	X	X							X	X	X		X	
Artistiques / Créatives (10)			X		X		X		X		X	X	X				X			X			X	
Liées aux Croyances (10)	X		X				X		X	X						X		X	X	X	X			
Douleur / d'Endurance (9)						X	X		X			X	X					X		X			X	X
Sexuelles	Séduction (8)	X		X		X		X	X	X	X			X										
	Augmenter le plaisir sexuel (6)		X	X		X	X		X		X													
	Erotiques (3)				X		X							X										
Contrôler de son corps (7)			X	X	X			X			X	X		X										
Emancipation (7)	X	X			X			X			X							X		X				
Suivre la Mode (6)			X		X		X				X	X					X							
Se Rebeller / Provoquer (6)					X			X			X	X	X						X					

Sources : Compilation de l'autrice, à partir des sources suivantes :

1. Yamada (1997) ; 2. Greif *et al.* (1999) ; 3. Millner et Eichold (2001) ; 4. Wiener (2004) ; 5. Tiggemann et Golder (2006) ; 6. Rioult (2006) ; 7. Wohlrab *et al.* (2007) ; 8. Le Breton (2008) ; 9. Sanders et Vail (2008[1989]) ; 10. Antoszewski *et al.* (2010) ; 11. Tiggemann et Hopkins (2011) ; 12. Stirn *et al.* (2011) ; 13. Ferreira (2014) ; 14. Le Breton (2016) ; 15. Nassenstein et Rüsç (2019) ; 16. Soukup *et al.* (2019) ; 17. Frankel *et al.* (2019) ; 18. Rioult (2019) ; 19. Alter-Muri (2020) ; 20. Girard *et al.* (2020) ; 21. Diktas (2020) ; 22. Dresler (2021) ; 23. Benasso et Stagi (2021) ; 24. Müller (2024).

Le Tableau 3.1 regroupent toutes les études scientifiques les plus pertinentes qui recensent les motivations à vouloir avoir des arts corporels. La motivation la plus mentionnée est la « Besoin de Souvenir », c'est pourquoi elle se trouve en première ligne. Les catégories sont dans l'ordre de la plus mentionnée à la moins mentionnée. D'ailleurs, on observe que cette dernière est la catégorie « Besoin de se Rebeller / de Provoquer ». La catégorie « Sexuelles » est subdivisé en trois autres sous-motivations : celle de « Séduction », « Augmenter le plaisir sexuel » et « Erotiques ».

3.4.1 Le choix de peu ou de plusieurs tatouages

Lors des recherches portées sur l'étude de cas du sujet, j'ai trouvé des études portant directement sur les différences d'interprétations, d'appropriations et de relation au tatouage, parmi les personnes tatouées.

Les études sur les profils des personnes tatouées révèlent souvent deux catégories : celles qui possèdent de nombreux tatouages et celles qui en ont peu. En effet, on observe généralement une adhésion soit complète, soit partielle au tatouage. Les raisons de cette distinction sont variées, mais on constate aussi des différences d'interprétation, de revendication et de vocabulaire entre ces groupes en matière de motivation (Girard *et al.*, 2020 ; Ferreira, 2014 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 ; Millner et Eichold, 2001 ; Bell, 1999). En effet, les personnes peu ou pas tatoués considèrent l'action de se faire tatouer comme une expérience ; une manifestation de courage dans laquelle l'art corporel sert à faire ressortir des sentiments (Girard *et al.*, 2020 : 135 ; Kjeldgaard et Bengtsson, 2005). Elles expriment une satisfaction d'avoir tenté cette expérience et d'avoir surmonté la douleur (Ferreira, 2014 : 316). D'ailleurs, ce groupe de personnes qualifie le tatouage simplement comme un ornement où l'esthétisme est de mise (Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 : 173). Kjeldgaard et Bengtsson (2005) les nomment les « *fashion tattooes* », c'est-à-dire des tatouages de mode. Qui plus est, ces personnes favorisent les tatouages plus discrets et qu'on peut cacher facilement avec des vêtements, pour ne pas trop attirer l'attention dessus et pour éviter d'offenser les autres (Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 : 175). En outre, la plupart des personnes peu tatouées portent davantage d'importance à la signification ainsi qu'à l'esthétisme de leurs tatouages.

Quant aux personnes très tatouées, elles voient le tatouage comme une manière de tester leurs limites – une sensation qui devient une passion (Girard *et al.*, 2020 : 137). Ce groupe de personnes recherche à ressentir de la douleur, comme un défi pour se démarquer – pour certaines, ce serait même devenu un plaisir (Riout, 2006 ; Merot, 2005 ; Millner et Eichold, 2001). L'expérience de se faire tatouer ou de se faire percer, n'en n'est pas indolore. Le corps retient la douleur mais c'est en partie ce que recherchent les adeptes. « Ces sujets se plaignent consciemment de la douleur mais ils la considèrent indispensable », écrit Riout (2006 : 44). « C'est comme s'ils avaient besoin d'avoir mal pour se sentir exister. S'ils ne sentaient pas de douleur, ils ne sauraient pas qui ils sont. Ils ont besoin de marquer leur corps comme s'il risquait de ne plus exister pour eux », poursuit Riout (2006 : 44). Ces personnes portent une sorte de dépendance à la douleur (Stirn *et al.*, 2011 ; Wohlrab *et al.*, 2011 : 91). Elles revendiquent également le tatouage comme une forme d'art, ce qui fait de leur corps une œuvre d'art (Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 : 173). Riout (2006 : 44) témoigne qu'« [elles] utilisent leur corps comme théâtre où plusieurs scènes peuvent être jouées ». D'ailleurs, les personnes qui marquent leur corps par les modifications corporelles « éprouvent une forme de malaise » face à lui et cherchent à y remédier en créant leurs propres codes (Riout, 2006 : 42). Souvent, plus une personne se fait tatouer, plus elle en veut, ce qui nous renvoie au cas des personnes qui cherchent à collectionner les tatouages sur leur peau et à tester leurs limites (Dresler, 2021 ; Diktas, 2020 ; Girard *et al.*, 2020 ; Ferreira, 2014 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Le Breton, 2008 ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Millner et Eichold, 2001). Par ailleurs, certaines personnes ont trouvé un tatoueur avec qui elles partagent les mêmes « visions artistiques » et dont elles apprécient toujours le travail (Sanders et Vail, 2008[1989] : 90). Au fil des années, elles développent une relation de confiance (Benasso et Stagi, 2021 : 822 ; Riout, 2006 : 42). « Ils s'offrent à quelqu'un, ils donnent leur corps à une personne qu'ils estiment. Il y a comme une fidélité à cette personne, une relation « d'attachement » », explique Riout (2006 : 43). D'ailleurs, Bell (1999 : 57) observe que « the more tattoos that one has, the less literal meaning that is intended for oneself and for others », ceci démontre que les tatouages ne doivent pas forcément signifier quelque chose de significatif. En fait, elle pense que plus quelqu'un est à l'aise avec ses tatouages moins la personne a besoin de trouver de leurs trouver significations (Bell, 1999 : 57). Les personnes très tatouées sont généralement toujours dans un processus de continuer à se faire de nouveau tatouer (Bell, 1999 : 57). Par ailleurs, ces personnes sont prêtes à voyager dans un autre pays que le leur et à investir financièrement parlant pour se faire tatouer par des artistes connus et

experts dans leur style (Dikats, 2020 : 10). Selon Diktas (2020 : 10), elles cherchent à établir leur capital culturel par l'acquisition et la démonstration de leurs tatouages.

Aux Etats-Unis, Benasso et Stagi (2021) et Frankel *et al.* (2019) ont observé que les personnes ayant beaucoup de tatouages deviennent une communauté dans laquelle les membres ne sentent pas jugés et libres de leur expression identitaire et artistique. Elles aiment se rassembler dans des conventions de tatouages où elles peuvent être elles-mêmes et faire connaissance de nouveaux membres avec qui discuter (Frankel *et al.*, 2019 : 286). « Tattoo conventions provide authentic experiences for the group because they are positioned around the people who create the community and the art form of tattooing », expliquent Frankel *et al.* (2019 : 286). Bell (1999 : 56) souligne aussi que les adeptes apprécient être entre eux aussi car on ne leur pose pas toujours les mêmes questions, par exemple sur la douleur qu'ils ont ressentis lors de la séance et la signification de leur tatouage.

3.5 Les événements autour des arts corporels

Le phénomène de rassemblement de personnes qui partagent la même passion ou un même aspect identitaire s'appelle le tourisme identitaire (Grenier, 2022a : 229). Ces groupes identitaires peuvent se rassembler via des événements comme les conventions. Selon Innov'Events (s. d.), une convention en événementiel est une « rassemblement organisé autour d'un thème ou d'un intérêt commun. Il peut s'agir d'un domaine d'activité, d'un produit, d'un mouvement ou d'une cause. Les participants sont généralement des professionnels de l'industrie ou des membres de l'organisation qui partagent le même intérêt ».

Le simple fait d'avoir un tatouage vous associe involontairement à la communauté des tatoués. Ceux qui se reconnaissent dans celle-ci apprécient se réunir lors de conventions pour rencontrer d'autres passionnés et/ou se faire tatouer par des artistes parfois venus de loin (Ryan Force, 2020 ; Benasso et Stagi, 2021 ; Ferreira, 2014).

Les conventions autour de la thématique du tatouage ont vu le jour autour des années 1990 (Frankel *et al.*, 2019 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; DeMello, 1995) aux Etats-Unis avec *The National Convention* et *Tattoo Tour* (Sanders et Vail, 2008) ou encore *The New York Empire State Tattoo Convention* (Frankel *et al.*, 2019). En 2019, on recensait plus de 1000 conventions de tatouages

existantes dans le monde, gérées par *World Tattoo Events* (LLC) (Frankel *et al.*, 2019 : 287). Ces événements se déroulent, en général, sur trois jours (Benasso et Stagi, 2021 : 809). Pour les participants, qu'il s'agisse du point de vue des tatoueurs ou des visiteurs, une convention est un moyen d'échapper à la société et ses codes afin de se retrouver entre membres d'une « sous-culture » (ou d'une culture spécialisée), en l'occurrence celle des passionnés de l'art du tatouage (Ryan Force, 2020 : 12-14 ; Benasso et Stagi, 2021 : 812 ; Frankel *et al.*, 2019). Frankel *et al.* (2019 : 290) soulignent : « that is, when tattooed individuals feel that they identify with and belong within the tattooed community, they seek to attend a tattoo convention to be around like-minded people, while also avoiding people that are stressful or judgmental ». Ils écrivent également qu'une convention doit faire en sorte d'être « a judgement free-zone » (Frankel *et al.*, 2019 : 291).

Les visiteurs ont la possibilité de se faire tatouer par les artistes présents, mais en raison du temps nécessaire pour réaliser un tatouage et de la durée limitée de la convention, il est essentiel de venir en avance pour avoir la chance d'être pris en charge par un tatoueur (Benasso et Stagi, 2021 : 808). Il est alors question de clients sans rendez-vous, imprévu ou passant. Ils obtiennent le service souhaité dans la mesure où le tatoueur est disponible (Benasso et Stagi, 2021 : 823). En général, ces clients-là font cette démarche car se faire tatouer durant une convention est une opportunité à saisir, mais il faut demander un tatouage petit pour qu'il soit rapide à réaliser (Benasso et Stagi, 2021 : 823). Lors de ces conventions, les tatoueurs peuvent également participer à un concours récompensant le meilleur tatouage réalisé pendant l'événement, ce qui contribue à une mise en spectacle des corps tatoués (Benasso et Stagi, 2021 : 808).

En parallèle, lors de ces événements, il est fréquent de croiser des entrepreneurs ou des petites entreprises comme des photographes, des bijoutiers ou encore des coiffeurs, « [...] whose work is “born out of the tattoo culture” [...] » (Ryan Force, 2020 : 13). Ces derniers, Ryan Force (2020 : 13, traduction libre) les qualifie comme des « auxiliaires de la culture ». Ils attireraient les tatoueurs par leurs services en échangeant de visibilité sur leur profil Instagram – véritable vecteur de visibilité pour un artiste (Ryan Force, 2020 : 13). Par conséquent, les abonnés de ces tatoueurs qui font la promotion de ces commerces se mettent à consommer leurs produits ou services. Cela favorise l'intégration de ces commerçants dans la communauté des adeptes du tatouage. De fil en aiguille, ils sont invités à vendre leurs produits dans les conventions, renforçant leur lien avec cette culture (Ryan Force, 2020 : 13-14).

Autrefois de contre-culture, le tatouage a désormais pignon sur rue. Il est même l'objet de festivals. En effet, les conventions de tatouages, véritables lieux de rassemblement pour les passionnés, permettent de partager et promouvoir cet art. Cependant, il existe aussi des festivals consacrés à cet art à travers le monde. Evidemment, dans l'un des berceaux historiques du tatouage, la Polynésie française, le festival Tatau se produit chaque année, ce qui en fait un incontournable (Faa'a, 2024). De nombreuses villes à travers le monde, telles que Deauville (2024), Montréal (2024), Frankfurt (2024), Raleigh (2024), Goa (2023) et New York (2024) accueillent également des événements majeurs qui témoignent de l'expansion de cet art à l'échelle internationale.

Parallèlement, les perçages trouvent aussi leur place dans des manifestations culturelles significatives. Il existe le célèbre Phuket Vegetarian Festival, en Thaïlande, qui dure neuf jours, débutant le 8 octobre de chaque année (BBC, 2018). Les participants sont des descendants chinois de l'île de Phuket, fidèles du sanctuaire Loem Hu Thai Su. Ils se coupent et se percent avec des objets pointus pour « se purifier et endosser les péchés de la communauté » (BBC, 2018, traduction libre). Les fidèles pensent que s'ils arrivent à supporter la douleur, ils connaîtront du succès dans l'année à venir.

Ces événements, qu'ils célèbrent le tatouage ou le perçage, illustrent la manière dont ces formes d'art continuent de se réinventer, gagnant en reconnaissance tout en restant connectées à des significations culturelles et spirituelles profondes.

3.6 Le tatouage comme souvenir

Les souvenirs ont pour but d'avoir une portée émotionnelle pour la personne (Torabian et Arai, 2016 : 701-702). Un souvenir acquis lors d'un voyage rappelle ses expériences et de ce qui a été ressenti au moment de l'achat (Swanson et Timothy, 2012 : 493, 495). Les souvenirs ne sont pas que des objets achetés. Swanson et Timothy (2012 : 490) rappellent que les souvenirs peuvent prendre la forme d'un tampon d'immigration sur le passeport, d'un ticket d'entrée dans un monument culturel, le bronzage sur la peau et bien sûr des photos, des histoires à raconter, des coquillages etc. Ils ajoutent que les tatouages font partie de ces moyens de se rappeler des voyages ou des expériences (Swanson et Timothy, 2012 : 490).

L'association des arts corporels au tourisme est peu documentée dans la littérature scientifique. Cependant, des études ont tout de même défendu que les arts corporels pouvaient devenir les souvenirs d'un voyage, quelque peu non conventionnels (Dresler, 2021 ; Diktas, 2020 ; Nassenstein et Rüsch, 2019 ; Soukup *et al.*, 2019 ; Swanson et Timothy, 2012). En général, lorsque nous évoquons à un souvenir acheté en voyage, nous pensons à une carte postale, à un bijou ou encore à de la nourriture typique (Soukhathammavong et Park, 2019 : 109) – des éléments associés à la destination.

Les arts corporels ne s'achètent pas dans une boutique de souvenirs conventionnels. Il faut entamer une procédure particulière pour se les procurer et les acquérir (Soukup *et al.*, 2019 ; Rioult, 2019 ; Nieset, 2018 ; Merot, 2005). Compte tenu du lien affectif entre le touriste et son souvenir, les souvenirs les plus précieux ne peuvent s'obtenir auprès de n'importe qui : il en est ainsi des arts corporels. Ils marquent le corps et leur impact sur l'identité de l'individu importe de manière considérable. « The body can provide an effective means in the conceptualisation of tourism experiences and remembrances », estime Dresler (2021 : 1010). D'ailleurs, on pourrait considérer les marins occidentaux comme l'explorateur James Cook, au XVIII^e siècle, comme les premières personnes à s'être fait tatouer en voyage (Rioult, 2019 : 75). Ils ont découvert le tatouage lors de leurs « explorations » vers d'autres cultures (Rioult, 2019 : 75). « En effet, ils se faisaient tatouer pour garder le souvenir et la trace de leurs contacts avec les « primitifs » d'outre-mer. Ils gravaient ainsi dans leur chair leurs souvenirs de voyages au long cours », raconte Rioult (2019 : 75).

De nombreux touristes et voyageurs recherchent de l'authenticité dans l'acquisition de leur souvenir (Grenier et Kadri, 2022 ; Engeset et Elvekrok, 2015 ; Cohen, 2010 ; MacCannell, 1976). En effet, elle est au cœur de l'expérience et « est souvent appréhendée au sens large comme la véracité ou l'exactitude d'un objet, d'un fait, d'un rituel, d'une pratique ou d'un sentiment » (Grenier et Kadri, 2022 : 26). Cependant, ce concept ne fait pas consensus dans la littérature scientifique. Néanmoins, l'authenticité repose principalement sur deux dimensions : les expériences touristiques (ressenti et sentiment) et les objets touristiques (patrimoine matériel et immatériel) (Grenier et Kadri, 2022 : 26 ; Wang, 1999 : 351, traduction libre). Dans le cadre de cette partie, nous nous intéressons aux objets touristiques, et plus particulièrement aux souvenirs de voyage. L'authenticité attribuée à un objet touristique renvoie généralement à une authenticité constructive, ou plus précisément de l'authenticité symbolique (Wang, 1999 : 353, traduction

libre). Celle-ci est le résultat d'une construction sociale où les objets sont perçus comme "authentiques" à travers des signes et des symboles qui leur confèrent ce statut (Culler, 1981 cité dans Wang, 1999 : 356, traduction libre). Moore *et al.* (2021 : 9, traduction libre) vont plus loin en suggérant que l'authenticité d'une expérience ou d'un objet doit être comprise comme un processus relationnel, construit dans la manière dont il relie les personnes, les lieux et les significations entre eux : « to connect and embed tourists with the places, people and objects they tour ».

Cette dimension relationnelle explique pourquoi certains voyageurs cherchent activement des souvenirs étroitement liés à leur contexte de production. Torabian et Arai (2016 : 709) démontrent les bloggeurs de voyage préfèrent acheter des souvenirs « [...] craft[ed] by hand and produced locally by artisan and displaying artist's signature or hallmark, in their blogs, tourists wrote about the inseparable relationship between authentic souvenirs and their artisans ». Cela expliquerait pourquoi des voyageurs s'aventurent dans la forêt philippine afin d'accéder au village de Buscalan, dans le but de se faire tatouer par la tatoueuse la plus vieille du monde et qui auparavant, tatouait les guerriers de sa tribu (Soukup *et al.*, 2019). De même, certaines personnes parcourent le monde pour rencontrer des tatoueurs renommés, comme jusqu'en Thaïlande pour se faire tatouer par le maître tatoueur Ajarn Noo Kanpai (Nieset, 2018). Sa technique ancestrale et les significations spirituelles profondes que procurent ses tatouages, attirent une clientèle internationale (Nieset, 2018). De plus, des collectionneurs de tatouages voyageraient de villes en villes, afin de se faire tatouer des pièces uniques d'artistes célèbres dans le monde du tatouage (Diktas, 2020 : 9-10). « The collection of tattoo souvenirs allowed the tourist to build their unique skinscape to express their personal identity », explique Dresler (2021 : 1016). Au-delà des objets ou des lieux visités, cette quête s'inscrit dans une expérience liminale. Comme l'explique Wang (1999 : 352), « [I]n such a liminal experience, people feel they themselves are much more authentic and more freely self-expressed than in everyday life, not because they find the toured objects are authentic but simply because they are engaging in nonordinary activities, free from the constraints of the daily ». Dans cette perspective, les tatouages touristiques incarnent des souvenirs à la fois matériels et existentiels.

Nassenstein et Rüsch (2019 : 240) affirment que les personnes qui se font tatouer en voyage, tiennent une attention particulière à leur tatouage en rapport avec le contexte et le lieu dans lequel elles ont été tatouées. Ils ont observé que les tatouages représentent souvent l'endroit où elles les ont eus (Nassenstein et Rüsch, 2019 : 241). Diktas (2020 : 7) explique que les pèlerins à Jérusalem se font tatouer en souvenir de leur voyage religieux, qui leur rappellera les émotions et les changements qu'ils ont ressentis durant ce dernier. Certains se font tatouer des symboles religieux dont très souvent une croix (Diktas, 2020 : 7).

D'ailleurs, avoir un tatouage représentant un endroit visité amène les observateurs – parents et amis – à poser des questions sur le tatouage et sur le voyage. Les tatouages attirent l'attention des autres vers la personne tatouée. Ils entraînent la discussion, l'échange et le débat.

3.7 Le tourisme d'art corporel, un tourisme identitaire

Si les arts corporels deviennent une motivation de mouvement touristique et sont favorisés comme souvenir et ainsi, entraînent les adeptes de cette pratique à se réunir, nous pouvons déjà établir que c'est du tourisme d'art corporel. Ensuite, si les arts corporels ont avant tout une portée identitaire très présente alors le tourisme d'art corporel s'inscrit dans le tourisme identitaire.

D'ailleurs, Dresler (2021), Soukup *et al.* (2021) et Nassenstein et Rüsch (2019) dans leurs études, ils nomment le phénomène de « tattoo tourism », tourisme du tatouage. Cependant, les études anglo-saxonnes choisissent souvent d'associer l'activité ou un concept au mot « tourisme » pour en faire un alliage facile d'usage. Cependant, nommé cette pratique tourisme d'art corporel est plus pertinent car il vise toutes les autres formes, ce qui permet un champ de recherche et d'étude plus large.

3.7.1 Définition de tourisme identitaire

Grenier (2022a : 230) estime que le tourisme est un moyen qui « [...] favorise le renouvellement du corps et de l'esprit à travers la découverte de nouvelles expériences et pratiques au contact des hôtes ». Le voyageur aspire à un désir d'indépendance et de changement pendant son expérience, un désir de s'évader (Cohen, 2010 : 11).

Bien que les motivations au voyage soient variées, on peut les regrouper en grandes familles autour des pôles du divertissement, de la découverte et du bien-être, physique et psychique. Certaines personnes utilisent le tourisme comme un moyen qui aide à changer ou à reconstruire leur identité (Bond et Falk, 2013 : 436). Ainsi, le voyage peut jouer un rôle dans la formation identitaire et au travers de la croissance personnelle (Cohen, 2010 : 8). Loin du regard de ses semblables dans son milieu domestique, le touriste est appelé à utiliser le voyage pour s’émanciper. Les tourisms identitaires – ainsi nommés par qu’ils octroient aux voyageurs l’occasion d’être eux-mêmes, permettent d’écouter ses désirs les plus intimes et, le cas échéant, y répondre. Un voyage touristique est identitaire quand il devient « [...] un agent personnel de développement et d’émancipation, sur le plan identitaire », écrit Grenier (2022a : 229). Le tourisme identitaire « place le touriste non plus devant la communauté d’accueil, mais plutôt face à lui ou à elle-même ». Les besoins ressentis par les personnes qui font du tourisme identitaire sont en général reliés à leur origine, leur ethnicité, leur religion, leur genre ou leur orientation sexuelle (Jaurand, 2015). C’est d’ailleurs pour cela que le tourisme identitaire se décline en plusieurs sous-variantes, telles que le tourisme religieux, le tourisme LGBTQ+ (Jaurand, 2015), le tourisme de racine et de mémoire, le tourisme autochtone, ou encore le tourisme de l’entre-soi (Grenier, 2022a : 230).

3.7.2 Les motivations touristiques identitaires

En ce qui concerne les motivations du tourisme identitaire, on a compris, en premier temps qu’elles été en rapport un ou plusieurs aspects identitaires des personnes, par exemple, leur origine, leur orientation sexuelle, leur genre etc. Néanmoins, Bond et Falk (2013 : 437) sont arrivés à établir un modèle théorique sur les motivations touristiques identitaires. Lors de leur voyage, les touristes sont à la recherche d’expériences qui sont motivées par l’influence de leur contexte socio-culturel, par trois termes : « *Identity Development* », « *Identity Maintenance* » et « *Identity Moderation/Engagement* » (Bond et Falk, 2013 : 436-437). Nous pouvons lier ce modèle à l’étude sur le tourisme d’art corporel, surtout sur la recherche de se faire tatouer en voyage, qui permettra ainsi d’établir une théorie pour tenter de comprendre le phénomène.

En premier lieu, les auteurs expliquent que la première phase est celle du développement d’un aspect spécifique de l’identité (Bond et Falk, 2013 : 437). Si une personne souhaite faire naître un nouvel aspect de son identité comme pour faire partie d’un groupe ou d’une communauté, elle

adopte les normes, les actions et les comportements de ce dernier. Elle cherche à développer cet aspect à travers des expériences ou pratiquer des activités. En conséquence, elle gagne une meilleure compréhension qui lui permet ainsi de s'intégrer dans la communauté (Bond et Falk, 2013 : 438). Par exemple, l'étude de Yamada (1997) témoigne sur des étudiants japonais en échange au Canada qui se sont intégrés à la population en se faisant tatouer des symboles culturels canadiens.

En deuxième lieu, il y a la phase de maintien identitaire dans laquelle la personne aspire à garder et pérenniser cet aspect de son identité à travers des composantes mieux définies (Bond et Falk, 2013 : 438). La personne cherche à trouver d'autres adeptes qui puissent lui apporter plus d'expériences pour apprendre davantage. D'ailleurs, ceci permet de développer des nouvelles communautés, comme la communauté des personnes tatouées (Benasso et Stagi, 2021 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Kjeldgaard et Bengtsson, 2005). Ainsi, cette recherche permet de faciliter des activités touristiques afin de maintenir cet aspect identitaire (Bond et Falk, 2013 : 438). Ici, des personnes adeptes du tatouage en voyage sont toujours à la recherche d'un tatoueur local (Dresler, 2021 ; Soukup *et al.*, 2021 ; Diktas, 2020 ; Nassenstein et Rüschi, 2019 ; Torabian et Arai, 2016). On peut penser aux pèlerins chrétiens de Jérusalem qui arrivés à la fin de leur voyage se rendent au studio Razzouk Tattoo, pour se faire tatouer un visuel, marqueur de leur religion et de leur périple (Diktas, 2020). Pour certaines destinations, il arrive que le contexte social soit contraignant ou bien la disponibilité et les prix soient trop élevés, ce qui empêche l'évolution de l'aspect identitaire. Il faut alors se forcer à trouver des expériences alternatives. Dans notre cas, l'alternative au tatouage peut être le tatouage éphémère sinon le henné ou d'autres arts corporels comme le perçage.

En troisième lieu, il y a la phase de modération ou de reconstruction identitaire. L'alternative adoptée en phase 2 fait émerger une nouvelle identité. Il y a alors un changement et une reconstruction de l'aspect identitaire (Bond et Falk, 2013 : 438). Une reconstruction ou un changement identitaire peut aussi être lié par un changement social et ou environnemental de la personne (Bond et Falk : 2013 : 439 ; Le Breton, 2008 ; Dorais, 2004). Dans notre étude, nous pouvons prendre l'exemple d'une personne qui, pour marquer son voyage, souhaite acquérir un souvenir d'encre comme le tatouage. Incapable de passer le cap de l'indélébile, l'individu se penche sur l'alternative de la pratique du henné.

En outre, les motivations liées au tourisme identitaire, telles que présentées par Bond et Falk (2013), offrent un cadre théorique permettant de comprendre comment les individus utilisent le voyage comme moyen de construction, de maintien et de reconstruction de leur identité. Ce modèle trouve une résonance particulière dans le contexte du tourisme d'art corporel, où des pratiques telles que le tatouage, le henné ou d'autres formes de cet art deviennent des actes symboliques renforçant ou transformant des aspects identitaires. Les trois phases présentées mettent en lumière la manière dont les expériences vécues en voyage permettent aux individus de naviguer entre leurs aspirations personnelles, leur appartenance communautaire et les contraintes sociales ou environnementales. À travers ces pratiques, l'art corporel devient non seulement une expression esthétique, mais aussi un outil de connexion à soi, aux autres et au monde.

3.8 Etude de cas

L'identification des motivations à vouloir des arts corporels est capitale pour analyser et comprendre ce tourisme. Il s'agit de déterminer si les motivations varient lorsque ces pratiques sont réalisées dans un contexte touristique ou non.

Pour le savoir, dans un premier temps, j'ai expliqué ce que sont les arts corporels, qui les pratiques, leurs origines et la place qu'ils occupent dans les différentes sociétés traditionnelles et modernes occidentales. Dans un deuxième temps, j'ai rassemblé toutes les sources de littérature scientifique à ma portée sur le sujet pour en déterminer les motivations recensées dans celles-ci. Ainsi, cela m'a permis de comprendre qu'il existe différents profils de personnes adeptes de ces pratiques.

Ce qui en découle est la découverte d'un phénomène où les touristes souhaitent emporter avec eux un souvenir ancré, marquant davantage le moment et leur expérience. La prochaine étape consiste à découvrir les motivations et les facteurs qui ont poussés dix (10) participants, du groupe B à acquérir un art corporel, plus précisément un tatouage. A travers les résultats, je pourrai combiner et comparer avec les témoignages des deux (2) participants du groupe A avec deux artistes tatoueurs.

3.8.1 Les destinations et les motifs de déplacements

Interrogés quant à leurs motivations à acquérir un art corporel lors d'un voyage, tous les participants (10) du groupe B ont raconté s'être fait tatouer à l'occasion d'un voyage de plusieurs

semaines, voire plusieurs mois. Certains d'entre eux étaient en Programme Vacances Travail (PVT), en échange étudiant, en séjour de travail « Au pair », en stage, ou bien simplement en vacances. Leur séjour s'est déroulé en Nouvelle-Zélande, en Australie, au Canada, en Finlande, aux Etats-Unis, en Thaïlande, en Colombie, en Espagne, au Mexique et en France. Le Tableau 3.2 présente les profils des participants en répertoriant leur sexe, leur âge, le ou les types de séjours au cours desquels ils ont pratiqué le tourisme d'art corporel, les pays où ils ont séjourné et les formes d'art corporel qu'ils y ont acquises.

Les types de séjours sont répartis de A à E :

- A = Permis Vacances Travail (PVT) ;
- B = Etude, comprenant les échanges étudiants, les études à l'international et les stages ;
- C = Voyage touristique ;
- D = Travail, comprenant le programme Au pair ;
- E = Autres, comprenant le déplacement vers une autre ville à plus d'une heure de route du participant et les journées tatouages éclairs.

Tableau 3.1 : Profils des participants du groupe B

	Sexe	Age	Type de séjour	Pays de séjour	Type d'art corporel
B1	Femme	25	A, B	• Nouvelle-Zélande • Canada	• Tatouage • Perçage
B2	Homme	26	A, C	• Australie • Espagne • Colombie	• Tatouage • Perçage
B3	Homme	23	A, B, C	• Nouvelle-Zélande • Finlande	Tatouage
B4	Homme	21	A, E	Canada	Tatouage
B5	Femme	N/A	C, E	France	• Tatouage • Perçage
B6	Femme	33	A	• Nouvelle-Zélande • Australie • Canada	Tatouage
B7	Homme	21	B	Canada	• Tatouage • Perçage
B8	Femme	N/A	C, D	• Canada	Tatouage

				• Mexique • Etats-Unis	
B9	Femme	25	B, C, D	• Thaïlande • Etats-Unis • Canada	Tatouage
B10	Femme	22	A, C	• Espagne • Australie • Canada	Tatouage

Source : compilation de l'autrice, à partir des données recueillies lors des entrevues

On constate que les types de séjours qui se démarquent le plus sont les PVT (6) et les voyages touristiques (6), suivis des séjours d'études (4). De plus, les principaux pays de séjour sont le Canada (7), ce qui s'explique par le fait que l'étude de cas a été menée au Canada auprès de personnes encore en séjour dans ce pays. Par ailleurs, l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont été répertoriées trois fois chacune.

3.8.2 Le déroulement du voyage

Afin de comprendre comment les participants en sont venus à se faire tatouer en voyage, il faut savoir comment s'est déroulé le voyage de chaque participant. Quelles ont été leurs influences ? Quels sont les événements qui se sont passés durant leur voyage ? Comme mentionné précédemment, se faire tatouer en voyage demande un engagement particulier, qu'il soit financièrement ou corporellement parlant, surtout pour les participants qui, avant de se faire tatouer en voyage n'étaient pas tatoués. Ce fut le cas de sept (7) des participants (B2, B3, B4, B5, B6, B7 et B9). « *J'ai commencé à m'intéresser au tatouage après être parti à l'étranger pour la première fois. J'ai réalisé mon premier tatouage dans un salon à l'étranger, en Finlande exactement* », mentionne un participant (B3).

Un autre participant (B6) précise que la signification pour son premier tatouage devait avoir de l'importance. « *Je voulais surtout trouver un contexte pour avoir un tatouage et je trouvais que le contexte du voyage s'appropriait bien, dans le sens où il rattachait à un souvenir fort. Et je trouve que ça prenait plus de sens [sic] de le faire dans un autre pays* ». Ce témoignage rappelle

les résultats de l'étude de Girard *et al.* (2020) ou de Kjeldgaard et Bengtsson (2005), où pour passer le cap du premier tatouage, il doit signifier quelque chose d'important pour la personne. Ils pensent que ça va leur éviter de regretter et les rassurer dans leur prise de décision, jusqu'à même les encourager à en vouloir d'autres. « *À partir du moment où t'en as fait [un tatouage], tu te dis tu peux en faire d'autres* », explique un participant (B6). « *Tu te dis en fait, c'est pas si pire. Je [ne] regretterai pas. Ce que je fais, je l'ai choisi et au final, ça donne envie d'en refaire d'autres* », poursuit le participant (B6). « *Au début je voulais que mes tatouages aient une signification mais cet été, je me suis fait un tatouage plus pour le côté esthétique que pour le côté significatif* », raconte un autre participant (B7). Une autre personne raconte s'être fait tatouer deux fois à l'étranger. Son premier a été longuement réfléchi tandis que son deuxième a été fait lors d'un événement, une journée tatouages éclairs. Il ne pensait pas se faire tatouer ce jour-là, mais il s'est lancé. « *Ça a été un tatouage beaucoup plus spontané. Là c'était vraiment plus pour marquer le coup, marquer mon séjour au Canada et je ne savais pas si ça [son expérience de PVT] allait encore durer longtemps. Donc c'est ça, pour marquer le coup* », dit-il. Il mentionne souvent la volonté de « *marquer le coup* ». Le participant B7 mentionne aussi cette expression. Il s'est fait tatouer « *pour marquer le début d'un nouveau chapitre de ma vie, parce que j'ai quitté mon foyer familial. Je quitte un endroit auquel j'ai été habitué. J'arrive dans un nouvel environnement. Je voulais comme marquer le coup* ». Ici, on peut interpréter que le participant a considéré ce départ comme un rite de passage à concrétiser.

Les PVT, les études et les périodes de travail et de stage durent généralement plus d'un mois. Cela laisse du temps pour explorer la destination, vivre son expérience plus longtemps. Ceci a aussi laissé plus de temps aux participants pour réfléchir à plusieurs thématiques : découvrir les services d'art corporel disponibles, réfléchir au visuel, à la signification, à qui confier ce projet. « *J'avais quatre mois pour réfléchir* » témoigne la participante B1, qui était en PVT en Nouvelle-Zélande. D'ailleurs, quelques participants avaient déjà prévu de se faire un tatouage avant leur voyage. « *Je l'avais bien en tête de me dire que je ferai mon premier à Montréal* », évoque un participant (B4). « *Celui [le tatouage] au Canada ça faisait un moment que ça me trottait dans la tête donc oui, il était prévu. Ceux en Thaïlande, je savais que j'allais en faire* », raconte un autre participant (B9). « *Je dirais que j'avais l'idée de me faire tatouer lorsque je partirai. Après, quoi ? Quand ? Où ? Je ne savais pas encore mais c'est vraiment arrivé, quand je suis arrivé, que j'ai pu m'imprégner*

du milieu, me renseigner sur les services qui étaient offerts, pour influencer ma décision de me faire un tattoo », explique un autre adepte (B7).

On remarque que ces derniers avaient prévus de se faire tatouer lors de leur voyage mais qu'ils ne savaient pas encore quel serait la thématique de cet art corporel. Ils manquaient d'inspirations ou bien d'idées concrètes. Forcément, c'est en étant sur place que l'expérience est vécue et que les éléments d'inspirations se révèlent.

On découvre également que des participants n'avaient pas prévu de se faire tatouer lors de leur voyage. Par exemple, lors de son voyage en Nouvelle-Zélande, une participante (B1) s'est faite faire deux tatouages : un premier, prévu qui était prévue et réfléchi, puis, un deuxième qui ne l'était pas. *« C'était un peu au hasard, parce c'était un sans rendez-vous. J'avais envie. J'ai cherché quelque chose 10 minutes et je me suis décidé »*. Pour sa part, un participant (B4), lors de son expérience de PVT au Canada, quelques mois après son premier tatouage, s'en ait fait tatouer une deuxième fois lors d'une journée tatouage éclair (à plus d'une heure de voiture de l'endroit où il logeait) :

« Je suis allé à une journée tatouages éclairs. J'étais tombé sur Instagram sur une journée tatouages éclairs qu'un salon que je suivais organisait. je m'étais dit pourquoi pas aller voir ce qu'ils proposent. J'ai vu parmi tout ce qu'ils proposaient, il y en avait un qui ressortait plus du lot. J'en ai quand même discuté avec les amis avec lesquels j'étais à ce moment-là, pour savoir ce qu'ils en pensaient aussi. L'avis général était bon, donc j'ai fait "bon bah aller on part là-dessus" »

La participante B9 s'est fait tatouer son premier tatouage, sur un coup de tête avec ses meilleurs amis, aux Etats-Unis. *« J'étais aux US et je me suis mariée avec mes meilleurs amis symboliquement, pour l'amitié. On s'est fait tatouer "just married" en braille »,* raconte-t-elle (B9). Cette dernière s'est d'ailleurs fait tatouer deux fois, lors de son stage en Thaïlande. *« Pour la Thaïlande j'ai un chiffre en thaïlandais et l'autre c'est un symbole en ancien scripte thaïlandais »*. La participante B8 confie, *« j'en ai un que j'ai fait en voyage, mais c'était pas quelque chose de réfléchi, c'était sur le coup »*. Elle raconte que c'était il y a 6 ou 7 ans, à Cozumel, au Mexique. *« C'était sans rendez-vous, on était je crois, 15 personnes. On était dans un mariage, puis la dernière journée on s'est dit qu'on allait se faire tatouer dans le village. On est arrivé à 15 personnes en sans rendez-vous, c'était drôle »* (B8). Également, la participante B10 a quatre

tatouages, dont trois qu'elle a fait en voyage et qu'elle partage avec des amies. Les participantes B4, B8, B9 et B10 ont été encouragées et motivées en groupe, par leurs proches. On a déjà pu observer le rôle de la dynamique sociale dans la prise décision de se faire tatouer grâce à l'étude de Dresler (2021) et de Diktas (2020). En effet, parmi leurs participants certains ont fait un tatouage avec leurs proches avec qui ils faisaient le voyage, « [t]attoo souvenirs could be used for narrating of relationships, maintaining intimacy, and fostering social bonds », explique-t-elle (Dresler, 2021 : 1017). « Getting a tattoo is often a social event, experienced with close associates who provide moral support offer advice and help pass the anxiety filled waiting time », souligne Diktas (2020 : 7).

Également, au travers des témoignages des participants B1, B4, B8, B9 et B10 on peut se demander si c'est l'euphorie du voyage qui favorise la spontanéité de ces prises de décisions, ou bien, une ouverture aux nouvelles expériences, en général. On aurait tendance à se dire que c'est les deux cas en même temps : l'ouverture aux nouvelles expériences favorise la spontanéité. Qui plus est, si ces nouvelles expériences se font en groupe, cela encourage davantage les prises de décisions spontanées. Si un groupe de personnes ont fait le même tatouage, au même moment, le souvenir renforce la valeur sentimentale du tatouage pour les membres du groupe.

Il faut également souligner que les participants ayant acquis plusieurs tatouages en un seul voyage sont ceux qui étaient en PVT. Une fois de plus, c'est en partie parce que ce type de voyage dure généralement plusieurs mois, offrant aux voyageurs davantage de temps pour explorer la destination. Ainsi, ils ont plus d'opportunités pour réfléchir leur projet de tatouage, trouver l'inspiration et les salons de tatouages disponibles. On remarque que, pour ceux qui ont déjà passer l'étape du premier tatouage, la prise de décision pour un nouveau est souvent plus rapide. C'est comme si la machine était lancée, débloquant quelque chose en eux. Cela fait écho à l'idée selon laquelle, souvent, les personnes ne se contentent pas d'un seul tatouage et après avoir commencé elles souhaitent en avoir plus (Müller, 2024 ; Dresler, 2021 ; Diktas, 2020 ; Girard *et al.*, 2020 ; Rioult, 2019 ; Ferreira, 2014 ; Sanders et Vail, 2008[1989] ; Le Breton, 2008 ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Millner et Eichold, 2001).

3.8.3 Pourquoi se faire tatouer en voyage ?

Le tatouage est un art qui transcende les frontières et les cultures, mais pourquoi choisir de se faire tatouer lors d'un voyage, alors que ce service est souvent tout aussi accessible chez soi ? Dans les études analysées précédemment, la motivation principale est la volonté d'emporter un souvenir indélébile avec soi.

C'est pourquoi, quand on leur demande si le tatouage fait en voyage est un souvenir ? (question 32), tous les participants confirment cette motivation, bien qu'ils la justifient de différentes manières. Ils parlent de « *ramener une marque de leur voyage* » (A1), « *marque de leur passage* » (A1), « *garder un souvenir indélébile de leur voyage* » (A2), marquer la fin d'un séjour (B1), « *garder en souvenir une période de ma vie* » (B2), « *garder une trace de chacun de mes voyages* » (B3), « *marquer le coup* » (B4), « *un grain de folie* » (B4), « *il rattachait à un souvenir fort [...]* marquer que c'était mon premier voyage toute seule » (B5), un nouveau départ (B6), « *marquer le début d'un nouveau chapitre de ma vie* » (B7), représente ses voyages (B8), « *le souvenir, que ça reste gravé sur ma peau* » (B9), des étapes de sa vie (B10). Les termes qui ressortent le plus du champ lexical du souvenir sont les verbes « marquer », « garder », « graver » pour expliquer les motivations des participants. « Marquer » signifie « distinguer, rendre reconnaissable au moyen d'une marque, d'un repère », « laisser une trace », « faire connaître, extérioriser » ou encore « faire une impression assez forte pour laisser un souvenir » (Le Robert, s. d.). « Graver » fait penser à inscrire et conserver quelque chose sur un support de manière permanente. Ainsi, ces termes expriment l'idée de rendre l'expérience visible et inoubliable. Tous ces témoignages font écho aux rites de passage évoqués précédemment. Les participants ont vécu une et ont voulu célébrer leur transformation identitaire. En résumé, le tatouage est perçu par les participants comme une façon de conserver un souvenir physique et durable de leurs voyages, renforçant un lien émotionnel avec l'expérience vécue.

En outre, les principales entités à retenir des témoignages des participants sont que leurs tatouages faits en voyage ont servi à marquer le moment présent, le voyage qui en découle du souvenir qui reste ainsi gravé de ce dernier. Ces témoignages rappellent les résultats de Dresler (2021), de Diktas, (2020), de Nassenstein et Rüschi (2019), de Soukup *et al.* (2019) ainsi que de Swanson et Timothy (2012), démontrant que les personnes se font tatouer en voyage principalement pour but

conserver un souvenir marquant et personnel, pour se rappeler leur voyage. Dans l'étude de Diktas (2020 : 9), une répondante explique qu'elle va se faire deux tatouages dont un dessin inscrit sur une peinture murale de Tel Aviv et elle veut s'en souvenir. Une participante de l'étude de Dresler (2021 : 1015) décrit son tatouage fait en voyage, « when I look at it and I remember a time in my life, and I can reflect on it and how I have grown from that time ... it's about growth ».

Beaucoup de participants (B1, B2, B3, B4, B6, B7, B9) rapportent que, lorsqu'ils sont en voyage, hors de leur zone géographique habituelle, là où personne ne les connaît, ils se sentent plus libre d'agir et de s'exprimer, « *ton voyage te permet de t'évader de ta propre société et de pouvoir faire des choses que l'on ne serait pas habituellement* » rapporte un des participants (B2). « *Le fait de sentir plus libre en étant en dehors de son confort, dans un autre pays je trouve que ça aide, la sensation de liberté, de nouveau départ aussi* », poursuit une autre (B6). La participante B6 témoigne que se faire tatouer en voyage lui a permis de prendre confiance en elle, afin de pouvoir se faire tatouer ainsi dans son pays natal. Elle parle d'un « lâcher prise » qu'elle a ressenti en se faisant son premier tatouage en Nouvelle-Zélande et qui l'a libérée.

Un voyage peut devenir marquant par n'importe quels facteurs, cela peut déjà commencer par un premier voyage seul (B1, B2, B3, B4, B5, B6), la découverte d'un nouveau continent (B1, B2, B3, B9, B10), d'une nouvelle culture considérée opposée à la sienne (B9, B2), partir avec peu de moyens pendant plusieurs semaines (B5), des rencontres inoubliables (B9), d'avoir voyager avec des proches (B8, B9, B10) etc. « *Je pense que c'est excitant pour les gens de se faire tatouer en voyage pour ramener une marque de leur voyage pour marquer ce moment de leur vie parce que justement ils ont vécu quelque chose de spéciale* » (A1). La participante B1 souligne tout de même que ce n'est pas ses tatouages qui vont lui permettre de ne pas oublier ses voyages.

La participante B5 s'est faite un tatouage, à Paris en France pendant qu'elle faisait un tour de l'Europe, en sac à dos. Son cas est un peu particulier, puisqu'elle avait déjà plusieurs tatouages. Néanmoins, pendant son voyage, elle n'avait pas de projet tatouage. Elle rapporte notamment le fait que, de son point de vue, cela n'aurait pas été pratique et aurait coûté cher. Cependant, son avis a changé quand elle a découvert qu'un tatoueur qu'elle suivait sur Instagram et dont elle appréciait beaucoup le travail, qui, auparavant, vivait au Québec, était installé sur Paris. Avant d'entreprendre son voyage, elle ne pensait jamais pouvoir se faire tatouer par lui et ça l'attristait.

Néanmoins, lorsqu'elle est arrivée à Paris, elle est tombée sur un tatouage éclair de lui. Elle a sauté sur l'occasion et a réussi à avoir un rendez-vous avec lui pour qu'il l'a tatoue. D'ailleurs, ce tatouage n'est pas en rapport avec son voyage à Paris mais témoigne, « *le fait que j'étais en voyage ça a un peu ajouté de la romance à la chose. Je me sentais comme un touriste, je ne savais pas à quoi m'attendre de l'espace que j'allais découvrir et qui j'allais rencontrer* » (B5). En outre, la participante a profité de l'occasion de se trouver dans la même d'un artiste qu'elle suivait depuis longtemps. C'est un cas fréquent de déplacement touristique. Quand cette participante vivait à Gatineau, au Québec, elle s'était déjà rendue plusieurs fois à Montréal pour se faire tatouer par des artistes montréalais.

A présent, je vais introduire le groupe A, les artistes tatoueurs, dans l'analyse afin de joindre et de comparer les témoignages entre les deux groupes. La participante A1 travaillant à Montréal, énumère les clients non-montréalais qui se sont déjà rendus dans son salon. D'abord, il y a ceux qui proviennent d'autres villes et régions de la province québécoise : Sherbrooke, Trois-Rivières, les Laurentides, la Gaspésie. « *Des gens où il y a plus de huit heures c'est vraiment flatteur. J'en ai déjà eu qui font l'allé retour, qui repartent dans la journée. J'apprécie beaucoup. Ça fait beaucoup de route. Je me sens encore plus spéciale et chanceuse* ». Sinon, elle a déjà accueilli des gens provenant des autres provinces canadiennes, ainsi que des touristes étrangers. Cependant, elle observe que son achalandage dépend des saisons. Par exemple, l'été elle sait qu'elle aura beaucoup plus de touristes que de clients montréalais. Sa clientèle majoritairement étrangère est constituée de français. « *A l'année, j'ai quand même plusieurs touristes qui viennent par ci par là. J'ai une italienne qui vient la semaine prochaine. J'ai énormément de français, qui viennent l'été* ». Le participant A2, travaillant en France, dans la région des Pays-de-la-Loire, explique quant à lui que sa clientèle est plus française qu'étrangère. Beaucoup viennent de sa région mais pas forcément de son département, sinon des français venant de d'autres régions françaises. On observe que certaines personnes sont prêtes à voyager loin, voire à faire des allers-retours rapides, pour accéder aux compétences d'un tatoueur spécifique qu'ils ne trouvent pas localement. De plus, le témoignage de la participante A1 démontre que l'été est une période notoire pour pouvoir tatouer des touristes.

3.8.4 Les visuels choisis

Les participants du groupe A témoignent que les choix des visuels des touristes étrangers sont la plupart du temps des symboles de la destination. « *C'est vrai que les touristes veulent plus des symboles montréalais comme l'escalier en colimaçon, les wagons de métro, une feuille d'érable, des trucs comme ça* », décrit une participante (A1). « *Pour les touristes étrangers, ce sont surtout des motifs symbolisant la France* », raconte l'autre participant (A2).

La plupart des participants du groupe B ont accepté de préciser et décrire leurs tatouages qu'ils ont faits en voyage. Trois d'entre eux (B1, B3, B6) ont choisi des visuels représentant des symboles liés directement à la destination dans laquelle ils se sont fait tatouer (voir Tableau 3.2). Ceux qui n'ont pas choisi des symboles de la destination ont préféré des visuels aux significations plus personnelles (B4, B5, B7, B10). Puis, les participants B2, B8 et B9 ont plusieurs tatouages faits en voyage, dont certains sont des visuels symboliques de la destination et d'autres ne le sont pas.

Ceux qui se sont fait un tatouage en Nouvelle-Zélande ont choisis des visuels en rapport avec la culture maori. « *C'est le mot maori de la ville où j'ai habité et c'est écrit de maori* », explique une participante (B1). « *Une fougère maori qui représente mon voyage en Nouvelle-Zélande et l'amour que je porte pour ce pays et sa culture* », raconte un autre participant (B3).

La participante B9 s'est fait tatouer au Canada, la « *devise amérindienne du Canada* ». En ce qui concerne la participante B1, elle a souhaité lier un symbole du Canada à la sienne, la culture allemande :

« *Je voulais combiner ma patrie, donc la région alpine de l'Allemagne, avec le Canada. Pour le Canada, j'ai tout de suite pensé à une sorte de cerf, un animal, un caribou. Au final, j'ai fait un peu de recherche, par exemple : c'est quoi un animal qui représente le Québec, le Canada ? J'ai choisi le caribou. Après, je voulais qu'il soit entouré par des fleurs alpines parce qu'il y a des fleurs qui sont très typiques pour les Alpes* ».

Ensuite, les participants qui se sont fait tatouer en Australie ont choisi par exemple, « *un oiseau d'Australie* » (B6) et « *un boomerang australien* » (B2). Cependant, le tatouage de la participante B10, n'est pas en lien direct avec les symboles du pays. Elle s'est faite tatouer un signe arabe, dont elle n'a pas précisé la signification.

Par ailleurs, elle a également visité le Canada à des fins touristique et souhaitait s'y faire tatouer. Son choix était motivé par l'histoire familiale. Elle raconte que son père et ses grands-parents paternels avaient voyagé l'avait voyagé au Canada lorsqu'il était adolescent. Ce voyage avait marqué leur mémoire. En effet, elle explique que toute sa vie, elle avait entendu leurs récits enthousiastes, qualifiant cette expérience de « *voyage de leur vie* ». En hommage à leur périple, elle a décidé de se faire tatouer l'année de ce voyage. Elle a acquis deux autres tatouages lors d'un séjour touristique en Espagne. Elle logeait dans une famille d'accueil qui avait un chat, qu'elle appréciait particulièrement. Elle s'est donc fait tatouer le prénom de ce dernier, « *Is* ». Le deuxième est un piment rouge, qu'elle a fait pour le « *fun* ». Elle partage ces derniers avec ses amies, qui l'accompagnaient.

La participante B8 possède plusieurs tatouages en lien avec ses voyages, certains réalisés pendant le voyage, d'autres après celui-ci. « *J'ai fait le chemin de Compostelle, puis en revenant je me suis fait tatouer une coquille Saint-Jacques sur le pied pour symboliser le chemin de Compostelle, la marche et tout* ». Il est intéressant de noter qu'elle s'est faite tatouer après son voyage, car le contexte du voyage ne s'y prêtait pas. Cependant, elle a tout de même voulu le marquer en le faisant dans sa ville. Ce n'est pas le seul tatouage qu'elle s'est fait tatouer après un voyage, « *j'ai été faire du surf avec deux de mes amis et on s'est fait tatouer des petites vagues en raison de ce voyage* » (B8).

Tous ces participants ont décidé d'établir un véritable lien avec la destination visitée et leur identité. Ces liens sont alors indéfectibles, puisqu'ils sont inscrits à jamais sur leur peau. Pour certains, c'est leur manière de rendre hommage à une culture qu'ils admirent, comme les participants B1, B2, B3 et B6. Ceux pour qui leur tatouage n'est pas en lien direct avec la destination, le souvenir relève de leur expérience plus personnelle, c'est le cas des participants B8 et B10.

Parfois, la disponibilité et le travail du tatoueur ont encouragé la prise de décision plus spontanée pour les participants B4, B5 et B7. B4 et B7 se sont fait tatouer des projets personnels et ils ont choisi leur tatoueur car le style artistique de ce dernier correspondait avec leur vision artistique. Quant à B4, elle sauté sur une occasion. En découvrant qu'elle se trouvait dans la même ville qu'un tatoueur qu'elle suivait depuis longtemps sur les réseaux sociaux, elle a saisi l'opportunité de se faire tatouer par lui. D'ailleurs, on observe pour les participants B1 et B4, leurs premier tatouage

fait en voyage, pour lequel ils ont eu une longue réflexion, leurs ont permis de céder plus facilement à l'impulsivité pour les tatouages suivants : B1 lors d'un sans rendez-vous et B4 lors d'une journée de tatouages éclairs.

L'analyse des motivations révèle une diversité de profils, allant de l'acte spontané à une réflexion longuement mûrie, souvent influencée par le contexte unique du voyage, qu'il soit lié à un PVT, des études, ou un simple séjour touristique.

3.9 Synthèse

Ce chapitre a permis d'explorer les différentes motivations poussant les personnes à vouloir se faire un art corporel. Également, il a permis de définir le concept d'art corporel et de tourisme d'art corporel. En outre, cette pratique permet de rassembler le tatouage, le perçage, le henné et la scarification.

La découverte et l'analyse de ces témoignages nous indique qu'en général, les personnes qui sont les plus enclines à vouloir se faire tatouer sont en voyage pendant une longue durée, plus de deux semaines à quelques mois. Cela leur permet d'avoir une période de découverte de la destination, de réflexion et pour certains de développer une raison concrète pour se faire tatouer. On observe que la motivation principale pour la majorité des participants, c'est le souvenir, la mémoire. Ils déclaraient vouloir graver, marquer, inscrire, ce voyage sur leur peau. Les visuels choisis étaient la plupart du temps en lien direct avec les destinations, comme des symboles culturels de celles-ci. Ou bien, les motifs représentaient un élément de leur voyage qui les a touché ou marqué. Sinon, ils pouvaient n'avoir aucun rapport avec le voyage ou la destination, comme simplement des œuvres originales des tatoueurs.

On a découvert que certains participants étaient de véritables adeptes du tatouage fait en voyage et qu'ils sont toujours ouverts à augmenter leur collection. D'autres sont plus sur la réserve, parfois pour des raisons financières, d'autres fois parce qu'ils attendent de trouver le visuel qui les inspirent. Puis, on a pu constater qu'être accompagné et/ou encouragé dans l'expérience par des proches favorise la prise de décision.

Quant aux témoignages du groupe A, les artistes tatoueurs, on apprend qu'ils accueillent plus de touristes étrangers l'été, pendant les vacances. Ces derniers demandent souvent des visuels liés à

destination dans laquelle les tatoueurs pratiquent. Sinon, ils accueillent des locaux de la destination ou bien des citoyens venant de d'autres régions ou de d'autres cantons que le leur.

Le prochain chapitre met en lumière comme les arts corporels servent la construction et l'expression identitaire.

CHAPITRE 4 – Les arts corporels et la construction identitaire

Avec la saison chaude, les vêtements se retroussent, laissant paraître çà et là des tatouages sur des parties du corps exposées : les bras, les chevilles, les jambes, les mains, le cou, parfois même le visage. On y observe des croix, des animaux, des personnages, parfois des messages, et mêmes des formes abstraites, bref, une panoplie d'éléments visuels. Ces visuels ont été choisis. Certains arts corporels ont été acquis en mémoire de quelqu'un de l'entourage que l'on veut garder près de soi – *avec soi*. D'autres démontrent une appartenance à un groupe (religieux, spirituel, une culture spécialisée). Pour certains individus, le choix du visuel se fait en fonction de leur individualité, que l'on souhaite afficher, ce qui leur permet de s'émanciper des règles qu'on leur a imposé. Enfin, certains à travers leurs visuels veulent exposer leur créativité, ou tout simplement, un choix délibéré simplement parce qu'ils les trouvent beaux. En fait, chaque élément visuel apporté au corps représente une signification plus ou moins importante pour la personne qui les arbore.

Ainsi, l'identité d'une personne est en partie façonnée grâce à ses tatouages, de ses perçages et des autres arts corporels qu'elle porte. Ils sont l'aboutissement d'une réflexion identitaire. Ils permettent de montrer concrètement sur le plan physique, l'identité psychique à laquelle la personne s'identifie. Cela permet de supposer ses goûts, sa culture, ses revendications, en outre, l'image qu'elle souhaite transmettre. Ce chapitre a pour objectif de décrire comment les arts corporels contribuent à la construction identitaire.

4.1 La construction identitaire : le ciment de l'expression de l'identité

L'identité se compose d'abord des informations dites « statutaires » de la personne, c'est-à-dire celles qui servent à la décrire et à l'identifier des autres à travers, comme son nom, son âge, son sexe, son genre, sa profession, ses études ou encore sa domiciliation (Dénouël, 2011 : 75). L'identité peut être également comprise comme les « spécificités ethniques, sexuelles ou culturelles dans lesquelles chacun se reconnaît, et auxquelles chacun s'identifie et s'associe, marquant son appartenance au groupe [...] », estime Grenier (2022b : 375).

Le développement de l'identité est un « phénomène complexe et multidimensionnel », affirme Marc (2016 : 28). Les différents chercheurs qui se penchent sur ce phénomène expliquent qu'il

existe plusieurs identités qui « coexistent » ensemble (Marc, 2016 ; Debarbieux, 2012 ; Dorais, 2004 ; Bauman, 2001). C'est une entité paradoxale car l'être humain se veut différent des autres mais veut aussi ressembler aux autres (Marc, 2016 ; Debarbieux, 2012 ; Dorais, 2004). Marc (2016 : 29) explique qu'il y a « double mouvement d'assimilation et de différenciation, d'identification aux autres et de distinction par rapport à eux ». Ainsi, Dorais (2004) définit l'identité selon trois échelles différentes : en fonction du rapport aux autres, d'un processus évolutif et de son environnement.

Premièrement, l'identité est avant tout « un rapport », une relation avec les autres et l'environnement (Dorais, 2004 : 2). Elle n'est pas innée, se passe dans le subconscient et se forme dès le plus jeune âge (Dorais, 2004 : 2 ; Marc, 2016 : 29, 32). Dorais (2004 : 2) explique que « les gens commencent à s'identifier dès qu'ils se rendent compte du fait qu'ils ne sont pas seuls au monde [...] ». Il suppose que cette construction se fait de manière inconsciente (Dorais, 2004 : 2). En outre, chaque individu, quel que soit sa culture, cherchera sa place et son rôle, tout au long de sa vie. Lorsque nous nous rendons compte que nous ne sommes pas seuls dans notre « univers », alors nous cherchons à nous individualiser et que notre identité devient notre « tâche » à accomplir (Bauman, 2001 : 15). Pour Bauman (2001 : 15), l'identité est ainsi « résultat du production sociale ».

Deuxièmement, l'identité est un processus de construction constamment en évolution (Dorais, 2004 : 2, Marc, 2016 : 34). Elle n'est pas figée, c'est-à-dire qu'une « identité » n'est pas acquise une fois pour toute – elle est plutôt changeante, « construite » en fonction des « circonstances qui modifient le rapport au monde » (Dorais, 2004 : 2). Il est évident que la construction identitaire « reflète l'histoire personnelle de chacun », par « l'interaction de la personne avec ses parents, l'apprentissage des rôles liés à son sexe, l'éducation reçue dans son milieu, etc. », explique Dorais (2004 : 3). Marc (2016 : 30-32) rejoint cette idée en ajoutant que cette identité évolutive passe également par le corps comme « support privilégié du sentiment d'identité » et que l'image de soi aux yeux des autres permet de se saisir, de s'objectiver et de s'approprier cette apparence visuelle dans l'espace. L'identité se construit aussi par étape.

Enfin, la troisième échelle de l'identité, selon Dorais (2004 : 3), est « la relation qu'on construit avec son environnement ». Ici l'environnement signifie tous les éléments faisant partie de

l'entourage, que ça soit les autres êtres humains comprenant leurs paroles parlées dans une langue spécifique qui donne un contexte et un sens particulier (Dorais, 2004 : 3). Le choix de la langue impacte la communication et les représentations (Dorais, 2004 : 3). L'environnement inclut également les idées et les représentations qui y sont véhiculées par les paroles et les actions de l'entourage et qui influencent la perception du monde et, *in fine*, l'identité de la personne (Dorais, 2004 : 3). Ensuite, il y a les produits matériels créés par l'être humain, qu'ils soient artistiques, technologiques ou culturels. Ils peuvent porter une signification (Dorais, 2004 : 3). Après, Dorais (2004 : 3) inclut dans l'environnement, le « milieu naturel » comptant les paysages, les plantes, les animaux mais aussi les « accidents géographiques » (Dorais, 2004 : 3). Enfin, il compte même le surnaturel, c'est-à-dire les entités non humaines ou non animales qui, pour les personnes qui croient en leur existence, influencent leur perception du monde et donc leur identité (Dorais, 2004 : 3). En soit, l'identité est formée au contact de tous les éléments gravitant autour de quelqu'un, humain ou non, visible ou non et qu'il possède, qu'il partage ou qu'il ne peut posséder.

L'identité n'est pas qu'individuelle, car tant qu'elle évolue dans une société, elle peut s'associer à d'autres identités pour devenir des identités collectives (Debarbieux, 2012 : 2 ; Dorais, 2004 : 4). Celles-ci sont très importantes pour les sociétés car elles rassemblent « le sentiment et la volonté partagés par plusieurs individus d'appartenir à un même groupe et de se présenter comme tels dans l'espace public », explique Debarbieux (2012 : 2). C'est alors l'identification qui entre en jeu (Marc, 2016 : 33). Elle permet à des personnes de s'identifier par la même « identité », comme par exemple, en tant que personne faisant partie de la communauté LGBTQ+ (Jaurand, 2015). « C'est pourquoi les spécialistes des sciences sociales peuvent parler d'identité sociale, politique, culturelle, ethnique, nationale, etc. ou, pour compliquer un peu les choses, d'identité socioculturelle, ethno-culturelle, sociolinguistique, ethno-nationale, etc. », énumère Dorais (2004 : 4). L'être humain est alors capable de s'identifier à de multiples groupes, avec les personnes qui viennent du même « milieu local », du même « groupe d'âge », de la même « classe sociale », de la même « appartenance professionnelle », ou encore du même « club sportif », ainsi qu'évidemment, la même « identité nationale » (Marc, 2016 : 33). La construction identitaire n'est donc jamais complète – c'est un processus en constante réévaluation (Marc, 2016 ; Dorais 2004).

Dans cette étude, l'identité dont il est avant tout question est l'identité culturelle, qui n'est pas à confondre avec l'identité nationale. Dorais (2004 : 5) la définit comme une « manière partiellement commune de comprendre l'univers ». Elle se développe à travers la relation à son environnement et le partage d'idées, de valeurs, de traditions, de croyances, et de savoir-faire communs, et elle s'appuie également sur les droits humains (Dorais, 2004 ; Déclaration de Mexico, 1982). L'UNESCO décrit la culture comme « l'ensemble des traits spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société » (Déclaration de Mexico, 1982). En somme, l'identité culturelle est, selon Dorais, « la somme des traits caractérisant le mode de vie et la vision du monde d'un peuple quelconque » (2004 : 5), constituant ce qui « façonne les individus et les sociétés, en favorisant l'unité par le biais de valeurs et de traditions partagées » (Déclaration de Mexico, 1982). Elle englobe aussi des cultures spécialisées ou sous-cultures.

Quant à l'identité nationale, c'est « la conscience d'appartenir à un peuple qui, sous la gouverne de l'Etat, a le droit et le devoir de contrôler un territoire bien délimité et de le défendre contre les étrangers si besoin est », selon Dorais (2004 : 9). Elle est souvent liée au discours idéologique du nationalisme et c'est en liant les deux éléments que les gouvernements espèrent unifier sous les « groupes socialement et culturellement divergents » afin qu'elles deviennent une seule « collectivité » partageant les mêmes intérêts de leur nation (Dorais, 2004 : 9). Autrement dit, c'est un groupe d'individus qui partagent une histoire, une langue, une culture et un sentiment d'appartenance qui compose une nation (Erdal, 2019). L'identité nationale est également liée à « l'allégeance à la nation, au sens de d'entité ethnique ou religieuse » et à « l'allégeance à l'Etat dans le sens législative et institutionnelle », souligne Erdal (2019). Ces valeurs, selon elle, renforcent la conscience nationale et la vision partagée de la nation (Erdal, 2019).

En résumé, la construction identitaire est un processus complexe et dynamique qui se développe sous plusieurs angles et qui impliquent l'environnement, influencé par les interactions avec les éléments qui construisent le monde, le lien avec un, voire plusieurs groupes, aboutissant à la création d'une culture ou d'une sous-culture commune partagée. Ainsi, cette construction ne s'arrête jamais car elle est en perpétuelle réflexion. « L'identité se construit dans ce double mouvement relationnel de rapprochement et d'opposition, d'ouverture et de fermeture, d'assimilation et de différenciation », résume Marc (2016 : 32).

Il existe plusieurs moyens pour exprimer son identité. Il y a la prise de parole, les actions du quotidien, le style vestimentaire, etc., il est évident que les arts corporels – le maquillage, les tatouages, les perçages etc. – en sont un parfait exemple. Ils permettent à chaque être humain de vivre son identité. Ce sont des moyens de revendications et d'expressions identitaires (Sanders et Vail, 2008). A travers ces derniers, l'être humain peut démontrer son appartenance culturelle, ses goûts esthétiques et/ou artistiques, ce qu'il soutient et revendique, et ce qu'il dénonce et rejette, bref : sa manière de penser, de vivre. Les arts corporels peuvent être un moyen de faire comprendre à l'autre comment la personne se voit et veut qu'on la voit.

4.2 Les arts corporels – le regard sur le corps

L'acquisition d'un art corporel marque non seulement une intervention sur le corps physique mais également sur l'identité de la personne (Benasso et Stagi, 2021 : 827).

Quand quelqu'un modifie son corps par le tatouage ou le perçage – des modifications corporelles plus ou moins permanentes –, son rapport avec ce dit corps change. Il évolue. « La pulsion qui est en jeu dans le champ du visible, c'est le regard », écrit Wiener (2004 : 160). Ce regard sur notre corps mais aussi le regard des autres qui nous voient, ici, marqué. Nous pouvons reprendre la citation connue du philosophe français, Jean-Paul Sartre, dans sa pièce de théâtre *Huits clos* (1943), « L'enfer, c'est les autres ». La personne marquée a conscience qu'elle peut être la cible de jugements. Certaines personnes ne peuvent pas supporter le regard désapprouvateur des autres à leur égard.

Dans certaines sociétés, ce regard peut s'avérer destructeur et remettre en question le contrôle de son propre corps, surtout pour les femmes. Même si les mœurs et les normes évoluent, le corps des femmes reste toujours un sujet de débat, de critique et de jugement, sans leur consentement. Elles demeurent toujours cibles de stigmatisations sociétales et sexistes concernant la manière dont elles décident de gérer leur corps (Armstrong *et al.*, 2008 : 881-883 ; Merot, 2005 : 1592). Selon Le Breton (2008 : 127), « [s]i la femme a un corps qui la définit pour le meilleur ou pour le pire, l'homme est plutôt son corps, il existe par ce qu'il fait, ou simplement du fait d'être un homme, valorisé déjà en tant que tel ». Cela conduit des femmes à s'infliger des blessures corporelles délibérées, des « entames corporelles » ou encore « [b]iffure de soi comme on raye une phrase

malencontreuse », poursuit-il (Le Breton, 2008 : 127). Il termine en écrivant : « [l]e corps est en trop : il enferme en soi à la manière d'une prison d'identité » (Le Breton, 2008 : 127). D'après une étude de l'IFOP (Institut Français d'Opinion Publique), en 2023 : 60% des françaises ont déclaré ne pas aimer leur corps (Kraus et Jussian, 2023 : 4). D'ailleurs, cette dernière a constaté que plus on monte en âge, plus il y a de femmes qui n'apprécient pas leur corps : 47% pour les 18-24 ans, contre 76% pour celles qui ont 75 ans et plus (Kraus et Jussian, 2023 : 6-7).

En ce qui concerne le regard sur le corps des hommes, la perspective est différente – dans la société occidentale moderne. Il va de soi que les hommes aussi subissent le mal du regard des autres sur leur corps. Leur cas est cependant plus tabou que celui des femmes. Beaucoup d'entre eux ne parlent pas, trop peu de leurs complexes ou bien ils ne sont pas assez entendus, en témoigne le faible nombre de recherches sur le sujet. Cependant, d'après l'étude de l'IFOP déjà mentionné plus haut, on constate 33% des hommes français n'aiment pas leur corps (Kraus et Jussian, 2023 : 4). D'après Drummond (2011 : 115), durant leur adolescence jusqu'à environ 35 ans, de nombreux hommes hétérosexuels envisagent le corps masculin comme étant musclé et fort. Cette perception a, en parti, selon l'auteur, pour objectif de séduire les femmes, de se marier avec elles et ainsi, prouver qu'ils sont plus forts qu'elles mais surtout qu'ils sont capables de les protéger (Drummond, 2011). Néanmoins, il est bon de remarquer qu'ils n'échappent pas à la volonté de comparer leur corps à celui des autres hommes, ce qui peut entraîner chez eux des complexes (Kraus et Jussian, 2023 ; Galioto et Crowther, 2013). De plus, il ne faut pas négliger que l'endroit le plus propice pour se comparer aux autres et *in fine* se valoriser ou dans le cas contraire se dévaloriser, c'est la plage (Kraus et Jussian, 2023 ; Johansson et Andersson, 2016 ; Granger, 2003). Pour pouvoir se baigner et bronzer un peu, il faut se mettre en maillot de bain – en général, le maillot une pièce ou deux pièces pour les femmes et le short plus ou moins courts pour les hommes. C'est au moment de découvrir leur corps avec toutes ses particularités – poils, cicatrices et toutes autres formes corporelles voyantes – que les personnes sont les plus vulnérables (Coëffé, 2010 ; Granger, 2003). Certaines personnes ont l'impression que tout le monde les regarde ; d'autres, fières de leur corps, aiment se pavaner (Johansson et Andersson, 2016 : 12 ; Coëffé, 2010 ; Granger, 2003). On compte plus de la moitié des français (67%) qui ne sont pas à l'aise en maillot de bain, à la plage dont 67% des femmes et 39% des hommes (Kraus et Jussian, 2023 : 6). Selon Kraus et Jussian (2023 : 6-7), 43% des hommes âgés de 25 à 34 se sentent mal à l'aise de se présenter en maillot de bain sur la

plage. Il est intéressant de constater que 78% des hommes interrogés préparent leur corps pour l'été – le fameux corps d'été –, dont 65% par le sport et la musculation (Krauss et Jussian, 2023 : 8). D'ailleurs, les hommes ont plus tendance à comparer leur corps avec celui de leurs amis, 76% alors que parmi les femmes, elles ne sont « que » 54% à se comparer avec les leurs (Kraus et Jussian : 12). Les hommes à la plage rencontrent des complexes, car 81% d'entre eux souhaiteraient rencontrer ou séduire un ou une partenaire (Kraus et Jussian, 2023 : 12). Également, les hommes seraient davantage confrontés à des remarques désobligeantes sur leur physique – 50% par l'entourage et 44% sur les réseaux sociaux et dans la rue (Kraus et Jussian, 2023 : 12). Ainsi, 40% des hommes ressentent un trouble à l'approche de l'été, contre 57% des femmes, dont 88% d'entre elles ont entre 15 et 17 ans, suivis de 84% des femmes entre 18 et 24 ans (Kraus et Jussian, 2023 : 21). Alors que les hommes témoignant le plus haut pic de trouble à l'approche de l'été n'est que de 48% pour ceux qui ont entre 25 et 34 ans (Kraus et Jussian, 2023 : 21).

Cette étude de Kraus et Jussian (2023) témoigne d'une différence de confiance en leur corps entre les hommes et les femmes. Elle démontre que malgré les complexes qu'expriment les hommes, les femmes sont toujours celles qui ressentent le plus de malaise par rapport à leur corps. C'est 49% d'entre elles qui deviennent stressées, anxieuses et nerveuses à l'approche de l'été (Kraus et Jussian, 2023 : 18). Cette perception du corps s'inscrit dans un cadre où le regard des autres joue un rôle central. Les arts corporels, comme le tatouage, peuvent aider à renforcer la confiance en soi et à mieux accepter son apparence (Le Breton, 2016 : 136). Certains adeptes choisissent de camoufler des parties de leur corps grâce au tatouage, ce qui leur permet d'être plus à l'aise face au regard des autres. Par exemple, il est possible de se faire tatouer par-dessus une cicatrice, notamment une mastectomie (Girard *et al.*, 2020 : 150 ; Strübel et Jones, 2017 : 5). Il existe d'ailleurs des tatoueurs spécialisés en dermographie réparatrice, consistant à camoufler les cicatrices ou les vergetures, grâce à une encre qui « imite la couleur d'origine de la peau » (Guillou, 2019). D'un autre côté, certains tatouages ne cherchent pas à dissimuler, mais plutôt à détourner l'attention d'une partie du corps jugée gênante (Riout, 2019 : 89 ; Strübel et Jones, 2017 : 16).

Le Breton (2016 : 137) souligne que les personnes tatouées peuvent ressentir de la fierté et du plaisir à exhiber leurs tatouages lors de certaines situations, comme à la plage ou lors d'activités sportives. Dans cette perspective, Riout (2006 : 44) affirme que – dans les cas des adeptes des arts corporels

– « [l]e regard de l'autre est sollicité par les inscriptions sur le corps qui sont un appel au lien. Les dessins, les lettres, les marques s'adressent à l'Autre, attendent un destinataire ». Ainsi, le tatouage s'inscrit dans l'identité physique au même plan que les autres marques corporelles telles que les cicatrices, les tâches de naissance ou les rides (Tapia, 2019 : 12 ; Koselleck, 1987 : 7). Celles-ci à la fois intime et sociale, ouvre une réflexion sur l'expérience du tatouage en tant qu'acte impliquant une interaction particulière entre le tatoueur et son client.

Durant les séances de tatouage, une sphère d'intimité s'installe entre le tatoueur et le client que Kiskaddon (2024 : 15, traduction libre) appelle une « intimité professionnelle ». Pour pratiquer sa profession, le tatoueur doit toucher le client et même parfois s'approcher de ses parties intimes (Kiskaddon, 2024 : 20). Pour donner confiance à son client, l'artiste se doit d'être le plus rassurant possible, par exemple, en reflétant l'image d'un professionnel amical et compréhensif durant les premiers échanges interpersonnels avant la séance (Kiskaddon, 2024 : 10). L'un des attributs de l'intimité, selon Hue (2012 : 213) serait « le respect de la bonne distance et du territoire de chacun ». Selon Kiskaddon (2024 : 10), « tattooers who do this well are good at their jobs, even if their tattoos aren't the best ». Un tatoueur lui a affirmé que « I and many of my clients would prefer to get tattoos from someone who's good to work *with* before booking an appointment with some asshole who does great tattoos » (Kiskaddon, 2024 : 10, souligné dans le texte). Être artiste tatoueur, est un métier considéré comme un « travail du corps » (Kiskaddon, 2024 : 20, traduction libre). L'artiste tatoueur doit impérativement mettre à l'aise son client au sein de cette sphère d'intimité (Kiskaddon, 2024 : 20).

Comme souligné précédemment les études démontrent que les arts corporels contribuent à améliorer la confiance en soi et le contrôle de son corps (Strübel et Jones, 2017 ; Le Breton, 2016 ; Stirn *et al.*, 2011 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Le Breton, 2008 ; Tiggemann et Golder, 2006 ; Wiener, 2004 ; Millner et Eichold, 2001). Il apparaît que certaines personnes portant des arts corporels revendiquent une nouvelle assurance vis-à-vis de leur corps grâce à ces derniers. À ce sujet, Le Breton (2016 : 136) explique, « nombre de tatoués n'aimaient pas leur corps (manière de dire qu'ils ne s'aimaient pas) avant l'intervention du tatoueur : en sortant de la boutique, ils avaient déjà l'impression d'une remise au monde, d'avoir fait peau neuve. Le tatouage procure alors une force intérieure, une maturation, le sentiment d'une renaissance ». Il semblerait qu'avoir

un art corporel aide à surpasser un complexe physique et le regard des autres, « I felt confident about showing off an area that I was always afraid to », confie une participante de l'étude de Strübel et Jones (2017 : 17).

Certaines personnes tatouées considèrent ainsi leur corps comme une œuvre d'art. En quel cas, le regard des autres est bien recherché. « Ainsi, l'un d'entre eux peut décider de se donner en spectacle aux autres en offrant à leurs regards son corps comme œuvre d'art : il l'exhibe mais aussi il peut l'entailler, le suspendre, le transformer », écrit Rioult (2006 : 42). Wiener (2004 : 165) ajoute que « [c]ommettre un tatouage, se faire tatouer convoque de l'Autre comme regard, mais peut aussi constituer une tentative d'incorporer un signifiant, une différence ». L'autrice semble vouloir montrer que le tatouage est un moyen d'attirer l'attention d'autrui, de montrer sa « différence » (Wiener, 2004 : 165). Merot (2005 : 1588) trouve qu'il y a « chez les tenants de l'art corporel une intention particulière d'agresser l'autre en s'agressant eux-mêmes ». Il utilise des expressions telles que « dérouter l'autre » et « susciter l'incompréhension », pour définir cette volonté de la part des adeptes de provoquer et de choquer le regard des autres (Merot, 2005 : 1588). Ainsi, ce qui est plus marquant pour l'entourage c'est qu'il ne sait pas pourquoi ces personnes « s'infligent » les tatouages et autres formes d'art corporel. Ils sont « ignorant du cheminement », sauf s'ils osent le demander (Merot, 2005 : 1588). Comme si ces personnes-là étaient des énigmes, les non-adeptes ne comprennent pas forcément pourquoi elles choisissent de « s'infliger » ça. En parallèle de cette dimension provocatrice, il convient de souligner la dimension d'expression identitaire, qui permet de naviguer entre appartenance collective et affirmation de singularité.

Selon Le Breton (2008 : 124), les personnes des générations plus jeunes utilisent les arts corporels comme les perçages et les tatouages pour revendiquer leur originalité mais aussi parce qu'« [i]l s'agit de trouver une manière personnelle de s'affilier à la foule et de s'en détacher discrètement aux yeux de ceux dont le regard compte. Tentative de se distinguer, d'établir une frontière entre soi et les autres, tout en ménageant des passerelles pour ne pas se perdre dans la solitude ». En somme, Le Breton (2008) voit dans ces pratiques un double mouvement d'affiliation et de différenciation, où les individus naviguent entre le besoin de faire partie d'un groupe et celui de préserver leur unicité.

« Exister c'est aujourd'hui être reconnu, ou plutôt recevoir l'onction du regard des autres », explique Le Breton (2008 : 126). Se faire tatouer n'est ainsi pas simplement un acte esthétique. Il comporte des aspects sociaux (voire politiques) et personnels (voire identitaires). Comme on l'a constaté, c'est à la fois un moyen de susciter l'attention des autres et une manière d'incorporer quelque chose de significatif et de différent à sa propre identité corporelle. Également, c'est un moyen de surmonter ses complexes physiques et développer un sentiment de fierté envers son corps. Avoir un art corporel semble changer la perception de l'hôte sur son corps et sur son identité. « [A] tattoo is expected to alter the new wearer's perception of their body and their identity », écrivent Roggenkamp *et al.* (2017 : 153). Cette perception des autres sur elle amène la personne tatouée à ressentir son appartenance à un groupe (Frankel *et al.*, 2019) ou à améliorer son appréciation visuelle et lui donner l'impression de contrôler son corps, de se l'approprier ou de se le réapproprier (Le Breton, 2008).

Le regard des autres peut inciter à des transformations corporelles pour se distinguer. Les arts corporels dépassent la simple modification physique, permettant d'affirmer une identité unique tout en naviguant entre conformité et distinction sociale.

4.3 Le corps – reflet d'une culture et d'une société

Si le corps agit comme véhicule explicite de l'identité, il reflète également par la posture et la démarche de la personne sa culture et celle de la société dans laquelle elle vit, voire son éducation et ses intérêts (Bell, 2014 ; Rioult, 2006 ; Yamada, 1997 ; Falk, 1995 ; Aubaile-Sallenave, 1982 ; Mauss, 1934r.1968). Rioult (2006 : 42) explique que « [l]e corps, [...] est un parchemin, un livre, sur lequel on lit l'histoire de l'individu dont il porte la marque ».

Selon McCarron (1999 : 310), « the body is a slave ». Pourrait-on dire que le corps est victime et esclave de la société dans laquelle il s'inscrit ? Baudrillard (1970, cité dans Lachaud et Lahuerta, 2007 : 85) estime que lorsque le corps est instrumentalisé et glorifié, il devient un capital. Pour Mauss (1934r.1968 : 10), « [l]e corps est le premier et le plus naturel instrument de l'[H]omme ». Ainsi, il démontre que le corps est un moyen de socialisation dans une culture ou une société, où l'individu apprend différentes postures et gestes du corps en fonction de son milieu. Un exemple concret de cette socialisation corporelle est la célèbre bise française (Benzina *et al.*, 2019). Ce mode de salutation, spécifique aux Français, varie selon les régions et les préférences personnelles

: quelle joue tendre en première, combien de bises échanger (une, deux, trois, voire quatre) et même le vocabulaire employé pour désigner cette action (se boujouter, se biser, se faire une bise, etc.) (Benzina *et al.*, 2019). Plus largement, la posture corporelle, la démarche et d'autres manières d'être et d'agir reflètent des codes sociétaux et culturels (Falk, 1995 : 96). Un autre exemple, toutes les armées n'adoptent pas la même démarche, illustrant ainsi des formes de conformisme et de soumission propres à chaque organisation (Mauss, 1934r.1968 : 17). Ces postures et ces façons de se mouvoir sont des comportements acquis, façonnés par « les sociétés, les éducations, les convenances et les modes, les prestiges », comme l'explique Mauss (1934r.1968 : 7).

C'est pourquoi, les arts corporels peuvent démontrer l'appartenance sociétale et culturelle (même sous-culturelle), ou encore religieuse d'une personne. Par exemple, si une personne a de la peinture de henné sur ses mains, nous pouvons interpréter qu'elle est de religion musulmane ou bien indouiste (Saif, 2016 ; Aubaile-Sallenave, 1982). Si une personne possède un tatouage maori, nous pouvons supposer qu'elle appartient et s'identifie à cette culture (Bell, 2014).

De nos jours, la société occidentale s'inscrit dans un temps hypermoderne (Lipovetsky et Charles, 2004 ; Citot, 2004). A travers cela, les personnes s'intéressent beaucoup à leur corps (Citot, 2004 : 186). Selon Tissier-Desbordes (2006 : 179), cette société moderne est individualiste et « le corps devient un double, un autre privilégié, un partenaire, un alter ego qui sert ou dessert le propriétaire de ce corps », car l'être humain est seul et qu'il ne lui reste que son corps comme soutien de bien-être. Elle poursuit en expliquant que le corps peut soutenir plusieurs apparences, plusieurs identités mais que dans le « cyberspace », par exemple, il n'existe pas (Tissier-Desbordes, 2006 : 179). Enfin, il y a Wiener (2004 : 168) qui interprète, dans la vie moderne, le corps tatoué comme « l'affichage de soi dans le cadre d'une société du spectacle ».

Dans les sociétés traditionnelles, adeptes des arts corporels, les membres les utilisent pour s'affilier symboliquement à la culture et aux groupes dans lesquels ils vivent (Le Breton, 2008 : 126). C'est le cas, par exemple, des membres de la culture maori en Nouvelle-Zélande (Bell, 2014) ou de celle des Tchikrins, au Brésil (Sanders et Vail, 2008 : 8). En revanche, les personnes issues de la société occidentale contemporaine utilisent les arts corporels pour s'individualiser et se distinguer des autres. « Les marques corporelles de nos sociétés sont, à l'opposé de celles des sociétés traditionnelles – même si elles en miment le principe –, souvent accompagnées de la revendication

enthousiaste de l'acteur », écrit Le Breton (2008 : 126). Il explique que « [d]ans nos sociétés, elles sont individualisantes ; elles signent un sujet singulier dont le corps n'est pas relieur à la communauté et au cosmos comme il l'est dans ces sociétés mais, à l'inverse, elles affirment leur irréductible individualité » (Le Breton, 2008 : 126). D'après Le Breton (2008 : 122), les arts corporels sont comme une « ligne de défense », une « cuirasse symbolique ».

Ferreira (2014 : 315) rejoint cette théorie en se basant davantage sur les « jeunes populations » qui, pour se sentir exister, adoptent « the violation of the dominant standards of bodily discretion, respectability, and integrity ». Le chercheur observe: « [t]hey refuse a social condition of anonymity and indifference and they manifest their individual presence in the world » (Ferreira, 2014 : 314). Cela suit l'idée de Bauman (2001 : 15) témoignant « la nécessité de devenir ce que l'on est la caractéristique même de la vie moderne ». Néanmoins, dans le contexte du tatouage, Junio *et al.* (2024 : 87) observent que les membres de la génération Z sont plus enclins à choisir le dessin de leur tatouage si leur entourage le valide. Ainsi, ces personnes qui cherchent à se différencier seraient aussi, tout de même, soumises à l'approbation et la validation sociale des autres, un peu comme demander une bénédiction.

4.4 Construction identitaire à travers les arts corporels

L'identité se construit à travers les expériences vécues, les influences et les pratiques culturelles. Parmi celles-ci, les arts corporels occupent une place singulière, offrant un espace d'expression où le corps peut être à la fois support et message. Ces derniers permettent d'exprimer et de revendiquer son identité. Cependant, ils peuvent impliquer une prise de risque quant à l'intégrité physique et/ou sociale. Pourtant, nombre de personnes acceptent ces risques en raison du sens thérapeutique et/ou esthétique qu'elles attribuent aux arts corporels. Ils peuvent les aider dans leur parcours personnel et dans l'expression de leur identité. On y explorera une dualité dans la pratique des arts corporels entre prise de risque et quête thérapeutique.

4.4.1 Les arts corporels, une prise de risque

La pratique des arts corporels comporte des risques, pour la personne, tant sur le plan sanitaire que sur le plan social. D'un point de vue sanitaire, le respect des normes d'hygiène et les soins post-

intervention sont essentiels pour éviter les complications. Socialement, ces modifications peuvent influencer la perception des autres, impactant le statut et l'acceptation de l'individu, les modifications corporelles étant parfois sujettes à des jugements ou des préjugés.

Lasch (1984 : 38, cité dans Bauman, 2001 : 21) observe que les identités contemporaines seraient jetables, c'est-à-dire que l'on peut les adopter un jour et les rejeter le lendemain. Effectivement, il est possible de se débarrasser d'un perçage, en enlevant le bijou – bien que des marques de perforations peuvent rester sur la peau, selon le type de perçage. Les encres du henné s'effacent avec le temps. Le maquillage peut être démaquillé ; la peinture de corps part avec l'eau, etc.

Néanmoins, certains types d'art corporel permanents nécessitent des démarches onéreuses et parfois douloureuses pour être « effacées » (Müller, 2024 ; Armstrong *et al.*, 2008). Cela ne freine pas le désir de nombreuses personnes qui souhaitent se faire retirer leurs tatouages du passé. Leurs raisons varient entre le changement dans sa perception de son art corporel (ne plus aimer ou même en être gêné), la nécessité de retrouver l'intégrité physique de sa peau, de son corps afin de se protéger du jugement des autres pour des fonctions sociales ou professionnelles (l'obtention d'un travail) ou par fatigue de la pression du regard de la société (les commentaires négatifs, les problèmes de stigmatisation au travail ou à l'école) (Armstrong *et al.*, 2008 : 881). Dans le cas spécifique du tatouage, le principal moyen de s'en débarrasser nécessite un traitement de laser clinique, mais il existe d'autres alternatives, telles que la recoloration du tatouage et le « recouvrement » – une technique qui consiste à couvrir un tatouage existant par un autre (Armstrong *et al.*, 2008 : 881, traduction libre). Souvent, avant de passer à l'acte – se départir d'un art corporel, la personne cherche généralement à couvrir la partie du corps gênante à l'aide de cosmétiques, de vêtements, ou même de bandages adhésifs (Armstrong *et al.*, 2008 : 881).

Tews et Stafford (2020) démontrent que les personnes souhaitant travailler dans les emplois en hospitalité, surtout lorsqu'elles ont un contact direct avec les clients, ont plus de difficultés à être embauchées si elles ont des tatouages visibles. D'après certains employeurs, ces personnes-là inspirent moins de crédibilité, de compétence et de sociabilité (Tews et Stafford, 2020 : 882). D'ailleurs, Bell (1999 : 56) confie que « you would be surprised how many business men and women have body suits under their business suits ! ».

« Individual actions regarding removal [are] still about dissociating from the past, as well as about shifting identity focus, to “move on,” perhaps even to seek other products (or for some, another tattoo) that would again contribute to the need for uniqueness », observent Armstrong *et al.* (2008 : 882). Cela illustre la complexité des motivations derrière les modifications corporelles, voire leur retrait. Ces actions ne sont pas simplement des gestes superficiels, mais des manifestations profondes de la manière dont les individus négocient leur identité et leur rapport au passé et au présent. La dissociation du passé, la réorientation de l'identité, le désir de progression personnelle et le besoin d'unicité sont tous des éléments interconnectés qui façonnent ces décisions et soulignent l'importance des arts corporels dans la construction et la reconstruction de soi.

Du fait d'être intégré à la peau – l'enveloppe naturelle du corps, le tatouage a un impact sur l'expression identitaire plus important que celui du style vestimentaire, par exemple. Ainsi, ces types de modifications corporelles représentent des marques de la personnalité, passées pour certaines personnes ou toujours actuelles pour d'autres (Le Breton, 2008 : 131). Le Breton (2008 : 126) poursuit : « [l]e changement de statut se dédouble d'un signe d'autonomie ». Ainsi, c'est la volonté de l'individualité et du contrôle sur son corps qui prônent.

Comme le décrivent Dresler (2021) ainsi que Kjielgaard et Bengtsson (2005), en raison de ses modifications – naturelles, accidentelles ou artistiques, le corps devient un récit, « body narrative ». Effectivement, au fil d'une vie, le corps est le moyen de sauvegarde d'un chapitre achevé et de reconquête de soi. Ainsi, nous pouvons parler d'« acte de passage » (Le Breton 2008 : 133). « [L]a peau constitue une frontière par laquelle l'individu définit sa relation à l'autre, au monde, frontière physique, mais aussi morale, à la fois révélatrice et potentiellement curatrice de la psyché par les mises en scène du soi qu'elle rend possibles », estime Le Breton (2008, cité dans Girard *et al.*, 2019 : 108). Le Breton (2008 : 125, 133) voit les marques qu'infligent les modifications corporelles sur le corps sont des « signatures », qui pour l'hôte fait émerger un sentiment d'appartenance et de contrôle de son propre corps, « [e]lle traduit une symbolique d'appropriation, d'inclusion à soi ».

De plus, dans ce contexte des modifications corporelles, il y a une prise de risque au corps. Personne n'est à l'abri d'infections ou de changement de goûts artistiques et esthétiques, ou de remise en question sur la façon de « traiter » son corps (Armstrong *et al.*, 2008 ; Le Breton, 2008).

Nous retrouvons tout de même des cas de personnes où cette prise de risque fait partie du jeu et qu'elles sont prêtes à en assumer toutes les conséquences. Pour Le Breton (2008 : 128), cette prise de risque c'est « [l]a douleur, l'incision, le sang endiguent le trop plein d'une souffrance débordante et écrasante et rappellent au sujet qu'il est vivant à travers la brutale sensation d'existence ainsi provoquée ». Pour Rioult (2006 : 42), la prise de risque et la douleur qui est infligée durant la séance d'art corporel constituent un moyen de revendication des personnes tatouées pour se démarquer, montrer qu'elles ont eu le courage et la force de l'avoir surpasser. Pour plusieurs chercheurs cette quête de douleur renvoie à du masochisme chez les personnes adeptes des arts corporels (Rioult, 2006 : 43 ; Merot, 2005 : 1585 ; Korf-Sausse, 2004). Cette douleur à venir est consciente et peut même découler encore d'une volonté de contrôle, c'est la personne qui se fait tatouer qui décide qu'elle va avoir mal (Benasso et Stagi, 2021 : 817)

4.5.2 Les arts corporels comme moyen de thérapie

Si le corps est un moyen de raconter son histoire, il peut aussi devenir un outil de guérison par le biais des arts corporels. On parle alors d'art thérapeutique. Des études explorent cette théorie où les personnes s'étant faites tatouer y ont trouvé une force thérapeutique, un moyen de guérir d'un traumatisme (Alter-Muri, 2020 : 6 ; Rioult, 2019 ; Stirn *et al.*, 2011 ; Le Breton, 2008). Pour Alter-Muri (2020 : 6), cette forme de « thérapie » permettrait une connexion entre le tatouage, la guérison, l'identité personnelle et l'émancipation. De cette dynamique découle la volonté de l'expression personnelle et la fonction de mémoire, un moyen de se rappeler de cet acte de passage (Alter-Muri, 2020 : 6, traduction libre).

« En période de crise personnelle, la marque corporelle est un instrument symbolique de reconquête de soi, un motif de construction identitaire, de transformation de soi du fait de l'investissement dont le tatouage ou le piercing sont l'objet pour le sujet », souligne Le Breton (2008 : 133). Cela rappelle la tradition des rites de passages marqués par l'acquisition d'un nouveau tatouage dans la culture maori (Bell, 2014). En fait, nous retrouvons encore une fois une différence d'appropriation et d'utilisation des arts corporels entre les cultures qui les utilisent : pour certaines cultures traditionnelles ils sont des « objets » et des symboles culturels, tandis que dans les cultures modernes occidentales, ils répondent davantage à un « besoin » personnel, souvent lié à l'expression de l'individualité et l'histoire individuelle.

Le Breton (2008 : 133) témoigne d'un « acte de passage qui a une valeur d'auto-initiation ». De son côté, Rioult (2006 : 42) explique que ces rites de passage ou « rites d'initiations » permettent d'intégrer la « communauté de ceux qui se veulent différents ». Diktas (2020 : 1) ajoute qu'au travers des tatouages religieux, c'est un moyen de guérison et de protection. Dans l'étude d'Alter-Muri (2020 : 6), 72% des participants considèrent que leurs tatouages les rendent plus forts tandis que 45% considèrent que leurs tatouages les « guérissent ». Quant à Rioult (2019), elle observe que les personnes qui ont eu recours à la scarification pour se faire du mal volontairement, le tatouage est devenu un moyen de guérison, « [l]eur corps est toujours le support de « leurs dire » mais elles [ses participantes] ont choisi un procédé ornemental et non plus mutilant ». Elle poursuit, « Il passerait d'une valeur blessante mais apaisante à une fonction plus ornementale mais qui passe aussi par la douleur » (Rioult, 2019 : 90).

L'art corporel aide ainsi à guérir et à surmonter un chapitre difficile de leur vie, par un lien avec la mémoire d'un proche décédé, ou bien un traumatisme, c'est un rappel d'un accomplissement et l'acceptation de soi (Alter-Muri, 2020 : 6 ; Le Breton, 2008 : 13). Comme l'observe bien Rioult (2006 : 42), « [a]insi, le corps est le support d'une expression de l'intime, et de manière irréversible ». L'impact du tatouage sur l'expression et la construction identitaire influence une « appropriation imaginaire du corps » et permet de développer « une sorte de fabrique de soi », estime Wiener (2004 : 185).

Les arts corporels représentent un terrain fertile pour l'exploration identitaire, offrant à la fois un moyen de se différencier et de se connecter à des récits personnels et collectifs. Pour certains ils sont un moyen de guérison, d'acte de passage ou d'expression artistique. Ils témoignent de la richesse et de la diversité des façons qu'ont les personnes qui naviguent et réinventent leur identité dans un monde en constante évolution.

4.5 Etude de cas

Pour approfondir les questions abordées dans ce chapitre la construction et l'expression identitaire, les arts corporels comme moyen d'expression, le regard de soi-même sur son corps ou celui des autres, la prise de risque comme moyen thérapeutique pour se sentir mieux dans son corps – l'étude de cas permet de découvrir comment les participants se définissent à travers leurs arts

corporels. Elle permet de découvrir ce que les arts corporels représentent pour eux, ainsi que de savoir comment ils se sentent par rapport à eux-mêmes et autres avec leurs arts corporels.

4.5.1 Avoir des arts corporels, une revendication identitaire ?

Dans un premier temps, j'ai demandé aux participants du groupe B, à savoir les personnes ayant acquis un art corporel durant u voyage, s'ils se considéraient comme des adeptes du tatouage/art corporel (voir questionnaire, Annexe B). Parmi les réponses, on compte 6 participants (B1, B2, B4, B6, B7, B8) qui ont répondu par l'affirmative : « Etes-vous adepte du tatouage ? ». Les autres ont répondu de manière plus ou moins vague. « *Je ne dirais pas que je suis adepte, mais j'aime énormément les tatouages. Je trouve cela très esthétique et pour moi les tatouages représentent des choses symboliques* », a répondu une participante (B3). Un autre a expliqué ne pas être adepte mais bien aimer se faire tatouer (B9). « *Je trouve ça très beau mais je m'estime pas adepte* », répond une autre participante (B10).

Les adeptes choisissent l'art corporel (le tatouage) en fonction de leur goût de l'esthétisme et de la beauté des tatouages, l'effet de possession, l'effet artistique qu'ils donnent, la symbolique autour de ces derniers ainsi qu'évidemment leurs fonctions de mémoire du souvenir. Le participant B7 raconte qu'il se considère adepte parce qu'il s'intéresse beaucoup au sujet, qu'il a des tatouages et qu'il en veut d'autres. Il est intéressant de noter que les participants B3, B5 et B10 ne se considèrent pas comme adeptes alors qu'ils possèdent plus de 5 tatouages dont une dizaine pour la participante B5. Cela peut démontrer que l'on peut très bien avoir des tatouages, apprécier l'esthétisme et la signification qu'ils représentent sans nécessairement se considérer comme un adepte.

Au travers des études analysés, beaucoup de personnes souhaitent revendiquer leur individualité grâce aux arts corporels (Benasso et Stagi, 2021 ; Dresler, 2021 ; Girard *et al.*, 2020 ; Frankel *et al.*, 2019 ; Le Breton, 2016 ; Ferreira, 2016 ; Tiggemann et Hopkins, 2011 ; Stirn *et al.*, 2011 ; Antoswezki *et al.*, 2010 ; Wohlrab *et al.*, 2007 ; Tiggemann et Golder, 2006 ; Greif *et al.*, 1999 ; Yamada, 1997). À la question « À travers les arts corporels, est-ce que vous cherchez à vous individualiser ou à vous affilier à un groupe, à votre culture, votre religion ? », seul le participant B3 a affirmé que ça lui permettait de s'affilier à sa culture et à sa religion. Tous les autres participants cherchent à s'individualiser grâce aux arts corporels. Toutefois, certains ont voulu

apporter quelques nuances. Par exemple, la participante B1 explique, « *oui, je cherche à m'individualiser, mais en même temps, souvent, je remarque que ce n'est pas très individuel. Je ne suis pas la seule personne à mes types de perçages. Comme j'ai dit avant, je m'inspire des artistes que j'aime bien. Avec les tatouages et les perçages je me rapproche un peu des artistes du punk rock que j'admire* ». Le participant B4 trouve que ses tatouages l'individualisent car il a des pièces uniques. Cependant, il affirme qu'en étant tatoué, il est involontairement dans le groupe des personnes tatouées, même s'il ne cherche pas forcément à y être. Le participant B6 explique rechercher les deux objectifs, soit s'individualiser et s'affilier à un groupe « *dans le sens où maintenant je fais partie du groupe des personnes tatouées/percées. Ça me permet de lancer des conversations sur où est-ce que les gens les ont faits [leurs tatouages/perçages]. Je trouve ça vraiment intéressant* ». Le participant B2 souligne aussi cet aspect de se lier avec d'autres personnes tatouées en ayant des conversations autour de leurs tatouages. « *D'un côté, je ne pense pas réellement appartenir à un groupe. Mais, c'est toujours plaisant de rencontrer d'autres personnes et de discuter sur chaque tatouage qu'ils ont eu à l'étranger, car ils ont une histoire à raconter. C'est pourquoi, peut-être que oui, tu t'intègres à un groupe sans le savoir* », témoigne le participant B2. Pour en revenir au participant B6, il poursuit, « *mais ça me permet aussi de m'individualiser, parce que je me dis que mes tatouages qui sont « uniques ». Puis, ça reste des tatouages qui, même s'ils sont sur une autre personne, ils n'ont pas la même signification. Parce que souvent les tatouages je vais les faire par rapport à ce que j'ai vécu et ils auront des associations que je n'aurai faites par rapport à ma vie* ».

La majorité des participants estime ne pas faire partie de la « communauté » des personnes tatouées. La participante B1 explique : « *non [je n'en suis pas] parce que je trouve que je ne suis pas encore suffisamment tatouée pour me considérer comme une personne tatouée* ». Elle semble considérer un certain nombre de tatouages nécessaires – sans le préciser – pour s'identifier à cette communauté. La participante B6, quant à elle explique :

« *Je pense qu'au début, c'était vraiment pour me personnaliser, même si j'étais consciente que, peu importe le tatouage que je choisirais, beaucoup d'autres personnes auraient le même. Maintenant, ma relation avec le tatouage a évolué : je trouve intéressant d'observer les différentes variations qu'un même motif peut avoir. Par exemple, j'ai une fleur tatouée, et il y a tellement de gens qui ont aussi des fleurs. Mais c'est fascinant de voir les différents types et interprétations de ce motif. Je*

pense que, même si beaucoup partagent ce genre de tatouage, cela reste une expérience personnelle et individuelle, une relation unique avec ce que l'on a choisi de graver sur sa peau ».

Elle illustre le fait que l'appartenance à la communauté des personnes tatouées peut être ressentie à travers des motifs communs, tout en restant profondément ancrée dans une expérience subjective. En outre, cette communauté peut être perçue comme un espace de connexion collective, mais sans renier l'importance de la singularité de chacun.

4.5.2 Représentation des arts corporels pour les participants

Les arts corporels peuvent représenter différentes significations selon la personne qui les adopte. On a vu, plus tôt, qu'ils pouvaient servir l'expression esthétique, l'expression artistique, l'expression identitaire, l'appartenance à un groupe (sociétal ou culturel), un moyen de rituel de passage, un moyen de contrôle de soi et un moyen de mémoire (voir Tableau 3.1). Dans le cadre de l'étude, la motivation principale est la volonté d'acquérir un souvenir. Ces significations sont souvent profondes et complexes, car elles sont liées aux expériences personnelles, aux cultures, et aux contextes sociaux de chacun.

Les deux participants du groupe A, les artistes tatoueurs, estiment que les arts corporels permettent d'affirmer leur identité, leur personnalité, mais surtout dans leur cas, étant des tatoueurs, leur créativité. Ils ont parlé de « *reprise de son corps* » (A1) ou de « *récupération corporelle* » (A2). Ces termes indiquent une volonté de revendiquer son corps comme un espace d'expression personnelle. Pour la participante A1 c'est « *l'appartenance de son corps, d'en faire un bel objet un musée d'œuvres qui nous habitent, qui nous représentent, qui nous font vibrer* », tandis que le participant A2 décrit « *une façon de tourner la page, de faire un deuil, par exemple* ». Ainsi, ces deux points de vue, partagent une vision commune des arts corporels comme moyen d'affirmation de soi, mais mettent en lumière des nuances distinctes dans leur rapport au corps et à l'expression artistique. Ils illustrent simplement la polyvalence des arts corporels en tant que moyen de communication personnelle, de transformation et de reconstruction identitaire. D'un côté, on reconnaît ce moyen d'affirmation identitaire et fondamentalement artistique qu'a le tatouage. D'un autre côté, on retrouve cette fonction thérapeutique qu'il possède, devenant un support à la résilience et au renouveau.

La participante B1 décrit l'art corporel comme un moyen d'« *exprimer ses pensées* », un moyen de se sentir belle, de gagner confiance en elle, de se valoriser. Elle explique que les perçages qu'elle a au nez lui ont permis de mieux l'apprécier. Ceux-là lui sert également pour exprimer son style et provoquer un peu :

« J'étais pas très populaire à l'école. Ils [ses camarades] me voyaient comme la fille timide qui ne ferait jamais rien d'extraordinaire. C'était un peu difficile pour moi de commencer par ça, mais c'était aussi une façon de montrer que je pouvais être très belle et que je ne suis pas juste la gentille fille sage, par exemple. J'ai toujours aimé la musique punk et la musique rock ».

Müller (2024 : 43) explique dans son étude que lorsque le corps n'est pas apprécié, le tatouage serait un « outil permettant de rétablir l'harmonie entre corps et esprit ». C'est-à-dire que les arts corporels permettraient à améliorer l'amour envers son corps et la fierté de le montrer aux autres (Muller, 2024 : 43-44 ; Le Breton, 2016 : 136). Le Breton (2016 : 135) poursuit cette perspective, le tatouage procurerait un murissement personnel et accroît la confiance en soi.

Quant aux participants B2, B3 et B4, leurs arts corporels témoignent de leurs souvenirs de voyage. Le participant B2 aime admirer ses tatouages tandis que le participant B3 trouve que les arts corporels rajoutent du charisme. Le participant B4, qui s'est fait faire deux tatouages durant son PVT au Canada. Il dit :

« [Ç]a représente pas grand-chose je dois dire. Je vois ça plus comme quelque chose qui est posé là. Je vois le souvenir de l'endroit où je l'ai fait mais sinon ça m'apporte rien juste quand je le revois, j'ai le sourire. Ça, oui, ça me fait plaisir de l'avoir, parfois ça me fait rire. Mon deuxième j'en rigole quand je le vois parce qu'il fait quand même assez atypique. Ça me procure des émotions ».

Nous pouvons en conclure, dans ce cas-là, que les tatouages octroient de la joie à la personne qui les porte. Nous pourrions voir cela comme un moyen d'exprimer sa personnalité. De plus, il a parlé que ces tatouages étaient des moyens de marquer le coup durant son premier voyage seul lors de ses 21 ans. Ceci indique un moyen de marquer un acte de passage.

Les participants B5, B6, B7, B9 trouvent à travers les arts corporels, un moyen d'expression identitaire, esthétique et artistique et d'affirmation. La participante B5 explique que c'est une manière de se représenter de la manière qu'elle veut, qu'elle trouve ça beau et qu'elle trouve que c'est un moyen pour elle se parler à elle-même, ses tatouages deviennent un point de repère. Avoir des tatouages et des perçages lui ont aussi permis de mieux apprécier son corps. Cette conséquence, de mieux apprécier son corps, apparaît également dans le témoignage du participant B7. « *Je trouve que c'est un côté assez thérapeutique parce que ça permet à certaines personnes de s'aimer plus* », explique le participant (B7). « *Le fait d'avoir apporté des perçages et des tatouos à mon corps, ça m'a permis de m'aider à m'affirmer et à mieux aimer mon corps* ». La participante B6 parle d'un lâcher prise, « *travailler sur sa confiance en soi, sur son image que l'on renvoie aux autres et d'aller dire genre ça met égal. Ce que je fais je le fais pour moi* ».

La participante B8 exprime une véritable admiration pour l'art du tatouage. « *Je trouve que c'est de l'art, je trouve ça beau. J'aime l'idée de dessin, voir d'autres dessins sur les gens. Je trouve ça beau, si je vois un tatouage apparaitre, ça va m'attirer pour voir les autres tatouages, je trouve que c'est le fun, c'est inspirant* », décrit la participante (B8).

Mise à part le participant B3, aucun des participants de l'étude n'a exprimé que leurs arts corporels permettaient de démontrer volontairement leur appartenance à un groupe culturel et/ou sociétal. Le participant B3 a une croix chrétienne tatouée, représentant un symbole de sa religion.

Tableau 4.1 : Tableau recensant les significations des arts corporels des participants

	S'individualiser	Esthétique	Souvenir	Expression artistique	Expression identitaire	Appartenance à un groupe	Acte de passage	Contrôle/Confiance en soi
B1	X	X	X		X			X
B2	X	X	X		X			
B3	X	X	X			X		
B4	X	X	X		X		X	
B5	X	X			X			
B6	X		X		X			X

B7	X	X		X	X			X
B8	X	X	X	X				
B9	X		X		X			X
B10	X	X	X					

Source : Conception de l'autrice à partir des données recueillies lors des entrevues avec les participants de l'étude du groupe B.

J'ai repris les bases du Tableau 3.1, afin d'organiser et de recenser les différentes significations attribuées aux arts corporels par les participants du groupe B. On observe une pluralité de significations, allant de la volonté esthétique et de l'expression esthétique à l'expression identitaire culturelle et sociétale.

La catégorie « S'individualiser » est celle qui a été recueilli parmi tous les témoignages des participants, confirmant que cette motivation a une place centrale pour les personnes tatouées, rejoignant les études de Benasso et Stagi (2021), de Dresler (2021), de Girard *et al.* (2020), de Frankel *et al.* (2019), de Le Breton (2016), de Ferreira (2016), de Tiggemann et Hopkins (2011), de Stirn *et al.* (2011), d'Antoszewski *et al.* (2010), de Wohlrab *et al.* (2007), de Tiggemann et Golder (2006), de Greif *et al.* (1999) et de Yamada (1997).

Après celle-là, c'est la « Volonté esthétique » (B1, B2, B3, B4, B5, B7, B8, B10) et le « Souvenir » (B1, B2, B3, B4, B6, B8, B9, B10) qui sont les significations les plus fréquemment mentionnées. Cela montre que les participants perçoivent le tatouage comme une démarche esthétique et qu'ils voulaient rapporter un souvenir significatif de leur voyage. Par ailleurs, parmi les autres catégories du tableau, on souligne l'« Expression identitaire » qui se démarque avec 7 participants sur 10 (B1, B2, B4, B5, B6, B7, B9).

On peut également inclure le participant A2, qui avait évoqué le tatouage comme moyen d'exprimer son identité. Toutefois, bien que les arts corporels soient souvent associés à l'expression artistique, cette dernière n'est mentionnée que trois fois, en incluant la participante A1. En revanche, la catégorie « Contrôle/Confiance en soi » est recensée à quatre reprises, ce qui dépasse l'expression artistique. C'était également le cas dans le Tableau 3.1.

En somme, les arts corporels représentent un espace d'expression multidimensionnel, où esthétique, identité et expériences personnelles se croisent et se complètent.

4.5.3 Les sensations

Acquérir un art corporel peut être douloureux. C'est ce dont témoignent les participants B1, B3 et B4. Toutefois, une participante déclare que se faire tatouer est effectivement douloureux mais la satisfaction à la fin de la séance la rassure. Le participant B3 affirme quant à lui, qu'il déteste la sensation de se faire tatouer, qu'il lutte contre la douleur. Cependant, il se convainc toujours d'en refaire parce qu'il aime ses tatouages et ses symboliques. Ensuite, il y a les participants qui adorent se faire tatouer. Ils aiment la sensation (B2, B5, B6, B7, B10). *« Ça m'apaise énormément. Je suis plus tranquille et relax avec une tatoueuse qu'avec une coiffeuse »*, affirme un participant (B6). Les participants B5, B6 et B7 témoignent que ça les apaise et qu'ils sont capables de s'endormir durant la séance, *« dépendamment de la machine ou stick and poke. La machine je trouve ça plus rapide. T'es moins dans le méditatif. Mais un stick and poke je pourrais m'endormir je pense, il y a un côté répétitif, comme une transe »*, détaille une participante (B5). *« Pour les tatouages je me sens vraiment cool. J'ai comme toute cette excitation qui vient avant de faire le tattoo, je me sens vraiment relaxé, parfois, j'ai même envie de dormir »*, décrit un autre participant (B7).

Le participant B7 explique ne pas avoir la même tolérance à la douleur entre le tatouage et le perçage. *« Les perçages quand je les fais, j'aime vraiment pas ça. Je préfère mille fois la douleur du tatouage par rapport à celle du perçage. Je me sens toujours bien de les avoir et tout, mais après la cicatrisation. Je déteste ça »*. Le participant poursuit que lors de son tatouage à la côte, il a eu mal et qu'il n'était pas capable de s'endormir, tant la douleur était trop persistante. Il existe des zones du corps très sensibles, comme les côtes, le bas du dos, les chevilles et d'autres zones beaucoup moins sensibles, par exemple les avant-bras, les mollets et les cuisses (CNAM, 2024b).

On constate que la perception de la douleur est très subjective et varie d'un participant à un autre. Pour certains l'expérience est apaisante, voire méditative, au point même de pouvoir s'endormir pendant la séance (B5, B6, B7). Ceci témoigne d'un état de relaxation profonde. Cependant, ces états d'apaisements émergent seulement si les zones tatouées ne font pas partie des zones sensibles mentionnées précédemment. La sensibilité de la zone tatouée peut donc modifier la perception et

l'expérience globale de la séance de tatouage. En somme, on observe une diversité de ressentis liés aux arts corporels, entre douleur, plaisir, apaisement et excitation. Ces derniers dépendent de la zone tatouée, la technique utilisée et la sensibilité individuelle.

4.5.4 Le regard sur son corps et sur celui des autres

En faisant l'acquisition d'un art corporel, on pourrait penser que le regard des adeptes sur leur propre corps change. En effet, avoir des dessins, de la couleur, des perçages sur le visage, semble modifier l'apparence et l'image de soi face au monde. Cependant, il est étonnant de constater que, parmi les participants de l'étude, cela n'est pas systématiquement le cas.

À la question 22 : « Est-ce que votre regard sur votre corps a changé depuis que vous êtes tatoué/que vous avez des perçages ou d'autres formes d'art corporel ? », on compte six participants du groupe B qui ont répondu « *non* » (B2, B3, B4, B6, B8, B9, B10) contre trois « *oui* » (B1, B5, B7). La participante B1 se trouve plus belle depuis qu'elle possède des arts corporels. De plus, les participants B5 et B6 estiment qu'avoir des arts corporels les ont aidés à mieux apprécier leur corps.

La participante B8, en revanche, affirme ne pas trouver que son regard sur son corps a changé. Au contraire, elle trouverait ça « *bizarre* » si elle n'avait pas de tatouage. Elle en possède une trentaine. Quant à la participante B9 estime que son regard sur son corps n'a pas changé non plus, ajoutant que « *c'est vraiment un plus* ». Cette déclaration évoque la théorie de Kjeldgaard et Bengtsson (2005) selon laquelle les personnes ayant peu de tatouages les perçoivent comme un ornement, un accessoire. L'expression « *un plus* » (B9) pourrait renvoyer à cette idée d'avoir un accessoire ou un ornement qui enrichit l'apparence sans pour autant la transformer profondément.

En ce qui concerne le regard des participants sur le corps des autres, les résultats sont variés. C'était à la question 32b : « Quand est-il également votre regard sur le corps des autres ? ». Les participants B6, B8, B9 affirment que leur regard sur les corps des autres n'a pas changé non plus. Cependant, les participants B2, B3 et B4 qui avaient répondu « *non* » à la question 32, ont cette fois-ci répondu positivement à la question 32b. Le participant B2 précise, « *j'aime voir et admirer les beaux tatouages sur le corps des autres* ». Ici, on constate un regard enthousiaste, voire passionné. Le terme « admirer » souligne une curiosité et une appréciation, d'autant plus qu'il se

considère comme un partisan du tatouage. Le participant B3 affirme, « *je trouve que cela rajoute du charisme sur certaines personnes. Tout dépend du style choisi, de la quantité et également l'emplacement* ». On note qu'il avait répondu à la question précédente négativement alors qu'il reconnaît, ici, que les arts corporels ajoutent du « *charisme* ». Enfin, la participante B4 partage, « *ça me fait remarquer, regarder les autres qui ont des tatouages. Puis, c'est sûr qu'il y a un côté un peu critique qui se pose. Parfois, je me dis : "oh je ne me ferais jamais ça", ou, "je me ferais totalement ça"* ». Elle met en lumière sa capacité à critiquer les tatouages des autres, en partie parce qu'elle a aussi des tatouages. Les participants B1 et B7 rejoignent ce témoignage par rapport au regard critique, « *oui, je dirais que je porte beaucoup plus attention à ça. Je remarque que les gens ont des tatouages, je me permets de dire comme à moi, j'aimerais bien avoir ça, moi j'aimerais pas du tout avoir ça. Encore plus pour les perçages, ça m'inspire encore plus quand je vois les autres qui ont des combinaisons de perçages que j'ai pas encore vu* » (B1). Le participant B7 ajoute qu'il se rend à présent compte du travail nécessaire derrière un tatouage. Il poursuit, « *je connais toute la douleur et tout le travail qu'il y a derrière. Ça me permet d'avoir un regard beaucoup plus genre, je dirais empathique/émerveillé vis-à-vis des tatouages des autres* ».

Ces réponses montrent une évolution de perspective chez certains participants, qui, bien qu'ils n'aient pas ressenti de changement sur la perception de leur propre corps, semblent accorder une attention accrue et plus critique aux corps tatoués des autres.

En fait, on constate qu'ils ont répondu à la négative alors que pour la plupart, ils trouvent que les tatouages sont beaux. Par conséquent, on peut supposer qu'ils trouvent que les arts corporels embellissent les corps. Finalement, leur regard sur le corps des autres est différent.

La participante B8 ne trouve pas que son regard sur le corps des autres a changé mais elle explique, « *j'ai des amis qui ont des tatouages et d'autres qui n'en n'ont pas. Pour moi ça ne représente pas une personnalité différente de la personne* ». Ce qui démontre que, de son point de vue, avoir des tatouages ne définit pas la personnalité, ni même son identité. Dans l'étude de Müller (2024 : 42), une participante avait affirmé le même discours. Toutefois, cette dernière l'avait approfondi en expliquant qu'elle admirait le fait que les personnes non-tatouées ne cèdent pas au phénomène : « *de se dire : « Je n'ai pas besoin d'être tatoué pour être quelqu'un. Je suis quelqu'un sans tatouage. Et je me sens bien* ». » (Müller, 2024 : 42).

Enfin, la participante B10 affirme que son regard sur son corps ne change pas mais que par rapport aux autres elle pense qu'elle se sent plus unique. On peut être enclin à se demander si elle constate que les corps sans tatouages ou autre art corporel paraissent moins unique que ceux qui en ont.

Ces réponses démontrent la diversité des perceptions liées aux arts corporels. Si certains participants ressentent une amélioration pour leur image, d'autres les considèrent comme de simples ornements. Le regard sur les autres qui ont des tatouages oscille entre admiration, critique esthétique et reconnaissance du travail artistique. De plus, certains participants insistent sur le fait que les arts corporels ne définissent pas la personnalité de quelqu'un.

4.5.5 Le visible

Après avoir déterminé si le regard des participants sur leur propre corps ou celui des autres avait changé, il serait pertinent de connaître leur opinion, s'ils souhaitent que leurs arts corporels soient visibles ou non comme dans l'étude d'Alter-Muri (2020 : 4). Comme le mentionne Wiener (2004 : 15), « la pulsion dans le champ du visible, c'est le regard ». On tente de savoir si les participants sont capables d'assumer leurs arts corporels face aux regards des autres, ou s'ils préfèrent qu'ils soient discrets.

A la question 28 : « Est-ce que vous voulez que votre/vos arts corporels soit.ent visible.s ? », parmi les participants, six ont répondu que ça « dépendait » (B1, B2, B3, B4, B5, B7), tandis qu'une seule personne (B9) a répondu « non » et deux ont répondu « oui » (B2, B8). En premier lieu, la participante B9 ne souhaite pas que ses tatouages soient visibles pour des raisons professionnelles, expliquant, « *je pense que je peux m'exprimer librement, mais j'ai toujours préféré avoir des tatouages discrets. Je suis enseignante et, dans ma profession, je ne veux pas que le regard des autres sur moi soit influencé par mes tatouages* ». Ce témoignage fait écho à l'étude de Roggenkamp *et al.* (2017 : 155) qui citait parmi les professions où les personnes sont moins à l'aise de montrer leur(s) tatouage(s), il y avait l'enseignement. Elle estime pouvoir s'exprimer librement, mais se sent tout de même soumise aux regards des autres pour maintenir son image professionnelle

En revanche, nous avons le témoignage de la participante B8 qui affirme n'avoir jamais eu de problèmes, même si elle en possède une trentaine de tatouages. Elle travaille pour la mairie d'un

village. D'ailleurs, elle aime que ses tatouages soient visibles, que les autres les voient. Elle en a deux qui sont cachés, mais il n'y a pas forcément de raison. Elle poursuit, « *dans un sens j'aime ça quand les gens les remarquent pas forcément pour qu'après ils viennent me voir pour me poser des questions. Je trouve ça beau quand c'est visible. Je trouve ça beau quand c'est semi caché. Ça laisse tentation de savoir c'est quoi le tatouage* ». Dans son discours, elle démontre un désir d'afficher fièrement ses tatouages, mais aussi d'attiser l'attention et la curiosité des autres sans nécessairement attirer l'attention de manière immédiate. Elle semble apprécier l'aspect mystérieux des tatouages « semi-cachés ». Cela démontre une intention de partager son art corporel de manière subtile avec un certain équilibre entre désir de visibilité et discrétion. Ces deux témoignages illustrent bien la diversité des perceptions de la visibilité des tatouages, dans le milieu du travail.

La participante B6 explique qu'à ses premiers tatouages, elle avait peur de s'en lasser. De ce fait, ils sont placés à des endroits où elle ne les voit pas, comme dans son dos. Cependant, au fil des années, elle s'est rendu compte qu'elle finissait pas les oublier et que ça l'embêtait. Elle a alors changé d'avis, optant pour quelques tatouages disposés pour les voir tous les jours. « *Quand je suis arrivée au Canada, j'en ai fait un pour la première fois à un endroit où je le vois vraiment tout le temps, [...]. Je me suis rendu compte que ça me faisait plaisir de les voir* ». Cela démontre une belle évolution de l'appréciation de ses tatouages passant par la peur de se lasser au désir de vouloir les voir quotidiennement, pour les admirer.

Les participants B1, B2, B3, B4, B5 et B7 ont partagé des témoignages sur la visibilité de leurs tatouages, qui dépendaient de plusieurs facteurs. Il y a la participante B1 qui déclare qu'elle préfère cacher ses tatouages aux significations plus intimes, tandis que ceux ayant une signification moins profonde sont visibles, « *c'est pour ça que la plupart sont sur mes bras* ».

Quant aux points de vues des participants B4, B5 et B7, ils ont expliqué que ça dépendait du contexte, notamment en raison des réticences de leur famille. « *Premièrement, je ne voulais pas qu'ils soient forcément visibles, que je puisse les cacher facilement. Ça c'était plus par rapport à ma famille. Là, je suis un peu dans une phase où il faut que je m'habitue à ça, après les prochains pourquoi pas qu'ils soient visibles* », explique le participant B4. Quant à la participante B5, elle n'a pas de problème avec la visibilité des tatouages, sauf pour celui sur son épaule qu'elle cache de son père, moins enthousiaste sur le sujet. Le participant B7 partage qu'il y a beaucoup de

jugements dans sa famille, mais il aime la visibilité de ses tatouages car cela génère des discussions, « *ça dépend du contexte, j'aime que ça soit visible parce que ça fait de la discussion. Mais si c'est dans un contexte qui ne me sera pas favorable je peux les cacher, peut-être dans le travail où je peux me faire juger* ». Ainsi, il explique qu'il est capable de s'affirmer mais qu'il sait qu'il peut se mettre en danger. C'est pourquoi, il adopte une certaine prudence en fonction du contexte dans lequel il se trouve. Cet aspect du rejet ou du jugement de la part de la famille fut déjà observé par Le Breton (2016 : 137) et Yamada (1997 : 10). Par exemple, Yamada (1997 :10) explique que les jeunes japonais avaient des difficultés à choisir entre les codes éthiques japonais strictes et l'émergence de cette nouvelle culture contemporaine du tatouage. Cependant, la liberté de choisir et l'émancipation prenaient toujours le dessus dans leurs décisions (Yamada, 1997 : 10).

La participante B5 indique qu'elle n'essaye pas de les mettre en avant. « *Je pense qu'il y a un petit malaise, de montrer mon corps de cette manière, en mode exposition* ». Néanmoins, elle apprécie l'esthétique que ça rend, par exemple en été, quand elle porte des vêtements plus légers. Le Breton (2016 : 137) écrivait que les personnes jubilaient plus à vouloir montrer leurs tatouages l'été, à la plage par exemple.

D'ailleurs, les participants B4, B5 et B7 trouvent qu'à Montréal, au Québec, c'est plus facile de vivre en étant tatoué, « *tu vois quasiment 9 personnes sur 10 tatouées et ça influence dans ce sens-là aussi, c'est un peu la norme ici* », raconte un participant (B4). « *Une ville surtout comme Montréal, il y a beaucoup de gens qui ont des tatouages, il y a beaucoup d'artistes. À Montréal tu passes plus inaperçu* », décrit un autre participant (B5). On peut se dire que cette acceptabilité culturelle crée un effet d'entraînement : plus les tatouages sont visibles dans l'espace public, plus ils sont perçus comme naturels et moins stigmatisés. Il y aurait une sorte d'effet de groupe à grande échelle.

La visibilité des tatouages peut être motivée pour certains mais contraignante pour d'autres. Certains choisissent de les exposer par fierté, tandis que d'autres préfèrent la discrétion pour des raisons professionnelles ou familiales. La perception des tatouages varie selon les contextes culturels et géographiques, Montréal étant perçue comme un espace où leur présence est largement acceptée. Enfin, l'équilibre entre affirmation de soi et prudence contextuelle apparaît comme un enjeu central dans les choix de visibilité des arts corporels.

4.6.6 S'exprimer librement à travers les arts corporels

A travers les témoignages des participants B4, B5 et B7, nous avons compris qu'il est parfois compliqué d'assumer pleinement ses tatouages en raison du jugement de l'entourage proche. C'est pourquoi, certains participants se sentent plus libre de s'émanciper quand ils sont loin de chez eux, c'est-à-dire en voyage. Il est clair de constater que la majorité des participants (B1, B2, B3, B4, B5, B7, B9, B10) ont répondu « Oui » à la question 24 : « Est-ce que vous pensez que dans votre société ou votre communauté, vous pouvez exprimer votre identité librement ? ». Suite à ça, le participant B2 déclare :

« Je veux croire à ce que l'on puisse s'exprimer et d'avoir notre propre identité, malheureusement, il y a des situations où cela est totalement différent. Le voyage permet de créer un brouillard, ce qui donne recours à un libre champ de possibilité sur son identité. Ton voyage te permet de t'évader de ta propre société et de pouvoir faire des choses que l'on ne ferait pas habituellement »

Les participants semblent aimer cette situation lorsqu'ils sont en voyage et que personne ne les connaît, ou du moins, les personnes qui les connaissent sont ceux qu'ils ont choisi. Par exemple, le participant B4 témoigne que sa mère est « *anti-tatouage* » et qu'il aime ce sentiment de liberté d'agir sans réfléchir aux conséquences. Ainsi, il apprécie de ne pas croiser des personnes qu'il connaît de son lieu d'origine, évitant ainsi qu'elles lui posent des questions auxquelles il préfère ne pas répondre.

Les participants B6 et B7 expliquent que se faire tatouer en voyage les a aidé à vouloir se faire tatouer dans leur zone géographique d'origine, « *j'avais peur de faire le premier pas en France, j'avais peur peut être d'être jugée sur ce que j'allais faire, [...] en Nouvelle-Zélande, j'avais plus de confiance en moi, j'avais plus de lâcher prise et du coup ça m'a aidé à être contente de ce choix-là* » (B6). Le participant B7 qui a des différends avec sa famille au niveau des tatouages témoigne :

« Je dirai que je me sens beaucoup plus libre en voyage parce que je suis plus indépendant quand je voyage alors que si je retourne dans mon pays, je sais que je serai plus dépendant et que mon indépendance serait mise à rude épreuve si ce n'est arrachée »

Il poursuit en expliquant qu'il se fait plus discret lorsqu'il est dans son pays natal et qu'il ne peut rien faire face aux mœurs de la société et qu'il s'adapte. Néanmoins, se faire tatouer en voyage lui a tout de même permis de se libérer et de le faire dans son pays par la suite.

Pour finir, le participant B2 témoigne aimé sa liberté de choix lorsqu'il est en voyage. Il souligne, toute fois qu'en se faisant tatouer à l'étranger il y trouvait un avantage financier, des pays offrent des services de tatouages moins chers que d'autres.

Le voyage joue un rôle clé dans l'affirmation de l'identité corporelle des participants. Il leur permet de s'affranchir temporairement des pressions sociales et familiales, facilitant l'expérimentation et la prise de décision quant aux arts corporels. Cependant, ce sentiment de liberté est souvent limité au cadre du voyage, et le retour dans un environnement plus normé peut raviver les contraintes initiales. Enfin, l'aspect économique du tatouage à l'étranger peut aussi influencer ces choix, combinant pratique artistique et opportunité financière.

4.6 Synthèse

Ce chapitre a mis en lumière le rôle des arts corporels dans la construction et l'expression identitaire.

Dans un premier temps, il apparaît que ces pratiques permettent aux adeptes des arts corporels de marquer un moment clé de leur vie, de s'individualiser, mais aussi de s'affilier à un groupe. Dans le monde occidental moderne, les arts corporels sont souvent perçus comme un moyen d'émancipation et de distinction personnelle, en revanche dans les sociétés traditionnelles, ils s'inscrivent davantage dans une logique communautaire où l'identité collective prime sur l'individu. Ainsi, le corps devient un reflet des dynamiques sociétales et culturelles d'une personne.

Dans un second temps, bien que les arts corporels contribuent à l'affirmation de soi, ils peuvent également engendrer des défis. Outre les risques pour la santé, ils peuvent susciter des réticences, notamment au sein du cercle familial ou dans le milieu professionnel. Néanmoins, pour beaucoup, elles constituent un moyen d'épanouissement personnel et peuvent même aider à surmonter des traumatismes.

L'étude de cas a révélé qu'il est possible d'avoir des arts corporels sans nécessairement se considérer comme un adepte de cette pratique. Ceux qui s'identifient pleinement à cette pratique y voient une forme d'art, une source de beauté, un support mémoriel ou encore un attachement symbolique. Les participants de l'étude cherchent à s'individualiser mais certains admettent que cela les inclus dans la communauté des personnes tatouées.

Pour plusieurs participants les arts corporels ont renforcé leur confiance en eux et leur rapport à leur propre corps. D'autres les perçoivent avant tout comme un simple ornement, une manière d'ajouter une touche personnelle à leur apparence. Par ailleurs, le voyage est apparu comme un espace de liberté pour les participants qui souhaitaient expérimenter les arts corporels, à l'abri des pressions sociales. De plus, ces pratiques suscitent des échanges et favorisent le dialogue autour de leur signification.

Le prochain chapitre se penchera sur la manière dont les arts corporels s'inscrivent dans les industries du tourisme et sur les enjeux liés à leur encadrement dans le cadre de l'expérience touristique.

CHAPITRE 5 –

L'implication des arts corporels dans les industries du tourisme

Au début du phénomène d'acquérir des arts corporels en voyage, on estimerait au début des années 2000 – mais sûrement qu'il y a eu des cas durant le XXe siècle –, se faire tatouer pendant leur voyage, ne faisaient pas partie des activités conventionnelles que recherchaient les touristes. De nos jours, le tourisme d'art corporel devient de plus en plus répandu et banalisé. Nous sommes passé d'un phénomène avant-gardiste à une activité touristique plutôt courante. A présent, avoir un tatouage ou un perçage ne représente plus vraiment un acte de rébellion, à contre-courant des normes esthétiques. En 2018, c'est la population italienne qui est la plus tatouée au monde de 48%, suivie de très près par les Suédois (47%), ainsi que des Américains (46%) (Boittiaux, 2018). Si les êtres humains se font de plus en plus tatouer, alors il faut aussi pouvoir mieux encadrer cette activité afin de pouvoir protéger les adeptes de conséquences potentiellement hygiéniques sanitaires, ou même traumatiques. De plus, cela permet également de faire un premier point sur les impacts de ce type de tourisme.

Les précédents chapitres ont éclairé le contexte et l'impact des arts corporels sur la construction identitaire humaine. À présent, il importe de comprendre la place des arts corporels au sein des industries du tourisme. Quel rôle ces pratiques jouent-elles dans ce domaine ? Quels sont les risques sur l'intégrité des personnes ? Il y-t-il des impacts négatifs ? Comment mieux encadrer et faire évoluer le tourisme d'art corporel ? Ces questions seront soulevées en se basant principalement sur le cas du tatouage, afin de rester dans la direction adoptée de l'étude.

A travers une expérience touristique, le corps est engagé. Comme témoignent Coëffé *et al.*, 2016 : 38), « [i]l n'existe pas de pratique touristique sans une mobilisation du corps [...] ». Une expérience touristique implique une volonté de quitter la routine du quotidien et s'exposer à la découverte (Coëffé *et al.*, 2016 : 39). L'acquisition d'un art corporel durant ses vacances s'inscrit certes parmi les manières de sortir de sa zone de confort. Cela reste une expérience touristique d'engagement corporelle comme une autre. C'est d'autant plus le cas lorsque le touriste doit sortir des sentiers battus pour aller chercher son art corporel loin des services en milieu urbain. Comme le montrent Soukup *et al.* (2021 : 153) dans leur étude de cas, il faut parfois de l'endurance pour

faire une randonnée de plusieurs heures, dans la jungle philippine, pour se faire tatouer par la tatoueuse la plus vieille du monde. Sauf qu'à la fin de l'expérience, le souvenir dépose une empreinte plus ou moins permanente de l'ensemble de l'expérience. « [L]es touristes pratiquent des lieux autres qui peuvent favoriser l'exploration (au moins temporaire) d'un autre soi, processus qui passe potentiellement par une transformation corporelle », écrivent Coëffé *et al.* (2016 : 43). On pourrait se dire que les touristes peuvent très bien trouver de l'aventure de se faire tatouer de manière spontanée, en se présentant sans rendez-vous dans un salon de tatouage, allant de leur ville natale à une ville dans une autre région géographique que la leur, jusqu'à dans un pays étranger. Les moyens pour casser la routine sont subjectifs. Ainsi, le tourisme d'art corporel se distingue par son caractère hybride, mêlant quête esthétique, exploration culturelle et engagement physique. Il reflète une évolution des pratiques touristiques où le corps devient un lieu de mémoire, un support d'expression identitaire et un vecteur de transformation personnelle.

5.1 Les potentiels risques du tourisme d'art corporel

On a pu observer que le phénomène du tourisme d'art corporel contribue à la construction identitaire des voyageurs. Désormais, cette pratique est en train de se créer une place parmi les activités qu'un touriste peut faire lors d'un voyage. Néanmoins, elle peut toujours trouver une légitimité et une démocratisation auprès d'un groupe plus large, il est essentiel d'en évaluer les risques et les limites, tant pour les voyageurs que pour les professionnels qui y participent.

Les modifications du corps par altérations comme le tatouage, le perçage, la scarification et le henné nécessitent un engagement complet de la personne qui les choisit, car ces interventions sur le corps entraînent des potentiels risques de souffrances physiques et des risques pour la santé (Piérard-Franchimont *et al.*, 2011 ; Kluger, 2011 ; Tremblay *et al.*, 2007 ; Oliveres-Ghouti, 2006 ; Le Coz, 2001). À ces dangers s'ajoutent des atteintes potentielles à l'intégrité morale, notamment en cas d'irrespect du tatoueur envers le voyageur ou de non-respect du consentement (Amari, 2024 ; Martinique la 1^{ère}, 2023 ; Cogez, 2023 ; Watkins, 2022 ; Garaicoechea, 2021 ; Desmarais, 2016). Par ailleurs, les risques menaçant l'authenticité de l'expérience et/ou des traditions s'ajoutent à cette liste (Soukup *et al.*, 2021 ; Nassenstein et Rüsche, 2019). Or, rappelons que l'authenticité est au cœur de l'expérience et « est souvent appréhendée au sens large comme la véracité ou l'exactitude d'un objet, d'un fait, d'un rituel, d'une pratique ou d'un sentiment »

(Grenier et Kadri, 2022 : 26). Dans le cadre du tourisme d'art corporel, il s'agit ici de l'authenticité objective et/ou existentielle, c'est-à-dire celle vécue de manière intime et personnelle par le visiteur (Cohen et Cohen, 2012 : 1296). Alors qu'une section précédente (partie 3.6) s'intéressait à l'authenticité des objets touristiques – en l'occurrence les arts corporels –, nous nous concentrons désormais sur l'authenticité au sein même de l'expérience touristique liée à la pratique de l'art corporel et ses acteurs.

Tableau 5.1 : Risques et enjeux dans la pratique du tourisme d'art corporel

Risques		Enjeux
Sécurité	Intégrité physique	▪ Client vs artiste ▪ Artiste vs client
	Intégrité morale	▪ Respect du consentement ▪ Déroulement de la séance ▪ Réputation de l'artiste et/ou de la destination
	Destination/milieu réceptif	▪ Transport ▪ Hébergement ▪ Approvisionnement
	Sanitaire	Intégrité du service
Authenticité	Appropriation culturelle	Reproduction ignorante du contexte d'origine (stéréotype)
	Désacralisation de l'expérience	Standardisation de la pratique
	Folklorisation	Désinformation, perte de l'authenticité

Source : compilation de l'autrice

5.1.1 Les risques liés à la santé et à l'intégrité de la personne

Les tatouages, qu'ils soient permanents ou temporaires, soulèvent des questions importantes en matière de santé et de réglementation. Ces pratiques peuvent entraîner des réactions allergiques et/ou la transmission d'infections aiguës ou chroniques, si principalement les règles d'asepsies ne sont pas strictement et correctement appliquées (voir Tableaux 5.2 et 5.3). L'asepsie est « une méthode préventive, qui s'oppose aux maladies infectieuses en empêchant l'introduction de microbes dans l'organisme » (Le Robert, s. d.). Cependant, il y a une disparité des préoccupations entre les pays affectant l'encadrement de ces activités, qui varient entre très peu, même l'absence de lois à trop de restrictions réglementaires.

Tableau 5.2 : Tableau représentant les complications aiguës que peuvent causer un tatouage

	Types	Causes	Conséquences	Commentaires
Réactions allergiques	Réaction d'urticaire	Encre noire ou bleue (bleue composée de chlorure de cobalt) (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Démangeaisons (Papules - larges plaques rouges et boursoufflées) (CNAM, 2023).	
	Réaction granulomateuse	Perception de l'organisme des pigments comme corps étranger, par exemple le pigment rouge (Piérard-Franchimont <i>et al.</i> , 2011 : 432 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Réactions immunitaires ou inflammatoires (pas nécessairement allergiques) (Académie de Médecine, 2020).	
	Réaction lichénoïde	Exposition à différents pigments rouges : Composés de sels de mercure (cinabre), de sulfure de cadmium et des colorants inorganiques azoïques (Piérard-Franchimont <i>et al.</i> , 2011 : 432 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Réactions d'hypersensibilité retardée (allergiques) (Piérard-Franchimont <i>et al.</i> , 2011) .	
Infections bactériennes ou virales	Streptocoque (<i>Streptococcus pyogenes</i>)	Infection par inoculation d'un germe, matériel ou encre de tatouage contaminés ou désinfectant contaminé (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 2)	▪ Infections bénignes, impétigo, ecthyma, etc. ▪ Infections graves : septicémie, choc septique, érysipèle, pustule, abcès, cellulite. (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 2)	Contamination secondaire par erreur lors des soins locaux lors de la phase de cicatrisation (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 2).
	Staphylocoque dorée (<i>Staphylococcus aureus</i>)		▪ Infections cutanées : furoncles, abcès, impétigo, cellulites (infections des couches profondes de la peau); ▪ Infections des plaies ; ▪ Infections systémiques : septicémie, choc toxique... (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 2)	

	Tuberculose cutanée (<i>Mycobacterium tuberculosis</i>)	Si les équipements ou encres utilisés pour tatouer ne sont pas correctement stérilisés. Dans un cas, l'artiste présentait une infection pulmonaire active (Kluger, 2011 : 118).	Une éruption papuleuse survient habituellement dans les mois suivant la réalisation du tatouage (Kluger, 2011 : 118).	Observée au début du XXe siècle, mais aussi récemment. L'infection survient chez des individus ne présentant aucune immunité naturelle ou artificielle contre la tuberculose (Kluger, 2011 : 118).
Infections sexuellement transmissibles	Syphilis	▪ Contamination due à l'existence de chancre ou de plaques fauchées dans la muqueuse buccale du tatoueur (Kluger, 2011 : 117). ▪ Contamination si le tatoueur utilise sa salive à différents stades du dessin soit pour ramollir les pigments et l'encre, humidifier l'aiguille, désinfecter la peau (Kluger, 2011 : 117).	Chancre typique unique ou souvent multiple (Kluger, 2011 : 117).	Quasiment disparu avec l'arrivée de la pénicilline et les nouvelles pratiques d'hygiène des tatoueurs (Kluger, 2011 : 118).
	Hépatite B (VHB) et C (VHC)	Tatouages réalisés dans des conditions non conformes aux règles sanitaires (exemple : rites culturels ou tatouages datant de plusieurs décennies) même lorsque le tatouage est pratiqué par un amateur (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Transmission de l'infection (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Possibilité d'une contamination par les virus de l'hépatite B (VHB) ou de l'hépatite C (VHC) (existe mais n'a jamais été prouvée). Avant d'envisager un tatouage, il est préférable de demander l'avis de son médecin traitant ou spécialiste (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).
	VIH	Le non-respect des règles d'hygiène est susceptible d'entraîner une infection chez un client à partir de ses propres micro-organismes ou éventuellement la dissémination d'une infection déjà présente chez lui (des verrues par exemple) (Sida Info Services, 2023).	Transmission de l'infection (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	▪ Éviter de se faire tatouer lorsqu'on vient de changer de traitement contre le VIH car celui-ci peut provoquer un phénomène de restauration immunitaire et donc une réaction de l'organisme par rapport au tatouage. ▪ Transmission théoriquement possible, mais pas encore clairement démontrée (Sida Info Services, 2023).
	Chancroïde	Problèmes d'asepsie (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Ulcération douloureuse et purulente (OQLF, 1996).	Extrêmement rare (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).

Sources : Compilation de l'autrice à partir des données de Sida Info Services (2023), CNAM (2023), Académie de Médecine (2020), Kluger (2011), Piérard-Franchimont *et al.* (2011), Tremblay *et al.* (2007) et OQLF (1996).

Tableau 5.3 : Tableau figurant les complications chroniques que peuvent causer un tatouage

	Types	Causes	Conséquences	Commentaires
Complications cutanées et inflammatoires	Lèpre d'inoculation (<i>Mycobacterium leprae</i>)	Non-respect des normes d'hygiène et de stérilisation, réutilisation des aiguilles (Kluger, 2011 : 119).	Apparition de la maladie, par exemple paucibacillaire et multibacillaire (Kluger, 2011 : 119).	Apparu principalement en Inde (Kluger, 2011 : 119).
	Tétanos	Problème d'asepsie (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	Crampes au niveau de la mâchoire, difficulté à avaler, spasmes musculaires, convulsions, maux de têtes, fièvre et transpiration, modification de la tension artérielle ou accélération du rythme cardiaque (OMS, 2024).	Cas exceptionnel prouvé par la transmission du tatouage (Kluger, 2011 : 119).
	Infections mycosiques	Des cas isolés qui ne sont pas causés par des problèmes d'asepsies mais souvent par des éléments extérieurs à la séance de tatouage (Kluger, 2011 : 121).	▪ Dermatophyties ▪ Leishmaniose cutanée ▪ Mycétomes, sporotrichose (Kluger, 2011 : 121).	
	Verrues (d'origine virale)	Contamination des encres ou des aiguilles utilisées (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 4).	Apparition de l'infection, possibilité de douleur, d'inoculation et de contamination, si non traitée (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 3).	
	Psoriasis	Présence de dioxyde de titane (un pigment utilisé dans les tatouages) : propriétés phototoxiques et photogénotoxiques (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 6).	▪ Développement de nouvelles plaques érythémateuses (dans la zone du tatouage) - démangeaisons. ▪ Quelques cas de pseudo-lymphome, de lymphadénopathie et de sarcoïdose. (Tremblay <i>et al.</i>, 2007 : 4).	Cas que sur les personnes atteintes de psoriasis. (Tremblay <i>et al.</i> , 2007 : 4).

Sources : Compilation de l'auteurice à partir des données de OMS (2024), Kluger, (2011) et Tremblay *et al.* (2007).

Aujourd'hui, les complications mentionnées dans les Tableaux 5.2 et 5.3 sont principalement dues à des problèmes d'asepsies, que ce soit lors de la séance de tatouage ou pendant la phase de cicatrisation (Kluger, 2011 : 121). Cela inclut la contamination des encres ou du matériel, une mauvaise désinfection, ou encore des soins inadaptés ou absents durant la phase de cicatrisation (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay *et al.*, 2007 ; Luminet et Guyonnet, 2002 : 4). Ces risques sont exacerbés lorsqu'un tatouage est réalisé dans un lieu non « professionnel », c'est-à-dire non prévu et encadré pour cette activité (Kluger, 2011 : 116 ; Tremblay *et al.*, 2007 ; Luminet et Guyonnet, 2002 : 4). Ces complications surviennent également (et fréquemment) lorsque le tatouage est effectué par un tatoueur amateur, souvent dans des conditions non conformes (Kluger, 2011 ; Tremblay *et al.*, 2007).

La cicatrisation d'un tatouage dure environ 3 à 4 semaines et nécessite plusieurs attentions. Il faut notamment laisser le tatouage le plus souvent à l'air libre mais ne pas l'exposer au soleil. L'hygiène corporelle nécessite l'usage d'un savon doux au pH neutre puis le séchage de la zone en tamponnant et l'application d'une crème cicatrisante (CNAM, 2024c). Il faut aussi éviter le contact avec la poussière (CNAM, 2024c). Il ne faut pas toucher le tatouage sans s'être lavé les mains, ne pas arracher les croûtes ou peaux mortes qui se forment tout le long de la cicatrisation, ne pas prendre des bains, ne pas se baigner ni porter des vêtements qui froteraient le tatouage (CNAM, 2024c).

À travers les Tableaux 5.2 et 5.3, on constate que les cas de réactions urticaires, lichénoïdes et des complications de psoriasis sont liés à composition chimique des encres, notamment la présence de substances comme le dioxyde de carbone, le chlorure de cobalt ou le cinabre (sel de mercure) (Piérard-Franchimont *et al.*, 2011 : 432 ; Tremblay *et al.*, 2007 : 3-6). Face à ces types de risques, l'Union Européenne a demandé à l'Agence européenne des produits chimiques (ECHA) d'évaluer les risques pour la santé liés aux substances chimiques présentes dans les encres de tatouage et le maquillage permanent.

Les risques liés à la composition des pigments des encres de tatouages touchent aussi le henné. Le tatouage au henné, bien qu'éphémère, peut présenter des risques selon ses composantes. La peinture au henné peut être utilisée des fins touristiques, notamment dans les pays du Maghreb (Olivers-Ghouti, 2006 : 268). On rencontre les tatoueurs et les tatoueuses, près des plages, des

hôtels et des clubs vacances, attirés par la présence de touristes désireux de ramener un souvenir culturel et esthétique de leur séjour (Oliveres-Ghouti, 2006 : 268). Cependant, le henné noir contient souvent de la paraphénylènediamine (PPD). Elle est rajoutée dans les « recettes », pour que le tatouage soit noir, au lieu d'être marron clair et pour qu'il dure plus longtemps (Oliveres-Ghouti, 2006 : 268). Or, la PPD peut causer des réactions allergiques graves. En fait, c'est une substance chimique couramment utilisée dans les teintures qui accélère « l'oxydation, la polymérisation et permettent un processus de coloration rapide et intense », explique Le Coz (2001 : 506). Cependant, il ajoute « [l]a PPD est ainsi un marqueur d'hypersensibilité retardée » (Le Coz, 2001 : 508), ce qui engendre une réaction « eczématisée » plusieurs mois plus tard, souvent lorsque le tatouage a disparu (Oliveres-Ghouti, 2006 : 269). Ainsi, elle engendre de l'eczéma et des réactions inflammatoires qui débouchent sur des cicatrices permanentes (Kluger *et al.*, 2008 ; Oliveres-Ghouti, 2006 ; Le Coz, 2001).

Quant à l'évaluation de l'Agence européenne des produits chimiques (ECHA), elle a révélé la présence de substances cancérogènes, mutagènes, toxiques pour la reproduction (CMR), irritantes et corrosives (ECHA, s. d.). Parmi les produits identifiés figurent certains colorants azoïques, les amines aromatiques cancérogènes, les métaux et le méthanol. L'ECHA a trouvé des solutions de remplacement alternatives plus viables, mais pour les pigments *Bleu 15 :3* et *Vert 7*, la recherche est encore en cours (ECHA, s. d.). Cette enquête a permis de limiter plus de 4000 substances chimiques dangereuses dans les encres de tatouages (ECHA, s. d.). Ainsi, l'ECHA a obligé des étiquetages clairs de la composition des encres (ECHA, s. d.). Depuis janvier 2022, tous les pays membres de l'UE doivent respecter ces nouvelles règles (ECHA, s. d.).

Afin d'assurer davantage la protection des consommateurs et surtout une transparence de la composition des produits, Dresler (2021 : 1018) propose également le libre accès à tous ce qui concerne le produit de l'encre, ses compositions mais aussi le numéro de lot, le fabricant et les dates de péremption.

Néanmoins, ces nouvelles restrictions ne font pas l'unanimité auprès des tatoueurs européens. En tout cas, en France, par exemple, des tatoueurs « dénoncent une précaution sanitaire

disproportionnée » (Ouest-France, 2022). Celle-ci aurait par conséquent interdit bannit l'utilisation de « 25 pigments et limite 4000 substances à des seuils extrêmement bas ». Ces derniers concerneraient les couleurs comme le jaune, le rouge ou encore l'orange. Le Syndicat National des Artistes Tatoueurs (SNAT) exigerait une étude sur la toxicité, défendant que les produits mis en péril ne le sont pas et qu'appliquer « le fameux principe de précaution » désavantage fortement les tatoueurs français, les mettant en position de « hors-la-loi » (Ouest France, 2022). Il défend que la notion de dosage n'a pas été prise en compte, rapportant que le tatouage « [...] introduit une quantité limitée de produit dans la peau. Et il n'y a pas d'exposition répétée comme avec certains produits cosmétiques » (Ouest France, 2022). Par ailleurs, d'après un chercheur (Dr Kluger) mentionné plusieurs fois dans cette étude, il n'y aurait pas de lien entre le tatouage et le cancer (Ouest France, 2022).

Comparément à la mobilisation de l'Union Européenne concernant l'activité du tatouage, dans certains pays et régions du monde, elle n'est pas encadrée par le gouvernement, ce qui peut entraîner des conséquences graves pour les clients. Par exemple, de nombreuses provinces canadiennes encadrent l'activité professionnelle du tatouage, tel que l'explique Vallet (2019) :

« En Ontario, par exemple, les studios doivent se conformer aux normes établies par la direction de la santé publique du ministère de la Santé. Elles visent d'abord la prévention des infections, mais comprennent aussi des indications quant à l'obtention du consentement. En Alberta, des normes sont en vigueur depuis plus de 10 ans concernant notamment le consentement, les mesures d'asepsie et de prévention des infections et la tenue des dossiers »

Au Québec, la situation est différente. Le ministère de la Santé et des Services Sociaux (MSSS) n'encadre pas les salons de tatouages (Lebreux-Ebacher, 2022). En 2019, le Collège des médecins du Québec a fait une demande au MSSS afin qu'il se penche sur cette situation. Mais pour le moment le ministère compte sur « la diffusion d'information sur les pratiques réduits entourant ces services » rapporte Lebreux-Ebacher (2022). Il existe tout de même des certifications comme le *Progressive Mentorship*, fondé par deux perceurs québécois et ontarien, qui permet d'assister au moins une fois par an à des séminaires (en présentiel et/ou en distanciel) sur le contrôle et la prévention des maladies transmises par le sang (Lebreux-Ebacher, 2022). Il est donc plutôt risqué

de faire des recommandations de salons de tatouages montréalais (Mezaguer, 2024 ; Ross, 2024) en sachant que les tatoueurs n'ont pas à passer une formation d'hygiène et de stérilisation, pouvant mettre en péril l'intégrité des clients. D'ailleurs, des tatoueurs québécois réclament que les personnes voulant tatouer légalement doivent obligatoirement passer une formation d'hygiène et stérilisation (Maheux, 2023 ; Vallet, 2019).

En revanche, par exemple, en France, depuis 2009, si l'on souhaite devenir tatoueur professionnel de manière légale, il est obligatoire de réussir la formation payante aux règles d'hygiène et de salubrité (Ministère de la santé et de l'accès aux soins, 2024 ; Kluger, 2014 : 17). De plus, il est fortement recommandé d'être vacciné contre l'hépatite B (Ministère de la santé et de l'accès aux soins, 2024). Aux Etats-Unis, il n'existe pas de permis spécifique pour devenir tatoueur légalement mais il est obligatoire d'avoir une certification payante *Bloodborne pathogens certification* (Certification bloodborne, 2024). En fonction des Etats, il existe d'autres démarches à faire, comme celui du vaccin contre l'hépatite B (Certification bloodborne, 2024).

En Australie, des lois fédérales exigent, par exemple, l'obtention d'une licence fédérale de tatoueur pour exercer légalement en Nouvelle-Galles-du-Sud et dans le Queensland (Queensland Government, 2024 ; NSW Police Force, consulté en 2024).

L'une des participantes de la présente étude s'est fait tatouer deux fois en Thaïlande, elle s'était renseignée davantage sur le respect des normes d'hygiène des salons. Depuis 2020, il existe une loi qui demande aux tatoueurs et perceurs d'avoir une licence annuelle pour pouvoir travailler légalement (Khun, 2020). Également, il leur est demandé de devoir délivrer un certificat médical démontrant leur « bonne santé et indemnes de maladies respiratoires et cutanées », incluant la confirmation qu'ils n'ont pas l'hépatite B ou C et la tuberculose (Khun, 2020). Cependant, cette loi ne s'applique pas aux arts corporels à fonction religieuse (Khun, 2020).

Tout près de là, en Corée du Sud, le tatouage est considéré comme une procédure médicale, ce qui veut dire qu'elle doit être appliqué par un médecin (Agence France-Presse, 2022). Une décision évidemment contestée par les tatoueurs, qui estiment que le tatouage est de l'art et non une action explicitement médicale (Agence France-Presse, 2022). En soit, ils ont le « droit » de pratiquer leur profession mais s'ils se font dénoncer, ils encourent des procédures pénales (Agence France-

Presse, 2022). C'était également le cas au Japon jusqu'en 2020, où il n'est plus obligatoire d'avoir fait une licence médicale pour pouvoir tatouer (Tsai, 2020). Cependant, depuis cette date aucune nouvelle loi n'a vu le jour en terme d'attention aux problématiques de stérilisation et d'hygiène que les tatoueurs pourraient devoir respecter.

En somme, les réglementations liées au tatouage varient considérablement d'un pays à l'autre, allant de l'absence de règles spécifiques au Québec à des exigences rigoureuses en France. Cela démontre des différences de préoccupation dans la santé publique et la sécurité à l'égard du domaine du tatouage à l'échelle internationale. En fonction des pays ou des régions (états fédéraux), un touriste ou un citoyen local doit faire davantage attention et se renseigner à l'avance de la gestion de l'hygiène des tatoueurs dans lesquels ils se rendent. S'ils n'y prêtent pas attention ça sera à leur risque.

En outre, la démocratisation du phénomène de tourisme d'art corporel pourrait permettre à des studios de tatouages d'être mieux encadrés et inspectés (Dresler, 2021 : 1018). Il est évident que si le phénomène permet la promotion d'une destination, il faut que l'attention sur les risques sanitaires, en ce qui concerne l'hygiène et la stérilisation, soit plus accrue (Dresler, 2021 : 1018). Evidemment, il sera également primordial pour les artistes d'interdire le travail sur des personnes sous influence que ça soit d'alcool et/ou de drogues (Dresler, 2021 : 1018) ou d'autres moyens. Effectivement, cela éviterait dans un premier temps les regrets, mais surtout les substances citées favorisent le ralentissement de la cicatrisation et l'augmentation du saignement (CNAM, 2024b). Ces éléments font partie des conditions pour assurer un meilleur encadrement de la pratique du tourisme d'art corporel, regroupées dans le Tableau 5.1.

Puis, il existe également des problèmes dans les services de tatouages qui portent atteintes à l'intégrité de la personne. Il est question ici de harcèlement, voire d'agressions sexuelles, ainsi que d'agressions physiques des tatoueurs sur les clients (Kiskaddon, 2024 113; Amari, 2024 ; Martinique la 1^{ère}, 2023 ; Cogez, 2023 ; Watkins, 2022 ; Garaicoechea, 2021 ; Desmarais, 2016).

D'ailleurs, il existe même un mouvement « #Balance ton tatoueur » sur Instagram (Garaicoechea, 2021), dérivé du fameux mouvement de libération des paroles sur les violences sexuelles, dans la

communauté francophone, « #Balance ton porc », qui lui est affilié au « #Metoo », mouvement de libération plus internationale (Muckensturm *et al.*, 2022).

Parmi ces agressions les victimes témoignent par exemple de mains aux fesses et d'incitations à trop se dénuder. « *Le mec m'a fait descendre mon jean jusqu'en bas des sous-vêtements* », témoigne une cliente dans une étude (Garaicoechea, 2021). Ces comportements sanctionnables poussent les victimes à consulter des tatoueuses femmes plutôt que leurs homologues masculins (Garaicoechea, 2021). Selon Watkins (2022), l'industrie du tatouage serait propice à une culture machiste qui persiste et qui serait même encouragée. « Men have *masculinized* tattooing by preventing women from gaining significant status in the mainstream tattoo world », soutient Kiskaddon (2024 : 21, souligné dans le texte). De plus, il y aurait des tatoueurs qui ne se gêneraient pas pour discriminer leurs clients devant eux (Garaicoechea, 2021). On rapporte des propos grossophobes, transphobes, racistes et sexistes (Garaicoechea, 2021). Kiskaddon (2024 : 112-113) explique que des tatoueurs profiteraient de l'avantage d'être dans un espace où ils ont le contrôle sur tout. Cela même à travers le motif du tatouage, en improvisant dessus pendant la prestation, sans avertir le client (Kiskaddon, 2024 : 113). Selon le chercheur, c'est aussi une autre forme de violence (Kiskaddon, 2024 : 113).

D'ailleurs, les médias sociaux proposent des forums permettant d'« offrir la parole aux victimes d'abus et/ou discrimination lors de session tatouage/piercings » (Garaicoechea, 2021), ou recommandant des artistes sécuritaires. C'est le cas des comptes « Paye ton tattoo artist » et « Safe tattoo artist », sur Instagram. Le premier se veut un lieu d'écoute, de partage et de soutien aux victimes. Les victimes souhaitant partager leur témoignage envoient un message privé au compte que les administrateurs diffusent de manière anonyme. Si les agresseurs sont nommés dans le message, ils seront anonymisés. Cela permet aux messages de ne pas devenir des éléments juridiques, le but de ces forums étant de favoriser le partage et le soutien. Les abonnés aux comptes peuvent réagir au témoignage dans la partie commentaires des publications, afin d'apporter leur soutien aux victimes. Quant au compte « Safe tattoo artist », la description informative souligne « [qu']un comportement safe est un comportement adéquat et respectueux, non-violent ni discriminant envers les client.e.s ainsi que ses collègues » (Safe tattoo artist, 2021). Il s'adresse particulièrement à la communauté francophone. C'est un compte servant à mettre en avant des artistes tatoueurs dits « sécuritaires », les abonnés peuvent partager des leurs bonnes expériences

en citant le tatoueur. En outre, ce compte sert à rassurer et à « répertorier » les « bons » tatoueurs francophones.

Toutes ces problématiques ont poussé certains salons à élaborer une charte éthique, décrivant une absolue bienveillance et une intolérance aux discriminations (Garaicoechea, 2021 ; RCI, 2021). Par exemple, le salon de tatouage, Hemlock Tattoo, situé à Calgary, en Alberta (Canada) a adopté une politique de tolérance zéro en matière de « violences sexuelles, de harcèlement, de racisme et d'autres comportements oppressifs », adaptée à celle du site LGBT Foundation (RCI, 2021). Le studio prend en compte le besoin d'intimité et les traumatismes vécus des clients, afin que ces derniers se sentent le plus possible en confiance et confortable (RCI, 2021). Si un client n'est pas à l'aise à devoir enlever un vêtement pour se faire tatouer, il existe des alternatives, comme porter un vêtement large et/ou utiliser des essuie-tout avec du ruban adhésif qui permettent de dissimuler les parties à cacher (Kiskaddon, 2024 : 119 ; Lebreux-Ebacher, 2022). Selon Kiskaddon (2024 : 113, traduction libre), les tatoueurs se doivent de savoir « comment toucher » ou de « toucher correctement ». Ainsi, tous les studios de tatouages se doivent d'assurer le confort et la confiance des clients, tout en respectant leur intimité, leurs possibles traumatismes et leur consentement écrit (Voir Figure 5.1) (Dresler, 2021 : 1018).

5.2 Les risques du tourisme d'art corporel quant à l'authenticité de l'expérience

Même s'il n'existe que peu d'études sur le sujet du tourisme d'art corporel, des études comme celles de Soukup *et al.* (2021) et de Nassenstein et Rüsche (2019), soulèvent tout de même quelques questions liées à l'authenticité culturelle, au folklore et à la préservation des traditions.

Dans leur étude, Soukup *et al.* (2021 : 159) soulignent le fait que la mondialisation et l'avancée des technologies, renforcées par les articles de journaux, les guides touristiques et les réseaux sociaux, affaiblissent l'« aura » du tatouage de tradition philippine. De plus, l'accès aux photos de ces tatouages facilite leur reproduction par leur standardisation, ce qui en réduit la singularité. En outre, les chercheurs reprochent à la promotion touristique d'affaiblir la valeur unique et l'authenticité de ces tatouages, de la technique et de la tradition, loin du symbolisme qu'ils sont censés représenter. Un paradoxe s'est créé où le tourisme et les médias préservent et popularisent les tatouages de Buscalan mais les décontextualisent et en altèrent l'aura en les transformant

comme des produits de consommation. À présent, les tatouages ne reflètent plus nécessairement la signification traditionnelle pour les habitants du village mais projettent plutôt l'imaginaire propre des touristes, ce qui éloigne la pratique de son authenticité originelle (Soukup *et al.*, 2021 : 158-159), traduisant une désacralisation progressive de la pratique.

Comme le rappelle Kadri (2022b : 409), la sacralisation c'est le « processus par lequel des attributs relevant du sacré sont introduits dans une situation n'ayant pas ce caractère (lieux, constructions, histoires, personnages). Or, dans le cas de Buscalan, les habitants produisent désormais des symboles non plus seulement pour eux-mêmes, mais pour les visiteurs (Laplante, 1996 : 155 ; MacCannell, 1976). Cependant, ils n'ont pas assez de temps pour expliquer la profondeur symbolique de la pratique, ils ne soulignent que les passages importants (Laplante, 1996 : 155), participant ainsi à une « sacralisation touristique » de leur pratique et de son « aura », transformée en attraction culturelle.

Cette désacralisation nourrit, en retour, une forme de désinformation, de folklorisation et une authenticité mise en scène (Cravatte, 2009 : 608, MacCannell, 1976, traduction libre). La pratique, reproduite de manière standardisée, perd de son caractère unique et symbolique, et risque de basculer dans une forme d'authentification « chaude », c'est-à-dire fondée davantage sur les émotions et croyances des touristes que sur la tradition elle-même (Cohen et Cohen, 2012 ; Moore *et al.*, 2021 : 3, traduction libre).

Ce paradoxe rejoint plus largement les réflexions sur le rôle du folklore dans le tourisme. Le folklore est « un ensemble des pratiques culturelles (croyances, rites contes, légendes, fêtes, cultes, etc) » (Le Larousse s. d.), mais aussi une « mise en scène d'un groupe culturel » (Géoconfluences, 2023). Tandis que la folklorisation est « un processus de sélection des particularités culturelles considérés comme les plus authentiques, dans le but de les promouvoir, notamment pour une mise en valeur touristique ou une affirmation identitaire » (Géoconfluences, 2023). D'une part, le folklore constitue une ressource précieuse pour valoriser les destinations, générer des revenus et engager les visiteurs (Ironsides et Massie, 2020 : 7). D'autre part, le tourisme peut offrir une opportunité de préservation et de transmission des traditions orales à de nouveaux publics (Ironsides et Massie, 2020 : 7-8). Mais cette mise en tourisme pose aussi la question de l'intégrité et de

l'authenticité des pratiques, et de la manière dont les communautés peuvent rester actrices de leur patrimoine (Ironsie et Massie, 2020 : 8).

Ainsi, si l'exemple de Buscalan illustre comment la mise en tourisme peut transformer une pratique locale en un produit standardisé et folklorisé. L'étude de Nassenstein et Rüsche (2019) permet d'élargir la réflexion en montrant comment les tatouages réalisés en voyage deviennent pour les touristes des supports mémoriels et identitaires. Toutefois, loin de toujours refléter la réalité culturelle des communautés concernées, ces tatouages véhiculent souvent des représentations stéréotypées, participant à une folklorisation encore plus marquée.

Nassenstein et Rüsche (2019 : 237, traduction libre) expliquent que pour les « voyageurs du tatouage », il existe généralement un lien entre le tatouage et le lieu où il a été fait. Le lieu auquel le tatouage est associé rappelle des expériences et des souvenirs qui se sont passés dans celui-ci (Nassenstein et Rüsche, 2019 : 237-238). « They serve as permanent souvenirs, on one's own skin, visible to others wherever the traveller goes », écrivent Nassenstein et Rüsche (2019 : 238). Cette constatation relie les récits de voyages aux récits de tatouages (Dresler, 2021). A travers l'étude de Nassenstein et Rüsche (2019 : 238), on comprend que les voyageurs qui se font tatouer [en Afrique de l'Est], leur(s) tatouage(s) représentant des éléments symbolisant les différentes cultures de la région, démontrent leurs idées, leurs expériences et leurs connaissances sur l'endroit du voyage. Le choix du tatouage représente l'idée que se fait la personne sur la destination visitée (Nassenstein et Rüsche, 2019 : 238). Néanmoins, cette représentation peut se baser sur des aspects culturels qui ne reflètent pas la réalité pour des membres de la culture, souvent influencés par les réseaux sociaux qui mènent à des images stéréotypées et à des clichés des lieux (Nassenstein et Rüsche, 2019 : 238). Nassenstein et Rüsche (2019) sont les seuls à avoir mentionné et développé l'idée selon laquelle les tatouages réalisés en voyage folklorisent la culture de la destination. « These tattoos can depict re-constructed stereotypes of romanticized, exoticized, or colonial images of Africa as well as simplified or touristified languages, both of which are then shifted into new contexts », écrivent Nassenstein et Rüsche (2019 : 241). Rioult (2006 : 42), hors du contexte d'une expérience touristique – constate que « [s]ur le choix des motifs, nous remarquons qu'il est soit très personnel et lié à une situation, à un événement vécu dont les sujets veulent garder des traces, soit qu'il s'agit de motifs « tribaux » pris dans une autre culture et dont ils ont détourné le sens ». Ces actions peuvent être offensantes pour les membres de la culture dont on a choisi les

motifs. Les touristes veulent reproduire un imaginaire qu'ils se sont construits. Mais c'est imaginaire peut être faussé et cela peut se définir comme de l'appropriation culturelle.

5.2.1 Risque d'appropriation culturelle

Tout tatouage peut référer à une notion culturelle (Bell, 2014 : 47). Mais à quel prix ? La question de l'appropriation culturelle est complexe en raison de ses dimensions épistémologiques, anthropologiques, morales, artistiques, juridiques et politiques. À travers le contexte autochtone canadien, le Conseil des arts du Canada (2014) « considère qu'il y a "appropriation culturelle" lorsque les adaptations ou emprunts à une culture minorisée reflètent, renforcent ou amplifient des inégalités, des stéréotypes et des relations d'exploitation historiques qui ont des conséquences négatives directes sur les communautés visées par l'équité [au Canada] ». L'appropriation culturelle est inappropriée lorsqu'elle dévalorise la culture ou la communauté à qui appartiennent les traits culturels exploités. D'après Jackson (2021 : 88), l'appropriation culturelle est un processus par lequel un groupe dominant s'approprie (pratiques, symboles, objets) issus d'une culture subordonnée, en les intégrant comme siens. Elle est perçue comme problématique précisément parce que le groupe dominant ignore ou refuse de reconnaître ces impacts (Jackson, 2021 : 88).

Selon Young (2008 : 6, traduction libre), il existe au moins cinq formes d'appropriations culturelles : l'appropriation d'objet, l'appropriation de contenu, l'appropriation de style (ou de genre), l'appropriation de motif, et l'appropriation de sujet qui sont « normales et acceptables ». L'appropriation d'objet réfère aux œuvres tangibles et se passe quand la possession d'une œuvre appartenant à une culture est transmise à une autre (Young, 2008 : 6). L'auteur utilise plusieurs exemples dont celui du retrait des frises du Parthénon par Lord Elgin (Young, 2008 : 6). Néanmoins, il souligne que ce type d'appropriation n'est pas toujours « dramatique », comme lors d'un contexte touristique. « If I were to travel to New Guinea and purchase a piece of locally produced tourist art, I would have engaged in object appropriation », explique-t-il (Young, 2008 : 6). L'appropriation de contenu se passe quant à elle quand une œuvre intangible, comme une histoire, un poème, une composition musicale est réutilisée de manière significative (Young, 2008 : 6). D'après Young (2008 : 6), « Robert Bringhurst's versions of Haida myths are examples of content appropriation ». Il ajoute que souvent les artistes s'inspirent d'éléments stylistiques

d'œuvres de d'autres cultures, ce qui constitue une sous-catégorie d'appropriation de contenu qu'il nomme appropriation de style (Young, 2008 : 6, traduction libre). Les œuvres de jazz et de blues qui n'ont pas été créées par des musiciens faisant partie de la culture afro-américaine constituent des exemples parfaits de ce type d'appropriation. L'appropriation de motifs est une autre forme d'appropriation de style, mais il ne s'agit que de l'inspiration des motifs d'une autre culture (Young, 2008 : 6). Dans ce cas-ci, l'auteur précise que l'appropriation se produit « when artists are influenced by the art of a culture other than their own without creating works in the same style » (Young, 2008 : 6). Il donne l'exemple d'Henri Matisse et de son œuvre *La bande verte* (1905) qui incorpore « inconsciemment » des motifs de l'art africain dans une peinture fauve (Young, 2008 : 7).

La forme d'appropriation qui ressort davantage, dans le contexte de la présente étude est « l'appropriation de sujet » (selon le concept de Young, 2008 : 7, traduction libre). En fait, l'auteur estime qu'à travers cette « appropriation », les artistes racontent leur propre expérience de la culture étrangère et non pas une prise d'expérience des membres de cette culture étrangère (Young, 2008 : 8). Il donne l'exemple des romans de Tony Hillerman, qui a écrit des histoires sur le peuple Navajo du Sud-Ouest américain sans être issu de celui-ci, comme « *Là où dansent les morts* » (1973) (Young, 2008 : 7). À la défense de Hillerman (1973), Young (2008 : 8) distingue ici entre la représentation de la culture et l'appropriation de la culture. « When artists represent their experience of other cultures, the insiders are left with their experiences. They are not appropriated », soutient-il (Young, 2008 : 7). Néanmoins, par rapport à notre étude, que ça soit les artistes que les touristes, ils peuvent s'inspirer d'images qu'ils ont vu sur Internet, sur les réseaux sociaux, dans les médias, dans des livres ou chez les autres, sans être au courant qu'ils font de l'« appropriation ».

L'appropriation culturelle est particulièrement offensante et inappropriée quand elle est faite par des membres d'une culture majoritaire, « dominante » qui utilisent des références culturelles d'une culture minoritaire, indigène « dominée », sans être renseignés sur les origines et les significations de ces dernières, dans un but de marchandisation ou d'esthétisme (Jackson, 2021 : 88 ; Arya, 2021 : 4 ; Tytelman, 2018 : 85 ; Young, 2008 : 8). Les membres de la culture minoritaire y voient une forme d'oppression et de manque de respect « offensant », comme l'acte de « se déguiser » en une autre culture pour la fête d'Halloween, surtout lorsque le déguisement vise à représenter un

« stéréotype dépréciatif » (Tytelman, 2018 : 103 ; Young, 2008 : 107-113). Elle est perçue comme problématique précisément parce que le groupe dominant ignore ou refuse de reconnaître ces impacts (Jackson, 2021 : 88). D'ailleurs, Tytelman (2018 : 67) perçoit cela même comme « un avatar contemporain du colonialisme culturel » estimant d'un côté que cela mène à des « demandes de privatisation, de censure », et de l'autre « de patrimonialisation et de reconnaissance ». Néanmoins, l'auteur suggère de privilégier la patrimonialisation des contenus culturels communs plutôt que leur privatisation, en raison de leur nature abstraite et non attribuable, surtout lorsque certains contenus artistiques partagent des similitudes telles que des motifs, des savoirs, des styles et autres éléments (Tytelman, 2018 : 94). Il continue en évoquant l'imagerie dites exotique par un étranger à la cause – qui « par ignorance ou à des fins marchandes, de reconduire une vision stéréotypée d'une culture ou en donner une image caricaturale ou réductrice ayant pour effet, lorsque cette représentation s'impose, de rendre difficile l'émergence d'images différentes de cette culture » (Tytelman, 2018 : 101). Il qualifie ainsi cette imagerie de « distorsion » ou de « fétichisation » (Tytelman, 2018 : 101). Il conclue tout de même que « le fait de s'approprier ou de reproduire un élément considéré comme sacré ne pose aucun problème moral tant qu'il n'y a pas de plagiat, que l'on ne nuit pas aux autres sans leur consentement et que l'on ne force pas ceux qui pourraient être offensés par cette œuvre à y être exposé » (Tytelman, 2018 : 109). Appliqué aux arts corporels, toute création originale d'un artiste mais inspirée de motifs d'une culture ne seraient pas de l'appropriation dans la mesure où elles n'enfreignent ni le droit d'auteur et ne véhiculent pas de représentations défavorables de la culture d'emprunt. Dans le contexte d'un tourisme éthique, clients et services d'arts corporels devraient être sensibilisés aux enjeux de l'appropriation culturelle (voir Tableau 5.1).

Dans le tourisme, la frontière entre échange culturel et appropriation réside dans la manière dont le touriste – et l'industrie touristique – reconnaissent, valorisent et respectent les communautés concernées. Un tourisme responsable implique d'aller au-delà de la consommation visuelle ou matérielle : il suppose de s'informer, de participer de façon respectueuse et de contribuer à la préservation des savoirs et pratiques dans leur contexte.

5.3 Les apports potentiels du phénomène aux industries touristiques

Dans une expérience touristique, le corps interagit avec le monde, les êtres humains et les éléments « inanimés » – objets non humains (Coëffé, 2014 : 7). Il joue un rôle central dans l'expérience, servant de médiateur pour établir les relations et les interactions avec les éléments environnants (Dresler, 2021 ; Coëffé *et al.*, 2016 ; Coëffé, 2014). Dans le contexte du tourisme d'art corporel, il est clair que le corps est « engagé » dans une « dé-routinisation » qui se met en place et il est à présent, au cœur « de la pratique et de la découverte » (Coëffé *et al.*, 2016 : 46, 48). Pour les touristes, « tourism experiences were largely a bodily experience », estime Dresler (2021 : 1017). Ainsi, il se passe une « suspension temporaire des repères les plus stables et une exposition à l'imprévu » supposent Coëffé *et al.* (2016 : 51). Dans ce cadre, le corps ne se contente pas d'accompagner l'expérience touristique : il en devient l'acteur principal et le vecteur de sens.

Coëffé *et al.* (2016 : 46) soulignent que l'engagement corporel dans une expérience touristique peut être à risque. La « mise en danger « mimétique » s'ajoute l'épreuve spatiale liée par exemple à la méconnaissance des lieux » (Coëffé *et al.*, 2016 : 46). Cela rappelle la touriste française introduite dans la partie 3.1 de la présente étude qui découvre un pays qu'elle ne connaît pas, mais qui décide tout de même de se faire tatouer à l'image de ses habitants.

De plus, dans le contexte de l'étude, des destinations ressortent plus que d'autres en matière de réputation de tatouage culturel, comme la Nouvelle-Zélande, la Polynésie française ou la Thaïlande (Nieset, 2018 ; Lamy, 2013). C'est ce que cherchent les adeptes du tourisme d'art corporel, se faire tatouer dans un lieu où il y a une culture du tatouage, par exemple le tatouage au henné dans les pays du Maghreb et en Inde (Le Coz, 2001). C'est comme ce qu'expliquent Coëffé *et al.* (2016 : 48) à travers l'exemple suivant : ils estiment que surfer en n'étant pas un local, sur une plage de Waikiki, à Hawaï, là où la pratique est emblématique porte une « charge affective et symbolique » bien plus forte que sur d'autres plages. Parallèlement, on peut donner l'exemple des touristes qui sont prêts à se déplacer jusqu'en Thaïlande pour se faire tatouer des *sak yant*, par le moine bouddhiste, Ajarn Noo Kanpai, dépositaire d'une technique ancestrale (Nieset, 2018). Ces souvenirs sont alors considérés plus authentiques que jamais. Les touristes pourraient très bien se faire tatouer les visuels dans leur ville natale, mais ils préfèrent entamer des longues procédures – beaucoup plus coûteuses –, réserver un moyen de transport, un logement, payer la séance pour

bénéficier des « pouvoirs spirituels » de ces tatouages. La signification du tatouage et de l'expérience paraît alors bien plus forte et significative. Ceci découle sur les narrations de tatouages qui soulignent davantage la force des souvenirs de voyage et ce pendant très longtemps (Dresler, 2021 : 1018 ; Nassenstein et Rüsch, 2019). Ils sont comme une « extension temporelle » du souvenir (Dresler, 2021 : 1018, traduction libre). Dans le contexte du tourisme d'art corporel, le touriste recherche cette rencontre avec l'habitant, invitant l'artiste dans son espace personnel. Il lui offre son corps, sa peau – des éléments plutôt intimes pour des inconnus. Parfois, le touriste peut lui confier un projet très personnel : un tatouage qui fera office de souvenir, de mémoire autobiographique et narrative (Dresler, 2021). Dresler (2021 : 1018) affirme qu'il serait intéressant d'établir des projets de marketing post-expérience qui permettraient de prédire et d'anticiper les intentions des comportements futurs des touristes.

Dresler (2021 : 1018) estime qu'il est important « for marketers to understanding the importance of temporal patterns of tourism experiences and remembrance. Specifically, temporal patterns beginning with the pre-travel phase (for example, motivation, anticipation, and excitement) followed by the travel phase (for example, participating with on-site activities and social interactions), and a post-travel phase (for example, recollections and shared memories) ». Déterminer ces modèles temporels durant l'expérience touristique permettrait de comprendre les comportements et les expériences vécues des touristes tatoués (Dresler, 2021 : 1018), ou adeptes d'autres formes d'arts corporels. Également, cela permettrait également de prendre en compte les comportements inappropriés et les situations problématiques auxquels les touristes ont pu être confrontés, afin d'établir des règles claires – information, soutien, consentement, respect, transmission – garantissant une expérience de qualité à la fois pour le touriste et pour l'artiste.

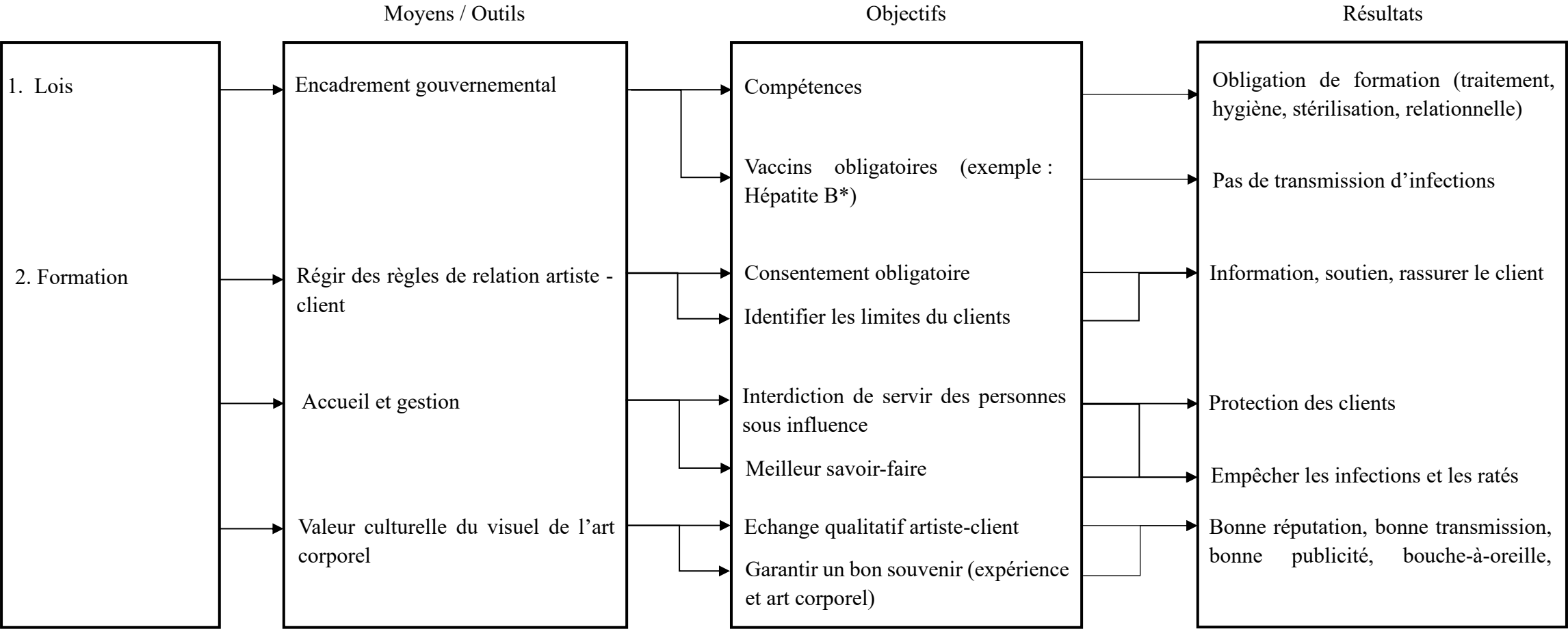
D'ailleurs, Dresler (2021 : 1018) ajoute que la technique du bouche-à-oreille de la narration des tatouages, délivré par les touristes en ayant fait l'expérience, serait un bon moyen de communication marketing. A travers cela, les touristes adeptes du phénomène voudront voyager vers des artistes tatoueurs dont ils ont entendu parlés positivement, ce qui attirerait plus de visiteurs vers une destination (Dresler, 2021 : 1018). D'ailleurs, cela pourrait permettre à une destination de se distinguer par sa bonne réputation en termes de salon de tatouage, ce qui en ferait une destination atypique. De plus, l'historique culturelle de la signification des tatouages contribueraient à l'authenticité recherchée par beaucoup de touristes (Dresler, 2021 ; Diktas,

2020 ; Soukup *et al.*, 2019 ; Nassenstein et Rüsch, 2019 ; Nieset, 2018 ; Torabian et Arai, 2016 ; Swanson et Horridge, 2006).

Ces conditions, servant l'expérience des touristes ainsi que le rayonnement des artistes et des destinations, sont regroupées dans la Figure 5.1.

Comprendre tous les aspects et les comportements de l'expérience du phénomène permettront de comprendre les influences socio-culturelles dans le choix des modèles de tatouage choisis. Également, cela permettrait d'avoir une meilleure compréhension des représentations religieuses et culturelles des tatouages.

Figure 5.1 : Les conditions à remplir pour une bonne promotion touristique et un meilleur encadrement pour une meilleure expérience



* En fonction des maladies infectieuses répandues dans les différents pays : par exemple en Thaïlande il existe des cas de tuberculose (Kluger, 2011).

Ce type de tourisme contribuerait non seulement à la préservation et à la valorisation de ces pratiques artistiques, mais aussi à l'économie locale en générant des revenus pour les artistes et les communautés. Les « artisans » des arts corporels trouvent de nouvelles opportunités de partager leur savoir-faire et leur héritage culturel avec un public international, renforçant ainsi leur identité culturelle et leur fierté communautaire.

Pour naviguer entre ces aspects positifs et négatifs, il est crucial de promouvoir un tourisme responsable et respectueux. Les touristes doivent être encouragés à s'informer et à comprendre la signification des pratiques d'art corporel qu'ils rencontrent. Les communautés locales et les artisans doivent avoir le contrôle sur la manière dont leur art est présenté et partagé, garantissant que les traditions sont respectées et que les bénéfices économiques sont équitablement distribués.

En outre, l'art corporel et le tourisme peuvent entretenir une relation symbiotique, enrichissant les expériences culturelles des voyageurs tout en soutenant et en valorisant les traditions locales. Cependant, pour que cette relation soit bénéfique et respectueuse, elle doit être gérée avec sensibilité et considération, en reconnaissant et en honorant les profondes significations culturelles de l'art corporel.

5.4 Etude de cas

La manifestation des arts corporels dans l'expérience touristique n'est pas sans risques. Ils concernent à la fois la sécurité du touriste et l'authenticité de l'expérience. Cela a permis de mettre en avant les apports potentiels que pourrait apporter l'encadrement du tourisme d'art corporel. Par la suite, en rassemblant tous les éléments présentés, on a pu établir un plan de conditions à respecter afin d'assurer le meilleur encadrement possible pour faire du tourisme d'art corporel.

L'étude de cas permet de recueillir les points de vue des participants sur le phénomène de tourisme d'art corporel. Les témoignages du groupe A, en particulier, offrent un aperçu des opinions des artistes sur ce phénomène.

5.4.1 Les avis des participants concernant l'éventualité d'une promotion touristique des arts corporels

Dresler (2021) déclare qu'il serait intéressant de guider au mieux les touristes voulant se faire tatouer pendant leur voyage, afin d'éviter les infections, les réactions allergiques, les mauvaises adresses de salons de tatouages etc (Dresler, 2021). Le site web de TourismeMontréal, met en avant cinq salons de tatouages à visiter si l'on souhaite se faire tatouer à Montréal. Il existe même des recommandations de salons de tatouages sur le site web TripAdvisor.com (My Day Chiang Mai Tour, s. d. ; Booking Links Morocco, s. d.) En outre, la promotion des salons pourrait se faire sur les brochures de l'office de tourisme d'une destination, le site web, les réseaux sociaux, les articles de presse et par les voyagistes. C'est pourquoi, nous avons demandé l'avis des participants des deux groupes, les artistes tatoueurs (A) et les personnes s'étant fait tatouer en voyage (B), concernant la promotion des services d'arts corporels de la part des destinations touristiques. A la question « est-ce que les villes touristiques devraient faire la promotion de l'art corporel, des services de tatouage, par exemple et pourquoi ? », les participants A1, A2, B1, B4, B5, B7, B8, B9, B10 ont répondu favorablement à la proposition de promouvoir les services d'arts corporels dans le cadre du tourisme. En revanche, les participants B2 et B3 se sont exprimés défavorables à la proposition. Parmi les répondants favorables, les participants B4 et B5 ont souhaité nuancer leur position, précisant que leur approbation variait selon les destinations concernées.

Pour leur part, les participants B2 et B3 estiment que ça ne serait pas une bonne idée de promouvoir ce type de service auprès des touristes, car ils considèrent que les arts corporels relèvent d'une pratique personnelle. De plus, le participant B2 ajoute qu'en raison des risques pour la santé que cela peut entraîner, il juge cette démarche trop risquée. Néanmoins, il précise que ce genre de promotion ne le « *choquerait pas* », parce que les tatoueurs sont reconnus comme des artistes, et que le tatouage est « *un art qui doit se montrer* » (B2). Il conclut en déclarant, « *je pense que c'est directement aux compagnies d'art corporels ou le service de tatouage, qui doivent par eux-mêmes, faire leur propre promotion, pas directement la ville* » (B2). Il attribue donc la responsabilité de la promotion directement aux artistes et aux salons. Cela reflète une conception de la promotion artistique comme devant rester indépendante des institutions touristiques.

Néanmoins, les autres participants, voient cette promotion sous un angle positif. La participante B1 suggère qu'il serait intéressant d'offrir des tatouages ou des soins rendez-vous à prix réduit, ce qui pourrait faciliter les prises de décisions spontanées. Elle affirme qu'elle a déjà vu des vidéos promotionnelles de service de tatouages.

Le participant B7 explique que cette initiative permettrait la favorisation de la connaissance des sociétés traditionnelles où les arts corporels sont des éléments culturels importants. C'est d'ailleurs, ce qu'avance Dresler (2021 : 1019) qui affirme que « [t]attoo souvenirs may facilitate wider understandings of cultural representations, for example the Maori tattoo in New Zealand ». Il poursuit en ajoutant que, cela pourrait aussi renforcer les normes de sécurité sanitaire et améliorer la qualité des services des salons.

La participante B8 trouve que c'est ludique de visiter des salons de tatouages parce qu'ils démontrent l'art des artistes et qu'ils sont esthétiquement plaisant à voir. Elle explique aussi que les salons de services d'arts corporels sont souvent « *tape-à-l'œil* », dans le but d'attirer des clients. Ça serait comme si les salons de tatouages étaient des musées où des œuvres d'arts sont exposées.

Enfin, la participante B9 ajoute que cette démarche permettrait de rassurer les touristes en leur donnant accès à des salons référencés et d'avoir accès aux avis, surtout si ce sont des salons qui sont dans un autre pays. Quant aux points de vue des participants du groupe A – les tatoueurs –, à la question : « D'après vous, est-ce que les villes touristiques devraient faire la promotion de l'art corporel, des services de tatouage, par exemple ? », les avis sont similaires et favorables. La participante A1 répond, « [...] *je pense que ça serait vraiment cool d'avoir un livret pour tous les styles différents, c'est vrai que ça serait super intéressant* ». Elle y voit donc la possibilité de donner le choix aux touristes en fonction de leur style et de leurs goûts. Cependant, elle déclare que la ville dans laquelle elle pratique, Montréal, ne serait pas prête à utiliser cette démarche, rappelant le fait qu'il n'existe pas de lois entourant le métier d'artiste tatoueur. Elle souligne que « *techniquement on n'a pas besoin de permis. Il n'existe pas du moins. Il n'y a personne qui vient vérifier. Je fais beaucoup attention quand je vais me faire tatouer* ». Elle ajoute, « *j'ai beaucoup de Français qui pensaient que Montréal était plus ouvert pour les tatouages et puis ils arrivent ici et ils se rendent compte que ça laisse un peu à désirer* » (A1). Elle décrit que puisque il n'existe toujours pas de loi qui encadre la profession, la province québécoise n'est pas prête à entreprendre

ce genre démarche promotionnelle touristique. Cependant, si c'était possible de le faire elle assure qu'elle et ses collègues avec qui elle partage son salon seraient enthousiastes à y participer. D'ailleurs, elle précise, « *ça serait vraiment intéressant qu'il y ait un guide ou une plateforme en ligne. Il y en a quelques-unes mais c'est tout le temps les mêmes qui sont repostés, [sic] des tatoueurs traditionnels et tout* ». D'ailleurs, elle explique que le marché du travail de tatoueur à Montréal est saturé. En conséquence, selon elle et son expérience, les tatoueurs gagnent moins leur vie qu'auparavant. On peut imaginer que cette situation serait mieux règlementée s'il y avait un diplôme à passer comme en France, par exemple. De plus, un manque de contrôle pourrait nuire à l'image de la destination et aux expériences des clients. La promotion touristique pourrait aussi être une opportunité économique pour les tatoueurs en quête de visibilité. Ainsi, l'ajout de plateformes en ligne ou de guides dédiés permettrait non seulement d'attirer de la clientèle, mais aussi d'assurer une meilleure qualité des prestations en mettant en avant des salons respectant des standards élevés.

Le participant A2 déclare, « *oui, c'est un business lucratif qui demande à être plus encadré, surtout au niveau de l'hygiène et sur les performances techniques des tatoueurs car beaucoup clients viennent pour retoucher une pièce faite à l'étranger* ». Il rejoint l'argument des normes d'hygiène, mais apporte un autre argument dont l'étude n'avait pas évoqué, celle de la technique. Si un tatouage est mal réalisé ou cicatrise mal, il ne finit pas avec une couleur pleine, il peut y avoir des trous d'encre. Dans ces cas-là, il faut faire retatouer par-dessus quand la cicatrisation est terminée. C'est ce que la participante B8 a dû faire sur un de ses tatouages réalisé en voyage, à Hawaï, aux Etats-Unis. Elle explique qu'il avait été mal fait et que le rendu de son tatouage était « *bizarre* ».

Une meilleure régulation et une sélection des salons recommandés pourraient garantir une meilleure expérience pour les visiteurs.

5.4.2 La recherche d'un service d'art corporel

J'ai demandé aux participants du groupe B d'expliquer comment ils ont trouvé leur tatoueur quand ils étaient en voyage. L'objectif était de comprendre comment ils s'étaient renseignés pour bénéficier des services d'arts corporels. Je voulais savoir si des critères tels que la sécurité sanitaire, la réputation du tatoueur ou l'emplacement (le quartier) du salon étaient importants pour

eux. Ainsi, je voulais savoir comment ils les choisissaient. Ces interrogations regroupent les questions 11, 13, 13b, 17, 18 et 19.

Dans un premier temps, pour identifier les salons de tatouages accessibles, les participantes B1 et B8 se sont renseignées sur Google. Elles ont vérifié les recommandations ainsi que les avis laissées par d'autres clients. De leur côté, les participants B4 et B6 ont fait leurs recherches sur le réseau social Instagram. Le participant B2, quant à lui, explique qu'il commence généralement par chercher de l'inspiration sur Pinterest. Une fois qu'il a trouvé un dessin qui lui plaît, il le retravaille avant de le soumettre à un tatoueur. Il se renseigne sur Internet et/ou sur les réseaux sociaux, pour identifier un artiste qui dont le style correspond à son projet. Lorsqu'un tatoueur attire son attention, il consulte les avis des anciens clients. Si ces avis sont positifs et que le prix proposé par le tatoueur lui semble raisonnable, il réserve alors un rendez-vous.

Les critères de choix d'un tatoueur ont l'air de reposer énormément sur le marketing digital via Internet et les réseaux sociaux (Google, Instagram, Pinterest). Ils ont permis aux participants de comparer et valider leurs choix. On avait déjà entrevue que le réseau social Instagram est une plateforme très importante dans la communication et l'exposition des tatoueurs (Kiskaddon, 2024 ; Ryan Force, 2020). Les avis sur Google, laissés par les anciens clients, semblent également jouer un rôle crucial pour déterminer l'image du salon ou du tatoueur aux yeux des potentiels clients, influençant fortement leur prise de décision.

Dans une tout autre perspective, la participante B6 raconte qu'elle s'est fait faire son premier tatouage en Nouvelle-Zélande, dans sa chambre d'auberge de jeunesse, par un ami cherchant à s'entraîner. Ici, les conditions de salubrité et de stérilisation ne sont pas optimales, mais selon elle, l'expérience et la prise de risque primaient sur le reste. Elle précise tout de même qu'elle s'était renseignée au préalable les conditions sanitaires que doit respecter un tatoueur et qu'une amie s'était déjà faite tatouer par cette personne avec un résultat satisfaisant. Ce qui l'avait définitivement convaincue, c'était le prix. En effet, elle s'était renseignée sur les prix des prestations de tatouages en Nouvelle-Zélande et elle les trouvait trop chères. Le prix proposé par son ami, étant donné qu'il n'était pas un tatoueur professionnel et que le tatouage ne serait pas réalisé dans un lieu réglementé, était beaucoup plus abordable.

D'ailleurs, cet argument du prix fut aussi évoqué par les participants B1, B2, B3 et B5, « *chaque pays a son propre prix, plus le pays est "pauvre" moins c'est cher, ce qui est plus favorable pour moi, après le talent du tatoueur compte aussi !* » (B2). Le prix d'un tatouage varie selon la taille, la complexité du dessin, les couleurs utilisées, la durée et la difficulté de la prestation ainsi que l'expérience et la réputation du tatoueur (Suh, 2024). Par exemple, un tatouage Irezumi traditionnel intégral peut coûter jusqu'à 30 000 euros et peut prendre jusqu'à 5 années de réalisations (Le Blog du Japon, 2023).

Ensuite, lors de la question 18 : Quand vous choisissez un salon de tatouage, est-ce que le quartier de la ville où il se situe a une importance, pour vous ? Les seuls participants à répondre à l'affirmative étaient B1 et B7. Les autres n'avaient pas d'avis ou bien le quartier n'avait pas d'importance. La participante B1 précise, « *je dirais que je privilégie les quartiers un peu plus artistiques, où il y a une plus grande densité de studios de tatouages. Dans mon imagination, c'est là où la qualité est probablement la meilleure* ». Quant au participant B7, il affirme que « *le lieu où se trouve le tatoueur reste important pour moi. S'il se trouve dans un quartier mal famé, ça me mettra énormément de doutes sur l'état même du salon* ». A l'inverse, le participant B2 ne se soucie pas de l'emplacement, « *je ne vais faire 50 km pour aller me faire tatouer. Souvent, je prends des tatoueurs qui sont dans une autre ville mais qui ne restent pas trop loin de là où je me trouve* ». Pour le participant B3, il n'a pas de préférence. Pour lui l'important reste le prix, la qualité et la confiance que renvoie le tatoueur.

Pour certains participants le prix a l'air d'influencer fortement la perception du risque. Comme la participante B6, ils sont prêts à compromettre la qualité ou l'hygiène pour un tarif plus avantageux, ce qui pose la question de la sensibilisation aux bonnes pratiques sanitaires.

Pour compléter l'étude, j'ai demandé aux participants s'ils avaient des préférences pour les salons de tatouages situés dans des quartiers bien en vue ou plutôt clandestins et les avis étaient divergents (Question 19). Quatre répondants (B1, B7, B9 et B10) préfèrent se faire tatouer dans un salon non clandestin. La participante B1 souligne que si ce n'est officiel donc ce n'est pas légal, alors elle aurait peur que les règles sanitaires ne soient pas respectées. Le participant B7 témoigne qu'il aurait peur d'aller dans un salon clandestin mais qu'il connaît des personnes à qui ça ne les dérangerait pas. Les participantes B9 et B10 précisent qu'un salon officiel les rassurerait plus

qu'un clandestin, par rapport aux règles sanitaires. En outre, les participants cités se soucient de leur sécurité et surtout de leur santé quant à leurs choix de salon de tatouage. Seulement, finalement, on doit se rappeler que les lois concernant ces problématiques varient en fonction des pays ou des États. Comme au Québec, il n'existe aucune loi dans le reste du Canada exigeant des personnes désirant devenir tatoueur un diplôme d'hygiène et de stérilisation, par exemple. Par conséquent, que le salon se trouve dans un quartier bien en vue ou défavorisé, cela peut ne rien changer à ses compétences en matière de sécurité sanitaire. Cependant, si le salon n'est pas clandestin, alors les gérants devraient être plus portés à faire leur maximum pour respecter ces règles. Le choix du quartier révèle des perceptions culturelles sur la qualité et la sécurité. Un salon bien situé rassure certains clients, mais d'autres sont plus pragmatiques et priorisent l'expertise du tatoueur, quel que soit son emplacement.

Le participant B4 témoigne que lors de sa première expérience de tatouage, en voyage, qui était à Montréal. Le studio du tatoueur avec lequel il avait pris rendez-vous, était dans le logement personnel du tatoueur, « [...] *ça m'a fait drôle, parce que le studio était dans son appartement, il n'y avait pas de devanture. Je me suis même demandé quand je suis arrivé, en descendant de la station de métro, « ouh là je suis où ? ». Mais après en rentrant dans le studio c'était nickel* ». Il poursuit en expliquant, « *il faisait pas parti d'un salon, il avait son propre studio à lui* ». Il assure que le tatoueur pratiquait depuis plusieurs années et qu'il est suivie par plus de 19000 abonnés sur Instagram. Le tatoueur n'a pas de site web sur Google, donc pas de localisation de son studio (appartement). Le participant ajoute que le tatoueur lui avait donné son adresse par message privé sur Instagram, la veille du rendez-vous, sans affirmé que c'était chez lui.

Quelques participants disaient être rassurés si le studio d'art corporel était dans un quartier bien en vue, mais cela n'assure pas définitivement une expérience optimale. La question 17 du groupe B était : Avez-vous déjà eue une mauvaise expérience de tatouage ? Oui/Non. Qu'est-il passé ? Le but de cette question est de savoir si les participants ont déjà rencontré des situations à risque durant leur expérience de tatouage. La plupart des participants n'ont pas eu d'expérience négative. Toutefois, le participant B7 qui, lors d'une séance de perçage avec des amis, une de ses amies s'était évanouie. Juste avant le perceur avait disparu, obligeant le participant à s'occuper de son

amie pendant quelques minutes jusqu'à qu'il réapparaisse. Cet événement met en lumière le manque de professionnalisme dans certains établissements.

La participante B1, quant à elle, témoigne que pour un de ses tatouages qu'elle avait fait lors de son échange universitaire, le tatoueur avait fait des petites modifications sans la prévenir. C'était un projet personnel et elle l'a appris seulement le jour du rendez-vous. Elle raconte que le tatoueur se serait défendu, en expliquant que ces modifications étaient nécessaires, parce que les motifs qu'elle avait demandés étaient trop détaillés pour la taille du tatouage qu'elle souhaitait. Elle a été compréhensive et reste satisfaite de son tatouage. Un cas similaire est arrivé également au participant B2. Il témoigne que pour son premier tatouage, le tatoueur avait tatoué un motif supplémentaire, « *un arc ciel* », qui n'était pas dans le projet au départ. Sur le moment, il a été en colère mais s'est résigné en se disant qu'il ne pouvait rien y changer. Finalement, aujourd'hui, il apprécie cet ajout.

La question 10 du groupe A : « Adoptez-vous un comportement ou un traitement différent avec un touriste par rapport à un client local ? », peut s'avérer utile si les tatoueurs adaptent leur accueil par rapport un client local et un client touriste. La participante A1 explique ne pas adopter un comportement différent devant des clients touristes mais que les sujets de conversations peuvent être différents : « [...] *c'est sûr qu'on va plus parler de Montréal, de la France, de la provenance de la personne touriste* ». Ceci illustre une volonté de personnaliser l'échange sans altérer la qualité du service. Elle adapte sa communication en fonction de la provenance culturelle ou géographique du client. Quant au participant A2, il dit traiter les clients touristes de la même manière que les clients locaux, « *le même respect pour tout le monde* ». Cela reflète une attitude professionnelle ancrée dans des valeurs fondamentales de respect et d'inclusion. Bien que le service reste identique, il y a une volonté d'adapter la communication avec les clients touristes, ce qui participe à une expérience plus personnalisée pour le touriste. Cela montre l'importance de la dimension interculturelle dans le tatouage en tant qu'expérience de voyage.

Puis, la question 30 du groupe B : « Pendant la/les séance.s, comment avez-vous trouvé le ou les artiste.s ? » convergent autour du ressenti des participants envers les artistes pendant leurs séances. Cette question fait référence à la question 10 du groupe A. Dans l'ensemble, ils ont trouvé leurs

tatoueurs bienveillants et à l'écoute. Cependant, certaines expériences spécifiques ont été partagées.

Le participant B2 raconte qu'il a rencontré plusieurs fois l'obstacle de la barrière de la langue. Cela rend l'explication du projet plus difficile mais qu'il a toujours réussi à s'en sortir. Ensuite, le participant B3 raconte que lors de trois tatouages qu'il a fait en Finlande (en échange universitaire) avec le même artiste, il l'a trouvé discret et peu communicatif. Cependant, il aimait beaucoup son style alors il ne lui en n'a pas tenu rigueur. Puis, il y a la participante B1 qui a exprimé, *« honnêtement je me sens toujours un peu mal à l'aise quand ce sont des gens qui ont de l'expérience de la culture du tatouage ou de tatouer. Je me sens comme une débutante, "elle veut un tatouage mais elle a pas du tout l'air d'en avoir". Il y avait quelques tatoueurs qui me faisaient ressentir ça. Je dirai que je me sentirais plus confortable si c'était une femme »*. Cette dernière s'est déjà senti jugée et inférieure face à des tatoueurs. Benasso et Stagi (2021 : 828) dans leur étude, ont observé l'émergence d'une certaine hiérarchie au sein de la communauté des personnes tatouées, *« [h]ierarchies are produced among the tattooed people too, with tattoo experts often showing off the subcultural capital they own by stressing the distance from the increasing number of persons who get inked without being aware enough tattoos' meanings, styles and symbols »*. Pour elle, cela témoigne d'une stigmatisation de l'apparence et d'un manque d'empathie – découlant d'un manque de confiance – des tatoueurs envers elle. Ces problématiques l'a poussent à privilégier une tatoueuse pour ses prochains projets.

Le sentiment d'inconfort de certains participants, en particulier B1 qui ressent une forme de jugement, met en avant la question de l'inclusivité dans l'univers du tatouage. Cela interroge aussi sur la posture des tatoueurs et la nécessité d'un meilleur accompagnement psychologique des clients, notamment pour ceux qui se font tatouer pour la première fois.

5.4.3 L'implication du tourisme dans le monde du tatouage

Plusieurs questions en spécifique s'adressaient aux tatoueurs. Les questions 14, 15, 15b, 16 et 17 étaient tournées autour de leur avis de l'implication du tourisme dans leur activité professionnelle.

À la question *« Que faut-il à une destination pour assurer une expérience positive à ceux et celles qui veulent y venir pour s'y faire tatouer ? »*, la participante A1 a centré sa réponse autour du

respect stricte des règles d'hygiènes, qui non appliquées peuvent être dangereuses pour le client et le tatoueur. Elle poursuit, « *un studio hyper propre, des artistes qui ont des routines hyper rigoureuses. C'est pas tout le monde qui respecte parce que c'est de la contamination croisée avec le sang. J'ai entendu des histoires d'artistes qui se sont auto infectés, puis faut vraiment faire attention; c'est sûr que ça optimiserait la qualité de l'expérience* ». Le participant A2 rejoint l'avis sur un meilleur encadrement au niveau des règles d'hygiène mais ajoute la question de la compétence technique des artistes. Si un tatoueur a mal tatoué, le client n'est pas satisfait et se dirige vers un autre tatoueur qui doit absolument réussir à rattraper le projet raté.

À la question, « Avez-vous peur que le tourisme s'empare des arts corporels et que cela leur fasse perdre de la valeur symboliquement ? Ou que cela devienne une mode de consommation conventionnelle ? », ou encore « Est-ce que le tourisme peut influencer l'encadrement et la sensibilisation aux pratiques d'art corporel ? », les participants du groupe A ont répondu que ça ne les dérangeait pas. En outre, ils apprécient la clientèle touristique. La participante A1 déclare, « *moi je trouve qu'on est chanceux, ils [les touristes] font voyager notre art* ». Elle poursuit en expliquant que de toute façon le tatoueur choisit ses clients et s'il ne veut pas tatouer de touristes, ils les refusent. De plus, elle ajoute que si un tatoueur veut tatouer essentiellement des touristes, il devrait installer son salon dans un quartier touristique, par exemple à Montréal, il peut aller au vieux port. Elle termine en disant que c'est surtout l'été que les tatoueurs reçoivent plus de touristes que de locaux et qu'ils sont loin d'être saturé de clientèle touristique. Quant au participant A1, ça ne le dérange pas et exprime son accord concernant la question 15b. Il précise qu'il en est surtout question quand les visuels sont des symboles des destinations.

Puis la question 16 et 17 portent sur la potentielle implication dans la promotion de la mise en tourisme de leur zone géographique, qui s'accompagnerait à davantage de visibilité : Souhaitez-vous être impliqué dans la promotion de la mise en tourisme de votre milieu géographique ? (Question 16) ; Souhaitez-vous que le tourisme vous donne plus de visibilité ? Comme avoir votre salon de tatouage qui apparaîtrait sur les guides touristiques, sur les sites officiels sur les organisations touristiques, chez les offices de tourisme ? (Question 17).

Leur salon pourrait apparaître sur les sites officiels, sur les organisations touristiques et/ou chez les offices de tourisme. Les deux participants du groupe A ont répondu favorablement. La

participante A1 précise qu'elle serait ravie, d'autant plus que son salon n'est pas pignon sur rue, en général elle ne reçoit que des rendez-vous. Enfin, le participant A2 précise, « *oui, surtout si le tatoueur a une implication dans la vie de la région et/ou de la commune* ».

Cela traduit une volonté d'institutionnaliser le tatouage comme une véritable activité touristique. Il ne s'agit plus seulement d'un service, mais d'un élément culturel et identitaire du territoire. Cette reconnaissance pourrait professionnaliser davantage le secteur et améliorer la perception du tatouage par le grand public. Cependant, l'intégration du tatouage dans la promotion touristique pourrait poser des défis, concernant par exemple la sélection des salons (être assuré qu'ils respectent les normes d'hygiène et de stérilisation). Également, en ce qui concerne la question de l'authenticité, quelles seront les limites pour ne pas que la visibilité transforme le tatouage en un simple produit touristique.

5.4.4 Projets futurs possibles ?

Pour compléter l'étude pour le groupe B, il y avait la question 16 : Avez-vous un projet de tatouage/d'art corporel dans votre prochaine voyage ?

Parmi les participants il n'y a que B1 et B2 qui ont répondu positivement. La participante B1 explique qu'elle est étudiante internationale au Canada, elle prévoit se faire tatouer à la fin de son séjour. Néanmoins, elle ne sait pas encore ce qu'elle voudrait se faire tatouer. Cela démontre qu'elle souhaite avoir un tatouage symbolique et réfléchi, non précipité. Sa réflexion est progressive et est influencée par le déroulement de son séjour. De plus, on peut penser qu'il est associé au rite de passage marquant la fin de son expérience d'étude à l'étranger.

Tandis que le participant B2, présent en voyage en Australie, explique, « *mon projet de tatouage est un boomerang en ligne abstraite avec une inscription à l'intérieur qui est le mot karma Cela fait référence à l'Australie c'est pourquoi je vais me faire tatouer là-bas ce motif* ». Encore une fois, on note que pour certains, le tatouage devient un marqueur symbolique de leur expérience dans un pays spécifique. Il est utilisé comme un outil mémoriel, comparable à l'achat d'un souvenir physique (par exemple, une carte postale), mais repose sur l'aspect plus personnel et permanent.

Les autres participants qui n'ont pas de futur projet d'art corporel en voyage, ont répondu qu'ils n'avaient pas de déplacements de ce genre de prévu. Il est alors possible que cette pratique est acceptée mais pas systématique. En fait, elle n'est pas toujours une priorité de voyage, mais peut être envisagée si l'occasion se présente, « *si j'ai l'occasion de le faire, je ne dirai pas non, mais je n'adapterais pas mes plans de voyage pour ça* », souligne la participante B1.

5.4.5 Une quête aux arts corporels faits en voyage ?

Pour clore cette étude, j'ai demandé aux participants du groupe B, s'ils souhaitaient se faire un art corporel dans toutes les destinations de voyage qu'ils vont entreprendre. Les réponses, bien que variées, révèlent des tendances intéressantes quant à la place du tatouage dans l'expérience du voyage. J'ai reçu trois réponses « *oui* », sans hésitation (B2, B7, B8). Ensuite, deux participants ont répondu « *non* » (B1, B5). Puis, les autres (B3, B4, B6, B9, B10) ont répondu que cela dépendait du contexte du voyage. Un élément marquant est que les participants B2 et B8, qui ont répondu « *oui* », sont aussi ceux qui possèdent le plus de tatouages et qui en ont déjà réalisé plusieurs en voyage. Cela suggère une corrélation entre la fréquence des tatouages et la volonté de poursuivre cette démarche à travers le voyage.

Pour les participants qui ont répondu que ça dépendait du voyage, plusieurs critères influencent leur décision. Le premier critère observé est celui de l'importance de l'expérience vécue, « *c'est plus où j'ai vraiment vécu une expérience. Ce n'est pas parce que je vais voyager un week-end à Rome que je vais me faire tatouer* », explique la participante B9. Ensuite, la participante B10 ajoute, « *pas forcément à chaque voyage. Je ne vois pas ça comme une collection, tout dépend du voyage* ». De même le participant B3 souligne que le tatouage ne se justifie que si le voyage a été particulièrement marquant, « *dans chaque destination, non. Mais dans chaque destination où j'ai passé beaucoup de temps et qui m'ont marqué, oui* ». Ces témoignages montrent que pour certains, le tatouage en voyage n'est pas un acte systématique mais un choix basé sur une connexion émotionnelle forte avec la destination. Il devient un ancrage symbolique d'une expérience profonde plutôt qu'un simple souvenir touristique.

D'autres participants insistent sur les contraintes organisationnelles liées au tatouage en voyage. La participante B6 illustre cette problématique, « *imagine que tu voyages en Italie, tu n'as que*

deux semaines. Il faut que tu prennes contact avec un artiste que tu as découvert sur les réseaux sociaux et que tu l'aies contacté plusieurs semaines, voire des mois à l'avance, pour travailler avec lui. Sinon, tu ne prends pas de rendez-vous et tu dois t'adapter aux conditions, notamment à l'hygiène ». Effectivement, cette remarque met en avant un point souvent négligé : se faire tatouer à l'étranger nécessite un minimum de préparation. Il faut pouvoir prendre le temps de faire des recherches en amont pour choisir un tatoueur, sur la réputation des salons disponibles et vérifier les normes d'hygiène et de stérilisation qui varient d'un pays à l'autre, etc. D'ailleurs, certains salons n'acceptent que les clients ayant pris rendez-vous à l'avance, ce qui peut compliquer la démarche. Néanmoins, il est toujours possible de se rendre dans un studio qui acceptent les sans rendez-vous comme les participantes B1 et B8. Ces salons facilitent les prises de décisions.

Le troisième critère concerne l'accumulation des tatouages au fil des voyages. Le participant B4 exprime son point de vue, *« je suis ouvert à l'idée, mais je compte beaucoup voyager, ça pourrait faire trop de tatouages souvenirs au bout d'un moment »*. Toutefois, il aime cette idée que chaque tatouage pourrait être rattaché à un lieu. Cet avis souligne la potentiel limite dans cette quête du tatouage souvenir. En effet, comme on a pu observer, pour certains chaque tatouage doit conserver une valeur unique et mémorable. Tandis que pour d'autres, l'accumulation pourrait nuire à cette unicité et transformer le tatouage en démarche routinière.

Puis, pour les participants B2 et B8, qui ont répondu *« oui »*, à la question, ils perçoivent cette démarche comme un véritable projet personnel de mémoire de voyage. *« Il y a comme un truc qui s'allume en voyage »*, exprime la participante B8. Le participant B2, lui, insiste sur l'importance de sa « collection » de tatouage fait en voyage qu'il a commencé et souhaite poursuivre. Cette idée de « collection de tatouages souvenirs » reflète une volonté de lier chaque tatouage à une destination précise, comme un journal de voyage gravé sur la peau. Toutefois, le participant B6 nuance cette approche, *« je dirais oui, mais si je retourne plusieurs fois au même endroit, je ne pense pas que je m'amuserai à en faire un à chaque fois que j'y retourne. Mais au moins un tatouage par endroit, pourquoi pas »*. Ce témoignage montre que même pour ceux qui sont attachés au tatouage en voyage, il existe une limite raisonnable. L'idée n'est pas de se tatouer systématiquement, mais de marquer les endroits ayant une importance particulière.

Ainsi, à travers ces témoignages, nous comprenons que le tatouage en voyage est une démarche personnelle et symbolique qui dépend du vécu émotionnel et de la durée du séjour. Ensuite, l'organisation et les normes d'hygiène sont des facteurs essentiels à considérer, ce qui peut freiner une décision spontanée. Puis, certains voyageurs voient le tatouage comme une collection de souvenirs, tandis que d'autres préfèrent sélectionner avec soin les moments où ils marquent leur peau.

5.5 Synthèse

Ce chapitre a permis d'identifier les critères nécessaires pour mieux encadrer la pratique du tourisme d'art corporel au sein de l'expérience touristique. Il a mis en évidence les risques qu'elle peut engendrer, mais aussi les bénéfices qu'elle peut apporter, dans le but d'optimiser l'expérience des touristes souhaitant s'y initier et de renforcer le rayonnement des destinations qui l'intègrent dans leur offre.

Outre les douleurs physiques, des risques sanitaires existent, notamment les infections dues à une mauvaise asepsie de l'artiste ou au non-respect des règles de cicatrisation. Des réactions allergiques peuvent également survenir en raison de la composition de certaines encres de tatouage ou de henné. Pour limiter ces dangers, certains pays ou États fédéraux ont mis en place des réglementations strictes. Par exemple, en Corée du Sud, un tatoueur doit obligatoirement être diplômé en médecine, alors qu'au Québec (Canada), aucune loi spécifique n'impose de formation en hygiène ou en stérilisation pour exercer légalement.

D'autres risques concernent la relation entre l'artiste et le client, qui peut, dans certains cas, compromettre l'intégrité physique et morale de ce dernier. Des cas d'agressions physiques et sexuelles ont été recensés, illustrant la nécessité d'un encadrement plus rigoureux.

Enfin, le dernier enjeu soulevé est celui lié à l'authenticité : la promotion touristique de cette pratique pourrait en altérer la valeur symbolique et culturelle, réduisant le tatouage à une simple attraction commerciale, entraînant une désacralisation de la pratique. Elle risquerait alors de basculer dans un folklore mal informé ou mal compris par les touristes. Si ces derniers souhaitent revenir de leur voyage avec un art corporel représentatif de la culture locale, sans avoir été

pleinement informés de sa portée symbolique, cela pourrait entraîner un risque de désinformation et d'appropriation culturelle, au point d'offenser les communautés hôtes.

Toutefois, en mettant en lumière ces risques, ce chapitre a également montré en quoi l'implication du tourisme dans ces activités pourrait être bénéfique, tant pour les artistes que pour les industries touristiques. Par exemple, une meilleure intégration du tatouage dans l'offre touristique favoriserait la compréhension et la sensibilisation aux arts corporels en tant qu'éléments culturels. Elle permettrait aussi d'authentifier le tatouage en tant que souvenir de voyage et d'adapter les stratégies marketing pour mieux promouvoir cette expérience. Enfin, le tourisme offrirait aux artistes une plus grande visibilité, notamment grâce au bouche-à-oreille et aux réseaux sociaux, tout en renforçant leur réputation.

L'étude de cas a donné la parole aux touristes ayant déjà expérimenté le tatouage en voyage ainsi qu'aux artistes tatoueurs interrogés. La majorité des participants se montrent favorables à une institutionnalisation de cette pratique par les industries du tourisme. Parmi les principaux bénéfices relevés figurent :

- un accès facilité aux services,
- un renforcement des normes sanitaires,
- de nouvelles opportunités économiques,
- une meilleure visibilité des tatoueurs,
- une expérience qualitative pour le client et l'artiste,
- la mise en avant de styles artistiques et culturels spécifiques.

Pour garantir une expérience de qualité aux visiteurs dans leur quête d'art corporel, un encadrement structuré semble nécessaire. Le témoignage des participants du groupe B met en avant le rôle clé d'Internet et des réseaux sociaux pour trouver un artiste ou un salon sur leur destination. Le prix est également un critère déterminant, au point que certains touristes sont prêts à faire des compromis sur l'hygiène. L'emplacement du salon joue aussi un rôle dans la prise de décision, tout comme l'attitude et la communication du tatoueur, qui influencent fortement la perception de l'expérience.

Du côté des tatoueurs, l'implication du tourisme est perçue comme une opportunité, notamment pour encadrer plus strictement les règles sanitaires et donner une meilleure visibilité au métier. On

pourrait même entreprendre une labellisation de la pratique, par exemple, créer un label du respect des normes sanitaires. Toutefois, certains défis restent à relever, notamment pour préserver l'authenticité de l'expérience et la symbolique des tatouages.

Enfin, le tatouage réalisé en voyage apparaît comme un marqueur d'expérience, servant à symboliser la fin d'un séjour ou à immortaliser une destination. Il devient ainsi un moyen de parfaire la construction identitaire, en inscrivant sur la peau un souvenir chargé de sens, reflétant une étape de vie ou un attachement profond à un lieu ou une culture. La décision de se faire tatouer repose principalement sur trois critères : l'impact émotionnel du voyage, les contraintes organisationnelles et le coût de la prestation.

Le prochain chapitre présente les conclusions générales de cette étude.

CONCLUSION

6.1 Retours sur la problématique et le contexte de l'étude

Les arts corporels désignent l'ensemble des pratiques artistiques qui utilisent le corps comme support ou médium d'expression. Ils peuvent être temporaires ou permanents et régulièrement associés à des significations culturelles, esthétiques, artistiques, identitaires ou de certaines croyances spirituelles et/ou religieuses. Parmi ces pratiques, on compte le tatouage, le perçage, le henné, la scarification, la peinture de corps, le maquillage, ainsi que des modifications plus extrêmes comme par exemple la séparation de la langue et les implants sous-cutanées. L'art corporel est également un mouvement artistique englobant diverses performances telles que, l'actionnisme. Ceci étant, pour de nombreuses personnes, les arts corporels constituent un moyen d'expression de leur identité et peuvent même revêtir une dimension thérapeutique. On souligne que dans les sociétés occidentales modernes, ils sont souvent utilisés pour affirmer son individualité, tandis que dans les sociétés traditionnelles ils servent à renforcer le lien culturel pour s'unir à la communauté.

Ces dernières années, des chercheurs ont observé un phénomène croissant : de plus en plus de personnes choisissent d'acquérir des arts corporels, souvent un tatouage, lors d'un voyage. Pour justifier cette pratique, ces personnes expriment le désir de conserver un souvenir permanent d'une expérience touristique marquante, qu'elle soit liée à un pèlerinage ou à un voyage à but récréatif. Ce phénomène a donné naissance à un nouveau type de tourisme, qu'on appelle le tourisme d'art corporel. De plus en plus populaire, cette forme de tourisme soulève toutefois des questions quant à son encadrement tant il se démocratise, qu'à la sensibilisation des voyageurs aux implications culturelles et éthiques des modifications corporelles dans les différentes destinations.

L'enjeu principal de cette étude était de comprendre le rôle des arts corporels, en particulier le tatouage, dans la construction identitaire, à travers une expérience touristique. Elle visait à comprendre comment les motivations pour cette expérience touristique de pratique d'art corporel, amènent la personne à parfaire sa construction identitaire. Pour répondre à cette question, elle a été subdivisée en trois sous-questions. La première cherchait à recenser les motivations des touristes à vouloir acquérir un art corporel. La seconde visait à expliquer ce que représentent les

arts corporels dans la construction identitaire. Puis, la troisième voulait étudier l'implication des arts corporels pour les industries du tourisme. Cette étude se basait particulièrement sur le cas du tatouage.

Pour répondre à ces questions, j'ai mené cette recherche de manière qualitative. Ce cheminement méthodologique permet d'entreprendre une compréhension approfondie d'un phénomène peu étudié, ici le cas de l'étude le tourisme d'art corporel, en particulier à travers le tatouage. En effet, elle m'a permis d'explorer en profondeur les motivations, les perceptions et les expériences des personnes adeptes de ces pratiques. Ainsi, j'ai pu interpréter ce phénomène à partir de diverses sources variées autant que de littérature scientifique, que de littérature grise. Également, basant mon étude sur la méthode de l'étude de cas, j'ai mené des entretiens semi-dirigés, favorisant une liberté de réponses riches et détaillées, auprès de deux groupes de participants : les artistes tatoueurs (A) et les personnes ayant acquis un tatouage en voyage (B). De ce fait, j'ai pu analyser leurs discours et interpréter les résultats. Pour cela, j'ai utilisé un tableau Excel, ce qui m'a permis de comparer les réponses. D'ailleurs, j'ai pu constater que certaines réponses exprimées par ces derniers coïncidaient avec des résultats dans les études antérieures. Cette convergence a souligné la pertinence du cadre théorique mobilisé tout en mettant en lumière des éléments nouveaux, propres à l'échantillon étudié. Cela m'a permis de recenser les significations et les motivations des participants du groupe B et de connaître le point de vue du groupe A, quant au phénomène et à son encadrement.

6.2 Retours sur les résultats et la discussion

Tout d'abord, les résultats de l'analyse de contenu et de discours ont démontré que la principale motivation pour les personnes qui ont acquis un tatouage en voyage est la volonté de rapporter un souvenir avec eux, de leur voyage. Mais la prise de décision pour ce type de projet dépend toutefois de plusieurs facteurs :

1. Facteurs émotionnels et symboliques

- Impact marquant du voyage
- Attachement émotionnel et affectif à la destination
- Authenticité de la prestation

2. Facteurs culturels et touristiques

- Réputation de la destination pour sa culture du tatouage
- Disponibilité et diversité des services de tatouage

3. Facteurs pratiques et contextuels

- Durée du séjour
- Contexte du séjour
- Réglementation en matière d'hygiène et de stérilisation
- Prix de la prestation
- Lieu de la prestation
- Accompagnement par d'autres personnes (entourage proche)

4. Facteurs personnels et habitudes de tatouage

- Expérience et fréquence des tatouages (les personnes très tatouées peuvent être plus enclines à en faire se faire tatouer en voyage)
- Objectif d'avoir une collection de tatouages faits en voyage

Ces personnes qui ont passé ce cap se sentaient libres de pouvoir exprimer leur personnalité, leur identité. Elles ont accepté de prendre le risque de tenter cette expérience inédite, outrepassant les potentiels hostilités de leur entourage ou de leur milieu de fréquentation (professionnelle, scolaire et communautaire). Dans la majorité des cas observés dans cette étude, les tatouages avaient un lien direct avec leur voyage, que ça soit un symbole culturel ou une autre entité qui les a marqué (événement, objet, personne, faune, flore). Ces voyages qu'ils ont décidé d'ancrer peuvent être un chapitre de leur vie, un acte de passage les menant vers un nouvel aspect de leur identité, qu'ils ont décidé de « marquer », de « graver ». Ces tatouages leur servent de narration corporelle démontrant leurs goûts artistiques et esthétiques et évidemment, des chemins de leur vie, invitant à la discussion et au partage d'expérience. Ces personnes ayant contribué à ce tourisme d'art corporel créent entre elles un espace connexion collective, appréciant échanger sur le sujet et sur leurs expériences.

6.3 Présentations des démarches pour accompagner les personnes à faire du tourisme d'art corporel

Pour accompagner ces personnes dans ce processus d'expérience de tourisme d'art corporel et les aider à parfaire leur identité, les industries du tourisme peuvent mettre en place divers moyens. Avant tout, il serait impératif d'établir une collaboration entre les acteurs du tourisme et les salons d'artistes d'art corporel des destinations concernées. Leur contribution est absolument essentielle car ils sont en première ligne de ces expériences. Ainsi, il serait pertinent de créer un réseau de salons partenaires respectant des critères stricts en matière d'hygiène et de qualité, ce qui permettrait d'instaurer un label de confiance, rassurant les touristes et facilitant leur choix. Une plateforme officielle répertoriant ces tatoueurs certifiés pourrait également être mise en place afin d'offrir un accès clair et sécurisé aux visiteurs comme aux résidents.

Au-delà de la prestation de tatouage ou d'autres formes d'art corporel, le tourisme d'art corporel peut aussi inclure une dimension culturelle et pédagogique. Des circuits thématiques autour du tatouage et d'autres formes d'art corporel (sans nécessairement inclure une prestation de service) pourraient être développés, mettant en lumière l'histoire, la signification et les traditions associées aux différentes pratiques d'art corporel. Ces circuits pourraient inclure des visites guidées de studios de tatouage réputés et potentiellement des rencontres exclusives avec les artistes, mais aussi des conférences et des ateliers permettant aux touristes de mieux comprendre la signification culturelle des tatouages et des autres formes d'art corporel. Il serait également intéressant de proposer des expériences immersives, comme l'opportunité d'assister à la réalisation d'un tatouage traditionnel au sein de communautés résidentes.

Dans cette même perspective, une sensibilisation des touristes serait nécessaire afin qu'ils puissent adopter un art corporel issu d'une culture différente de la leur en toute connaissance de cause. Il serait important qu'ils se renseignent sur l'histoire et la symbolique des motifs traditionnels afin d'éviter toute appropriation culturelle qui pourrait être perçue comme offensante par les populations concernées.

Pour améliorer l'accueil des touristes au sein des salons de tatouage, il serait également pertinent de former les artistes à la prise en charge d'une clientèle internationale – pour ceux qui souhaitent

accueillir une clientèle touristique. Cette formation devrait inclure des modules sur la gestion des différences linguistiques et culturelles afin de garantir un accueil professionnel et respectueux. Si nécessaire, les touristes pourraient aussi avoir accès aux services d'un guide ou d'un interprète pour faciliter la communication et la compréhension mutuelle.

Enfin, concernant les démarches de développement marketing post-expériences, les personnes pourraient être encouragées à partager leur expérience au travers de témoignages sur des blogs et les réseaux sociaux, valorisant à la fois la destination et le salon dans lequel elles se sont rendues. Cela créerait une communauté en ligne où les voyageurs pourraient échanger sur leurs récits et leurs inspirations.

En intégrant l'art corporel dans une offre touristique encadrée et respectueuse, les industries du tourisme pourraient non seulement enrichir l'expérience des voyageurs en quête de construction identitaire, mais aussi valoriser les artistes résidents, dynamiser le tourisme culturel et assurer une meilleure sécurité aux pratiquants. Une telle approche permettrait de concilier exploration personnelle, respect des cultures locales et développement économique des destinations spécialisées dans l'art corporel.

6.4 Perspectives de recherche pour l'avenir

Etant donnée que le phénomène du tourisme d'art corporel est en pleine expansion, plusieurs axes de recherches complémentaires pourraient être explorés afin d'en approfondir la compréhension et optimiser son encadrement.

Tout d'abord, il serait pertinent d'élargir la réflexion en intégrant davantage l'avis des artistes spécialisés dans l'art corporel. Leur contribution, essentielle à cette industrie, pourrait être étudiée en lien avec les démarches évoquées dans la partie précédente (6.3). Cela permettrait d'évaluer leur perception des initiatives visant à structurer cette pratique et d'identifier les ajustements nécessaires pour mieux répondre aux attentes des touristes comme des professionnels.

Ensuite, on pourrait étendre la présente étude à un échantillon plus large et plus diversifié. Cela permettrait d'interroger des participants issus de tous horizons culturels, afin d'analyser si les

significations des arts corporels varient en fonction des origines et des contextes socioculturels des personnes. De plus, on pourrait aussi concentrer la recherche sur le tourisme d'art corporel sur des destinations emblématiques pour sa culture du tatouage, telles que la Nouvelle-Zélande, la Thaïlande, la Polynésie française ou les Etats-Unis, afin de recueillir le point de vue des artistes résidents. De surcroît, on pourrait faire une approche centrée sur des villes très touristiques (par exemple Barcelone, Paris, Londres, New York, Los Angeles, Montréal, Rio de Janeiro, Tokyo, Rome etc.).

Par ailleurs, nous pourrions consacrer un axe de recherche aux enjeux éthiques et culturels liés à la démocratisation du tourisme d'art corporel. Il serait pertinent d'étudier dans quelle mesure l'adoption de tatouages traditionnels issus de cultures spécifiques par des touristes peut être perçue comme une valorisation ou, au contraire, une forme d'appropriation culturelle. Cette recherche pourrait permettre d'élaborer des recommandations visant à promouvoir une approche plus respectueuse et informée de ces pratiques.

Puis, on pourrait envisager une étude approfondie sur l'impact psychologique et identitaire des pratiques d'art corporel réalisées en voyage. Il s'agirait d'examiner d'analyser comment ces expériences influencent la perception de soi, le rapport au corps et l'évolution de l'identité des individus à travers le temps. Cette analyse permettrait également de déterminer si ces marques corporelles conservent leur signification initiale ou si leur interprétation évolue en fonction du parcours de vie des personnes.

D'un point de vue économique et touristique, il serait intéressant d'analyser l'impact du tourisme d'art corporel sur les destinations qui les proposent, en mettant en place une étude comparative entre différentes régions du monde. Cette analyse permettrait également d'évaluer les retombées économiques pour les artistes résidents et les destinations d'accueil.

Ces perspectives de recherche pourraient ainsi contribuer à une meilleure compréhension du phénomène et à une structuration plus éthique et respectueuse du tourisme d'art corporel.

Les arts corporels s'installent de plus en plus dans nos vies, jusqu'à nous suivre dans nos voyages. Certains les admirent, d'autres les rejettent, on ne peut renier leur impact sur notre perception des

autres et de nous-mêmes. Ils endossent le rôle d'être le reflet de notre personne et de notre vie, quel qu'en soit leur signification. On imagine fortement leur expansion encore plus importante dans les années à venir, ils soulèvent des enjeux culturels, éthiques et économiques qui méritent une attention particulière.

L'avenir du tourisme d'art corporel dépendra de la capacité des acteurs concernés à mettre en place des structures équilibrées, valorisant les traditions, assurant la sécurité des touristes, tout en préservant l'authenticité des prestations. Ce phénomène pourrait s'inscrire durablement dans les activités touristiques. Ce n'est pas qu'une histoire de goûts ou d'expérience inédite, mais d'immortaliser ses aventures.

ANNEXE A – GRILLE D'ENTRETIEN GROUPE A

Questions pour les tatoueurs :

1. Comment avez-vous commencé à vous intéresser au tatouage ? Quand ? Où ?
2. Quels ont été vos facteurs de motivations à devenir tatoueur ?
3. Pouvez-vous me raconter ce que les arts corporels représentent pour vous dans votre construction et votre expression identitaire ?
4. Votre clientèle est-elle composée de gens de la localité ou de l'extérieur et dans quel pourcentage (approximativement) ?
5. Y a-t-il des différences de profil entre vos clients locaux et ceux de l'extérieur ?
6. Y a-t-il une différence entre le type de tatouage ou d'arts corporels que recherchent les gens selon qu'ils sont de la localité ou de l'extérieur – des touristes ?
8. Beaucoup de gens attendent un voyage pour se faire tatouer. Pourquoi, selon-vous ?
 - 8b. Quelles sont leurs motivations, à se faire tatouer loin de chez eux ?
9. Des personnes se déplacent-elles exprès pour se faire tatouer par vous ? Pourquoi ?
 - 9b. Que demandent-elles comme tatouages ?
 - 9c. Pouvez-vous me donner des exemples ?
10. Adoptez-vous un comportement ou un traitement différent avec un touriste par rapport à un client local ?
11. D'après vous, pourquoi quelqu'un va-t-il se faire tatouer en voyage ?
12. Est-ce que pour vous le tatouage fait en voyage est un souvenir ?
13. D'après vous, est-ce que les villes touristiques devraient faire la promotion de l'art corporel, des services de tatouage, par exemple ?

14. Que faut-il à une destination pour assurer une expérience positive à ceux et celles qui veulent y venir pour s'y faire tatouer ?
15. Avez-vous peur que le tourisme s'empare des arts corporels et que cela leur fasse perdre de la valeur symboliquement ? Ou que cela devienne une mode de consommation conventionnelle ? (Kjeldgaard et Bengtsson, 2005)
- 15b. Est-ce que le tourisme peut influencer l'encadrement et la sensibilisation aux pratiques d'art corporel ?
16. Souhaitez-vous être impliqué dans la promotion de la mise en tourisme de votre milieu géographique ?
17. Souhaitez-vous que le tourisme vous donne plus de visibilité ? Comme avoir votre salon de tatouage qui apparaîtrait sur les guides touristiques, sur les sites officiels sur les organisations touristiques, chez les offices de tourisme ?

ANNEXE B – GRILLE D'ENTRETIEN GROUPE B

Questions pour les personnes s'étant fait tatouer ou fait un autre type d'art corporel durant une expérience touristique :

1. Etes-vous adepte du tatouage ?

1b. Pourquoi ?

1c. Est-ce que je peux savoir combien vous en avez ?

2. Où avez-vous réalisé vos premiers tatouages ? Dans votre environnement, votre ville, ou à l'extérieur ?

3. Comment avez-vous commencé à vous intéresser au tatouage ? Quand ? Où ?

4. Quels ont été les facteurs de motivations à vous faire tatouer les premières fois ?

4b. Vos motivations à vous faire tatouer ont-elles changé avec le temps ?

5. Quelles sont vos influences quant au choix de ce/vos tatouage.s ?

5b. Avez-vous été influencé de quelconque manière ?

6. Vous êtes-vous déjà fait tatouer lors de vacances ou d'un voyage loin de chez vous (ou de votre milieu de vie habituel) ? Oui / Non – si non, envisageriez-vous d'aller vous faire tatouer en voyage ?

7. Advenant que vous soyez déjà allés en voyage ou que vous envisagiez de partir pour acquérir de l'art corporel, quelles mesures avez-vous prises ou prendrez-vous avant votre départ en vue de cette expérience ?

a) des informations sur les services d'arts corporels à destination : OUI / NON (auprès de quelle autorité ? ex. gouvernement, entreprise, etc.)

b) des informations sur la sécurité sanitaire des services d'arts corporels à destination ? OUI / NON (auprès de quelle autorité ? ex. gouvernement, entreprise, etc.)

c) Des informations sur la réputation des fournisseurs de services liés à l'art corporel ?

8. Est-ce la destination de voyage vous a influencé pour vous y faire tatouer ? Ou était-ce prévu de vous faire tatouer avant que vous ne partiez ?

9. Quelles ont été les planifications pour votre/vos tatouage.s ?
10. Est-ce que vous souhaitez faire autre chose comme art corporel ?
11. Dans votre cas, comment choisit-on l'endroit où se faire tatouer ou créer toute forme d'art corporel ?
12. Est-ce que de te faire faire un art corporel dans une zone géographique différente de la tienne t'a plus motivé ?
13. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi avez-vous choisi un milieu loin de chez vous pour vous faire/avoir cet/ces art.s corporel.s ?
 - 13b. Avez-vous pris des précautions sanitaires différentes, parce que cette expérience se passait à l'étranger ?
14. Est-ce que vous comptez réitérer l'expérience ?
15. D'après vous, est-ce que les villes touristiques devraient faire la promotion de l'art corporel, des services de tatouage, par exemple ? Pourquoi ?
16. Avez-vous un projet de tatouage/d'art corporel dans votre prochaine voyage ?
 - 16b. Si oui, pouvez-vous me raconter quel serait votre projet ?
 - 16c. Si non, pourquoi ?
17. Avez-vous déjà eue une mauvaise expérience de tatouage ? Oui/Non. Que s'est-il passé ?
18. Quand vous choisissez un salon de tatouage, est-ce que le quartier de la ville où il se situe a une importance, pour vous ?
19. Préférez-vous les salons de tatouages situés dans des quartiers bien en vue ou plutôt clandestins ? Pourquoi ?
20. Qu'est-ce que les arts corporels représentent pour vous, dans votre vie ?
21. Quelle(s) est/sont les sensation.s que vous procure un art corporels ? Durant l'opération ou bien de manière générale ? (Hong et Lee, 2017 : 160)
22. Est-ce que votre regard sur votre corps a changé depuis que vous êtes tatoué/que vous avez des perçages ou d'autres formes d'art corporel ?

- 22b. Quand est-il également votre regard sur le corps des autres ?
23. Depuis que vous avez un/des art.s corporel.s, pouvez-vous me dire comment vous vous sentez par rapport à votre corps ?
24. Est-ce que vous pensez que dans votre société ou votre communauté, vous pouvez exprimer votre identité librement ? En tant qu'adepte des arts corporels, est-ce que vous vous sentez plus libre lorsque vous êtes en voyage ?
- 24b. Si non, est-ce la raison pour laquelle vous préférez vous exprimez en voyage ?
25. A travers les arts corporels, est-ce que vous cherchez à vous individualiser ou à vous affilier à un groupe, à votre culture, votre religion ?
26. Depuis que vous avez un/des arts corporels, est-ce que vous vous identifiez à un groupe ?
27. Pouvez-vous me dire ce que représente votre/vos (ou quelques-uns de vos) art.s corporel.s ? Que symbolise.nt-il.s ? (Kjeldgaard et Bengtsson, 2005 : 175)
28. Est-ce que vous voulez que votre/vos arts corporels soit.ent visible.s ?
- 28b. Si oui, pourquoi ? (Alter-Muri, 2020 ; Dresler, 2021)
- 28c. Si non, pourquoi ? (Alter-Muri, 2020 ; Dresler, 2021)
29. Est-ce que vous regrettez votre/un de vos/ art.s corporel.s/tatouage.s, que vous avez fait en voyage? Pour quelles raisons ? (Armstrong *et al.*, 2008)
30. Pendant la/les séance.s, comment avez-vous trouvé le ou les artiste.s ?
- 30b. Avez-vous déjà eu une mauvaise expérience pendant une séance ?
- 30c. Si oui, pouvez-vous me la raconter ?
31. Finalement, est-ce que pour vous le tatouage fait en voyage est un souvenir ?
32. Voulez-vous vous faire un art corporel ou vous faire tatouer dans chaque destination que vous visitez ? Est-ce pour vous une collection ? (Dresler, 2021 : 1016)

ANNEXE C – FORMULAIRE DE CONSENTEMENT GROUPE A

L'art corporel comme mode d'expression identitaire - La construction d'une expérience touristique : le cas du tatouage

Étudiant-chercheur

Eline JUDON,

Maîtrise en Développement du Tourisme (3045)

+33 6 72956953

judon.eline@courrier.uqam.ca

Direction de recherche

Alain A. GRENIER,

Professeur, chercheur et directeur de recherche,

Département des études urbaines et touristiques,

Ecole des sciences de la gestion

Université du Québec à Montréal

grenier.alain-adrien@uqam.ca

Préambule

Nous vous invitons à participer à un projet de recherche qui implique des artistes tatoueurs et des personnes s'étant fait tatouer ou ayant acquis une autre forme d'art corporel durant une expérience touristique. 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. Vous pouvez nous poser toutes les questions que vous jugez nécessaires.

Description du projet et de ses objectifs

1. *L'objectif principal du projet est de comprendre les enjeux du tourisme d'art corporel du point de vue des personnes qui se sont fait un tatouage ou un autre type d'art corporel pendant une expérience touristique vécue et du point de vue des artisans et professionnels du milieu. Dans un premier temps, nous cherchons à connaître les motivations qui les ont encouragés à vivre une expérience d'art corporel dans le cadre d'un séjour touristique. Dans un second temps, nous voulons comprendre comment ces types d'actions impactent leur expression identitaire. Ainsi, cela permettra d'étudier l'implication que les arts corporels peuvent avoir sur les industries du tourisme.*
2. *Durée prévue du déroulement du projet : entretiens d'une durée maximale d'une heure*
3. *Nombre de participants impliqués : minimum 20 participants*
4. *Population ciblée : artistes tatoueurs et personnes s'étant fait faire un tatouage ou un autre type d'art corporel durant une expérience touristique.*

Nature et durée de votre participation

1. *Une entrevue semi-dirigée d'environ 30 minutes (cela peut durer plus longtemps si le participant souhaite développer davantage ses réponses). L'entrevue peut se passer en distanciel ou présentiel sur le lieu où le participant est le plus confortable (sauf dans son foyer). L'entrevue sera enregistrée de manière audio.*

Avantages liés à la participation

En participant à cette étude, vous ne retirerez pas d'avantages si non le plaisir de partager vos expériences et points de vue. Toutefois, vous contribuez à l'avancement de la science et des connaissances.

Risques liés à la participation

Il y a toujours des risques de raviver le souvenir d'une expérience difficile. En général, ces évocations peuvent être positives (thérapeutiques), pour les participant.e.s. À défaut, dans les cas où les participant.e.s exprimeraient un malaise, je leur recommanderai les services d'écoute professionnelle offerts au grand public.

Confidentialité

[Décrivez les mesures mises en place pour assurer, le cas échéant, la confidentialité des informations recueillies.

Vous pouvez traiter des éléments suivants :

1. Les participant.e.s à l'étude ne fournissent pas de données nominatives,
2. Personnes n'aura accès aux informations obtenues outre la chercheuse et son directeur de recherche,
3. Les données seront conservées sur un disque dur accessible seulement par mot de passe confidentiel et exclusif à la chercheuse.
4. Les enregistrements audios des entrevues seront numérotés et ne seront partagés qu'à mon directeur de recherche et à sa demande, uniquement
5. Les enregistrements seront détruits dès qu'ils auront été transcrits et tous les documents relatifs à votre entrevue seront conservés sous clef ou sur disque dur durant la durée de l'étude.
6. Toutes les données recueillies seront supprimées lorsque la recherche sera terminée

Utilisation secondaire des données

Ce projet de recherche a été évalué et approuvé par un Comité d'éthique de la recherche de l'UQAM avant sa réalisation. Les données de recherche seront conservées de façon sécuritaire. Afin de préserver votre identité et la confidentialité des données de recherche, vous ne serez identifié que par un numéro de code.

Acceptez-vous que les données de recherche soient utilisées dans le futur par d'autres chercheurs à ces conditions?

☐ Oui ☐ Non

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 la chercheuse 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 :

Alain A. GRENIER

Grenier.alain-adrien@uqam.ca

Eline JUDON

+ 33 6 72 95 69 53

Judon.eline@courrier.uqam.ca

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPÉ) 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 la coordination du CERPÉ plurifacultaire (cerpe-pluri@uqam.ca) et CERPÉ FSH (cerpe.fsh@uqam.ca).

Pour toute autre question concernant vos droits en tant que personne participante à ce projet de recherche ou pour formuler une plainte, vous pouvez communiquer avec le bureau de la protectrice universitaire de l'UQAM protectriceuniversitaire@uqam.ca; 514-987-3151.

Remerciements

Nous vous remercions pour votre participation à ce projet de recherche.

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.

Prénom Nom

Signature

Date

ANNEXE D – CERTIFICAT ETHIQUE

No. de certificat : 2024-6575

Date : 2024-04-04

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE plurifacultaire) a examiné le projet de recherche suivant et le juge conforme aux pratiques habituelles ainsi qu'aux normes établies par la *Politique No 54 sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains* (2020) de l'UQAM.

- Titre du projet : L'art corporel comme mode d'expression identitaire -La construction d'une expérience touristique : le cas du tatouage
- Nom de l'étudiant : Eline Judon
- Programme d'études : Maitrise en développement du tourisme (avec mémoire)
- Direction(s) de recherche : Alain Adrien Grenier

Modalités d'application

Toute modification au protocole de recherche en cours de même que tout événement ou renseignement pouvant affecter l'intégrité de la recherche doivent être communiqués rapidement au comité.

La suspension ou la cessation du protocole, temporaire ou définitive, doit être communiquée au comité dans les meilleurs délais.

Le présent certificat est valide pour une durée d'un an à partir de la date d'émission. Au terme de ce délai, un rapport d'avancement de projet doit être soumis au comité, en guise de rapport final si le projet est réalisé en moins d'un an, et en guise de rapport annuel pour le projet se poursuivant sur plus d'une année au plus tard un mois avant la date d'échéance (**2025-04-04**) de votre certificat. Dans ce dernier cas, le rapport annuel permettra au comité de se prononcer sur le renouvellement du certificat d'approbation éthique.



Raoul Graf, M.A., Ph.D.
Professeur titulaire, Département de marketing
Président du CERPE plurifacultaire



Certificat de réussite

Ce document certifie que

Eline Judon

*a complété avec succès la Formation en éthique de la recherche
basée sur l'Énoncé de politiques des trois Conseils : Éthique de la
recherche avec des êtres humains (EPTC 2: FER 2022)*

Numero de certificat 0000947434

26 aout, 2023

REFERENCES

Académie nationale de médecine (2020). *Lichénoïde (dermatose)*. Dictionnaire médical de l'Académie de médecine - ancienne version 2020. < <https://www.academie-medecine.fr/le-dictionnaire/index.php?q=dermatose%20lich%C3%A9no%C3%AFde%2C%C2%A0l%C3%A9sion%20tuberculo%C3%AFde%2C%C2%A0BCG#:~:text=Forme%20aigu%C3%AB%20rare%20de%20pityriasis,peut%20prendre%20un%20aspect%20varioliforme>. > Consulté le 8 janvier 2025.

Agence France-Presse (2022, 1^{er} avril). Les tatoueurs en colère en Corée du Sud. *La Presse*. < <https://www.lapresse.ca/international/asie-et-oceanie/2022-04-01/tatouage-considere-comme-une-pratique-medicale/les-tatoueurs-en-colere-en-coree-du-sud.php> >. Consulté le 10 octobre 2024.

AHOVI, Jonathan, et MORO, Marie R. (2010). « Rites de passage et adolescence ». *Adolescence*, T. 28 4(4), 861-871. <https://doi.org/10.3917/ado.074.0861>

ALTER-MURI, Simone (2020). “The Body as Canvas : Motivations, Meanings, and Therapeutic Implications of Tattoos”, *Art Therapy*, 37(3), 139-146. <https://doi.org/10.1080/07421656.2019.1679545>

Alternatives Economique (s. d.). Sous-culture. Le Dictionnaire. Dans *Alternatives Economiques*. Récupéré le 1^{er} novembre 2024. < <https://www.alternatives-economiques.fr/dictionnaire/definition/97931#:~:text=Culture%20propre%20%C3%A0%20un%20groupe,la%20%C2%AB%20culture%20punk%20%C2%BB> >. Consulté le 1^{er} novembre 2024.

ALVES, Sarah, ALVES, Ester, et MEYER, Vincent (2024). « Tatouage et inclusion, être authentiquement soi au travail ». *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Vol. XXX(81), 119-140. <https://doi.org/10.3917/rips1.081.0119>

AMIRI, Camille (2024, 11 avril). Alex Boyko trial: Metro Detroit tattoo artist faces jury in sexual misconduct case. FOX 2 Detroit. <https://www.fox2detroit.com/news/alex-boyko-trial-metro-detroit-tattoo-artist-faces-jury-in-sexual-misconduct-case>

ARMSTRONG, Myrna L., Alden E. ROBERTS, Jerome R. KOCH, Jana C. SAUNDERS, Donna C. OWEN et Rox R. ANDERSON (2008). “Motivation for Contemporary Tattoo Removal : A Shift in Identity”. *Archives of Dermatology*, 144(7). <https://doi.org/10.1001/archderm.144.7.879>

ARYA, Rina (2021). “Cultural appropriation : What it is and why it matters?” *Sociology Compass*, 15(10), e12923. <https://doi.org/10.1111/soc4.12923>

Art & Design. (2019, 16 janvier). *Les 10 performances qui ont changé l'histoire de l'art au XXe siècle*. Le Numéro. < <https://numero.com/art/art-art/les-10-performances-qui-ont-change-lhistoire-de-lart-au-xxe-siecle/> >. Consulté le 13 octobre 2024.

AUBAILE-SALLENAVE, Françoise (1982). « Les voyages du henné ». *Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée*, 29(2), 123-178.

ALBERT, Marie-Noëlle, et AVENIER, Marie-José. (2011). « Légitimation de savoirs élaborés dans une épistémologie constructiviste à partir de l'expérience de praticiens ». *Recherches qualitatives*, 30(2), 22. <https://doi.org/10.7202/1084829ar>

BASSIOUNI, Dina. H., et HACKLEY, Chris. (2014). "Generation Z'children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review". *Journal of Customer Behaviour*, 13(2), 113-133. <https://doi.org/10.1362/147539214X14024779483591>

BAUDELAIRE, Charles (1868, r. 1962). Éloge du maquillage. *Le Peintre de la vie moderne*, 1184.

BAUDRILLARD, Jean (1970). *La société de consommation : ses mythes ses structures*. Editions Denoël. 309 pages, cité dans LACHAUD, Jean-Marc, et LAHUERTA, Claire (2007). « De la dimension critique du corps en actes dans l'art contemporain ». *Actuel Marx*, 41(1), 84. <https://doi.org/10.3917/amx.041.0084>

Barnie's Art Invest (2016). *Les principaux courants et mouvements artistiques*. Barnie's Art Invest. < <https://barnies.fr/mouvements-artistiques/> >. Consulté le 13 octobre 2024.

BAUMAN, Zygmunt (2001). "Identité et mondialisation". *Lignes*, 6(3), 10-27. <https://doi.org/10.3917/lignes1.006.0009>

BBC (2018, 12 octobre). Thailand vegetarian festival : Swords and other objects used in face-piercing. British Broadcasting Corporation.com. < <https://www.bbc.com/news/world-asia-45836751> >. Consulté le 9 août 2024.

BELL, Claudia (2014). "Cultural memory inscribed in the skin: Symbols of nation as tattoo art in New Zealand". *Культура/Culture*, (6), 43-50.

BELL, Shannon (1999). "Tattooed : A Participant Observer's Exploration of Meaning". *The Journal of American Culture*, 22(2), 5358. https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1999.2202_53.x

BENASSO, Sebastiano, et STAGI, Luisa (2021). "Getting Inked at a Tattoo Convention : Subjectivity and Belonging within an Alternative Cultural Heterotopia¹". *Italian Sociological Review*, Vol 11, 807 Pages. <https://doi.org/10.13136/ISR.V11I3.492>

BENZINA, Jihane, BRIGNAND, Didier, ETIENNE, A., BLEVIS, Fabienne, CHAPELARD, R., VERAN, Benoît, GILARDET, T., MALIN, S. (2019, 11 octobre). *La bise, une spécialité française* [JT de 20h]. France 2, France Télévisions (prod.). France Info. < https://www.francetvinfo.fr/france/la-bise-une-specialite-francaise_3655205.html >. Consulté le 23 mars 2025.

BOITTIAUX, Pascaline (2018, 25 mai). *Infographie : Les pays où les tatouages sont les plus populaires*. Etude Dalia. Statista Daily Data.
< <https://fr.statista.com/infographie/13962/les-pays-ou-les-tatouages-sont-les-plus-populaires> >. Consulté le 6 novembre 2024.

BOND, Nigel et FALK, John (2013). “Tourism and identity-related motivations : Why am I here (and not there)?” *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 430442.

Booking Links Morocco (s. d.). *Expérience privée d'art au henné marocain complet de 3 heures et de tatouage temporaire au henné*. Tripadvisor. < https://www.tripadvisor.fr/AttractionProductReview-g293734-d23858972-3_Hour_Private_Full_Moroccan_Henna_Art_and_temporary_Henna_tattoo_Experience-Marra.html >. Consulté le 10 février 2025.

BOURDIEU, Pierre (1973, 14 janvier). Interviewé par LLANSO Victoria, « *Pierre Bourdieu : la culture exclut la classe populaire* » [Vidéo]. Dans Office National de Radiodiffusion Télévision Française (prod.), *Institut nationale de l'audiovisuel*. <https://mediaclip.ina.fr/fr/i22012917-pierre-bourdieu-la-culture-exclut-la-classe-populaire.html>

BOURHIS, Anne, et CHENEVERT, Denis (2010). “Attraction et rétention des salariés du commerce de l'alimentation: Étude des salariés de la génération Y peu scolarisés”. *XXIème congrès de l'AGRH*.

BURGESS, Mark, et CLARK, Louise. (2010). “Do the "savage origins" of tattoos cast a prejudicial shadow on contemporary tattooed individuals?” *Journal of Applied Social Psychology*, 40(3), 746–764. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00596.x>

CARMEN, Rachael A., GUITAR, Amanda E., et DILLON, Hailey M. (2012). “Ultimate Answers to Proximate Questions : The Evolutionary Motivations behind Tattoos and Body Piercings in Popular Culture”. *Review of General Psychology*, 16(2), 134-143. <https://doi.org/10.1037/a0027908>

Certification, B. (2021, 20 juillet). *How to Get a Tattoo License in the USA?* Bloodborne Certification. < <https://bloodbornecertification.com/how-to-get-a-tattoo-license-in-the-usa/> >. Consulté le 10 octobre 2024.

CITOT, Vincent (2004). Les temps hypermodernes, de Gilles Lipovetsky. *Le Philosophoire*, 22(1), 184188. <https://doi.org/10.3917/phoir.022.0184>

CLEMENT, Naomi (2017, 14 septembre). Cinq tatoueurs adeptes du stick and poke à suivre sur Instagram. *Konbini*.
< <https://www.konbini.com/archive/cinq-tatoueurs-stick-and-poke-instagram/> >. Consulté le 9 janvier 2025.

COËFFE, Vincent (2010). « La plage, fabrique d'une touristi(cité) idéale ». *L'Information géographique*, 74(3), 51-68. <https://doi.org/10.3917/lig.743.0051>

COGEZ, Samuel (2023, 5 octobre). Arras : un tatoueur mis en examen pour agressions sexuelles et incarcéré. *La Voix du Nord*. < <https://www.lavoixdunord.fr/1381570/article/2023-10-05/arras-un-tatoueur-mis-en-examen-pour-agressions-sexuelles-et-incarcere> >. Consulté le 16 octobre 2024.

COHEN, Albert K., et SHORT, James F. (1958). Research in Delinquent Subcultures. *Journal of Social Issues*, 14(3), 2037. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1958.tb01414.x>. Cités dans SASSEVILLE, Martin (2007). *Critique épistémologique du concept de sous-culture*. [Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal]. Archipel : <https://archipel.uqam.ca/7388/>

COHEN, Erik, et COHEN, Scott A. (2012). “Authentication : Hot and cool”. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.03.004>

COHEN, Erik. (1979). “A phenomenology of tourism experiences”, *Sociology*, 13(2), 179-201.

COHEN, Scott (2010). “Searching for Escape, Authenticity and Identity : Experiences of ‘Lifestyle Travellers’”, 27-42, dans *The Tourism and Leisure Experience*, sous la direction de M. Morgan, P. Lugosi, et J. R. B. Ritchie. Multilingual Matters : Bristol, UK, 264 pages. <https://doi.org/10.21832/9781845411503-005>

Conseil des arts du Canada (s. d.). *L'appropriation culturelle*. Conseil des arts du Canada. < <https://conseildesarts.ca/financement/decisions-de-financement/processus-decisionnel/evaluation-des-demandes/fiche-contextuelle/l-appropriation-culturelle> >. Consulté le 20 mars 2024.

CORBIN, Juliet et STRAUSS, Anselm L. (2015). *Basics of qualitative research : Techniques and procedures for developing grounded theory* (4^e éd.). Sage Publication.

CNAM – Caisse nationale de l'Assurance maladie (2024a, 5 mars). *Quels soins devez-vous apporter à votre piercing et quand consulter un médecin ?*. « Piercing ». Caisse nationale de l'Assurance maladie, Gouvernement français. < <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/piercing/quels-soins-piercing-quand-consulter-medecin> >. Consulté le 20 novembre 2024.

CNAM – Caisse nationale de l'Assurance maladie (2024b, 17 septembre). *Quels sont les risques du tatouage permanent ?*. « Tatouages ». Caisse nationale de l'Assurance maladie, Gouvernement français. < <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/tatouage/les-risques-du-tatouage-permanent#:~:text=R%C3%A9actions%20inflammatoires%20de%20la%20peau,40%20ans%20apr%C3%A8s%20le%20tatouage> >. Consulté le 20 novembre 2024.

CNAM – Caisse nationale de l'Assurance maladie (2024c, 17 octobre). *Quels soins apporter après un tatouage et quand consulter ?* « Tatouages ». Caisse nationale de l'Assurance maladie, Gouvernement français. < <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/tatouage/tatouage-quels-soins-et-quand-consulter> >. Consulté le 20 novembre 2024.

CNAM – Caisse nationale de l'Assurance maladie (2023, 3 octobre). *Urticaire : symptômes et causes*. « Urticaire ». Caisse nationale de l'Assurance maladie, Gouvernement français. < <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/urticaire/reconnaitre-urticaire> >. Consulté le 20 novembre 2024.

CRAVATTE, Céline (2009). « L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ? » *Cahiers d'études africaines*, 49(193-194), 603-619. <https://doi.org/10.4000/etudesafriques.18852>

CULLER, Jonathan. (1981). "Semiotics Of Tourism". *The American Journal of Semiotics*, 1(1), 127-140. <https://doi.org/10.5840/ajs198111/25>. Cité dans WANG, Ning (1999). "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

DALMAS, Michel (2014). « Quelles valeurs organisationnelles pour la génération Y ? » : *Management & Avenir*, N° 72(6), 113-132. <https://doi.org/10.3917/mav.072.0113>

DEBARBIEUX, Bernard (2012). « Tourisme, imaginaires et identités : Inverser le point de vue ». *Via Tourism Review*, 1. <https://doi.org/10.4000/viatourism.1191>

Déclaration de Mexico (1982). *Le secteur de la culture*. UNESCO – Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. < <https://www.unesco.org/fr/culture/about> >. Consulté le 24 février 2025.

DEMELLO, Margo (1995). « *Not Just For Bikers Anymore* » : *Popular representations of American tattooing*. 29(3), 37.

DENIS, François et ALAIN, Sophie (2001). « Le tatouage ». *Medicine*, 80, 134-151.

DENOÛËL, Julie (2011). Identité. *Communications*, 88(1), 75. <https://doi.org/10.3917/commu.088.0075>

DENZIN, Norman K. et LINCOLN, Yvonna S. (2018). *Introduction : The discipline and practice of qualitative research*. Dans Norman K. Denzin et Yvonna S. Lincoln (dir.). *The SAGE handbook of qualitative research*. (5e éd.). Sage Publications.

DESMARAIS, Amélie. (2016, 29 juin). Un tatoueur de Trois-Rivières condamné pour travail incomplet et blessures. *ICI Mauricie-Centre-du-Québec*. < <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/790270/tatouage-trois-rivieres-steve-sisk-yvan-st-pierre-cour-petites-creances> >. Consulté le 7 novembre 2024.

DE VINCI, Léonard (1498). *La Cène* [Peinture]. Eglise Santa Maria delle Grazie, Milan, Italie.

DIKTAŞ, Mustafa (2020). "The Imprint of the Pilgrimage An Ethnography of a Tattoo Studio in Jerusalem". *International Journal of Religious Tourism and International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 8(5). 1-11.

DORAIS, Louis-Jacques (2004). « La construction de l'identité ». *Discours et constructions identitaires*, 1-11.

DRESLER, Emma (2021). "Tattoo as a personalised souvenir : Pictorial presentation of tourism experience." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(9), 10071023. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1940226>

DREYFUS, Charles. (2004). « Michel Journiac. Corps-viande ton contenu est social... ». *Inter*, (87), 61-63.

DRUMMOND, Murray (2011). "REFLECTIONS ON THE ARCHETYPAL HETEROSEXUAL MALE BODY". *Australian Feminist Studies*, 26(67), 103-117. <https://doi.org/10.1080/08164649.2011.546331>

ECHA – Agence européenne des produits chimiques (s. d.). *Encres de tatouage et maquillage permanent*. < <https://echa.europa.eu/fr/hot-topics/tattoo-inks> >. Consulté le 27 novembre 2024.

ENGESSET, Marit G., et ELVEKROK, Ingunn (2015). "Authentic Concepts : Effects on Tourist Satisfaction". *Journal of Travel Research*, 54(4), 456-466. <https://doi.org/10.1177/0047287514522876>

ERDAL, Rhiannon (2019, 13 juin). Identité européenne et identité nationale, quelles différences ? *Taurillon*, Opinion. < <https://www.taurillon.org/identite-europeenne-identite-nationale-quelles-differences> >. Consulté le 31 octobre 2024.

FALK, Pasi (1995). "Written in the Flesh". *Body & Society*, 1(1), 95-105.

FEATHERSTONE, Mike (1999). "Body Modification : An Introduction". *Body & Society*, 5(2-3), 1-13. <https://doi.org/10.1177/1357034X99005002001>

FERGUSON, Henry, (1999). "Body Piercing". *BMJ*, 319(7225), 1627-1629.

FERREIRA, Vitor Sérgio (2014). "Becoming a Heavily Tattooed Young Body : From a Bodily Experience to a Body Project". *Youth & Society*, 46(3), 303-337. <https://doi.org/10.1177/0044118X11427839>

First Class (2023). *A Guide to Getting a Walk-in Tattoo*. First Class. < <https://www.firstclasstattoos.com/a-guide-to-getting-a-walk-in-tattoo> >. Consulté le 13 août 2024.

FOLZ, Benedikt J., LIPPERT, Burkard M., KUELKENS, Christoph et WERNER, Jochen A. (2000). "Hazard of Piercing and Facial Body Art of Three Patients and Literature Review". *Ann Plast Surg*, 45(1), 374-381.

FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne (2022). *Fondements et étapes du processus de recherche – méthodes quantitatives et qualitatives*. (4^e éd). Chenelière Éducation : Montréal. 536 pages.

FRANKEL, Sarah, CHILDS, Michelle, et KIM, Youn-Kyung (2019). "Attending a tattoo convention : To seek or escape?" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 282-294. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1527275>

GALIOTO, Rachel et CROWTHER, Janis H. (2013). "The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction". *Body Image*, 10(4), 566-573. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.009>

GARAICOECHEA, Miren (2021, 17 janvier). #MeToo gagne le tattoo : «Le mec m’a fait descendre mon jean jusqu’en bas des sous-vêtements». *Libération*. Consulté le 16 octobre 2024, à l’adresse https://www.liberation.fr/france/2021/01/17/metoo-gagne-le-tattoo-le-mec-m-a-fait-descendre-mon-jean-jusqu-en-bas-des-sous-vetements_1817345/

GEOCONFLUENCES. (2023, juin). Folklore, folklorisation. *Géoconfluences ENS de Lyon*. < <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/folklore-folklorisation> >. Consulté le 3 septembre 2025.

GIRARD, Mélanie, LAFLAMME, Simon, et VAUTIER, Claude (2020). "Représentations du tatouage : Le paradoxe de la différenciation et de l’assimilation". *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 15(1), 93171. <https://doi.org/10.7202/1068181ar>

GRANGER, Cristophe (2003). « Le corps en vacances. Culture somatique et sentiment de soi, 1930-1975 ». *Hypothèses*, 6(1), 59-68. <https://doi.org/10.3917/hyp.021.0059>

GDT – Grand Dictionnaire Terminologique (2021). Adept. Dans le *Grand Dictionnaire Terminologique*. < <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8869982/adepte> >. Consulté le 20 mars 2025.

GREIF, Judith, HEWITT, Walter, ARMSTRONG, Myrna L. (1999). "Tattooing and Body Piercing". *Clinical Nursing Research*, 8(4), 368-385.

GRENIER, Alain A. (2022a) "Identitaire/Tourisme identitaire", p. 229-231, dans *Vocabulaire du discours touristique*, sous la direction de Boualem KADRI, Marie DELAPLACE, Alain A. GRENIER et Yann ROCHE, Presses de l’Université du Québec : Québec. 513 pages.

GRENIER, Alain A. (2022b) "Quartier identitaire", p. 375-377 dans *Vocabulaire du discours touristique*, sous la direction de Boualem KADRI, Marie DELAPLACE, Alain A. GRENIER et Yann ROCHE, Presses de l’Université du Québec: Québec, 513 pages.

GRENIER, Alain A. et KADRI, Boualem (2022) “Authenticité”, p. 26-30, dans *Vocabulaire du discours touristique*, sous la direction de Boualem KADRI, Marie DELAPLACE, Alain A. GRENIER et Yann ROCHE, Presses de l’Université du Québec : Québec. 513 pages.

GUBA, Egon G. (1990) *The paradigm dialog*. SAGE Publications, 424 pages.

GUILLOU, Morgane (2019, 7 juillet). Ces tatoueuses camouflent ou embellissent les cicatrices pour vous aider à aimer votre peau. *Le HuffPost*. < https://www.huffingtonpost.fr/life/article/ces-tatoueuses-camouflent-ou-embellissent-les-cicatrices-pour-vous-aider-a-aimer-votre-peau_148071.html >. Consulté le 23 mars 2025.

HADDOUCHE, Hamed et SALOMONE, Christine (2018). “Generation Z and the tourist experience : Tourist stories and use of social networks”. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69-79. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>

HALLIDAY, Kym A. (2008). “Body Piercing : Issues and Challenges for Nurses”. *Journal of Forensic Nursing*, 1(2), 47-56. <https://doi.org/10.1111/j.1939-3938.2005.tb00014.x>

HILLERMAN, Tony (1973). *Là où dansent les morts*. Rivage noir. 256 pages.

HONG, Bo-Kyung, et LEE, Hyo Young. (2017). “Self-Esteem, Propensity for Sensation Seeking, and Risk Behaviour among Adults with Tattoos and Piercings”. *Journal of Public Health Research*, 6(3), jphr.2017.1107. <https://doi.org/10.4081/jphr.2017.1107>

Innov’Events (s. d.). *Conventions*. Définitions. Innov’Events.< <https://www.agence-evenementielle-innovevents.fr/definitions-evenementielle/conventions/> >. Consulté le 22 février 2025.

IRONSIDE, Rachael, et MASSIE, Stewart (2020). “The folklore-centric gaze : A relational approach to landscape, folklore and tourism”. *Time and Mind*, 13(3), 227-244. <https://doi.org/10.1080/1751696X.2020.1809862>

JACKSON, Jason B. (2021). “On Cultural Appropriation”. *Journal of Folklore Research*, 58(1), 77. <https://doi.org/10.2979/jfolkrese.58.1.04>

JAFARI, Jafar. (1988). Le système du touriste : modèles socio-culturels en vue d’applications théoriques et pratiques. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 11(1), 5980. <https://doi.org/10.1080/07053436.1988.10715290>

JAURAND Emmanuel. (2015). Le nudisme gay : une expérience touristique identitaire, p.163-174, dans *Le tourisme comme expérience : Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique* (1^{re} éd.), sous la direction de DECROLY Jean-Michel. Presses de l’Université du Québec : 378 pages.

JOHANSSON, Thomas, et ANDREASSON, Jesper (2016). « The Gym and the Beach : Globalization, Situated Bodies, and Australian Fitness ». *Journal of Contemporary Ethnography*, 45(2), 143-167. <https://doi.org/10.1177/0891241614554086>

JUNIO, Dexter S., LACA, Andrie D., DELOS REYES, Carl Eivan I., PAVIA, Christian Paul D., VALDEZ, Jess Ann M. U., CAMORONGAN, Jesse E., MACMOD Jr., Waida Z., IBAN, Marianne, et SISTONA, Jay-Ar (2024). *EXPLORING THE INKED FUTURE : A STUDY ON THE TATTOO INTENTIONS OF GEN Z*. IGNATIAN International Journal For Multidisciplinary Research. 2(2), 72-92. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10637831>

KADRI, Boualem (2022a). “Expérience touristique”, p. 170-175, dans *Vocabulaire du discours touristique*, sous la direction de Boualem KADRI, Marie DELAPLACE, Alain A. GRENIER et Yann ROCHE, Presses de l’Université du Québec : Québec. 513 pages.

KADRI, Boualem (2022b). “Sacralisation”, p. 409-411, dans *Vocabulaire du discours touristique*, sous la direction de Boualem KADRI, Marie DELAPLACE, Alain A. GRENIER et Yann ROCHE, Presses de l’Université du Québec : Québec. 513 pages.

KHUN, Peter (2020, 3 janvier). « Règles médicales et d’hygiène pour les tatoueurs en Thaïlande obligatoires cette année ». *Nouvelles de Thaïlande*. < <https://www.thailandblog.nl/fr/nouvelles-de-Tha%C3%AFlande/r%C3%A8gles-m%C3%A9dicales-et-d%27hygi%C3%A8ne-pour-les-tatoueurs-en-Tha%C3%AFlande-obligatoires-cette-ann%C3%A9e/> >. Consulté 9 août 2024.

KUHN, Thomas S. (1970). *The structure of scientific revolutions* (2^e éd.). University Press, cité dans FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne (2022). *Fondements et étapes du processus de recherche – méthodes quantitatives et qualitatives*. (4^e éd). Chenelière Éducation : Montréal. 536 pages.

KISKADDON, Dustin (2024). *Blood and Lightning : On Becoming a tattooer*. Stanford University Press. 252 pages.

KJELDGAARD, Dannie et BENGTSSON, Anders (2005). “Consuming the fashion tattoo”. *Association for Consumer Research*. (32). 172-177

KLUGER, Nicolas, RAISON-PEYRON, Nadia, et GUILLOT, Bernard (2008). « Tatouages temporaires au henné : Des effets indésirables parfois graves ». *La Presse Médicale*, 37(7-8), 1138-1142. <https://doi.org/10.1016/j.lpm.2007.09.021>

KLUGER, Nicolas (2011). « Complications infectieuses cutanées associées au tatouage permanent ». *Médecine et Maladies Infectieuses*, 41(3), 115-122. <https://doi.org/10.1016/j.medmal.2010.09.013>

KLUGER, Nicolas. (2015). “Epidemiology of Tattoos in Industrialized Countries”. Dans *Current Problems in Dermatology : Tattooed Skin and Health*, sous la direction de Jørgen SERUP, Nicolas

KLUGER, et Wolfgang BÄUMLER, S. Karger AG, (48), p. 6-20. <https://doi.org/10.1159/000369175>

KOSELLECK, Reinhart (1987). « Temps et histoire ». *Romantisme*, 17(56), 7-12. <https://doi.org/10.3406/roman.1987.4935>

KRUTAK, Lars (2007). *The tattooing arts of tribal women*. Bennett & Bloom. 282 pages.

LACHAUD, Jean-Marc, et LAHUERTA, Claire (2007). « De la dimension critique du corps en actes dans l'art contemporain ». *Actuel Marx*, 41(1), 84. <https://doi.org/10.3917/amx.041.0084>

LAPLANTE, Marc (2003). *L'expérience touristique contemporaine : Fondements sociaux et culturels*. Presses de l'Université du Québec. 189 pages.

LAPOMPE-PAIRONNE Lionel. (2015). « L'expérience touristique, un fondement des tourisms alternatifs ? », dans *Le tourisme comme expérience : Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique* (1^{re} éd), sous la direction de Jean-Michel DECROLY. Presses de l'Université du Québec, p. 47-59. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1f1hd9s>

LAMY, Florence (2013). « Le tatouage : Média de la culture polynésienne ». *Hermès*, n° 65(1), 165. <https://doi.org/10.4267/2042/51516>

LAROUSSE (s. d.). Folklore. Dans *Larousse*. < <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/folklore/34414> >. Consulté le 3 septembre 2025.

LAROUSSE (s. d.). Sous-culture. Dans *Larousse*. < <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sous-culture/73798#:~:text=%EE%A0%AC%20sous%2Dculture%2C%20sous%2Dcultures&text=Culture%20d%C3%A9valoris%C3%A9e%20ou%20fragmentaire%2C%20par%20rapport%20%C3%A0%20une%20autre> >. Consulté le 9 avril 2023.

LASCH, Cristopher (1984). "The Minimal Self: Psychic Survival in Troubled Times", *London, PAN Books*, p. 38, cité dans BAUMAN, Zygmunt (2001). « Identité et mondialisation ». *Lignes*, 6(3), 10-27. <https://doi.org/10.3917/lignes1.006.0009>

Le Blog du Japon (2023, 26 juin). *Le tatouage au Japon, histoire et tabou*. Le Blog du Japon. Univers du Japon. < https://universdujapon.com/blogs/japon/tatouage-au-japon?srsId=AfmBOoqDOIU9Hc6RBcAiOjLEnzRkpIwazg2wuTUu_ZqSCcqoR5Y3dV6k >. Consulté le 17 octobre 2024.

LE BRETON, David (2008). "Entre signature et biffure : Du tatouage et du piercing aux scarifications". *Sociétés & Représentations*, 25(1), 119-133. <https://doi.org/10.3917/sr.025.0119>

LE BRETON, David (2016). « Le monde à fleur de peau : Sur le tatouage contemporain ». *Hermès, La Revue*, 74(1), 132-138. <https://doi.org/10.3917/herm.074.0132>

LEBREUX-EBACHER, Arianne (2022, octobre 20). « Le guide du salon de tatouage «legit» ». *Journal Métro*. < <https://journalmetro.com/inspiration/2930961/le-guide-du-salon-de-tatouage-legit/> >. Consulté le 10 mai 2024.

LE COZ, Christophe J. (2001). « Risques des peintures cutanées ou tatouages labiles au « henné noir » ». *Revue Française d'Allergologie et d'Immunologie Clinique*, 41(5), 504-509. [https://doi.org/10.1016/S0335-7457\(01\)00060-0](https://doi.org/10.1016/S0335-7457(01)00060-0)

LE POGAM, Yves (1997). “Corporéisme et individualisme hédoniste”, *Corps et culture*, Numéro 2. <https://doi.org/10.4000/corpsculture.388>

Le Robert (s. d.). Marquer. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/marquer> . Consulté le 26 septembre 2024.

Le Robert. (s. d.). Adeptes. Dans *Le Robert*. < <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/adepte> >. Consulté le 20 mars 2025.

Le Robert. (s. d.). Asepsie. Dans *Le Robert*. < <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/asepsie> >. Consulté le 8 janvier 2025.

LIPOVETSKY, Gilles, et CHARLES, Sébastien (2004). *Les temps hypermodernes*. (Nouveau collège de philosophie). Edition Paris Grasset. 196 pages.

LUMINET, Béatrice et GUYONNET, Jean-Paul. (2002). “Sécurité sanitaire, tatouage et piercing, des pratiques professionnelles à risques”. *Médecine et Maladies Infectieuses*, 32(9), 531-532. [https://doi.org/10.1016/S0399-077X\(02\)00411-0](https://doi.org/10.1016/S0399-077X(02)00411-0)

MACCANNELL, Dean (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class; with a New Introduction*. University of California Press. 231 pages.

MARC, Edmond (2016). La construction identitaire de l'individu. Dans *Identité(s) : L'individu, le groupe, la société*, sous la direction de Catherine HALPERN (dir.), Editions Sciences humaines, p. 28-36. <https://doi.org/10.3917/sh.halpe.2016.01.0028>

MANSFIELD, Stephen (1999). “*The Indelible Art of the Tattoo*”. *Japan Quarterly*. 46(1), 30-35, 37-41.

Martinique la 1^{ère} (2023, 9 septembre). Le tatoueur accusé de viols et d'agressions sexuelles reste en détention. Justice. *Franceinfo*. < <https://la1ere.francetvinfo.fr/martinique/le-tatoueur-accuse-de-viols-et-d-agressions-sexuelles-reste-en-detention-1427105.html> >. Consulté le 16 octobre 2024.

MAUSS, Marcel (1934). Sociologie et anthropologie : “Les techniques du corps”. Les classiques des sciences sociales. Article originalement publié *Journal de Psychologie*, XXXII, ne, 3-4, 15 mars - 15 avril 1936. Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.

MAYEN, Gérard (2011). *Qu'est-ce que la PERFORMANCE ?*. Centre Pompidou. < <https://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-Performance/> >. Consulté le 13 octobre 2024.

MCCARRON, Kevin (1999). "Tattoos and heroin: A literary approach". *Body & Society*, 5(2-3), 305-315. <https://doi.org/10.1177/1357034X99005002017>

MCPEAKE, Joanne, BATESON, Meghan, et O'NEIL Anna (2014). "Electronic surveys : How to maximise success". *Nurse Researcher*, 21(3), 24-26. Doi: 10.7748/nr2014.01.23.3.24, cités dans FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne (2022). *Fondements et étapes du processus de recherche – méthodes quantitatives et qualitatives*. (4^e éd). Chenelière Éducation : Montréal. 536 pages.

MEROT, Patrick (2005). « Art corporel : Le corps entre pensée sublimatoire et pensée opératoire ». *Revue française de psychanalyse*, 69(5), 1583. <https://doi.org/10.3917/rfp.695.1583>

MEZAGUER Louhann (2024, 14 février). *Voici les 5 meilleurs salons de tatouages de Montréal et comment bien les choisir*. *Montréal Secret*. Montréal Secret. < <https://montrealsecret.co/salons-tatouages-montreal/> >. Consulté le 17 octobre 2024.

MICHEL-ANGE (1499). *La Pietà* [Peinture]. Basilique Saint-Pierre. Rome, Vatican, Italie.

MILLNER, Vaughn S., et EICHOLD, Bernard H. (2001). "Body piercing and tattooing perspectives". *Clinical Nursing Research*, 10(4), 424-441.

MOORE, Kevin, BUCHMANN, Anne, MÅNSSON, Maria, et FISHER, David (2021). "Authenticity in tourism theory and experience. Practically indispensable and theoretically mischievous?" *Annals of Tourism Research*, 89, 103208. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103208>

MOMESSO, Sarah (2023, 3 novembre). « Journée « flash tattoo » avec la Main Occulte ». Le Court Festival Internationale de Court-Métrage Clermont-Ferrand. < <https://clermont-filmfest.org/flash-tattoo-2024/#:~:text=C'est%20une%20journ%C3%A9e%20pendant,sur%20le%20th%C3%A8me%20du%20cin%C3%A9ma> >. Consulté le 6 janvier 2025.

MUCKENSTURM, Baptiste, PORTIS-GUERIN, Mydia, LAZO, Lucas et CATTON Marguerite (2022, 5 octobre). Comment le hashtag Balancetonporc est-il devenu viral sur Twitter. Dans *Les Enjeux des réseaux sociaux*. [Episode de podcast]. *France Culture*. < <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-enjeux-des-reseaux-sociaux/comment-le-hashtag-balancetonporc-est-il-devenu-viral-sur-twitter-1620843> >. Consulté le 29 novembre 2024.

MÜLLER, Elise (2024). « Le tatouage comme illustration transcendante du stigmate »: *Les Politiques Sociales*, N°2(2), 36-46. <https://doi.org/10.3917/lps.242.0036>

My Day Chiang Mai Tour (s. d.). *Tatouage Chiang Yi Sak Yant par Ajarn Tu*. Tripadvisor. < https://www.tripadvisor.fr/AttractionProductReview-g293917-d20065125-Chiang_Mai_Sak_Yant_Tattoo_By_Ajarn_Tu-Chiang_Mai.html >. Consulté le 20 février 2025.

NASSENSTEIN, Nico, et RÜSCH, Maren (2019). “13 *Skinscape Souvenirs and Globalized Bodies*”, *Tattoo Tourism and Languages in East Africa*. 237-255.

NIESET, Lane (2018, 16 novembre). Meet Thailand’s tattoo master. *National Geographic, Travel*. < <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/where-to-go-thai-tattoo-cultural-significance-master> >. Consulté le 23 février 2025.

OBADIA, Lionel (2023). *La spiritualité*. La Découverte, 128 pages. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/dec.obadi.2023.01>

OQLF – Office québécois de la langue française. (2016a). Electrocautérisation. Dans *Le grand dictionnaire terminologique*. Récupéré le 13 octobre 2024. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26553550/electrocauterisation>

OQLF – Office québécois de la langue française. (2016b). Happening. Dans *Le grand dictionnaire terminologique*. Récupéré le 12 octobre 2024. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8403016/happening>

OQLF – Office québécois de la langue française. (1996). Chancre mou. Dans *Le grand dictionnaire terminologique*. Récupéré le 27 novembre 2024. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8875822/chancre-mou>

OLIVERES-GHOUTI, Catherine (2006). “Les risques des tatouages : De l’éphémère à l’éternel...”, *Journal de Pédiatrie et de Puériculture*, 19(7), 268-271. <https://doi.org/10.1016/j.jpp.2006.08.001>

OMS – Organisation mondiale de la Santé (2024, 12 juillet). « Tétanos ». Organisation mondiale de la santé. < <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/tetanus> >. Consulté le 21 novembre 2024.

Ouest-France (2022, 5 janvier). Tatouage : des encres de couleurs désormais interdites en Europe. *Ouest-France*. < <https://www.ouest-france.fr/sante/tatouage-des-encres-de-couleurs-desormais-interdites-en-europe-98bc7708-e6ec-463a-8d7c-4e80057f180d> > Consulté le 6 janvier 2025.

ORJINMO Nduka (2022, 29 mai). « Marques faciales au Nigéria : la dernière génération ». *BBC News Afrique*. < <https://www.bbc.com/afrique/region61550533#:~:text=La%20scarification%20faciale%20%C3%A9tait%20autrefois,souvent%20comme%20marque%20d'identit%C3%A9.> >. Consulté le 25 octobre 2024.

Payetontattooartist. (s. d.). *Payeton tattooartist* [Profil Instagram]. Instagram. < <https://www.instagram.com/payetontattooartist/> >. Consulté le 1^{er} décembre 2024.

PIERARD-FRANCHIMONT, Claudine, HERMANN, Jean-François, et PIERARD, Gérald E. (2011). « Réactions cutanées à l'encre de tatouage ». *Rev Med Liège*, 66 (7-8), 430-433.

PLUCHART, François (2025). *Happening*. Encyclopaedia Universalis. < <https://www.universalis.fr/encyclopedie/happening/> >. Consulté le 11 octobre 2024.

RAPHAËL (1510). *La Dispute du Saint-Sacrement* [Peinture]. Palais du Vatican, Vatican, Rome, Italie.

RCI (2021, 24 décembre). Lancer un studio de tatouage pour rendre l'industrie plus inclusive. Radio-Canada.ca. < <https://ici.radio-canada.ca/https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1849596/tattoo-harcelement-sexuel-comportement-ouverture> >. Consulté le 16 octobre 2024.

RENAUT, Luc (2008). « *Le tatouage féminin dans les sociétés anciennes et traditionnelles : Beauté, sexualité et valeur sociale* ». HAL Open Science.

RYAN FORCE, William. (2022). "Tattooing in the Age of Instagram". *Deviant Behavior*, 43(4), 415-431. <https://doi.org/10.1080/01639625.2020.1801176>

REMY, Jean (1994). *L'implication paradoxale dans l'expérience touristique*. Recherches Sociologiques, (2)61-78.

RIOULT, Catherine (2019). « De la scarification au tatouage : Une écriture intime ». *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 15(1), 65-92. <https://doi.org/10.7202/1068180ar>

RIOULT, Catherine (2006). « Le tatouage : Un certain regard sur le corps » : *Journal français de psychiatrie*, n o 24(1), 40-44. <https://doi.org/10.3917/jfp.024.44>

ROGGENKAMP, Hannah, NICHOLLS, Andrew et PIERRE, Joseph M. (2017). "Tattoos as a window to the psyche : How talking about skin art can inform psychiatric practice". *World Journal of Psychiatry*, 7(3), 148-158. <https://doi.org/10.5498/wjp.v7.i3.148>

ROSS, Steven (2024, janvier 31). *6 endroits où se faire tatouer à Montréal*. Tourisme Montréal. < <https://www.mtl.org/fr/experience/tatouage-montreal> >. Consulté le 30 novembre 2024.

Safetattooartist. (s. d.). *Safe Tattoo Artist* [Profil Instagram]. Instagram. < <https://www.instagram.com/safetattooartist/> >. Consulté le 1^{er} décembre 2024.

Safetattooartist [@safetattooartist]. (2021, 23 août). *Infos* [Story Instagram épinglée]. Instagram. < <https://www.instagram.com/stories/highlights/17861946854553338/> >. Consulté le 1^{er} décembre 2024.

SAIF, Fahad Al (2016). "Henna beyond skin arts : Literatures review". *Journal of Pakistan Association of Dermatologists*. 26 (1):58-65.

SANDERS, Clinton, et VAIL, Angus (2008 [1989]). *Customizing the body: The art and culture of tattooing*. Temple University Press : Philadelphie, 288 pages.

SASSEVILLE, Martin (2007). *Critique épistémologique du concept de sous-culture*. [Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal]. Archipel : <https://archipel.uqam.ca/7388/>

SARTRE, Jean-Paul (1944). *Les huit-clos*. [Pièce de théâtre]. Gallimard (Ed.).

SCHÄFER, Matthias (2025). *Actionnisme Viennois*. Encyclopaedia Universalis. < <https://www.universalis.fr/encyclopedie/actionnisme-viennois/2-de-l-art-analytique-au-langage-materiau/> >. Consulté le 11 octobre 2024.

Sida Info Services (2023, 24 mars). *Dossier : Tatouages, prévention et risques*. Sida Info Services. < <https://www.sida-info-service.org/dossier-tatouage-prevention-risques/> >. Consulté le 21 octobre 2024.

SIMARD, Noël (2006). « Spiritualité et santé ». *Reflets: Revue d'intervention sociale et communautaire*, 12(1), 107. <https://doi.org/10.7202/013440ar>

SOUKHATHAMMAVONG, Bouavanh et PARK, Eerang (2019). “The authentic souvenir : What does it mean to souvenir suppliers in the heritage destination?”. *Tourism Management*, 72, 105-116. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.015>

SOUKUP, Martin, LUŽNÝ, Dušan, BLÁHA, Jan D., et SKUPNIK, Jaroslav (2021). “The aura of tattoos : The commodification of tradition in Buscalan village, the Philippines”. *Asian Journal of Social Science*, 49(3), 153160. <https://doi.org/10.1016/j.ajss.2021.04.001>

STIRN, Aglada, Silvia ODDO, Ludmila PEREGRINOVA, Svetlana PHILIPP, Andreas HINZ (2011). “Motivations for body piercings and tattoos—The role of sexual abuse and the frequency of body modifications”. *Psychiatry Research*, 190(23), 359363. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2011.06.001>

STIRN, Aglada (2003). “Body piercing : Medical consequences and psychological motivations”, *The Lancet*, 361(9364), 1205-1215. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(03\)12955-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(03)12955-8)

STRÜBEL, Jessica et JONES, Dominique (2017). “Painted Bodies : Representing the Self and Reclaiming the Body through Tattoos”. *The Journal of Popular Culture*, 50(6), 1230-1253. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12626>

Sufferforever (2022, 20 juillet). *Dumb question, but how do walk-ins work?* [Publication Reddit]. www.reddit.com/r/traditionaltattoos/comments/w3msjg/dumb_question_but_how_do_walkins_work/ < >. Consulté le 13 août 2024.

SUH, John (2024, 10 octobre). *Premier tatouage : style, tatoueur, prix... Quels critères prendre en compte avant de vous lancer ?* Boursorama. < <https://www.boursorama.com/conso/actualites/premier-tatouage-style-tatoueur-prix-quels-criteres-prendre-en-compte-avant-de-vous-lancer-81fda6a8c01175af0dda3a7db96102e0> >. Consulté le 18 octobre 2024.

SWANSON, Kristen K., et TIMOTHY, Dallen J. (2012). "Souvenirs : Icons of meaning, commercialization and commoditization". *Tourism Management*, 33(3), 489-499. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.007>

TAPIA, Claude (2019). « Le corps dans la culture hypermoderne ». Représentations et valeurs : *Connexions*, n° 110(2), 11-24. <https://doi.org/10.3917/cnx.110.0011>

TEWS, Michael J., et STAFFORD, Kathryn (2020). "Tattoos and perceptions of employment suitability in the hospitality industry". *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 19(2), 148-167. <https://doi.org/10.1080/15332845.2020.1702865>

THOUARD, Denis (2013). « Voir dans les mots. L'herméneutique de la phénoménologie ». *Études Germaniques*, n° 271(3), 345-373. <https://doi.org/10.3917/eger.271.0345>

TIGGEMANN, Marika et GOLDBERGER, Fleur (2006). "Tattooing : An expression of uniqueness in the appearance domain". *Body Image*, 3(4), 309-315. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.09.002>

TIGGEMANN, Marika et HOPKINS, Louise A. (2011). "Tattoos and piercings : Bodily expressions of uniqueness?" *Body Image*, 8(3), 245-250. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.03.007>

TISSIER-DESBORDES, Elisabeth (2006). « Le corps hypermoderne ». Dans *L'individu hypermoderne*, sous la direction de Nicole AUBERT, Édition Éres. [10.3917/eres.auber.2006.01.0171](https://doi.org/10.3917/eres.auber.2006.01.0171)

TORABIAN, Pooneh et ARAI, Susan M. (2016). "Tourist perceptions of souvenir authenticity : An exploration of selective tourist blogs". *Current Issues in Tourism*, 19(7), 697-712. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.820259>

TREMBLAY, Michèle, RHAINDS, Marc, et BENEDETTI, Jean-Louis (2007). « Risques à la santé associés à la pratique du tatouage ». 18(2). Institut National de Santé Publique du Québec.

TSAI, Ingrid (2020, septembre 22). Big win for tattoo artists : Japan's Supreme Court rules medical licenses aren't necessary. *SoraNews24 -Japan News-*. < <https://soranews24.com/2020/09/22/big-win-for-tattoo-artists-japans-supreme-court-rules-medical-licenses-arent-necessary/> >. Consulté le 7 octobre 2024.

TYTELMAN, Alexis (2018). *Appropriation culturelle et essentialisme*. [Mémoire de master, Ecole Normale Supérieure – EHESS].

VALE, Valhalla, et JUNO, Andrea. (1989). *Modern primitives*. (2^e éd.). Re/Search publications, 212 pages, cités dans MILLNER, Vaughn S., et EICHOLD, Bernard H. (2001). “Body piercing and tattooing perspectives”. *Clinical Nursing Research*, 10(4), 424-441.

VALLET, Stéphanie (2019, 22 juin). Industrie du tatouage : Baliser la profession, une aiguille à la fois. *La Presse*. < <https://www.lapresse.ca/societe/2019-06-22/industrie-du-tatouage-baliser-la-profession-une-aiguille-a-la-fois> >. Consulté le 17 octobre 2024.

WALTZ, Caroline F., STRICKLAND Ora L., et LENZ Elisabeth R. (2017). *Measurement in nursing and health research* (4^e éd.). Springer, 632 pages, cités dans FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne (2022). *Fondements et étapes du processus de recherche – méthodes quantitatives et qualitatives*. (4^e éd.). Chenelière Éducation : Montréal. 536 pages.

WANG, Ning (1999). “Rethinking authenticity in tourism experience”. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

WATKINS, Ali (2022, 4 mai). ‘A Monster in Our Midst’ : How a Tattoo Industry #MeToo Case Collapsed. *The New York Times*. < <https://www.nytimes.com/2022/05/04/nyregion/toothtaker-isaiah-camacho-sexual-assault.html> >. Consulté le 7 novembre 2024.

WEILER, Selina M., Bjarn-Ove TETZLAFF, Philipp Y. HERZBERG, Thomas JACOBSEN (2021). “When personality gets under the skin : Need for uniqueness and body modifications”. *PLOS ONE*, 16(3), e0245158. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245158>

WIENER, Simone (2004). “Le tatouage, de la parure à l’œuvre de soi”. *Champ psychosomatique*, 36(4), 159. <https://doi.org/10.3917/cpsy.036.0159>

WOHLRAB, Silke, STAHL, Jutta, et KAPPELER, Peter M. (2007). “Modifying the body : Motivations for getting tattooed and pierced”. *Body Image*, 4(1), 8795. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.12.001>

YAMADA, Mieko (1997). “Meanings of tattoos in the context of identity-construction: a study of japanese students in Canada”. *Meanings of tattoos in Identity Construction*. Indiana University-Purdue, University Fort Wayne, 3-21.

YOUNG, James O. (2008). *Cultural Appropriation and the Arts* (1^{re} éd.). Blackwell Publishing. Wiley, 168 pages. <https://doi.org/10.1002/9780470694190>