

## De l'image au voyage : l'Inde sur la route de soi

Anthony Goreau-Ponceaud

► **To cite this version:**

Anthony Goreau-Ponceaud. De l'image au voyage : l'Inde sur la route de soi. Articulo - Journal of Urban Research, Articulo - Revue de sciences humaines asbl, 2008, En ligne : <http://articulo.revues.org/index771.html>. halshs-00372972

**HAL Id: halshs-00372972**

**<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00372972>**

Submitted on 3 Apr 2009

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Article publié dans : « Une géographie culturelle et politique du tourisme », *Articulo*, n°4. En ligne : <http://articulo.revues.org/index771.html>

### De l'image au voyage : l'Inde sur la route de soi.

**Résumé :** L'Inde, pour les marchands de voyage, existe seulement par l'imaginaire qu'elle suscite et qui y fait retour, qu'elle alimente et dont elle se nourrit, auquel elle donne naissance et qui la fait renaître à chaque instant. Cet imaginaire dans la construction du discours touristique se joue d'un ensemble de représentations qui s'articule sur trois registres : l'Inde intemporelle, l'Inde spirituelle et l'Inde pauvre. Ces registres déterminent des hauts lieux en Inde qui sont à la fois porteurs d'exotisme, d'affect, d'émotions et d'identité, dont la carte est révélatrice des différents discours utilisés et usés par les marchands de voyage. Ces suppositions stéréotypées et la rhétorique iconographique utilisées sont indicatives d'un discours qui n'est pas sans conséquence, selon lequel l'Inde mystique, traditionnelle et démoniaque, sert de contrepoint à l'Occident rationnel, moderne et développé. Ainsi nous verrons que ces suppositions procèdent comme toute instrumentalisation par métaphores et synecdoques : l'Inde c'est l'hindouisme, un pèlerinage aux sources de la sagesse où y abondent populations tribales, maharajas, fauves, charmeurs de serpents, bosquets luxuriants, et temples. Toutes ces images font de l'Inde, pour le touriste en quête de pratiques « *dé-routinisantes* » (Stock, 2005) un monde où le temps semble s'arrêter.

**Mots clés :** Altérité, Authenticité, Exotisme, Inde, Spiritualité, rapports Nord/Sud.

« *En Inde, beaucoup de gens se perdent [...] c'est un pays qui est fait exprès pour cela* ». Antonio Tabucchi (1987 : 26).

C'est entendu, l'Inde attire et suscite rejets et fascinations. Ses images reposent sur des dialectiques précises. D'ailleurs, n'oublions pas que « *c'est d'abord un imaginaire qui transforme un lieu neutre en destination touristique* » (Amirou, 2000 : 1). Et, cette mise en tourisme de l'Inde repose sur des thèmes récurrents qui ont tous en commun son caractère intemporel et immuable. Au cours des siècles, l'Occident s'est créé une Inde imaginaire ; l'Inde, « pays des monstres » et l'Inde, « berceau des sages », sont deux thèmes récurrents qui ont façonné l'image archétypale de l'Inde depuis l'Antiquité.

Selon la perception occidentale, l'Inde pouvait être comparée à une créature à deux têtes incarnant à la fois le civilisé et le barbare, la sagesse et l'ignorance, le beau et le monstrueux. Lequel des deux visages de l'Inde mis en relief variait d'une époque à l'autre. De fait, l'Inde prend sens pour le voyageur, car c'est un pays distinct qui tranche par les qualités de ses lieux. Surtout, c'est un pays qui peut répondre à des attentes aux formes infinies. Et, si « *tous les lieux n'ont pas la même capacité à contribuer à la mise à distance du quotidien* » (Stock, 2005) on peut avancer l'hypothèse que l'Inde offre des paysages autres. Hors du quotidien, hors de notre entendement ; loin dans l'espace et loin dans le temps. C'est de ce décalage, de cette disjonction, que proviennent son attractivité et son rayonnement.

En conséquence, l'Inde existe par l'imaginaire qu'elle suscite et qui y fait retour, qu'elle alimente et dont elle se nourrit, auquel elle donne naissance et qui la fait renaître à chaque instant. Ce sont par exemple les clichés habituels d'une Inde incarnée par la figure du Maharadja, du sâdhu, ou encore des paysages largement stéréotypés, où sortant du brouillard matinal surgissent les ghâts de Varanasi, la cité des dieux, sur le fleuve sacré, le Gange.

Si cet imaginaire nous intéresse, c'est parce qu'il concerne à la fois l'Inde - ses permanences et ses mutations - et notre rapport à l'image qui évolue sans cesse et qui est générateur de discours, d'attentes et de pratiques touristiques.

La diffusion des images sur la Terre entière pose de façon plus générale la question de l'existence quotidienne : pouvons-nous à travers l'imaginaire faire de l'Inde le support de nos rêves, de nos motivations et de nos attentes ? Parallèlement, de quelle manière les marchands de voyage, ces agences qui quadrillent l'Inde, en parcours et séjours divers, mais aussi les guides de voyage de toute sorte, mettent en images une Inde elle-même envahie par les images ? Comment se concilie cet imaginaire de l'Inde multiséculaire à la nostalgie du voyage de découverte ? De quelle façon les marchands de voyage mettent en fiction ce pays ? À partir de quels éléments sont bâtis leurs discours ? Pouvons-nous y déceler des permanences et des mutations ? De même, quelles sont les attentes et les pratiques des touristes ? Qui sont-ils ? Et, sur quelles bases exotiques se conçoit ce « *kaléidoscope illusoire du tourisme* » (Augé, 1997 : 14) ?

Nous allons nous efforcer de montrer que l'Inde qui motive le voyage n'existe pas. Elle est une création de l'Occident qui s'articule sur une succession d'images, de clichés, de stéréotypes à la fois positifs et négatifs qui déterminent son statut dans l'imaginaire occidental. Pays rêvé, mais jamais révélé, si bien que l'« autre » ne devient qu'une simple variation du « moi », et les lieux mis en tourisme, des référents pour l'identité. Nous verrons dans un deuxième temps, que ces mêmes images sont utilisées et manipulées par les marchands de voyage.

Voyage, qui par un passage par l'anglais *trip* évoque une réalité hallucinée, édulcorée, voire même instrumentalisée au sein d'un subterfuge plus ou moins habile fait d'effets métonymiques. De l'effet de lieu nous passons ainsi vers la construction de l'exotisme.

## **1/ L'imaginaire de l'Inde : comprendre l'effet de lieu.**

L'Inde est pourvoyeuse d'images et d'imaginaires géographiques à trois ancrages possibles : l'imaginaire de masse - médiatique et touristique -, l'imaginaire des valeurs et l'imaginaire de l'expérience relatée. L'ensemble des images que l'Inde semble capable d'assumer est assez élastique, assez ambivalent pour s'adapter à toute une série de représentations contradictoires : fabuleux/monstrueux, fascination/révolusion, beau/laid, riche/pauvre. Liés aux images et à l'imaginaire, l'étrangeté, l'hétérogène, le divers, les écarts de niveaux de développement ; en somme l'altérité, suscitent le déplacement.

Ce sont ces images et cet imaginaire de l'Inde qui contribuent à sa singularité, qui elle-même produit une mise à distance : un effet de lieu.

### **La création d'un imaginaire indien.**

Déjà, dans l'un des textes les plus anciens sur l'Inde que l'on connaisse, le récit de Ctésias<sup>1</sup>, l'Inde est évoquée comme une terre de richesses surprenantes, de paysages exotiques, d'épices inconnues, habitée par des *martichoras* (sorte de lion à visage humain, doté d'une queue de scorpion) et des *sciapodes* (individus s'ombrageant de leur pied) et des *cynocéphales* (littéralement, « à tête de chien »). Reste que pour Ctésias l'Inde est un pays fantastique voire même fantasmagorique. Image qui sera renforcée plus tard par *Indica*, le récit de Mégasthène<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Médecin grec, du V-IV siècle, au service d'Artaxerxès II, il est notamment l'auteur d'une « *Histoire de l'Inde* ».

<sup>2</sup> Historien et géographe grec qui fut envoyé par Séleucos 1<sup>er</sup> Nicator auprès du roi indien Chandragupta, fondateur de la dynastie Maurya, pour plusieurs ambassades entre 302 et 291. Il a rapporté sur ces régions un des plus grands témoignages de l'époque consigné en quatre volumes dans « *Indica* ».

qui resta une dizaine d'années en Inde, et qui recréa l'Inde, en fonction du récit de Ctésias, comme un pays mythique, fabuleux, merveilleux et monstrueux à la fois (Goreau, 2004).

Ainsi, l'Inde est pourvoyeuse d'images et d'imaginaires qui permettent de se transporter dans un univers invraisemblable, idéal ou obscur. Elle nourrit aussi nos utopies les plus folles, nos désirs d'évasion. C'est ainsi que bon nombre se l'approprie, parfois d'une façon moins idyllique, plus terre à terre, rehaussée de misérabilisme, de maladies, d'étouffement et de pauvreté.

« *La vie, en Inde, a toutes les caractéristiques de l'insupportable : on ne sait pas comment on fait pour résister, en mangeant une poignée de riz sale, en buvant une eau immonde, sous la menace continue du choléra, du typhus, de la variole, et même de la peste, en dormant par terre, ou dans des habitations atroces. Tous les réveils, le matin, doivent être des cauchemars* ». (Pasolini, 1984 : 40)

Elle apparaît aux yeux des occidentaux le pays de l'Orient le plus excessif dans l'horreur comme dans la beauté. Elle est une terre si différente et si peu compréhensible. Ces deux images contradictoires de l'Inde à la fois monstrueuse et fabuleuse ont duré jusqu'à l'époque des Lumières ; où l'accent fut alors mis sur la gloire du passé de l'Inde, berceau des civilisations. Toutefois, elle restait appréhendée par le prisme du merveilleux. Ce n'est qu'au XIX<sup>e</sup> siècle, avec la découverte des textes épiques et philosophiques de la civilisation indienne qu'un engouement fait de spécialistes, dits indianistes, insufflera à la littérature et aux arts un esprit nouveau.

Ces images kaléidoscopes ont fondé une image archétypale de l'Inde, ambivalente, tout en réactivant le paradoxe d'un Occident fasciné et méfiant devant une Inde insaisissable issue de l'enchevêtrement des *realia* et des *mirabilia* (Weinberger-Thomas, 1988).

### **Vers l'effet de lieu.**

Cette représentation d'une Inde ancienne, éternelle, immuable demeure tenace et se tisse dans les discours contemporains sur l'Inde. En fait, l'Inde a beau être indépendante depuis 1947, ce qui continue à exercer une fascination sur le voyageur c'est l'Inde de l'ère coloniale, l'Inde française, l'Inde mogol. En somme un pays où tout semble s'être arrêté.

L'ensemble de ces images permet de figer l'Inde en des moments reculés de son histoire, de la présenter en son invariabilité naturelle, de nier ainsi pour elle la marche du temps. Le lointain, la bonté et la beauté paradisiaque de l'Inde fondent des images emblématiques sous lesquelles l'Autre est aperçu et conçu concluant ainsi à son altérité. Altérité qui se fonde dans l'immutabilité. Cela va de pair avec les images économiques de l'Inde, pays du tiers monde. L'accent est toujours mis sur la stagnation, la maladie, la faim, la démographie, la masse et la pauvreté. Les « gosses des rues » de Bombay fournissent aux touristes les sentiments d'horreur, d'effroi et de pitié. C'est l'image d'un immobilisme séculaire, d'un temps circulaire, de la chaleur écrasante, des paysans besogneux. Tous témoignent du statut inférieur de l'Inde par rapport au concept de progrès de l'Occident. Cette représentation relève-t-elle d'un désir de supériorité de l'Occident ou est-ce tout simplement l'expression de l'envie de figer l'Inde dans son passé ?

Il semblerait alors que l'altérité relève plus ici d'une distance temporelle (ou plutôt d'une distanciation temporelle) que spatiale.

Parallèlement, on présente l'Inde comme lieu de nirvana instantané, chemin d'évasion aux maux de ce monde. Pour beaucoup, l'Inde semble construite comme une terre imbue de sagesse ancienne, la contrepartie mystique/spirituelle au rationalisme occidental, son image inversée, négative pour ainsi dire, renforçant le cliché de la pensée indienne : ni rationnelle ni

scientifique, découlant de l'imagination plutôt que de la raison. Ainsi, les voyageurs occidentaux ont tendance à percevoir l'Inde comme un refuge spirituel, ce qui a pris un élan avec la génération beatnik et le phénomène hippie qui a témoigné du flux en Asie. Cette représentation de l'Inde spirituelle se fait aussi par la route ; l'Inde étape sur les chemins de Katmandu, où les anciens colonisés deviennent pour l'Occident des maîtres spirituels, des gourous. D'ailleurs, cette spiritualité est toujours source d'attraction chez les voyageurs qui cherchent en Inde le salut et le réconfort de l'Orient ; un idéal en somme. Un mode de vie susceptible d'échapper à la faillite morale de l'Occident qui prend la forme d'utopies communautaires permettant de transcender l'être-là humain, le quotidien vécu.

À la route de la soie succède la route du soi. Le désenchantement avec le mode de vie occidental incite à devenir l'Autre. Mais, cet Orient comme modèle est le résultat d'une fiction (d'une rêverie) plutôt que d'une réalité (ou sinon hallucinée).

Ainsi, l'imaginaire fantasmagorique, le merveilleux ou le monstrueux offrent à l'Inde une forte base « exotique » qui s'émancipe dans la cuisine, l'architecture, le climat (la mousson), la flore et la faune. Le tourisme en Inde se nourrit de ce kaléidoscope d'images, de ces sensations, qui produisent une mise à distance et esquissent tout une géographie du rapport à l'autre.

### **Des représentations et des images productrices de pratiques.**

L'ensemble de ces images, de ces représentations ambivalentes sont productrices de pratiques qui elles-mêmes engendrent des lieux touristiques plus ou moins durables en fonction de ces représentations. Il y a là un bouclage complexe entre représentations, pratiques touristiques et effet de lieu. Mais quelles sont les motivations des pratiques touristiques en Inde ? Et si l'on peut reconnaître une double filiation à la genèse de ces motivations – le mythe des aventures lié aux colonisations et celui du voyage initiatique sur les chemins de Katmandou – ces pratiques initiales attachées à la réalisation d'un besoin existentiel se déroulent-elles toujours dans les mêmes lieux spécifiques ? Ou bien, assistons-nous à des bouleversements initiateurs de requalifications spatiales ?

Depuis les années 1970, l'insatisfaction du mode de vie occidental, souvent qualifié par les intéressés, de moderne et matérialiste, a contribué à la formation de sites touristiques durables que l'on nomme généralement ashrams<sup>3</sup>. Si les flux touristiques étaient essentiellement composés de jeunes occidentaux, ces sites perdurent encore aujourd'hui et leur fréquentation s'est diversifiée, ainsi que les pays émetteurs de ces flux.

Toutefois, certains de ces lieux existentiels se sont peu à peu transformés en station touristique. L'attrait pour les sagesses orientales s'est peu à peu édulcoré et l'on a assisté à des transformations importantes, voir à des requalifications spatiales à l'instar des villes de Gokarna et de Varkala<sup>4</sup>, situées toutes deux sur la côte de Malabar, respectivement dans les États du Karnataka et du Kerala.

---

<sup>3</sup> Dans l'Inde ancienne, les âshram étaient des ermitages retirés de l'agitation du monde. Si le lieu servait à la pénitence, il était aussi utilisé pour l'éducation. En effet, le même mot est employé pour un lieu dirigé par un gurû où des disciples séjournent pour suivre les enseignements d'un maître. Nous avons employé l'expression « formation de sites touristiques » car ces lieux étaient avant les années 1970 exclusivement voués à la population indienne ou sud-asiatique. Ils n'ont émergé en tant que lieux touristiques qu'à partir des années 1970.

<sup>4</sup> Gokarna et Varkala étaient jusqu'au milieu des années 1990 des lieux saints de l'hindouisme du Sud de l'Inde, des lieux de pèlerinage essentiellement fréquentés par des touristes à la recherche d'un refuge existentiel. Ces derniers étaient sous-représentés par rapport à la population locale. La situation actuelle est inversée, il y a eu beaucoup d'aménagements quant à l'intensification de la capacité d'accueil. Par des projets touristiques, par des opérations d'expropriation, par la requalification d'espaces ruraux, nous sommes passés de sites à des stations touristiques que l'on peut qualifier de balnéaire. La clientèle a elle-même évolué, Varkala figurant d'ailleurs depuis le début des années 2000 dans les brochures des Tour-opérateurs (Goreau, 2006).

Il s'agit là de pratiques touristiques de villégiature qui s'installent dans la stabilité, et dans la durée en ce qui concerne les ashrams. Mais curieusement, l'Inde est plutôt caractérisée par des pratiques touristiques itinérantes. Malgré plus de 7000 kilomètres de côte, dont plus de la moitié dans la bande intertropicale, aucun voyageur français ne propose de séjours, ni dans l'un de leur club (ces derniers sont inexistant) – que l'on songe aux *Paladiens* de Nouvelles Frontières ou encore aux *Framissimas* de Fram – ni dans un quelconque hôtel indien. Le tourisme organisé par les voyageurs est un tourisme de tour, de circuit. Pourtant le potentiel ne manque pas pour développer un tourisme de villégiature. Il n'y a qu'à songer aux îles Andaman ou aux Laquedives qui offrent des paysages similaires aux îles tropicales de l'océan indien ; aux plages de Goa longtemps chantées par les hippies dans les années 1970 et connues mondialement pour leurs fêtes dignes de celle d'Ibiza. Alors pourquoi ne proposer qu'un tourisme itinérant ? Sans doute par manque d'aménagements, de capacité d'accueil, d'infrastructures hôtelières ; et sans doute aussi parce que le tourisme en Inde est majoritairement urbain, alors même que 70% de la population indienne vit dans les campagnes. Pour autant, les infrastructures de communication, le réseau routier et ferré, sont peu efficaces, malgré des opérations de grande envergure. Il ne s'agit pas alors de voir le maximum de lieux, mais d'aller voir ce qui correspond à notre imaginaire formaté par l'Occident et les discours des voyageurs. Les rares incursions dans les campagnes s'effectuent lors de la liaison entre deux pôles touristiques, afin d'obtenir quelques clichés stéréotypés – des femmes portant l'eau, des rizières verdoyantes, des marchés colorés – ou lorsque l'on veut sortir des sentiers battus.

## **2/ De l'image au paysage : comment se construit l'exotisme indien ?**

Réelle, fictive et chimérique, l'image se prête à penser et à faire penser. Elle est un système de signes qui médiatise le rapport de l'individu au monde. Elle convertit l'intériorité en extériorité, en même temps qu'elle permet à une personne d'incorporer des éléments issus de son expérience sociale, de son vécu, et donc de participer à un processus d'identification. Sa puissance intrinsèque est de véhiculer un langage, une mémoire iconographique et picturale. Certaines images parviennent à devenir des emblèmes tellement connotées qu'elles en arrivent à générer une signification pour un groupe social, et à devenir des éléments paysagers qui sont utilisés dans la construction des lieux touristiques. Un certain nombre de ces éléments paysagers sont manipulés : le panorama, l'authentique et le pittoresque ; tout cela contribuant à la fabrication de modèles paysagers ou paysages emblématiques.

Nous allons démontrer dans cette partie que le paysage constitué ainsi d'images peut servir aux constructions narratives des marchands de voyage, à créer leur discours aux effets performatifs.

### **De l'image au voyage : principes de construction des hauts lieux touristiques.**

L'idée que l'on se fait de l'Inde pousse au voyage. Airault nous dit que « *le voyage en Inde commence tôt, avec l'idée qu'on s'en fait, véhiculée par notre culture, ses clichés, ses légendes, ses mythes, mais aussi par notre enfance nourrie de contes et d'histoires merveilleuses. Ce fantasme s'étaye à l'adolescence de nos rencontres avec ceux qui en reviennent. Après, il y a soudain le choc, puis l'épreuve et, ensuite, l'éprouvé de l'Inde : des sensations nouvelles nous submergent, provoquant un séisme de l'intime [...]. Enfin, après le retour, nous prend la nostalgie de l'Inde* » (2002 : 15). Et, si le voyage peut se faire excursion, incursion, exil momentané, apprentissage, rite de passage, acquisition d'expérience, balade, circuit, pérégrination ou encore errance, dans tous les cas il est une vérification. Il est un exercice de contrôle de l'image par le vécu, de la représentation par la

perception. Il permet d'aller au-delà de l'image car il élabore un sens dont les pivots sont l'appropriation et la charge émotionnelle.

Toutefois, si d'ordinaire on entend le paysage comme l'affichage polysémique conscient ou inconscient (paysage vernaculaire) - dans l'espace, dans le temps et dans un milieu donné - des statuts, des héritages et des projets de société, qui permet le balisage et l'identification d'un territoire, mais qui également enregistre les dysfonctionnements du complexe milieu-société, cette mise en images nous oblige à faire le distinguo entre paysage à usage interne et paysage à usage externe. Car, ça et là, les marchands de voyage s'orientent sur deux thèmes phares pour caractériser l'Inde : civilisation et tradition. Deux thèmes qui aident à bâtir et à hiérarchiser leur référentiel, leur catégorisation des lieux touristiques présents et à venir.

On reste toujours dans le registre de l'immuable, du passé, où le voyageur recherche les sites témoins de cette grande civilisation : du Taj Mahal à la Mosquée de Delhi, en passant par les sculptures de Khajurâho et les ghâts de Varanasi. Paysage à usage externe car il se nourrit de figures emblématiques, de hauts lieux où l'altérité semble mise en scène. Et, même si nous devons nuancer notre propos en signalant les dissemblances entre une Inde des « routards », voyageant à peu de frais, parcourant parfois de grandes distances entre des lieux privilégiés, à une Inde des tour-opérateurs, « *qui ne laissent voir de l'Inde, outre ses aéroports et ses hôtels climatisés, que ses monuments les plus fameux, correspondant à une clientèle généralement plus fortunée* » (Landy, 1993 : 93) ; les lieux visités par ces deux catégories sont les mêmes. Mais, la visite de ces mêmes lieux n'induit pas les mêmes pratiques. Entre ces deux catégories de population, les temporalités divergent, et la capacité d'y inscrire un vécu aussi. Les uns restent en moyenne 82 jours en Inde, les autres 14 jours (Goreau, 2006). Cette distinction va agir sur les comportements de ces deux catégories. Prenons par exemple le cas d'un célèbre lieu touristique indien : le Taj Mahal. Tous les jours nous pouvons y rencontrer des centaines de touristes internationaux indépendants ou non. Ceux qui sont en voyage organisé seront soumis à des chrono-mobilités fixes, les autres non. De cette distinction découle des modifications des régimes de spatialité. En outre, cette élasticité temporelle<sup>5</sup> produit des effets inattendus : une appropriation des lieux, rendue effective par une pratique parfois quasi quotidienne de ces derniers.

Mais, tous, dans leur pratique des lieux, sont à la recherche de cet imaginaire de l'Inde mis en exergue dans les discours touristiques, sur les pages brodées main du *Lonely planet* ou du *Routard*. C'est ainsi qu'apparaissent des hauts-lieux en contrepoint à des bas-lieux qui renvoient au blanc, au néant, l'ensemble du reste du territoire indien. Il apparaît évident que les marchands de voyage dans le respect de cet imaginaire ont construit l'espace touristique à partir de ces hauts-lieux ; par lesquels ils ont défini, sensibilisé et interprété l'Inde. C'est le cas par exemple du Rajasthan qui offre au visiteur « *une vision romantique et pittoresque du pays, celle de l'Inde des maharajas* » (Kerlo, 2004 : 128). Il est à noter que les pages concernant le Rajasthan dans le Guide du routard consacré au Nord de l'Inde (édition de 2008), représentent plus de 35% du volume pour 10.4% du territoire indien. On pourrait faire le même constat en ce qui concerne le nombre de circuits proposés par « Nouvelles frontières ». D'ailleurs, les quelques mots d'introduction du circuit : « Inde. Rajasthan et Gujarat » sont les suivants :

*« Le désert, tout d'abord est le cadre naturel des deux régions où vit un grand nombre de populations nomades. La même exubérance, la même créativité s'expriment dans tous les aspects de la vie quotidienne et plus particulièrement dans l'artisanat (tissages, bijoux). Enfin, l'hindouisme, plus précisément l'adoration du Dieu Krishna (véritable déité tutélaire*

---

<sup>5</sup> Nous devons préciser que le visa touristique octroyé par les services d'immigration indiens, couvre une période de six mois.

*dans les deux régions) rassemble toute la ferveur de ces populations à l'occasion de nombreuses fêtes ».*

On notera dans ces propos le recours à l'ethnicité (« populations nomades », « artisanat », « ces populations »), au fabuleux, et au sacré comme promoteurs d'attractivité et le choix judicieux des qualificatifs (un artisanat à l'instar du désert : créatif et exubérant !) qui est symptomatique de la volonté de coller à cet imaginaire de l'Inde, et aux attentes du spectateur. Ce recours n'est pas singulier à l'Inde du Nord. Et si le Sud de l'Inde a longtemps été boudé au profit du Nord, il est depuis ces dix dernières années une destination majeure « *alliant les merveilleux temples de L'Inde Dravidiennne aux beautés des paysages du Kerala : ses plantations de thé, d'épices, ses rizières, et ses forêts de cocotiers qui bordent le littoral* » (circuit « *Lumières de l'Inde du Sud* »). Un des points forts de cette destination, selon l'avis de l'accompagnateur « *Nouvelles frontières* », étant « *la visite de la réserve de Wayanad, (une réserve avec peu de touristes, où l'on voit réellement des animaux sauvages)* ».

On remarquera que dans les deux cas, le côté exubérant de la nature est mis en scène. Cela n'est pas sans rappeler la première acception de l'exotisme. Cet adjectif à l'origine s'attachait à signifier une nature qui n'appartient pas au monde européen. Ainsi l'Inde tropicale, l'Inde des forêts, la jungle de Kipling, renfermant tigres et éléphants font figure du divers, de dépaysement.

Divers éléments sont donc manipulés par les marchands de voyage dans la construction des lieux touristiques. Le pittoresque, le sauvage, le fabuleux, sont des points forts de cet effet de lieu, qui lui-même ne doit pas trop subir l'effet du tourisme afin de rester à l'écart des flux massifs, pour susciter l'envie de voyager. Dans cette manipulation, raisonnée et raisonnable, répondant aux attentes du touriste, trois éléments caractérisent les pratiques de rupture avec le quotidien, proposées par les marchands de voyage : l'authenticité, l'ethnicité et le pittoresque.

### **Authenticité, ethnicité et pittoresque : des conditions d'attraction.**

*« Voyager dans le tiers monde est sans doute la forme de tourisme qui occasionne le dépaysement le plus grand à un habitant de pays tempéré développé : paysages et sociétés sont radicalement exotiques car correspondant à un climat différent (en général tropical) [...] Il semblerait que le sous-développement soit générateur d'exotisme » (Landy, 1993 : 92).*

Les marchands de voyage diffusent un ensemble de représentations sur l'Inde qui ont toutes en commun de souligner son étrangeté. Singularité qui, nous l'avons vu plus haut, se décline en termes naturels, économiques, sociaux et politiques (pensons à la troisième voie indienne, mais aussi aux stigmates de la colonisation). Est-il possible pour ces derniers de se défaire de ce flot d'images liées à l'Inde ? Cela semble peu probable, car les mécanismes qui suscitent le départ sont stimulés par cet imaginaire de l'Inde. Il est donc nécessaire, de répondre à ces attentes, quitte à manipuler un certain nombre d'éléments, et à mettre en scène l'altérité. C'est par exemple le recours à l'authentique ou au pittoresque.

L'authenticité a besoin de terre battue, d'histoire et de spiritualité. Mais pas trop, sinon on tombe vite dans le grandiose. Cela passe donc par des lieux « typiques » et immuables aux charmes surannés, telles que les villes de Madurai dans l'Etat du Tamil Nadu, de Pondichéry – « *une sous-préfecture des tropiques, avec son cours Chabrol, ses façades ocre, son monument aux morts de la guerre de 1914-1918, sa statue de Jeanne d'Arc qui continue de veiller sur un bout de France disparu* » (Le routard, 2007 : 406) – ou encore Karikal. Rien que l'évocation des noms des anciennes possessions françaises – Pondichéry, Karikal, Mahé, Chandernagor et Yanaon – suscite illusion, évasion et rêveries pour une grande part de la



population française. Dans la continuité, les monts Nilgiri, dans la chaîne des Ghâts occidentaux, aux stations d'altitude anciennement prisées par la bourgeoisie du *British Raj*<sup>6</sup>, telles que Ooty, Munnar ou Kodaikanal<sup>7</sup>, ainsi que les filets chinois de Cochin (la géographie universelle de Brunet illustrant même l'Inde du Sud par cet élément), font parti du champ lexical du pittoresque, empreint de couleur locale, d'originalité, se distinguant des autres lieux par un trait souvent forcé.

Ainsi, dans la construction des lieux touristiques par les marchands de voyage, pour qu'un paysage soit « pittoresque » il lui faut aussi du relief, sinon c'est plat, morne ; et du menu, sinon c'est grandiose ou sublime, à la manière des contreforts de l'Himalaya, de Darjeeling ou de Leh, du Cachemire et de l'Assam. Nombre de descriptions abusent de cet adjectif quelque peu dévalué et paresseux. Cela va volontiers avec le vrai, le varié et le folklorique.

L'exotisme indien est frappé des stigmates de la différence, c'est l'espace où le Français et plus généralement l'Européen plongent avec fascination. Dans son procédé, l'exotisme agit comme le bovarysme. Mais, la configuration n'est point la même, cette fuite ne s'exerce pas dans le rêve (du moins à demi-mot via le prisme de l'imaginaire) mais dans l'ailleurs, dans l'étrangeté, dans l'insolite, dans le merveilleux, dans l'inattendu, dans le surprenant voire même dans le mystérieux ; en bref dans tout ce qui est autre (l'hétérogène, le divers, le multiple). En conséquence, l'exotisme peut-être doté d'un pouvoir d'illusion ; sensation qui répond à des dualités prononcées tout en lui étant substantiellement lié. Par exemple, l'opposition entre le développement et le sous-développement qui recouvre plus ou moins celle de la modernité et de la tradition.

La tradition vécue par le spectateur comme un retard, lié à un état d'anomie économique, est source de distinctions. La différence suscitant la comparaison (revêtant parfois des allures de néo-colonialisme). On a forcément à l'esprit ce cliché des campagnes indiennes « typiques » et reculées (entendons ici misère et dur labeur) qui rappellent la France de jadis, ou encore le système des castes où il apparaît indispensable de s'attarder sur le sort des hors castes, et de montrer l'exclusion sociale.

De cette manière, l'exotisme serait une synapse entre la normalité et le divers où se manifesterait l'expression du désir insatiable d'occuper un espace autre. Ce désir va de pair avec le mythe de la terre sauvage, où pour avoir la prétention de l'atteindre il faut sortir des « sentiers battus ». Ravir l'engouement personnel pour l'aventure c'est rechercher des ambiances, des impressions méconnues. De multiples lieux de l'Inde paraissent satisfaire cette volonté de nu, de mystérieux. Par exemple Gingee, gros bourg rural à une soixantaine de kilomètres au nord-ouest de Pondichéry allie « *petits monuments datant du XVI siècle éparpillés dans une végétation sauvage, peuplée de singes, de bruits inconnus dans les buissons, le tout comme semi abandonné, quasiment désert* » (Le Routard, 2007 : 404).

Cette radicalisation de l'altérité et de l'exotisme semble atteindre son paroxysme quand l'ethnicité est mise en scène. Cela se traduit principalement par la diffusion de stéréotypes ethnique dits aussi ethnotypes qui ont pour seul destinataire la population indienne. Cet ethnotype est construit à partir de quelques traits jugés représentatifs de ces derniers. L'ensemble de ces idées fixes, se fait sans considération des classes sociales et des tempéraments individuels. En outre, ils gommant l'extrême complexité des fils de l'indianité : être indien c'est être hindou, non-violent, pris dans les tourments de la caste, et respectueux. L'ensemble de ces caractéristiques fondent le caractère incroyable de l'Inde : « *incredible*

---

<sup>6</sup> Ce terme se réfère principalement à la période de domination britannique dans le sous-continent indien entre 1858 et 1947.

<sup>7</sup> « *Cascades, sentiers enchevêtrés, et villages perdus en pleine jungle. En prime, la richesse extravagante de la flore, les jeux de couleurs, le lac et ses reflets, les nuages accrochés aux montagnes raviront les passionnés de photos. [...] C'est l'endroit rêvé* » (Le routard, 2007 : 462).

*India* » est d'ailleurs le mot d'ordre de l'office de tourisme indien qui diffuse sur son site Internet, le même type d'idées (<http://www.incredibleindia.org/>).

Le plus grave, c'est quand cette ethnicité est mise en scène et correspond avec le mythe du bon sauvage. Lisons attentivement les lignes qui suivent provenant de la description du circuit « *Peuples de l'Inde, les tribus oubliées de l'Orissa* » proposé par *Terres d'aventure* :

*« Cette région peu touristique et méconnue, est aussi l'une des plus riches avec le plus grand nombre de populations tribales de l'Inde. Une jungle épaisse, habitée par une faune sauvage, couvre d'immenses étendues de collines qui descendent jusqu'à la baie du Bengale, formant de superbes étendues de sable, plages ou lacs salés, peuplés d'oiseaux migrateurs. Isolés dans ces forêts, plusieurs millions d'aborigènes vivent en ignorant le temps, encore imperméables à la marche inévitable du progrès ».*

Et nous pouvons lire plus loin, concernant les jours 10 à 13 : « [...] *Rencontres avec des tribus diverses : Gadaba, Dhurwa, Khond, Bondas, Koya, Paraja et Bhumia. Nous pourrions les approcher dans leurs villages, dans leurs travaux des champs quotidiens ou lors des marchés locaux. Loin de la civilisation, ces tribus ne sont pas habituées à côtoyer des étrangers [...] Lors de ce périple, nous pourrions approcher les très sauvages Bondas (« gens nus »), qui restent les plus " primitifs" .* »

(<http://www.terdav.com/terdav/produit/fiche.asp?codeProduit=IND028&codeTheme>).

Plus que les paysages, les sociétés sont donc porteuses d'exotisme. Toutes les descriptions concernant ces dernières ont en commun un ethnocentrisme notoire qui correspond à une attitude universelle, propre à tout groupe social, à se croire meilleur que les autres. Cette attitude a pour finalité d'assurer la mise hors du temps de l'Inde. Toutefois, on peut ressentir, çà et là une forme de culpabilité dans quelques-uns des discours émis par les marchands de voyage. Celle-ci ne va pas à l'encontre de ces recours douteux, mais au contraire correspond au regret des modifications que pourrait apporter le tourisme pour ces sociétés :

*« Goa est un paradis bourré de cocotiers, de rizières verdoyantes, de jardins en fleurs et de longues plages de sable. La population semble avoir hérité de la nonchalance des Portugais, et se contentait jusqu'il y a peu des prodigieux cadeaux de la nature »* (Le Routard, 2007 : 186).

### **Tourisme et situation diasporique.**

Cependant, ce discours est-il similaire en ce qui concerne les populations diasporiques indiennes installées dans les pays occidentaux ? Quels lieux visite le touriste diasporique ? Que rapporte-t-il de ses voyages ? Y a-t-il dans ces pratiques un effet de génération ?

Il semblerait que la situation diasporique suscite des flux de personnes considérables – on évalue approximativement l'effectif de la diaspora indienne autour de 22 millions de personnes – et crée des pratiques inédites. Parmi celles-ci figure un tourisme de ressourcement culturel. Même si la nostalgie du diasporé est fondée sur sa mémoire sélective qui est souvent un ensemble de souvenirs simplifiés et idéalisés de ses racines, aller en Inde, est tout de même un moyen d'entretenir des attaches avec le référent-origine et de les réactiver, principalement en ce qui concerne la deuxième génération. En revenant sur les lieux où leurs parents ont vécu, les membres d'une diaspora éprouvent physiquement les liens avec leur pays d'origine. C'est ainsi que des lieux de mémoires, de filiation, parsèment ces itinéraires. Lorsque ce voyage correspond à une visite familiale, ces retrouvailles se combinent généralement avec des pratiques religieuses particulières : les pèlerinages. Des lieux saints deviennent ainsi des sites touristiques et des lieux auparavant ordinaires deviennent des lieux de mémoire possédant une charge émotionnelle importante. En parallèle,

pour les deuxièmes et troisièmes générations, le tourisme culturel trouve là un terrain de prédilection. Les indiens d'outre-mer viennent visiter leur pays, tenter de se l'appropriier, et comme les occidentaux vérifier la conformité de l'image plus ou moins mythique qu'ils s'en sont fait à la réalité.

Ainsi, le ressourcement dans le pays d'origine n'est pas seulement une manière de maintenir les liens avec le groupe ou le pays originels, un moyen d'en transmettre la mémoire aux nouvelles générations, il est dans bien des cas une façon de mesurer les écarts entre ici et là-bas, entre l'Inde et leur nouveau pays d'installation. De sorte que les comparaisons fusent, et les diasporés se rendent bien compte des dissensions qu'il existe entre être indien en Inde et être indien aux Etats-Unis, au Canada ou encore au Royaume-Uni. Ils rapportent de leur voyage une image souvent négative de l'Inde, en accord avec celle véhiculée par les médias dans lesquels ils vivent.

### **Conclusion :**

Volontiers monstrueuse ou fabuleuse, fantastique ou désolante, l'image archétypale de l'Inde se définit depuis le Moyen-Âge par deux thèmes particulièrement saillants, dont perdurent encore aujourd'hui, avec une moindre acuité, les stigmates : monstruosité et sagesse. Si bien que l'Inde qui motive le voyage n'existe pas. Chacun la rêve. Il y a autant d'Indes que de voyageurs qui l'ont traversé. Toute la fascination pour ce pays continent réside en un certain nombre d'images et de paysages, établis au rang d'emblèmes par les marchands de voyage, mais aussi par l'Inde elle-même (office du tourisme, mais aussi diaspora indienne), qui figent l'Inde dans son passé glorieux. De la réalité de l'Inde, nous ne savons rien d'autre que ce que ces images nous livrent, de sorte que nous créons, par leur truchement, cette réalité qui n'existe pas pour nous en dehors de cette création. Ce que nous pouvons dire au mieux est que cette représentation est une réalité, mais nous devons admettre que c'est la nôtre.

Les discours touristiques se font plus que les relais de cet imaginaire ; ils créent la carte des lieux où se concrétise le rapport de soi à l'autre. Rapport qui est teinté de tout un discours emprunt d'exotisme, d'étrangeté, et de méfiance. C'est ainsi qu'apparaissent des haut-lieux qui ont tous en commun de faire de l'Inde un pays où le temps semble s'être arrêté. L'espace touristique indien a donc peu à voir avec la réalité de son espace national (Landy, 1993 : 96) ; il s'agit d'une Inde fantasmée, appropriée et sujette à des projections.

Ainsi, sous l'effet de la diffusion de ces représentations, le rapport global des humains au réel se modifie. L'ensemble des médias, et particulièrement des médias à vocation touristique rendent le rapport à l'autre de plus en plus artificiel : en somme, nous nous habituons à tout voir, mais est-ce que nous regardons encore ? Car si le voyageur en Inde est à la recherche du frisson qui lui fera oublier le caractère routinier de son quotidien, ce dernier lui aura été vendu sur papier glacé. L'Inde n'a donc jamais été découverte mais sinon au moins inventée et réinventée au fur et à mesure des évolutions, des attentes des Français. Elle n'existe qu'à travers la subjectivation des individus qui se la représentent et la perçoivent d'une manière non analogue à la population indienne.

L'imaginaire humain noue d'ailleurs avec ce qu'il imagine une relation de complicité : lui-même est en partie le produit de certains territoires humains et sociaux et, donnant naissance à de nouveaux territoires, s'immerge partiellement en eux, se territorialise comme par et avec eux. Il y a fusion partielle de ceux qui imaginent et de ce qui est imaginé. En d'autres termes, voyager c'est aussi se rendre familier les lieux autres, mais selon ses représentations, de sorte que l'on est souvent sur la route de soi, créant ainsi un mode d'habiter poly-topique (Stock, 2005).

### Références bibliographiques :

- AIRAULT Régis, 2002, *Fous de l'Inde. Délires d'occidentaux et sentiment océanique*, Paris : Payot&Rivages.
- AMIROU Rachid, 2000, *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris : PUF.
- AMIROU Rachid, 1995, *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, Paris : PUF.
- AUGÉ Marc, 1997, *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*, Paris, Rivages poche.
- DURAND Gilbert, 1992, *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris : Bordas.
- GEERTZ Clifford, 1996, *Ici et là-bas : l'anthropologue comme auteur*, Paris : Métailié.
- GIORGIA Ceriani, KNAFOU Rémy & STOCK Mathis, 2004, « Les compétences cachées du touriste », *Sciences humaines*, n°154, pp.28-31.
- GLOAGUEN Philippe (dir.), 2007, « Inde du Sud », *Le guide du routard*, Paris : Hachette.
- GLOAGUEN Philippe (dir.), 2008, « Inde du Nord », *Le guide du routard*, Paris : Hachette.
- GOREAU Anthony, 2006 (28-30 juin), « L'Inde sur la route de soi. Entre onirisme et perturbations », *Colloque « Identités, altérité, paysages »*, Université de la Polynésie française, Tahiti, Papeete (à paraître).
- GOREAU Anthony, 2004, « L'Inde, un enjeu cognitif et réflexif. Etude des voyageurs de l'Inde et des populations diasporiques », *DEA Dynamique des milieux et sociétés*, Bordeaux : non publié.
- KERLO Françoise (dir.), 2004, « Inde », *National geographic. Les guides du voyage*, Paris : National geographic society.
- KNAFOU Rémy, 1998, *La planète « nomade » : les mobilités géographiques d'aujourd'hui*, Paris : Belin.
- LANDY Frédéric, 1993, « Le tourisme en Inde ou l'exotisme sans le vouloir », *L'information géographique*, vol57, n°3, pp.92-102.
- MICHAUX Henri, 2003 (1933), *Un barbare en Asie*, Paris : Gallimard.
- MICHEL Franck, 2000, *Désirs d'ailleurs : essai d'anthropologie des voyages*, Paris : Armand Colin.
- MICHEL Franck, 1998, *Tourisme, touristes, sociétés*, Paris : L'harmattan.
- MIT Équipe, 2002, *Tourismes 1 : Lieux communs*, Paris : Belin.
- MIT Équipe, 2005, *Tourismes 2 : Moments de lieux*, Paris : Belin.
- Nouvelles frontières, 2008, *Inde. Rajasthan et Gujarat*, [http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages\\_circuits/](http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages_circuits/) (consulté le 02/06/2008).
- Nouvelles frontières, 2008, *Inde. Lumières de l'Inde du Sud*, [http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages\\_circuits/](http://www.nouvelles-frontieres.fr/voyages_circuits/) (consulté le 03/06/2008).
- STOCK Mathis, 2005, « Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques », *EspacesTemps.net*, <http://espacestemp.net/document1353.html> (consulté le: 02/06/2008).
- TABUCCHI Antonio, 1987, *Nocturne indien*, Paris, 10/18.
- Terres d'aventure, 2008, *Peuples de l'Inde, les tribus oubliées de l'Orissa*, <http://www.terdav.com/terdav/produit/fiche.asp?codeProduit=IND028&codeTheme> (consulté le 02/06/2008).
- WEINBERGER-THOMAS Catherine (dir.), 1988, *L'Inde et l'imaginaire*, Purusartha, n°11, Paris : EHESS.

Sites Internet :

- <http://www.incredibleindia.org/>