

Université de Neuchâtel
Faculté de lettres et sciences humaines

Institut d'ethnologie
Rue Saint-Nicolas 4
2000 Neuchâtel, Suisse

<http://www.unine.ch/ethno>

Valerio Simoni
Rue des Charmettes 13
2000 NEUCHATEL

Tel. 032 / 730 28 14
E-mail: valerio.simoni@unine.ch

Valerio Simoni

“Mais est-ce qu'ils le font pour les touristes ou pour eux mêmes?”
Performances verbales des touristes et constructions de l'authenticité au
Ladakh

Mémoire de licence en ethnologie



Date de soutenance: 29 avril 2004

Directeur du mémoire: M. Christian Ghasarian

Membre du jury: M. Nicolas Yazgi

Résumé

Les performances verbales des touristes au Ladakh (région de l'Himalaya indien) et leurs constructions de l'authenticité constituent le thème central de ce mémoire de licence.

Le tourisme y est abordé en tant que processus et les touristes en tant qu'individus actifs dans la production de significations et d'images de l'authenticité. Une partie introductive situe ma recherche dans le domaine de l'anthropologie du tourisme, et spécifie notamment la perspective théorique adoptée ainsi que la méthodologie suivie.

J'aborde ensuite les interactions verbales entre touristes, en particulier celles qui portent sur l'hébergement et la nourriture, sur le commerce et l'acquisition de biens matériels ainsi que sur le Ladakh Festival. Au fil des chapitres, je montre quand et comment se construisent les images de l'authenticité dans différents contextes d'interaction verbale, et quelles sont les images de soi, de l'autre, de l'ailleurs et plus généralement du monde qui en résultent. Le caractère émergent et négocié de l'authenticité apparaît alors (chapitre 2), tout comme son intervention lors des constructions verbales de types et de repères, notamment quand il s'agit de stabiliser un environnement incertain et peu maîtrisé (chapitre 3). Progressivement, cette analyse des performances verbales et des constructions de l'authenticité me permet de mettre en évidence les attitudes réflexives dont font preuve les touristes lorsqu'ils interprètent des situations, ainsi que leur capacité à changer constamment de registres de conversation, à redéfinir des situations et à reformuler leurs images de l'authenticité (chapitre 4).

Au terme de cette recherche, il apparaît que l'authenticité est un enjeu très important dans le contexte du tourisme au Ladakh, qui se fait jour dans une multitude de situations différentes et en relation à des aspects très hétérogènes. C'est par le biais de leurs constructions verbales de l'authenticité que des touristes réussissent notamment à affirmer et à préserver leurs visions du monde.

- Illustration en couverture: Petit-déjeuner à l'Asia Guest House

Remerciements

Je tiens ici à présenter mes plus vifs remerciements à toutes les personnes qui, d'une manière ou d'une autre, m'ont encouragé et m'ont aidé dans la réalisation de ce travail.

Ma gratitude s'adresse également aux nombreux touristes rencontrés au cours de mon terrain, auxquels je dois ce travail.

*“Tourism as a practice is not just gazing and viewing [...].
Tourism is also about storytelling, chatting, swapping
anecdotes, competitive tales (either of success or fortitude)
[...].”*

(Coleman et Crang 2002: 8)

Table des matières

1. INTRODUCTION	8
1.1 Cadre et genèse du terrain	8
1.2 Problématique	11
1.3 Cadre théorique et conceptuel: une recherche dans le domaine de l'anthropologie du tourisme	12
1.4 Méthodologie	19
1.5 Organisation du texte	22
2. UN PREMIER ECLAIRAGE SUR L'ENJEU DE L'AUTHENTICITE: L'EXEMPLE DE L'HEBERGEMENT ET DE LA NOURRITURE	27
2.1 Se loger et se nourrir: des pratiques foisonnantes	27
2.2 Emergence, construction et pluralité des images de l'authenticité	35
2.2.1 Le doute comme déclencheur des constructions de l'authenticité	35
2.2.2 Les procédures de construction de l'authenticité: la production d'altérités de référence et la dialectique entre authenticité et inauthenticité	40
2.2.3 Images de l'autre indigène et de l'ailleurs	49
2.2.4 Jouer avec les normes et les rôles: cynisme, ironie et dérision dans les performances discursives des touristes	57
3. L'AUTHENTICITE ET LA CONSTRUCTION DE TYPES ET DE REPERES: L'EXEMPLE DU COMMERCE ET DE L'ACQUISITION DE BIENS MATERIELS	63
3.1 L'embaras du choix dans l'acquisition de biens matériels	63
3.2 L'authenticité et la construction de types et de repères concernant le territoire, les commerçants et les objets	70
3.2.1 Des savoirs-recettes qui structurent le territoire	70
3.2.2 La construction de types et de repères au sujet des commerçants	71
3.2.3 La construction de types et de repères au sujet des objets	77

4. L'AUTHENTICITE MISE A L'EPREUVE DES INTERPRETATIONS ET DE LA REFLEXIVITE DES TOURISTES: L'EXEMPLE DU LADAKH FESTIVAL	87
4.1 Présentation du Ladakh Festival et éclairage sur les pratiques observées	87
4.2 L'authenticité fragmentée, redéfinie et transcendée par des touristes réflexifs	98
4.2.1 Authenticité/inauthenticité du Ladakh Festival	98
4.2.2 Constructions d'une authenticité partielle et fragmentée	102
4.2.3 Changer de regard, redéfinir une situation et reformuler l'authenticité	105
4.2.4 Authenticité et sincérité	113
5. CONCLUSION	118
BIBLIOGRAPHIE	123
ANNEXES	130
A. Cartes du Ladakh (I et II)	131
B. Arrivée annuelle de touristes au Ladakh. 1974-2000	133
C. Arrivées mensuelles de touristes au Ladakh au cours de l'année 2001, selon les différentes nationalités	134
D. Le "Petit Tibet" et l'éternel Ladakh dans les textes de promotion touristique: quelques exemples	135
E. Voyage unique et voyage éthiquement valorisant dans les textes de promotion touristique: quelques exemples	137
F. Programme du Ladakh Festival 2001	140

Liste des figures

Figure 1. L'entrée du High Life Restaurant	31
Figure 2. Hébergement chez l'habitant lors du trekking au Zaskar	33
Figure 3. Halte sur la route Manali-Leh	34
Figure 4. L'entrée de l'Holiday Inn Guest House	37
Figure 5. Un groupe de Terre d'Aventure campant auprès de notre groupe lors du trekking au Zaskar	43
Figure 6. Rencontre avec les chevaux d'un autre groupe de touristes lors du trekking au Zaskar	46
Figure 7. Une rangée de magasins sur Changspa Lane	64
Figure 8. Un des <i>Tibetan Markets</i> situés au centre ville de Leh (Fort Road)	65
Figure 9. Objets achetés à Leh	80
Figure 10. Affiche du Ladakh Festival	87
Figure 11. Ladakh Festival: une vue du site du Buddha Jayanti park	90
Figure 12. Ladakh Festival: une vue du site des <i>chams</i> , dans la cour du Chowkhang	90
Figure 13. Ladakh Festival: une vue du site de Phyang	91
Figure 14. Ladakh Festival: un moment du défilé d'ouverture	91
Figure 15. Loge réservée aux touristes sur le site du Buddha Jayanti park	93
Figure 16. Touriste prenant une photo d'indigènes lors des <i>chams</i>	95
Figure 17. Touristes prenant des photos des musiciens lors des <i>chams</i>	96
Figure 18. Rassemblement des protagonistes du Ladakh Festival auprès de la Lamdon School de Leh	98
Figure 19. Touristes prenant des photos dans le cadre du Ladakh Festival à Phyang	101
Figure 20. Touristes et protagonistes du Ladakh Festival dansant ensemble au Polo Ground de Leh	116

1. INTRODUCTION

1.1 Cadre et genèse du terrain

Le Ladakh est une région himalayenne située au nord-ouest de l'Inde (annexe A). Il fait partie de l'état du Jammu et Kashmir, et a une surface totale de 96'701 km² (un peu plus que celle du Portugal). A peu près 150'000 personnes habitent le Ladakh, et Leh, capitale de la région située à 3'500 mètres d'altitude, compte environ 15'000 habitants. En raison de ses conflits avec la Chine et le Pakistan, le Gouvernement indien n'a autorisé la présence de touristes dans cette région qu'à partir de 1974 (Gillespie 2004: 49-50). Depuis, quelques centaines de milliers de touristes ont visité le Ladakh (annexe B), des livres et des films ont été consacrés à cette région, de nombreuses ONG se sont implantées sur son territoire et plusieurs chercheurs¹ se sont attachés à en étudier des aspects particuliers (Rizvi 1996: 1). Si ces dernières décennies le Ladakh a été au centre de nombreux intérêts sur le plan international, Rizvi considère que:

“[...] Ladakh is still often projected as the last Shangri-la, a land of deep spiritual values where traditionally a contented peasantry pursued a sustainable agriculture based on self-regulating systems organized in such a way as to regulating to minimize social and individual stress.” (1996: 1)

En ce qui concerne plus particulièrement l'image du Ladakh véhiculée dans la plupart des publications touristiques, Michaud écrit:

“[...] le Ladakh y est présenté comme un très ancien passage caravanier, une haute vallée désertique enclavée par les barrières naturelles de l'Himalaya au sud-ouest et le Karakoram au nord-est. La population, de tradition tibétaine, offrirait une occasion unique de rencontrer le monde mystérieux d'un Lamaïsme resté à l'abri de l'assimilationisme chinois tel que pratiqué au Tibet.” (1998: 296)

Et Gillespie remarque:

¹ Chercheurs/chercheuses. Pour faciliter la lecture, j'utilise tous les termes au masculin.

“Today, the *Lonely Planet guide to the Indian Himalaya* describes Ladakh, referred to as “Little Tibet” and “the last Shangri-La” as “one of India's most remote regions” and promises “extraordinary austerities” performed by monks, “Buddhist heritage”, “ancient gonpas”, “the finest artwork in the Buddhist world” and “the world's highest motorable mountain pass” (Mayhew *et al.*, 2000, p.201). This trail of images and symbols leads tourists to Ladakh”

La grande majorité des textes de promotion touristique concernant le Ladakh que j'ai consultés mettent l'accent sur l'image de “Petit Tibet”, d'une culture ladakhie préservée, cohérente et homogène, et soulignent l'importance du bouddhisme dans cette région (annexe D). Certains des touristes que j'ai rencontrés étaient par ailleurs assez surpris d'apprendre qu'il y avait aussi des musulmans dans cette région. Dollfus observe que:

“Toutefois, si la communauté bouddhiste est largement majoritaire, elle n'est pas la seule composante de la société ladakhi, qui compte, outre une faible minorité de chrétiens convertis à la charnière des XIX^{ème} et XX^{ème} siècles par les missionnaires protestants de l'église morave, une forte minorité musulmane, résultats d'apports extérieurs anciens et de conversions, essentiellement féminines.” (1995: 289)

En ce qui concerne plus particulièrement les touristes qui visitent le Ladakh, leur provenance est assez hétérogène, bien que 70% d'entre eux soient originaires d'Europe de l'Ouest (Gillespie 2004: 50). 90% des touristes se rendent au Ladakh entre juin et septembre, lorsque les températures sont assez agréables (elles peuvent descendre jusqu'à -30° C en hiver) et que la mousson souffle sur les autres régions de l'Inde. Aujourd'hui, on peut atteindre cette région toute l'année par avion (environ une heure de Delhi, Srinagar et Chandigarh), et deux routes – praticables uniquement en été – relient Leh à Srinagar et à Manali (annexe A). Des touristes arrivent par avion, d'autres par voie terrestre (en bus – “local” ou “deluxe” –, en jeep, à moto, à vélo, à pied, etc.) (annexe C). Certains font partie d'un voyage de groupe plus ou moins organisé, d'autres voyagent plutôt individuellement. Certains restent au Ladakh quelques jours, d'autres plusieurs mois. Quant aux activités auxquelles s'adonnent les touristes, elles sont assez hétérogènes. Lors de mon séjour, les trekkings et les excursions (publicisées souvent comme “*jeep safaris*”, “*motorbike safaris*”, “*Buddhist circuits*”, etc.) étaient les activités les plus pratiquées. Alpinisme, visites de monastères (*gonpas*), activités de caractère humanitaire et écologique, cours de méditation, photographie, achats, etc., sont d'autres exemples d'activités auxquelles se vouaient les touristes. Des agences et des

organiseurs de voyages de Leh proposaient des “*Eco-Trekking*”, des “*Spiritual Tours*”, des “*Social Familiarization Tours*”, des “*Taylor Made Holidays*” ou encore des “*Customized Vacation*”. D'une manière plus générale, beaucoup de textes de promotion touristique tendaient à “détouristiser” leurs clients potentiels et/ou à rendre leur voyage éthiquement valorisant (en leur offrant des expériences uniques, en les situant hors de la sphère des “simples” touristes, en soulignant leur engagement en faveur de l'environnement physique, social et culturel du Ladakh, etc.) (annexe E). Cette tendance à se distinguer et à se détacher de quelque chose de “touristique” négativement connoté m'a semblé un aspect très présent dans le cadre du tourisme au Ladakh (textes et discours confondus). Elle a stimulé mes premiers questionnements et a contribué à orienter la suite de ma recherche.

Lorsque je suis parti pour le Ladakh en juillet 2001, je ne m'attendais pas à ce que mon voyage se transforme en terrain d'enquête sur le tourisme. Je m'étais préparé à effectuer une recherche autour des gravures rupestres présentes dans cette région, en collaboration avec mon ami Martin qui visitait le Ladakh depuis plusieurs années et qui avait organisé un trekking auquel j'ai participé. Cependant – comme c'est souvent le cas lors de voyages – les choses ne se sont pas passées comme je l'avais prévu, elles m'ont progressivement amené à m'intéresser davantage au tourisme qu'aux gravures rupestres². Mes réflexions sur le tourisme, se sont développées et ont évolué tout au long de mon voyage – changeant souvent d'orientation – au gré des expériences que je vivais au jour le jour. Au fur et à mesure que je notais sur des carnets tout ce qui me paraissait significatif par rapport au tourisme, que j'enregistrais sur magnétophone, prenais des photos, collectais des sources écrites, mon voyage se transformait: il devenait aussi mon terrain³. Ce dernier n'avait donc pas été préparé, ce qui a sans doute influencé mes méthodes d'enquête sur place ainsi que ma problématique et mon orientation théorique successive⁴.

² Nash et Smith écrivent que: “*Anthropological interest in tourism [...] began as a serendipitous spin-off from other studies [...]*” (1991: 13), ce qui a en partie été mon cas.

³ Néanmoins, ce n'est qu'une fois rentré en Suisse, après avoir pris conscience du fait que j'avais assez d'éléments pour faire un mémoire sur le tourisme au Ladakh, que voyage et terrain ont coïncidé définitivement.

⁴ D'une certaine manière, et bien que de façon involontaire, l'approche que j'ai adoptée s'inscrivait dans la perspective ethnométhodologique de “*L'abandon des fameuses “hypothèses-avant-d'aller-sur-le-terrain”.*” (Coulon 2002: 82)

1.2 Problématique

Je n'ai jamais eu de problématique clairement définie sur laquelle enquêter au cours de mon séjour en Inde et au Ladakh⁵. Je m'intéressais au tourisme d'une manière extrêmement vague, et cette ampleur de perspectives n'a pas manqué de faire naître en moi un certain malaise. Je me sentais souvent très incertain quant au sens de ce que j'étais en train de faire (la production de sens de la part des touristes est d'ailleurs un des thèmes au centre de ce travail). J'ai donc ébauché plusieurs pistes de réflexion – souvent en relation avec des sujets que j'avais eu l'occasion d'aborder au cours de mes études en ethnologie – sans jamais en circonscrire une. Progressivement, ont émergé des domaines d'intérêt plus saillants que d'autres, parmi lesquels la construction d'altérités, l'invention de traditions, les enjeux de pureté et d'authenticité et les répercussions que ces phénomènes avaient sur la population locale au niveau d'un durcissement et d'une cristallisation identitaire. A mon retour en Suisse, après mes premières lectures sur l'anthropologie du tourisme, mon intérêt s'est focalisé sur les touristes et la notion d'authenticité, et c'est sur ce dernier concept que j'ai construit ma problématique. Celle-ci s'est précisée ultérieurement lorsque j'ai décidé de m'intéresser essentiellement aux performances verbales des touristes. J'avais récolté beaucoup de données dans ce domaine au cours de mon voyage grâce à des transcriptions et à l'enregistrement de conversations. Les questions suivantes m'ont dès lors interpellé et ont orienté la suite de mon travail:

- A quel moment l'authenticité devient-elle un enjeu lors d'interactions verbales entre touristes?
- Comment cet enjeu intervient-il dans la construction de types, d'images et de mythes du soi, de l'autre, de l'ailleurs, etc.?
- Quelles sont les réalités qui émergent de ces performances verbales ?

En me concentrant essentiellement sur les performances verbales des touristes et sur leurs constructions de l'authenticité, je ne touche qu'à un aspect très limité du phénomène

⁵ Au total environ deux mois et demi, dont à peu près deux mois au Ladakh.

touristique au Ladakh; il pourrait être abordé à partir d'une multitude d'autres éclairages⁶. Afin de mieux situer mon approche à l'intérieur du domaine de l'anthropologie du tourisme, d'en mettre en évidence les apports ainsi que les limites, j'aborde maintenant la question du cadre théorique et conceptuel dans lequel s'inscrit ma recherche.

1.3 Cadre théorique et conceptuel: une recherche dans domaine de l'anthropologie du tourisme

L'intérêt de l'anthropologie pour le tourisme – en tant qu'objet d'étude pourvu d'une certaine légitimité – s'est développé assez tardivement et ne s'est manifesté qu'à partir des années septante (Nash et Smith 1990: 13; Simonicca 1997: 13). Dans ce contexte, l'étude du tourisme semble être née d'un intérêt pour le contact et le changement culturel (Nash et Smith 1990: 13), ce qui explique d'ailleurs que la plupart des travaux anthropologiques sur ce phénomène se sont concentrés sur ses répercussions culturelles dans les pays visités (Crick 1989: 326). Si ce genre de recherches a été très fécond et a animé de nombreux débats au sein de la discipline, d'autres aspects sont restés dans l'ombre. Après avoir mis en évidence les thèmes principaux auxquels se sont intéressés les anthropologues dans leurs études du tourisme, Stronza considère qu'on peut d'une manière générale diviser conceptuellement la littérature anthropologique sur ce phénomène en deux parties: l'une qui se focalise sur la compréhension de l'origine du tourisme, et l'autre qui vise à analyser l'impact du tourisme sur les populations locales (2001: 262). Certaines questions, comme celle que soulève Crick par exemple – “*What tourists say about their leisure experiences?*” (1989: 326) – ne semblent pas avoir intéressé beaucoup d'anthropologues. Winkin souligne lui aussi l'emphase donnée dans beaucoup de recherches à l'analyse de l'impact du tourisme sur les populations visitées, notamment en ce qui concerne la littérature scientifique de langue française:

⁶ L'anthropologue Jean Michaud s'est par exemple intéressé aux effets sociaux du tourisme sur l'émergence d'entreprises au Ladakh (1990; 1991; 1995). D'une manière générale, je considère que la principale limite de ce travail sur les performances verbales et les constructions de l'authenticité est d'aborder uniquement les interactions entre touristes sans étendre la problématique à d'autres formes d'interaction (par exemple les interactions entre touristes et commerçants). L'analyse des nombreux textes de promotion touristique sur le Ladakh pourrait également constituer un complément de recherche très intéressant. Si dans un premier temps, je m'étais intéressé à ces deux pistes supplémentaires de réflexion, qui soulèvent à maintes reprises l'enjeu de l'authenticité, j'ai ensuite décidé de ne pas les inclure dans ce travail. Etant donné leur intérêt et leur ampleur, elles méritent en effet d'être abordées dans le cadre d'autres recherches.

“[...] le discours sur le tourisme relève encore très souvent de l'économie ou de la géographie appliquées (Cazes, 1989). Lorsque la sociologie ou l'anthropologie sont convoquées, c'est pour tenter de répondre à l'inévitable question de l'impact du tourisme sur les communautés locales (Cazes, 1992; Picard, 1992; Rozenberg, 1990; Segui Llinas, 1995), ou pour reconstituer la représentation touristique de tel pays (Poutet, 1995). La plupart des études de sciences humaines sont donc de niveau “macro” [...] l'approche microsociologique du phénomène touristique reste à produire – en langue française du moins.” (Winkin 2001: 206-207)

Comme Crick (1989) et Stronza (2001), Winkin considère donc que jusqu'ici l'anthropologie du tourisme a privilégié certains axes de recherche au détriment d'autres. De plus il constate que les approches de niveau “macro” ont souvent prévalu dans ce domaine d'étude, au détriment des approches plutôt “micro”. Plusieurs auteurs ont souligné ces dernières années que beaucoup de recherches sur le tourisme ont eu tendance à s'appuyer sur des cadres théoriques trop généraux et à produire des analyses trop généralisantes.

Dès les années septante, les travaux d'Erik Cohen ont mis en évidence la non-possibilité d'une définition générale et universelle du tourisme et ont souligné l'intérêt qu'il y a à aborder ce phénomène comme un processus, et à adopter des approches analytiques plus émiques, comparées et empiriques (Simonicca 1997: 39). Cet auteur a montré que toute théorie tendant à saisir et à articuler le noyau conceptuel du tourisme a commis l'erreur de substantiver un seul type de comportement touristique, et a abouti par là à des généralisations abusives (Simonicca 1997: 39). Comme instruments pour la compréhension du tourisme, Cohen a alors proposé la construction d'idéaux-types phénoménologiques, ce qui l'a conduit à élaborer une typologie des touristes (Simonicca 1997: 40, 44-47). Après Cohen, d'autres auteurs ont souligné la nécessité de travaux plus détaillés et empiriques sur le comportement touristique pour arriver à dépasser les débats idéologiques et engagés autour de la signification de ce phénomène (Crick 1989: 333). Plus récemment, Bruner s'est interrogé sur l'utilité de typologies et de généralisations monolithiques dans le domaine de l'anthropologie du tourisme. Il écrit:

“Early work on the anthropology of tourism documented a variety of tourist experience in terms of a typology of tourism, including ethnic, cultural, historical, environmental, and recreational tourism (Smith 1989: 4-6), as well as a typology of tourists, including explorer, elite, mass, individual traveller,

backpacker, and charter tourists (Cohen 1979; Pearce 1982; Smith 1989 11-14). All tourism and all tourists were not the same, but scholars in the field tended to reduce the variety by seeking the essence of the tourist experience, as a quest for authenticity (MacCannel 1976), a personal transition from home to elsewhere (Graburn 1989), a form of neocolonialism (Nash 1989), or a particular type of “gaze” (Urry 1990). The typologies of tourism and tourists ordered data but yielded few insights. Exceptions to the generalizations were common, rendering questionable their usefulness; one was never sure when or where the general propositions were applicable.” (2001: 881)

D'autres remarques d'Edensor, qui ont beaucoup contribué à orienter ma problématique ainsi que mon cadre théorique et conceptuel, viennent appuyer les considérations faites par Bruner:

“Theories of tourism have tended towards ethnocentrism, over-generalization, and functionalism. Certain tourists, places, and activities have thus been identified as defining tourism *per se*. Additionally, much energy has been expended on drawing on tourist typologies (Cohen and Smith). While such analyses can usefully identify regularities, it is essential that these be understood as varieties of practice rather than types of people. Moreover, there is a danger that such categorizations become reified as immutable. On the contrary, it is argued that tourism is a process which involves the ongoing (re)construction of praxis. In order to question such assumptions, the metaphor of performance is used to establish a basis to examine diverse practices at tourism sites.” (2000: 2)

Désireux d'adopter une perspective proche de celle d'auteurs comme Edensor et Bruner, j'aborde dans mon travail le tourisme comme un processus⁷, à l'intérieur duquel agissent des personnes qui sont actives dans la production de leurs propres significations. Jules-Rosette et Bruner remarquent que: “*Tourists are not passive; they have active selves.*” (1994: 405).

En traitant de constructions verbales, et pour en souligner le caractère actif et dynamique, je suis une optique analogue à celle d'Edensor (1998; 2000), qui aborde les pratiques touristiques en tant que performances. Cette notion a fait l'objet d'une nouvelle théorisation de la part de Palmer et Jankowiak (1996); ces deux auteurs écrivent que:

“It is through performances, whether individual or collective, that humans

⁷ Voir notamment l'article de Bennetta Jules-Rosette et Edward Bruner “Tourism as Process” (1994)

project images of themselves and the world to their audiences.”(1996: 226)⁸

Toujours à propos du concept de performance, Edensor considère que:

“Rather than being fixed, performance is an interactive and contingent process: it succeeds according to the skill of the actors, the context within which it is performed, and the way in which it is interpreted by an audience.” (2000: 3)

Dans la mesure où mon travail porte essentiellement sur les performances verbales des personnes que j'ai rencontrées, j'accorde moins d'importance à ce qui relève du domaine non verbal. Tout ce qui concerne les attitudes corporelles, gestuelles, et plus généralement ce qu'Edensor appelle “*embodied tourist performances*” (1998: 104) n'est que peu traité dans l'ensemble du mémoire. Néanmoins, l'importance de ces performances non verbales ne doit en aucun cas être sous-estimée⁹. C'est conscient de cette lacune que je m'intéresse avant tout aux discours, et notamment aux manières par lesquelles des touristes produisent verbalement du sens, de l'authenticité et façonnent une réalité.

Ma façon d'aborder ces performances verbales s'appuie également sur des outils conceptuels et des perspectives théoriques développées dans le cadre de l'ethnométhodologie et de la phénoménologie sociale d'Alfred Schutz, qui ont accordé une attention particulière au langage. A propos de Schutz, Rogers mentionne les choses suivantes:

“Within Schutz's framework making sense means, at root, naming the objects of one's experience. Such naming involves typification [...] Language is the storehouse of types and thus the root system of the meanings people constitute. Schutz was passionate about the language's role in sense-making.” (2000: 373)

Quant à l'ethnométhodologie, Coulon écrit notamment que:

⁸ Palmer et Jankowiak ajoutent également que: “During performances, both performers and audiences experience, register, appreciate, analyse, and evaluate images that are projected in their own performances and the performances of others.” (Palmer and Jankowiak 1996: 242)

⁹ En effet, comme le souligne Edensor à propos de la production de l'espace touristique: “The production of tourist space is not only representational, however, for an over-concentration on discourse and representation can miss the fact that “much of conceptualization is “embodied” in the sense that it is structured by physical experience” (Palmer and Jankowiak 1996, 253).” (1998: 61)

En complément d'une recherche centrée sur des discours, une analyse plus approfondie de ces autres performances pourrait donc se révéler très enrichissante, d'autant plus que, toujours selon Edensor: “[...] *the relations between representation and other tourist performances are strong*” (1998: 104).

“Un des champs les plus développés et les plus riches de l'ethnométhodologie est sans doute ce que l'on appelle l'analyse de conversation.” et ajoute que: “Dans le champ du langage comme dans les autres, on retrouve dans l'analyse de conversation la préoccupation permanente de l'ethnométhodologie: celle de décrire les procédés que nous employons pour construire l'ordre social.” (2002: 67 et 72)

Dans une optique ethnométhodologique, les descriptions que les acteurs font contribuent à construire et façonner le monde, dans la mesure où celui-ci n'est pas donné une fois pour toutes, mais se réalise au contraire dans leurs accomplissements (Coulon 2002: 39-40). Ce sont ces perspectives théoriques, et des notions qui ont été développées en leur sein (telles que celles de type et de typification ou celle de savoir-recette), qui ont contribué à orienter ma recherche.

En ce qui concerne plus particulièrement le concept d'authenticité, que je vais traiter maintenant, il y est abordé dans une optique constructiviste tout à fait analogue. Dans le domaine de l'anthropologie du tourisme, celui-ci a souvent capé l'attention des chercheurs¹⁰. En effet, depuis l'ouvrage pionnier de MacCannell (1976), les travaux touchant à ce concept ont été très nombreux, bien que les perspectives théoriques aient souvent changé (Wang 1999). La plupart des chercheurs – notamment à la suite des considérations de Cohen (1988) – ont passé de la conception étique, objectiviste et de la logique de vérité présupposant l'existence d'un original des premiers travaux de MacCannell, à une perspective constructiviste plus émique, qui considère l'authenticité comme quelque chose d'émergent, de produit et de négocié¹¹. A cet égard, Cohen écrit que:

“In contrast to MacCannell, it is suggested that “authenticity” is a socially constructed concept and its social (as against philosophical) connotation is, therefore, not given, but “negotiable”. The manner of the negotiation of its meaning should hence be made a major topic in the sociological and anthropological study of tourism” (1988: 374)

Au lieu de se demander si l'expérience du touriste est authentique – tel que le faisait

¹⁰ Bruner a carrément écrit que: “Authenticity is a concept more in the mind of the Western social theorist than in the mind of most tourists or natives.” (1991: 241)

¹¹ En considérant que les systèmes d'objets en art et en anthropologie, tout en étant institutionnalisés et puissants, ne sont pas immuables, Clifford remarque que “Les catégories du beau, du culturel et de l'authentique, ont

MacCannell – il s'agit selon cette nouvelle perspective de se demander quand l'authenticité devient-elle un enjeu et quelle est sa connotation et sa dénotation aux yeux des touristes (Simonica 1997: 48). Bruner considère que “*authenticity becomes an issue only after a doubt arises*” (1994: 403). D'après lui, l'authenticité doit être considérée comme un produit d'acteurs sociaux qui émerge dans des contextes bien précis – où des personnes luttent pour définir la réalité d'une chose et où des enjeux sociétaux sont donc présents – et non pas comme une donnée en soi qui existe à tout moment et qu'on peut analyser théoriquement à un niveau purement abstrait¹². Bruner et Jules-Rosette écrivent également que: “*Authenticity is a struggle. Its nature is contestable and emergent*” (1994: 405).

C'est une optique constructiviste proche de celle de ces auteurs que j'adopte dans ma recherche. L'authenticité y est abordée comme un enjeu qui émerge dans certains contextes d'interaction, qui peut toucher une multitude d'aspects différents et donner lieu à des images et à des significations hétérogènes¹³. Dans mon approche, les constructions de l'authentique de la part des touristes ne concernent pas uniquement ce que Wang nomme “*toured objects*” (1999) – à savoir essentiellement des objets, des altérités – mais aussi des activités, des attitudes, des images de soi, etc.¹⁴ D'une manière plus générale, indépendamment des significations précises – d'un point de vue émique – que le terme authenticité peut acquérir et des différents aspects auxquels celui-ci peut toucher dans une situation donnée, je considère dans ce travail que: “*Authenticity speaks the language of copies and originals, the spurious and the genuine.*”

changé et sont en train de changer” (1996: 228), et révèle par là à son tour le caractère construit de ces catégories.

¹² “*When actors use the term authenticity, ethnographers may then ask what segment of society has raised a doubt, what is no longer taken for granted, what are the societal struggles, and what are the cultural issues at work. These are ethnographic questions, empirical questions, requiring investigation and research. Grand theorizing gives way to ethnography.*” (Bruner 1994: 408)

¹³ Pour se faire une idée de l'hétérogénéité des images et des significations qui peuvent résulter de différentes constructions de l'authenticité, voir par exemple les articles de Clifford, qui avance à la fois l'idée de “*purist regimes of “authenticity”*” (1997: 176), et celle de “*hybrid authenticity*” (1997: 185), de Gustafson qui, à l'encontre de MacCannell, montre l'association possible entre authenticité et normalité (2002: 17), ou de Brown qui considère que “*les authentiques touristes sont des faux pèlerins qui peuvent se transformer en vrais*” et vice versa (1999: 50), ou que “*un authentique plaisir peut être pour lui [le touriste ouvertement hédoniste] l'inauthenticité même d'une attraction touristique*” (1999: 47).

¹⁴ Selon cette perspective, tout est donc susceptible d'être affecté par l'enjeu de l'authenticité, s'agisse-t-il d'un habit, d'une parole, d'une danse, du soi, de l'autre, etc. Des approches à la notion d'authenticité qui en élargissent le domaine d'application au delà des “*toured objects*” (Wang 1999) – notamment à des activités, des attitudes et au soi - et qui ont influence ma manière d'aborder cette notion apparaissent notamment dans Amirou (1995), Selwyn (1996), Brown (1999) et Wang (1999).

(Bruner et Kirshenblatt-Gimblett 1994: 459). C'est donc à partir de cette conception théorique de la notion d'authenticité que j'aborde ma problématique.

Dans le souci de respecter le point de vue émique des personnes qui apparaissent tout au long de mon mémoire, et de ne pas leur imposer – sans argumentation préalable – une catégorisation ou une typologisation qui pourrait les déranger, je tiens également à faire quelques éclaircissements quant à mon utilisation du terme de touriste. En effet, tout comme celui d'indigène ou de commerçant, celui-ci doit être appréhendé dans une optique relationnelle, dynamique et non essentialiste, comme désignant une catégorie constamment (ré)actualisée et (re)produite regroupant des pratiques très variables et hétérogènes.

En abordant le terme de touriste et les questions de catégorisation qu'il soulève, Abram et Waldren constatent que:

“[...] if community can be said to have “existence”, then it does so only through its expressions. Thus, the “community” is not a “thing” with independent existence but, rather, a relational concept that is articulated through actions, discourse and symbols. It is thus constituted by its representations, and [...] its performance.” (1997: 3-4)

Les observations de ces auteurs rejoignent celles d'Edward Bruner, qui considère que:

“Tourist vary, for be a tourist is not a fixed slot but is a role to be fashioned and performed.” (2001: 901)¹⁵

C'est dans une perspective analogue à celle de ces auteurs que j'emploie le terme de touriste tout au long de mon texte.

En outre, l'utilisation que je fais de ce terme est dépourvue de tout jugement de valeur, ceux qui lui sont associés étant souvent négatifs. A ce sujet, MacCannell observait déjà en 1976:

¹⁵ Etant donné l'extrême variété de pratiques regroupées sous le terme de tourisme, et les fréquentes combinaisons entre tourisme et activités diverses – au Ladakh en particulier le volontariat humanitaire et au sein d'ONG – la réflexion mériterait d'être poursuivie. Per Gustafson écrit notamment que: “*Tourism, migration, and various intermediary or mixed forms of human mobility in contemporary society bring along problems and ambiguities with regard to social roles, social categorization, and self-identification and as a consequence, various individual and collective strategies for dealing with these problems. In a world where mobility and transnationalism appear as increasingly important social forces, these issues constitute a fruitful area for further research, within this and other fields of social science.*” (2002: 13-14)

“The term “tourist” is increasingly used as a derisive label for someone who seems content with his obviously inauthentic experiences.” (94)

De nombreux autres auteurs ont souligné la connotation négative souvent associée à ce terme (voir notamment Urbain (1991), une dévalorisation qui apparaît dans plusieurs des exemples présentés dans ce mémoire, en particulier sous la forme de discours tendant à distinguer certains touristes d'autres. Dans ce processus de distinction, les constructions verbales de l'authentique semblent par ailleurs jouer un rôle important, comme le constatent également Abram et Waldren lorsqu'elles écrivent que: “*Differences between tourists are played out through discursive constructions of the real and the authentic*” (1997: 6). Si les utilisations du terme de touriste dans les interactions verbales que j'aborde dans ce travail sont intéressantes à analyser du point de vue émiq, elles diffèrent le plus souvent de l'emploi (étiq) que j'en fais moi-même.

Toujours à propos de la désignation des personnes que je cite, j'ai décidé de leur donner des noms fictifs, ce qui permet de les retrouver tout au long du texte¹⁶. Lorsque cela me paraissait pertinent, j'ai également mentionné explicitement leur nationalité ou leur origine, en me référant toutefois toujours à ce qu'elles-mêmes m'en avaient dit.

Ces considérations à propos du cadre théorique et conceptuel dans lequel s'inscrit ma recherche, devraient permettre de mieux la situer à l'intérieur du domaine de l'anthropologie du tourisme et d'en saisir à la fois la pertinence et les limites – ce à quoi contribue également le prochain chapitre concernant la méthodologie.

1.4 Méthodologie

La méthode employée au cours de mon terrain a été essentiellement celle de l'observation participante, plutôt spontanée du fait que je n'étais pour la plupart des personnes qu'un touriste parmi d'autres¹⁷. Mes intérêts et mon idée de faire une recherche autour du

¹⁶ Cela à une exception près. Il s'agit de Martin, l'organisateur du trekking que j'ai effectué dans la première partie de mon séjour au Ladakh: Martin, après avoir lu une première version de mon mémoire – a préféré que je ne modifie pas son nom.

¹⁷ Crick remarque que: “[...] *almost anywhere anthropologists go to do research nowadays there are likely to be tourists, and indeed, an anthropologist is likely to be classified as one by locals [...]*” (1995: 207)

tourisme se sont précisés de plus en plus au cours du voyage, et ont motivé mes réflexions et mes attitudes au cours de celui-ci. Néanmoins, n'étant jamais trop sûr de ce que j'étais en train de faire, j'ai rarement affiché clairement un statut et un rôle de chercheur lors de mes interactions avec les personnes que j'ai rencontrées¹⁸. Tout au long de mon voyage, je me suis dédié, avec une certaine assiduité (mes journées étaient souvent très longues et intenses), à jouer mon rôle de touriste et à faire ce que faisaient mes semblables, en parlant le plus possible avec eux. L'accès au terrain n'a donc pas posé de problèmes, bien que parfois certains de mes comportements, inhabituels, et notamment ma curiosité excessive, aient pu être à l'origine de quelques malentendus¹⁹.

Je tiens aussi à préciser que les touristes avec qui j'ai eu des contacts étaient pour la plupart des jeunes qui, comme moi, fréquentaient certains endroits et certains milieux plutôt que d'autres (la volonté de ne pas dépenser trop jouant probablement un rôle non négligeable), et que l'image que l'on se faisait de moi a sans doute aussi contribué à rendre mes rapports et mes conversations avec certaines personnes plus ou moins faciles.

Mon expérience au Ladakh a donc commencé par un voyage organisé d'une durée d'à peu près trois semaines, en compagnie d'un groupe parti de Suisse avec moi. Ce premier voyage dans cette région himalayenne, avec un trekking au Zanskar²⁰ qui en constituait la partie centrale et l'événement le plus saillant, a beaucoup stimulé mes réflexions et a progressivement contribué à orienter mes intérêts.

Cependant, c'est surtout au cours de mon deuxième séjour d'environ un mois que j'ai récolté

¹⁸ J'ai révélé parfois à certaines personnes que je faisais des études d'ethnologie à l'Université, ce qui a pu éventuellement jouer un rôle dans leur façon de s'exprimer en ma présence.

¹⁹ Cela a été particulièrement évident à deux reprises; alors que j'étais en train d'enregistrer ou de noter des informations, j'ai été retenu par des agents de sécurité (police ou armée). Mon comportement transgressait probablement les normes auxquelles ceux qui m'ont arrêté étaient habitués et cela a été suffisant pour éveiller leurs soupçons. Ces incidents sont par ailleurs assez révélateurs de l'existence de certaines normes de comportement touristique implicites. Il s'agissait donc, d'une certaine manière, d'attitudes qui dérangent des routines - ce que des ethnométhodologues ont appelé "breaching" (Coulon 2002: 76) - tout à fait involontaires de ma part. Dans l'une de ces situations, on m'a carrément accusé d'être un espion pakistanais, de vouloir tuer des gens, et l'on a arraché la page du carnet où je prenais des notes. Il ne faut pas oublier qu'en raison de nombreux enjeux géopolitiques - la région est située entre la Chine et le Pakistan - le Ladakh est un endroit très contrôlé par l'armée et les forces de sécurité indiennes, présentes massivement sur le territoire. Néanmoins, dans les deux cas mentionnés, une fois apuré que j'étais un touriste suisse - la situation, les statuts et les rôles ayant été redéfinis - on m'a immédiatement laissé partir.

²⁰ Le Zanskar est une des régions du Ladkah (annexe A).

l'essentiel des données que je présente dans ce travail. J'ai passé la plupart de mon temps à Leh, capitale du Ladakh où convergeaient la plupart des personnes lors de leur arrivée ou de leur départ de cette contrée himalayenne. J'ai essayé de rester dans des endroits fréquentés par des touristes, notamment dans des magasins, des pensions (*guest houses*), des restaurants, des lieux où se tenaient des événements particuliers comme le Ladakh Festival, où travaillaient des ONG, Les conversations dont je traite dans mon travail ont souvent eu lieu dans ces contextes, parmi des personnes ayant à peu près les mêmes statuts que je désigne par le terme de touristes. Certaines des exemples cités proviennent d'une excursion de trois jours que j'ai effectuée avec d'autres touristes dans la vallée de la Nubra²¹.

Dans quelques cas, je rapporte des performances verbales qui se sont produites hors du Ladakh, notamment à Dharamsala²².

La qualité des données qui apparaissent dans le texte est assez variable: dans certains cas il s'agit de transcriptions effectuées sur mon carnet quelques heures même après la conversation. Dans d'autres cas, les performances verbales rapportées ont été directement enregistrées sur un magnétophone²³. Ce ne sont là que les deux situations extrêmes. Les circonstances particulières dans lesquelles se sont déroulées les différentes interactions verbales ont généralement déterminé le mode de production des données et leur qualité.

Les méthodes employées au cours de mon terrain, et surtout le fait d'être un touriste parmi les autres et de produire mes données à partir de cette position, se sont révélées très satisfaisantes. Dans mon travail, j'ai donc essayé de beaucoup utiliser les exemples d'interactions verbales que j'avais entendues et auxquelles j'avais aussi souvent participé. D'autant plus que, comme l'écrit Winkin, dans la plupart des études de sciences humaines sur le tourisme ("*en langue française du moins*"), l'"*observation participante*" est peu exploitée"

²¹ Large vallée située au Nord de Leh et ouverte partiellement aux touristes dès 1994 (annexe A).

²² Chef lieu d'une région très fréquentée par des touristes en particulier à cause de la présence de l'actuel Gouvernement tibétain en exil.

²³ Ce qui a notamment été le cas au cours du Ladakh Festival, lorsque mon magnétophone était enclenché pour enregistrer en premier lieu musiques et commentaires du *speaker* (cf. chapitre 4, et en particulier le chapitre 4.3).

(2001: 207)²⁴. Traitant de méthodologie dans la recherche touristique, Dann, Nash et Pearce mentionnent pour leur part le manque d'études centrées sur l'analyse des conversations entre touristes (1998: 25)²⁵.

Dans ce mémoire, à partir essentiellement de mon observation participante, j'aborde des conversations pour analyser les productions verbales de sens de la part de touristes au Ladakh, notamment celles qui font émerger l'enjeu de l'authenticité²⁶. Pour reprendre une expression d'Edensor, il s'agit donc essentiellement d'une histoire autour d'histoires (1998: 103), produisant un kaléidoscope d'images subjectives à propos des touristes, du Ladakh, de ses habitants, etc.²⁷ Au même titre que cet auteur, je souhaite à mon tour que “[...] *this bricolage of narrative snippets, these multiple strands, hopefully give no authority to any one version, including my own.*” (Edensor 1998: 103).

1.5 Organisation du texte

Au cours des conversations entre touristes auxquelles j'ai assisté et participé lors de mon séjour au Ladakh, nombreux étaient les sujets de discussion qui étaient abordés; souvent ils se succédaient et s'imbriquaient tout au long des interactions. Afin d'organiser et de circonscrire ma recherche, j'ai décidé de sélectionner certains de ces arguments de conversation et de structurer mon texte en fonction de ceux-ci. Cela m'a finalement amené à choisir comme exemples la nourriture et l'hébergement (abordés au chapitre 2), le commerce et l'acquisition de biens matériels (chapitre 3), et le Ladakh Festival (chapitre 4)²⁸. Au cours

²⁴ Cet auteur invite également des jeunes chercheurs: “[...] à adopter une certaine posture méthodologique, fondée sur l'observation participante et l'autobiographie [...], afin de produire des travaux ethnographiques sur ce “fait social total” qu'est le tourisme [...]” (2001: 207)

²⁵ Ces auteurs écrivent que: “For instance, there has apparently been no study which had utilised conversation sampling. Yet, in spite of the alleged accompanying high “dross rate”, such a technique could prove most worthwhile in assessing tourist satisfaction on a whole array of items, ranging from consumer purchases to accommodation or variety in menus. Furthermore, freely uttered words spoken outside the formal setting of an interview might very well have greater validity than the responses to a structured questionnaire with all its traditional in-built biases.” (1988: 25)

²⁶ Je tiens à mentionner que, bien que m'intéressant à des conversations et à des interactions verbales, je n'ai pas eu recours à des méthodes – voir à des outils théoriques – développés dans d'autres disciplines telles que la linguistique.

²⁷ Les images de l'environnement physique, social et culturel du Ladakh qui sont évoquées tout au long du texte sont donc avant tout le fruit des performances verbales des touristes que j'ai rencontrés.

²⁸ Dans la mesure où ces discours s'entremêlaient souvent à des considérations touchant également d'autres aspects et d'autres domaines, il demeure néanmoins impossible de les circonscrire de façon claire et nette.

de mon terrain j'avais en effet entendu et participé à de nombreuses discussions qui abordaient ces domaines, et j'avais souvent constaté l'émergence de constructions verbales de l'authenticité²⁹.

Chacun des trois chapitres qui structurent mon texte s'ouvre sur une première partie qui ne touche pas directement aux performances verbales des touristes. A partir de ce que j'ai observé ou connu au Ladakh, j'y décris certains aspects qui caractérisent l'hébergement et la nourriture, le commerce et l'acquisition de biens matériels ainsi que le Ladakh Festival et je porte un éclairage sur les pratiques touristiques qui prolifèrent dans ces milieux. Cet éclairage descriptif est loin d'être exhaustif vu la créativité et les capacités d'innovation dont font preuve beaucoup de touristes; il permet néanmoins de se faire une idée du contexte, du champ des possibles dont pouvaient bénéficier les touristes au Ladakh ainsi que de la diversité de leurs pratiques. Il contribue à mieux situer et à mieux saisir la signification des performances verbales qui sont abordées par la suite.

Ensuite, ce sont les considérations d'autres personnes qui prennent le relais dans la production d'images et de significations. L'enjeu de l'authenticité, autour duquel s'articule ma problématique, apparaît alors comme étant le fil rouge qui relie les performances discursives qui sont abordées³⁰.

Dans le chapitre 2, "Un premier éclairage sur l'enjeu de l'authenticité: l'exemple de l'hébergement et de la nourriture", je commence par traiter des méthodes et des procédures discursives de construction de l'authenticité, en m'intéressant tout d'abord au contexte de leur émergence. Quand et comment les gens produisent-ils de l'authenticité dans leurs discours? C'est à ces questions que j'essaie de répondre d'abord. Je passe ensuite plus spécifiquement aux différents aspects qu'affectent ces constructions verbales, en mettant notamment en évidence le façonnement de types, d'images et mythes autour du soi, de l'autre et de

²⁹ En opérant cette sélection, j'ai donc délibérément laissé de côté d'autres champs, comme par exemple les moyens de transports et les façons de se déplacer qui pourraient néanmoins se révéler très intéressants pour des ultérieures recherches et approfondissements.

³⁰ Dans celles-ci émergent souvent une multitude d'enjeux et d'aspects qu'il serait intéressant d'analyser – l'authenticité n'en étant qu'un parmi d'autres. Néanmoins, c'est essentiellement sur ce que je considère pertinent dans le cadre de ma problématique que je vais focaliser mon attention.

l'ailleurs³¹. Comme tous les autres chapitres, celui-ci aussi finit par la mise en évidence de performances verbales qui nuancent les considérations faites précédemment. Celles-ci permettent de souligner le caractère hétérogène, créatif et imprévisible des performances verbales des touristes et de présenter sous d'autres angles – voir de relativiser – l'enjeu de l'authenticité.

Dans le chapitre 3 “L'authenticité et le construction de types et de repères: l'exemple du commerce et de l'acquisition de biens matériels”, j'approfondis la question de la construction verbale de types, d'images et de mythes par rapport auxquels l'enjeu de l'authenticité intervient. J'aborde cette question sous trois aspects, le territoire, les commerçants et les objets, qui reviennent souvent lors de conversations autour du commerce et de l'acquisition de biens matériels. Dans ce chapitre, j'introduis la notion de savoir-recette pour éclairer la question de la construction verbale de repères en tant qu'outils qui permettent de produire du sens et de stabiliser le monde environnant en le rendant plus familier³²,

Dans le chapitre 4 “L'authenticité mise à l'épreuve des interprétations et de la réflexivité des touristes: l'exemple du Ladakh Festival”, à partir de discussions sur le Ladakh Festival j'essaye d'aborder de manière plus détaillée les procédures de construction de l'authenticité. A partir des constats développés dans le chapitre 2, j'approfondis la réflexion en mettant notamment en évidence les capacités réflexives et interprétatives qui émergent des discours de certaines personnes. J'introduis l'idée d'une authenticité partielle et fragmentée.

³¹ Selon Amirou, qui s'intéresse aux “[...] fondements mythiques et anthropologiques du comportement touristique.” (1999: 22), “[...] le tourisme exprime une triple quête: quête d'un lieu, quête de soi, quête de l'autre.” (1999: 22). Au delà des motivations qui poussent les touristes à voyager, il s'agit pour moi plutôt de voir comment ces lieux, ces sois et ces autres sont verbalement construits lors des interactions entre touristes, notamment en relation à l'enjeu de l'authenticité.

³² La notion de savoir-recette renvoie à des savoirs qui sont employés en guise de recettes pour faire sens, typifier, rendre familières et facilement intelligibles des situations auxquelles les gens sont confrontés. Il s'agit en quelque sorte du prêt-à-penser qui permet à des personnes de se débrouiller dans certains contextes d'interaction sociale. Cette notion est empruntée aux travaux de Schutz, et correspond à son concept de “cookbook knowledge”. Rogers écrit: “Schutz [...] points to the stock of knowledge that language undergirds and gives rise to – the lore, guidelines, parables, principles, doctrines, findings, news, and all else that makes up the “cookbook knowledge” whereby we make our way in the world of everyday life. For the most part, Schutz characterizes the individual's stock of knowledge at hand as a hodgepodge. Built up unsystematically, shaped by pragmatic motives, and reflective of the individual's shifting system of relevances, the stock of knowledge at hand is nevertheless generally effective. It lets us get on with our daily affairs without undue puzzlement or upset. It serves our practical purposes, and it promotes taken for grantedness where otherwise there would be

L'emphase portée sur la capacité à changer de regard, à redéfinir une situation, ainsi que sur le dynamisme et l'imprévisibilité des performances verbales des touristes me permet ensuite – grâce à la présentation détaillée de certaines conversations – de repositionner dans un cadre plus large les constructions de l'authenticité, et de mettre par là ultérieurement en évidence leur caractère émergent et contextuel. J'aborde enfin la notion de sincérité, en la mettant en perspective avec celle d'authenticité dont elle peut être une autre facette, ou éventuellement s'en distancier.

En conclusion, je prends en considération les principaux apports de ma recherche, avant de suggérer quelques pistes de réflexion supplémentaires.

2. UN PREMIER ECLAIRAGE SUR L'ENJEU DE L'AUTHENTICITE: L'EXEMPLE DE L'HEBERGEMENT ET DE LA NOURRITURE

2.1 Se loger et se nourrir: des pratiques foisonnantes

Avant de partir pour le Ladakh, je m'attendais à ce que les aliments disponibles dans la région soient très peu variés³³. Lors d'une séance d'information en Suisse, Martin, notre accompagnateur, avait aussi annoncé, qu'il ne fallait pas se faire d'illusions quant à la diversité des repas (et en particulier lors de notre trekking au Zanskar)³⁴. Il nous avait par ailleurs conseillé d'emporter quelques compléments tels que des fruits secs ou du sucre de raisin. Pour l'hébergement, je m'étais là aussi préparé à des conditions très simples ou rudimentaires, prêt à dormir sous tente la plupart du temps ou chez des indigènes amis de Martin.

Par la suite, en consultant la version italienne du guide Lonely Planet (Guide EDT), j'ai découvert qu'à propos de Leh on mentionnait "*cuisine indienne*"³⁵, "*cuisine tibétaine*", "*cuisine occidentale*", "*boulangeries*" et "*bars*" (2000: 368-369), et que cette ville disposait d'un énorme choix d'hôtels et de pensions (*guest houses*) (2000: 364). Et en effet les possibilités de se loger et se nourrir étaient nombreuses et variées. Il suffisait de se promener dans les rues "touristiques" en regardant les affiches et les enseignes pour se faire vite une idée du large éventail d'options existantes.

³³ D'après certaines lectures que j'avais faites, j'avais retenu que la diète des Ladakhis consistait essentiellement en *tsampa* - aliment à base d'orge rôti et moulu souvent mélangé à du thé au beurre salé ou du *chang* (une boisson alcoolique à base d'orge fermenté que les personnes que j'ai rencontrées prenaient souvent comme étant de la bière locale) - et était complétée par des produits dérivés du lait (beurre essentiellement), de petites quantités de viande et de quelques autres produits cultivés.

³⁴ Bien que cette question ait plusieurs fois été à l'origine de malentendus et de disputes entre lui et l'un des membres de notre groupe, ce dernier soutenant notamment que les choses n'avaient pas été dites assez clairement.

³⁵ J'ai fait moi-même, avec l'aide de Mme. J. Fuhrmann, toutes les traductions de l'italien au français qui se trouvent dans le texte.

Quant à l'alimentation, un coup d'œil à la carte des plats proposés par quelques restaurants ou *German Bakery*³⁶ de Leh, suffisait à démontrer qu'une multitude de cuisines du monde y étaient représentées. Conformément à une certaine image qui dans les textes de promotion touristique fait du Ladakh une enclave isolée, hors ou sur le toit du monde, une sorte de "Petit Tibet", les noms de nombreux restaurants renvoyaient à l'univers sémantique local, tibétain et généralement bouddhiste. Cependant souvent, parmi les aliments qui y étaient proposés se trouvaient également des plats de provenance plus hétérogène. Les sous-titres des affiches publicitaires de nombreux restaurants, cafés, *bakeries*,... étaient souvent bien plus révélateurs que leurs noms, puisqu'ils décrivaient plus clairement le type de nourriture qui y était servi (le quatuor "*Tibetan, Chinese, Indian, Continental*" étant très présent)³⁷. Le cas des *German Bakeries* est un autre excellent révélateur de l'hétérogénéité des choix à disposition des touristes à Leh. Il y avait une dizaine de ces petits bistrotts dans cette ville lors de mon séjour; certains bénéficiaient d'une terrasse à l'air libre, d'autres étaient juxtaposés à un café ou à un restaurant, et offraient toute une gamme de gourmandises sucrées (comme le suggérait leur nom) outre que des plats ou des *snaks* un peu plus complets. Les cartes disponibles dans plusieurs restaurants, cafés et *bakeries* de Leh témoignaient d'un énorme choix. Celle du restaurant Summer Harvest offrait plus de 200 aliments et boissons consommables, alors que le Mentokling Garden faisait mieux encore avec un choix dépassant

³⁶ C'est comme cela que la plupart de ces boulangeries s'appelaient (bien qu'à Leh il y avait aussi une *Swiss Bakery* et une *English Bakery*).

³⁷ Il vaut la peine d'en mentionner quelques exemples qui montrent parfois des juxtapositions de termes assez paradoxales:

"*Asia Cafe. We serve sandwich, mayonnaise, cheese, garlic cheese, cheese toast, mix veg, mayo pitta, banana shake, mango shake, hot and cold drinks.*"

"*Zen Garden Restaurant. We serve Chinese, Indian, Continental dishes. Zen speciality: Italian pizza and sizzlers and tandoor.*"

"*Dreamland Restaurant, now High Life Restaurant. For authentic food, with bar-be-cue, Tibetan, Chinese, Indian, Continental dishes.*"

"*Mentokling Garden Restaurant. Julay! Tuna sandwich, rost chicken, Continental, tuna salad, Italy, soups, salad, pasta, pizza, sizzler, Chinese, Indian, tandoori, bbq.*"

"*Hotel Ibx Bar and Restaurant. The only Indian speciality restaurant in Leh. Ibx barbecue inside. We serve chilled German beer, rum wiskey, gin wodka, brandy and Chinese, Continental, Indian tandoori items.*"

"*World Garden Cafe. We serve Italian, Israeli, Chinese, fresh wood oven pizza.*"

"*B2. Enjoy hot and cold. Hot and cold coffee, burger, sandwich, ice creams, soft drinks and pop corn. Nescafe, Mango shake, Banana shake.*"

"*Restaurant Lhasa-Inn Leh Restaurant. Mughali, Kashmiri, Tibetan, Chinese, Indian and vegetarian dishes.*"

"*Guru Chat Restaurant. Continental, Thai, Chinese dishes available [...] bulgur, spring roll, rice, all kinds of soups, noodle, spaghetti, veg macarone, Chinese veg, chopsey, [...], and breakfast.*"

les 230 unités. Néanmoins, il s'agissait là de restaurants particulièrement bien fournis, ce qui n'était pas le cas pour l'ensemble des restaurants de Leh. A l'autre extrémité je citerai le Jai Jawan meni shop and restaurant, où l'on ne cuisinait que du *rice and dal*³⁸. Ou encore les “*very local*”³⁹ – telle était la manière dont en parlaient quelques personnes – Lamayuru Restaurant (portant sur la vitre la simple inscription “*Tali available, breackfast, lunch, dinner*”) et Tibetan Restaurant (avec sa carte, écrite à la main contre le mur, et qui mentionnait à maintes reprises l'adjectif “*local*” suivi du nom du plat en question).

Très souvent, le renvoi à un univers sémantique proche de celui évoqué par les noms des restaurants apparaissait également sur les affiches ou les annonces de nombreuses pensions, auberges et hôtels. Parfois, en plus du nom, ces publicités spécifiaient certaines qualités du site en question⁴⁰. Pensions, auberges et hôtels étaient présents à peu près dans toutes les zones de la ville, du centre aux quartiers périphériques (les pensions étant notamment très nombreuses dans la zone de Changspa), et leur standing et leurs prix variaient beaucoup. Il était par exemple possible de passer d'hôtels assez grands, qui affichaient divers éléments de confort et qui coûtaient plusieurs centaines de roupies par nuit et par personne, à de toutes petites pensions très sobres, au nombre très limité de chambres et aux prix très modiques⁴¹. Le prix, la situation en plein centre ou ailleurs, la possession d'un jardin, la possibilité de consommer des repas (voir de jouir d'une cuisine), le nombre de chambres, la présence d'autres touristes, la dotation de toilettes dans ou hors des chambres (ainsi que le type de toilettes), l'éventuelle alimentation énergétique par des panneaux solaires⁴², etc. étaient des

³⁸ Un plat à base de riz et de lentilles.

³⁹ Ici comme plus loin, je retranscris entre guillemets et en italique les termes employés par les gens que j'ai rencontrés au cours de mon séjour au Ladakh.

⁴⁰ Je pourrais citer les exemples suivants:

“*Otsal Guest House. Chanspa. Hot and cold running water.*”

“*Gypsies Panorama Hotel. The only centrally heated. Chanspa. Leh. Ladakh.*”

“*Hotel Tso Kar. Rooms available here.*”

“*Oasis Guest House. Feel homely atmosphere in our Guest House.*”

“*Hotel Disket-chan. In the heart of Leh. Newly open. Comfortable stay at comfortable price.*”

“*Lion Guest House. For homely and confort staying.*”

“*Maryul Guest House. Karzoo. Leh. Western style bathrooms with hot shower. Tree garden.*”

“*Asia Guest House. We serve breakfast, dinner and hot and cold drinks. (Open for all guests).*”

“*Hotel Lasermo. From 1st October proudly present central heating.*”

“*Hotel Zar.la. A kingdom in the sky.*”

⁴¹ Pendant quelques jours, en partageant une chambre avec deux autres personnes, j'ai même payé moins de 50 roupies par nuit (ce qui à l'époque correspondait à environ deux francs suisses).

⁴² C'était ce qui était proposé par le Ladakh Ecological Hostel Shanti Leh.

éléments qui contribuaient tous à élargir l'éventail des choix et qui pouvaient orienter les décisions des touristes. A Leh, il était en outre possible de dormir dans un camping.

Cependant, cette richesse de possibilités s'appliquait exclusivement à la ville de Leh. C'est la capitale et le centre le plus peuplé du Ladakh, et c'est aussi pour la plupart des touristes le point d'arrivée et de départ de leurs voyages et excursions. Généralement, les touristes tombant malades lors de leur séjour dans la région (le mal d'altitude, le rhume, les problèmes intestinaux ou encore l'épuisement dû à la fatigue étant relativement fréquents) se reposaient et se remettaient de leurs malaises à Leh. C'est là que plusieurs d'entre eux se concédaient d'abondants festins en guise de gratification personnelle et/ou pour se régénérer physiquement après des jours d'effort, de maladie, voir plus simplement de diète monotone. Beaucoup de touristes, et je suis du nombre, n'hésitaient pas à s'offrir des menus plus variés après une longue suite de repas à base de *rice and dal* ou de soupes Maggi⁴³. Certains, soucieux de ne goûter qu'à ce qu'ils considéraient comme la cuisine locale, s'accommodaient volontiers de quelques plats tibétains ou chinois, alors que d'autres avaient plutôt envie de retrouver des saveurs familières et n'hésitaient pas à commander un repas "*continental*" dans un des restaurants très bien fournis.

La situation particulière dans laquelle chacun se trouvait jouait certainement un rôle de premier plan lorsqu'il s'agissait de choisir où loger et où/quoi manger. Quant à moi, lors de mon arrivée au Ladakh je me suis efforcé de ne consommer que des aliments que je considérais relativement locaux, mais plus d'un mois après, au retour d'une excursion dans la Vallée de la Nubra, je n'ai pas hésité à me joindre à mes autres compagnons de voyage pour aller manger une pizza et un plat de pâtes au célèbre High Life Restaurant (fig. 1). Il en va de même pour les exigences d'hébergement, qui pouvaient changer du tout au tout selon le contexte dans lequel une personne se trouvait. Un touriste qui venait d'arriver au Ladakh et avait l'intention de passer quelques semaines à Leh pouvait opter pour un genre de logis qu'il n'aurait pas choisi en rentrant par exemple d'un trekking ou en s'appêtant à repartir.

⁴³ Ce sont les plats que j'ai eu l'occasion de goûter le plus en dehors de Leh (en particulier lors du trekking), très souvent les seuls disponibles.



Figure 1. L'entrée du High Life Restaurant

Si ces possibilités concernaient avant tout les hôtels, les auberges, les pensions, les restaurants, les cafés et les *bakeries* de Leh, d'autres choix alternatifs restaient cependant ouverts. Aussi bien pour l'hébergement que pour la nourriture, des touristes pouvaient parfois être invités à dormir chez quelqu'un ou à y partager des boissons ou des aliments (que ce soit dans la rue, dans un magasin, au cours de cérémonies particulières, dans des maisons privées, etc.). En outre, pour la nourriture, ceux qui disposaient du matériel nécessaire pouvaient acheter aliments et boissons dans des magasins et cuisiner eux mêmes⁴⁴. Beaucoup de touristes amenaient avec eux des aliments de provenance exogène (les possibilités étant à cet égard aussi très variées), qu'ils consommaient surtout lors de leurs excursions hors de la capitale, quand la palette des choix était beaucoup plus restreinte.

Face à des invitations ou à des sollicitations concernant l'hébergement ou la nourriture, les réactions et les attitudes des touristes pouvaient aussi varier énormément. Des gens refusaient d'emblée certaines propositions, alors que d'autres acceptaient mais en posant éventuellement des conditions et des réserves. Pour ce qui était par exemple de la nourriture, des personnes évitaient de consommer certains aliments offerts (de l'eau courante, de la viande, des œufs,

⁴⁴ Des pensions mettant à disposition leur cuisine, ou des touristes ayant avec eux des petits réchauds portables. Parmi ces différents points d'achat, je pourrais citer les magasins vendant toutes sortes de produits (appelés le plus souvent General Store), les petits marchés de fruits et légumes le long du Main Bazaar de Leh ou le magasin Dzomsa ("A self-help co-operative for environmentally friendly products and services", avec son "Drinking water refill" et ses "Agro Products").

des légumes et fruits non cuits, etc.).

D'une manière générale, au delà du choix du lieu où loger et où manger, du plat et de la chambre à demander, etc., les touristes adoptaient donc un éventail de comportements et de conduites très larges, en fonction notamment de leur vécu personnel et du contexte dans lequel ils se trouvaient.

Certains gardaient par exemple constamment argent et objets de valeur sur eux, et évitaient de les laisser dans l'endroit où ils logeaient. Il y avait ceux qui préféraient utiliser leur propre sac de couchage plutôt que les couvertures mises à disposition, qui choisissaient des toilettes avec chasse d'eau ou sans⁴⁵, qui se distinguaient dans la manière de se nettoyer (eau, papier, etc.), qui évitaient de faire du bruit le soir ou n'hésitaient pas à faire la fête, etc. Pendant les repas, des touristes pouvaient s'asseoir avec les jambes croisées, manger de la main droite (lorsque par exemple il n'y avait pas de couvert), ne jamais refuser l'aliment offert mais ne pas non plus l'accepter trop vite, etc.⁴⁶

Dans la mesure où les touristes s'évaluent et se comparent très souvent les uns aux autres, le fait d'être ou non soumis aux regards et aux jugements de compagnons de voyage, éventuellement d'autres personnes, peut se révéler déterminant dans le choix du comportement et de l'attitude à adopter.

Les excursions en dehors de Leh et notamment les trekkings constituaient pour la plupart des gens que j'ai rencontrés l'activité centrale de leur voyage. Surtout lors des trekkings, les touristes ne disposaient souvent pas d'endroits expressément prévus pour se loger et se nourrir.

Beaucoup d'entre eux se munissaient alors de tentes, comme cela a été le cas au cours du trekking auquel j'ai participé. Là aussi, le choix du matériel, son montage, l'emplacement,

⁴⁵ Certaines pensions offraient la possibilité de choisir entre des toilettes à sec (sur la porte d'une d'entre elles – à l'Asia Guest House - était notamment écrit "*Traditional ladakhi toilet. Save water, make compost.*") et des toilettes avec chasse d'eau.

⁴⁶ Tout comme le choix d'un lieu ou d'un repas, cette hétérogénéité de comportements et de conduites possibles pouvait susciter entre touristes des discussions et des débats très animés, qui faisaient souvent intervenir l'enjeu de l'authenticité.

constituaient un éventail de possibilités très large et varié⁴⁷. Au cours de ces excursions il était également possible de loger chez l'habitant (fig. 2), éventuellement dans un monastère; ces pratiques ouvraient elles aussi tout un champ de possibles très vaste et hétérogène. Enfin, restait l'alternative des pensions, des auberges ou des hôtels, quand il y en avait.



Figure 2. Hébergement chez l'habitant lors du trekking au Zaskar

En ce qui concernait plutôt de l'alimentation, un cuisinier indigène était parfois présent lors de ces excursions, et les vivres (souvent peu variés mais pouvant changer en fonction des choix des organisateurs) acheminées tout au long du trajet⁴⁸. Lors de leurs excursions ou de leur voyage (non aérien) vers ou à partir du Ladakh – et là où c'était possible – des gens s'arrêtaient souvent pour manger dans de petits restaurants, cafés ou *tea stall* qui bordaient la route. On n'y disposait le plus souvent que d'un choix d'aliments très limité (souvent du riz, du *dal*, des *chapatis*, des *Maggi soup* et des biscuits).

⁴⁷ La plupart des participants au trekking que j'ai fait procédaient chaque jour au montage de leurs tentes respectives après avoir choisi l'endroit où s'arrêter. Il était fréquent de s'entraider, comme le matin au moment de lever le camp. Parfois, certains choisissaient de dormir à la belle étoile ou protégés par la bâche de la cuisine, éventuellement en compagnie des indigènes voyageant avec nous - une cuisinière, un guide caravanier et deux *horsemans* (Terme employé pour désigner les gens qui s'occupent avant tout des chevaux).

⁴⁸ Au cours du trekking auquel j'ai participé, lors d'une journée-type on avait d'abord droit à un petit déjeuner à base de *chapatis*, beurre, confiture, éventuellement pommes de terre (selon les choix et les disponibilités) et de thé (avec ou sans lait). Des pauses ponctuaient la marche, avec parfois du thé et des biscuits. Le trajet prévu pour la journée terminé, la cuisinière préparait la soupe de nouilles Maggi, et enfin, pour le repas du soir, on intercalait *rice and dal* ou une soupe à base de légumes, pâte d'orge et fromage. A cela s'ajoutaient les compléments nutritifs que certains d'entre nous avaient amené de Suisse (barres d' Ovomaltine, sachets de Nescafé lyophilisé, fruits secs, quelques bonbons,...).



Figure 3. Halte sur la route Manali-Leh

Les pratiques des touristes concernant l'hébergement et la nourriture s'inscrivaient donc dans un champ des possibles très large et varié. Je consacre le prochain chapitre à la manière de produire du sens en discourant d'hébergement et de nourriture, et à la naissance, par ce truchement, d'images et de mythes et de l'authenticité dans des contextes spécifiques d'interaction sociale⁴⁹. Je mets d'abord en évidence l'importance du doute comme déclencheur de constructions de l'authenticité (2.2.1). J'aborde ensuite les procédures de construction de l'authenticité, avec la production d'altérités de référence et la relation dialectique qui existe entre authenticité et inauthenticité (2.2.2), avant de m'intéresser plus particulièrement aux multiples images et significations – tantôt convergentes, tantôt divergentes – qui résultent des constructions verbales faisant intervenir cette dialectique (2.2.3). Enfin, des conversations dans lesquelles apparaît le registre ludique et humoristique vont me permettre de terminer le chapitre en soulignant la capacité de certains touristes à jouer avec les normes et les rôles et à relativiser les images dominantes de l'authenticité (2.2.4).

⁴⁹ Comme cela sera le cas à maintes reprises dans ce texte, et essentiellement pour en faciliter la lecture, je ne mentionne ici que la notion d'authenticité bien que les constructions de celle-ci s'accompagnent le plus souvent d'une référence, implicite ou explicite, à sa contrepartie indissociable: l'inauthenticité (et vice-versa, cf. la suite du texte).

2.2 Emergence, construction et pluralité des images de l'authenticité

2.2.1 Le doute comme déclencheur des constructions de l'authenticité

- L'hébergement

Lorsque j'ai abordé le cadre théorique et conceptuel dans lequel s'inscrit ce mémoire, j'ai mentionné l'importance du doute en tant que condition préalable à l'émergence de discours autour de l'authenticité (Bruner 1994: 403). Celle-ci est apparue assez clairement lors de plusieurs discussions sur certains aspects concernant le domaine de l'hébergement.

Cela a été notamment le cas lors d'une brève rencontre avec une fille et un garçon d'origine israélienne⁵⁰. Avant qu'on se quitte, je leur ai demandé où ils hébergeaient, "*Tikka*", m'ont-ils répondu. "*It's a guest house?*". Non, plutôt à "*A family guest house*", s'est empressé de me répondre l'un d'entre eux. Ma question et ma référence à une *guest house*, avaient probablement troublé l'image qu'ils s'étaient construits de leur logis, et remis en doute le caractère familial auquel ils faisaient référence. Ce qui était façonné dans leur discours, ce n'était donc pas l'image d'une pension quelconque (éventuellement trop anonyme et ordinaire), mais plutôt celle de quelque chose de plus particulier, spécial et authentique.

Un soir, alors que je rentrais du Ladakh Festival⁵¹ avec Michiko, une jeune Japonaise, deux jeunes Italiens, qui logeaient dans une pension au centre ville de Leh, ont décidé de nous accompagner jusque dans la zone de Changspa où Michiko et moi habitons. Alors qu'on venait de passer l'endroit où les deux Italiens hébergeaient, j'ai dit: "*Vous vous êtes par là, oui.*"⁵² Gianluca s'est alors mis à parler de la pension dans laquelle ils logeaient: "*C'est parce*

⁵⁰ Alors que je marchais sur Chanspa Road, ils s'étaient adressés à moi en hébreu, persuadés que j'étais aussi Israélien. Après avoir éclairci ce malentendu, on a entamé une discussion autour de l'aspect extérieur des touristes israéliens (habits et traits physiques en particulier) et de la possibilité de les reconnaître à partir de cela. La fille soutenait deviner 95 fois sur cent, le garçon 70 fois sur cent. Je leur avais alors dit que pour moi ils étaient si différents les uns des autres qu'il m'était impossible de les reconnaître, ce qui n'avait pas manqué de contrarier la jeune fille.

⁵¹ Une description succincte de quelques aspects de ce festival au chapitre 3.

⁵² Dorénavant je noterai avec le signe "*" toutes les citations qui étaient en italien et que j'ai traduit en français. Néanmoins, à la fin de chaque partie du texte où apparaissent des telles citations, je rapporterai également l'ensemble des discours en italien.

qu'on ne reste ici que deux jours, alors ...”* Il construisait une justification au choix qui les avait fait opter pour le centre ville. J'ai essayé de le seconder dans sa tentative de légitimation: “*Oui. C'est plus près de tout ...*”*. Et Gianluca a ajouté: “*En tout cas, elle est tranquille eh. C'est-à-dire. Finalement, il y a un jardin.*”* Après un dernier “*oui*” approubatif de ma part, nous avons parlé d'autre chose. L'élaboration des propos de Gianluca, leur caractère quelque peu défensif, faisaient état d'un certain nombre de doutes. Il soulignait à la fois la précarité de leur séjour à Leh et transmettait une image valorisante de l'endroit choisi. Ses explications conféraient une certaine légitimité à un choix – celui d'une pension au centre ville – qui pouvait sembler dévalorisant et inauthentique. Peu après, c'est Michiko qui a produit verbalement du sens autour de la pension où elle logeait. J'ai introduit moi-même cet argument en lui demandant: “*Where are you staying? Which guest house?*”. “*I stay in ... Holiday Inn Guest House.*”, m'a-t-elle répondu après un moment d'hésitation (fig. 4). “*Holiday Inn*”, j'ai alors confirmé. En se moquant amicalement de l'incertitude manifestée par Michiko, Gianluca a ajouté, d'un ton ironique, “*Maybe*”. J'ai continué, dans une même optique: “*Not sure*”. Après ces remarques de notre part, elle a alors précisé: “*Not hotel, guest house*”. Dans cet exemple aussi apparaît l'importance du doute et de l'hésitation en tant qu'éléments déclencheurs de constructions verbales de l'authenticité. L'enjeu le plus significatif me semble être ici la distinction entre hôtel et *guest house*, que je mettrai en parallèle avec celle entre *guest house* et “*family guest house*” apparue précédemment. L'importance de ce genre de distinctions émergera plus particulièrement lorsque j'aborderai la question de la construction d'altérités de référence et de la dialectique entre authenticité et inauthenticité.



Figure 4. L'entrée de l'Holiday Inn Guest House

- La nourriture

Certaines conversations touchant à la nourriture révèlent aussi l'importance du doute pour l'émergence de constructions verbales de l'authenticité.

Tel a été par exemple le cas lors de la préparation d'un repas avec deux compagnons de voyage dans une pension de Leh⁵³. Il s'agissait d'un Français d'à peu près 20 ans et d'un Israélien d'environ 25 ans qui avaient déjà passé du temps ensemble dans un petit village de la Parvati Valley⁵⁴, et qui m'ont frappé surtout par le souci qu'ils affichaient d'éviter tout ce qui savait de tourisme. Quelques jours après notre arrivée à Leh, nous avons décidé de préparer un repas dans la cuisine de la petite pension où l'on logeait et que les propriétaires avaient gentiment mis à notre disposition. C'était un projet qu'ils convoitaient depuis quelques jours, et que le jeune Israélien avait invoqué à plusieurs reprises en se souvenant, avec une certaine nostalgie, des repas qu'il pouvait librement se préparer lors de son séjour de deux mois dans la maison d'un maître de tablas près de Dharamsala. Un débat a alors surgi sur la provenance des légumes qu'ils avaient achetés. Sur la base des quelques lectures que j'avais effectuées sur le Ladakh et des produits alimentaires que je considérais propres à cet endroit, et fort de ma

⁵³ Lors de mon deuxième déplacement vers le Ladakh, j'ai rencontré sur le *local bus* menant de Manali à Leh deux jeunes, avec lesquels j'ai par la suite partagé une chambre pendant environ une semaine.

⁵⁴ Vallée à proximité de Manali, ville située au sud du Ladakh, dans la région de l'Himachal Pradesh.

légitimité d'étudiant en ethnologie qui me poussait à parler avec un certain sentiment d'autorité de cette région himalayenne, je leur avais fait remarquer, en endossant un peu le rôle d'avocat du diable, que tous les légumes qu'ils avaient achetés avaient sans doute été importés (ce qui n'était d'ailleurs pas forcément le cas). Un petit conflit est né à propos de l'authentique provenance de ces produits – à savoir s'ils étaient vraiment locaux ou non -, les remarques de l'ami français étant très fermes. “*Noooooon, elles sont locales!*”, a été sa réponse immédiate. Quant à l'ami israélien, ses considérations concernaient avant tout la qualité des produits, élément supplémentaire en faveur d'une production et d'une maturation locales. “*This tomatoes are quite better than in Dharamsala!*”. La fermeté, voir la dureté de leurs réponses, très immédiates, m'a vite fait comprendre qu'il n'était pas le cas d'insister; mes propos déstabilisateurs venaient probablement noircir et remettre en doute une réalité qu'ils avaient patiemment façonnée et qui semblait désormais bien consolidée. Dans cette petite diatribe autour de l'authentique provenance des produits, l'autorité du discours que j'avais voulu faire en guise d'expert en matière n'avait donc pas émoussé la leur, eux qui étaient allés au marché acheter les légumes en question. Cet exemple permet de voir que la production d'authenticité dans un contexte donné est bel et bien un enjeu de pouvoir, d'autorité et de lutte émergeant lorsque des doutes, des remises en question d'un ordre et d'une réalité établie prennent le devant de la scène dans l'interaction sociale⁵⁵. Alors que leurs discours visaient à authentifier et certifier la production locale de ces légumes, le mien tendait plutôt vers une non-authentification, l'enjeu devenant aussi – au delà de la vraie origine de ces produits – la capacité de chacun de nous à percevoir la vraie réalité d'une chose, et par conséquent aussi à ne pas se faire arnaquer.

Lors d'un *jeep safari* dans la vallée de la Nubra, j'ai pu entendre d'autres propos qui font apparaître assez clairement l'importance du doute et de l'hésitation pour la production d'authenticité. Un groupe spontané de sept personnes de nationalités différentes (avec une majorité de Suisses) s'était formé circulant sur deux jeeps. Au premier arrêt pour consommer un repas, un petit bistrot en bordure de route (le Helambu Sherpa Hotel) offrait deux menus:

⁵⁵ C'est ce que remarque également Bruner (1994). Cet auteur constate notamment que dans une de ses significations possibles, le terme authenticité se réfère à qui a l'autorité et le pouvoir d'authentifier. “*This is a fascinating meaning because, in this sense, the issue of authenticity merges into the notion of authority.*” (1994: 400)

Maggi soup ou *rice and dal* avec *chapatis*. Après avoir compris avec une certaine amertume de quoi il s'agissait (suite à une prononciation du serveur que je n'arrivais pas à saisir quelqu'un a dû m'éclairer *Maggi Soup*), j'ai alors sorti à mes compagnons de voyage un discours dénigreur sur cette soupe de nouilles lyophilisée, que je n'avais consommé qu'une fois lors de mon trekking au Zanskar et à laquelle j'avais par ailleurs attribué la responsabilité d'une congestion à l'estomac m'ayant empêché de manger pendant deux jours. Sans entrain, j'ai donc opté pour mon énième plat de *rice and dal*, et cela d'autant plus que j'essayais de boycotter tout produit Nestlé (la *Maggi Soup* en étant un). Ce choix m'a valu la moquerie amicale d'autres membres du groupe, qui disaient ne plus en pouvoir de *rice and dal* et *chapatis*. “*J'en ai marre de manger des chapatis tous les jours*” a été le commentaire de Liliane. En dépit de mes critiques virulentes, ils ont donc tous opté pour la *Maggi soup*, dont Denis a commencé à produire du sens: “*C'est la bouffe des treks!*”, a-t-il dit. “*Où?*”, ai-je alors demandé avec surprise. “*Mais partout! En Nouvelle Zélande, en Amérique du Sud, partout où on est allé.*”⁵⁶ Voilà donc que d'une certaine manière leur choix, que moi je considérais en principe absurde, devenait tout à fait sensé, logique et légitime – la *Maggi Soup* apparaissant comme l'authentique nourriture des treks. Les doutes que j'avais soulevés étaient dissipés, et c'était plutôt moi qui avait maintenant l'air d'un inconséquent.

Dans le prochain sous-chapitre, j'examine comment la production d'altérités de référence occupe une place centrale en tant que procédé et méthode par lesquels des touristes produisent du sens lors de leurs interactions avec d'autres personnes et façonnent de l'authenticité. Comme le fait remarquer l'anthropologue John P. Taylor, “[...] *authenticity is valuable only where there is perceived inauthenticity.*” (2001: 4), de la même manière que “*The emergence of distinctions between the authentic and the inauthentic provides a means to authenticate [...]*” (2001: 4). C'est ce qu'affirme également Edward Bruner, lorsqu'il écrit que “[...] *the concept of “authenticity” [...] implies an inherent distinction between what is authentic and what inauthentic, applies labels to cultures, and values one more than the other.*” (2001: 898).

⁵⁶ Par ce “*on*”, il faisait référence au voyage que lui et son amie Sophie étaient en train de faire depuis environ dix mois, et qui les avait vu parcourir, entre autre, l'Amérique du Sud, l'Australie, la Nouvelle Zélande, l'Indonésie, la Thaïlande, etc.

2.2.2 Les procédures de construction de l'authenticité: la production d'altérités de référence et la dialectique entre authenticité et inauthenticité

- L'hébergement

Le sous-chapitre précédant a déjà mis en relief la construction de deux éléments distincts (les couples *guest house/family guest house* et *hotel/guest house*), leur éclairage réciproque et la valorisation d'un au détriment de l'autre. Je vais maintenant approfondir cet aspect très recourant dans les performances discursives des touristes que j'ai rencontrés.

Kazuko, une jeune japonaise arrivée deux jours auparavant au Ladakh et avec laquelle j'ai juste conversé pendant quelques minutes, m'a raconté sur la route de Changspa: "*I stay in a small place, just near from the airport. I'm in the middle of local people. [...] All around me they are local people. A bit like here⁵⁷, not like in Leh. [...] I don't like to stay among the tourists*". Son discours produisait des images valorisantes de l'endroit où elle logeait, des images de l'authenticité qui acquéraient d'autant plus de sens qu'ils étaient mises en parallèle et comparées à des altérités de référence négativement connotées – notamment les images de Leh et de ses nombreux touristes. Dans cet exemple la production d'authenticité s'accompagne donc de celle d'inauthenticité et les deux termes prennent tout leur sens une fois mis en rapport et en éclairage réciproque.

Un soir, en rentrant du Ladakh Festival, Michiko m'a parlé de son séjour dans un monastère en construisant deux réalités nettement distinctes et en reformulant cette dialectique entre authentique et inauthentique: "*I was in Alchi Gonpa [...] I stayed in the Gonpa. Only me in the night, no tourists. [...] Sleep early in the night, eight p.m., because no other tourists. Tourists in guest house.*" Ses propos construisaient de l'authenticité autour de son expérience personnelle, tout en produisant des termes de référence – les touristes, la pension – inauthentiques. L'entité de touriste et celle de pension étaient donc façonnées en tant qu'altérités dont elle se distinguait. Dans cet exemple aussi, l'élaboration de types négativement connotés et dévalorisés – expressions d'inauthenticité – contribue donc au façonnement d'images de l'authenticité et de l'inauthenticité.

⁵⁷ On se trouvait dans la zone de Chanspa.

La construction de distinctions entre *guest house* et *family guest house* ainsi qu'à celle entre *hotel* et *guest house* était très fréquente lors d'interactions verbales au sujet de l'hébergement, ces types revenant souvent lors de conversations entre touristes.

Cela a été le cas lors d'un repas au Tibetan Restaurant en compagnie de Judith et de Dror, deux jeunes gens d'une vingtaine d'années que j'ai rencontré pour la deuxième fois en me promenant une fin de matinée dans les rues de Leh⁵⁸. Judith m'a dit qu'elle logeait près de l'Orient Guest House, dans une maison familiale, non touristique. Là aussi la dichotomie était immédiate entre endroits touristiques – inauthentiques et négativement connotés – et endroits familiaux – authentiques et positivement connotés. Elle a assez mal accueilli le fait que je logeais à l'Asia Guest House, mentionnée dans plusieurs guides. Toujours à propos d'hébergement, Dror a ajouté: “*The best is to stay by a family. Not guest house*”.

Dans les exemples précédents, certaines performances discursives stigmatisent aussi les attitudes de certaines personnes, au-delà de l'endroit où elles logent.

C'est ce qui est apparu très clairement au cours d'une conversation entre Liliane, Denis, Sophie et moi (jeunes de nationalité suisse) le deuxième jour de notre excursion dans la vallée de la Nubra. Après le déjeuner, nous avons passé le reste de l'après-midi à discuter dans le jardin de la pension où on allait dormir. A un moment donné, certains d'entre nous on commencé à parler d'Israéliens, et Sophie a raconté ceci: “*Dans notre guest house, une Israélienne est arrivée avec deux valises et s'est enfermée deux jours dans sa chambre. Elle était complètement paranoïaque*”. “*D'autres*⁵⁹, chaque matin ils ont leur pancake, leur brioche. C'est nul”, a ajouté Liliane. Denis a alors affirmé, toujours à propos de la nourriture (dont je traiterai plus particulièrement par la suite): “*Nous aussi dans la Parvati on a vu Terre d'Aventure. C'était la même chose*”. Ces trois discours façonnaient des types et des altérités de référence négativement connotées et dévalorisées. Leur caractère inauthentique, contribuait par contraste à valoriser les personnes qui avaient produit ces propos, qui n'étaient – elles – pas comme ces autres. Palmer et Jankowiak remarquent que:

⁵⁸ Je les avais vu quelques heures auparavant au café Once Upon a Time (situé sur la terrasse surmontant la Swiss Bakery), alors que chacun de nous prenait son petit déjeuner, et à cette occasion on avait déjà pu faire connaissance et discuter quelque peu ensemble.

⁵⁹ Elle faisait toujours référence à des Israéliens.

“In commenting on the performances of others [...] it is almost impossible to avoid commenting as well on one's performances by tacit or explicit comparison.” (1996: 248)

Au cours du trekking au Zanskar, il est arrivé qu'un membre de notre groupe critique la manière de voyager d'autres groupes croisés sur notre chemin. Cela a notamment été le cas lorsque notre caravane en croisait une autre, comme si cette dernière, de par le simple fait d'être présente là où nous étions et de faire à peu près ce que nous étions aussi en train de faire, venait en quelque sorte remettre en doute l'image que chacun de nous s'était faite de notre voyage (fig. 5). Quelqu'un ne manquait pas de souligner alors que ces gens voyageant avec de grandes agences de voyage telles que Kuoni ou Terre d'Aventure, par exemple, ne dormaient même pas chez l'habitant, comme nous le faisons nous, et n'avaient par conséquent aucun contact avec les indigènes. On construisait une image valorisante de nous, de notre expérience, en passant par la typification et la catégorisation d'autres inauthentiques.



Figure 5. Un groupe de Terre d'Aventure campant auprès de notre groupe lors du trekking au Zanskar

Dans des contextes plus institutionnels comme par exemple à la Woman Alliance⁶⁰ de Leh, où travaillaient des volontaires étrangers et où on projetait presque chaque jour le film “Ancient Futures” – accompagné d'une brève introduction et d'une discussion finale impliquant tous les

⁶⁰ Une des ONG les plus actives sur le territoire du Ladakh.

présents – j'ai pu également constater l'émergence de discours touchant à la question de l'hébergement, mettant en place une dialectique entre authenticité et inauthenticité. En parlant d'un "Farm Project" et de la possibilité qu'il offrait à des personnes de loger pendant un mois auprès d'une famille de Ladakhis en les aidant dans leurs travaux agricoles, la volontaire a dit à la fin du film: "*You can make dirty your hands instead of staying in hotels*". A nouveau, la construction d'une altérité de référence inauthentique et négativement connotée venait accompagner et rendre encore plus significative l'élaboration d'une image valorisante.

Dans les exemples abordés jusqu'ici, les termes de comparaison élaborés verbalement sont essentiellement dévalorisés, rendus inauthentiques et contribuent – par opposition – à façonner de l'authenticité autour d'expériences personnelles. Néanmoins, dans certains cas, toutefois moins nombreux, ce sont plutôt des altérités de référence positivement connotées que des touristes construisent pour signaler l'image d'une expérience dévalorisée et inauthentique.

Cela a été par exemple le cas le deuxième jour de mon séjour dans la vallée de la Nubra, lorsqu'après avoir visité les sources d'eau chaude de Panamik, qui avaient à peu près déçu tous les membres de notre groupe, certains d'entre nous se sont mis à dresser une sorte de bilan de l'excursion qu'on était en train de faire. Liliane a alors observé. "*Je suis déçue. Le paysage est très beau, mais je suis déçue par rapport aux gens, par rapport au Zanskar. Là-bas il n'y a rien, du Coca ou de ces choses, et le fait de n'avoir rien te rapproche des gens. [...] Ici on passe tout notre temps en jeep. Le paysage est bien. Comme ce matin à Diskit, il n'y a rien à dire. Mais c'est différent d'aller dans une famille. Il suffit de se balader un peu hors de la ville et des shops pour voir des gens traditionnels*". Liliane élaborait une critique de l'expérience qu'elle était en train de vivre – elle construisait une altérité valorisée et authentique, le Zanskar et l'hébergement par une famille, qui rendait plus inauthentique la situation dans laquelle elle se trouvait.

Cette fois, et contrairement à ce qui apparaît dans les exemples précédents, ce sont donc des termes de référence positivement connotés qui sont élaborés verbalement. Je crois que les observations faites par William Sax peuvent être pertinentes, lorsqu'il écrit que:

"[...] difference making does not always or necessarily involve the

inferiorization of the Other. [...] I contend that difference making involves a double movement, where the Other is simultaneously emulated and repudiated, admired and despised, and that the source of this ambivalence is the recognition of Self and Other. That is to say, the Other represents a kind of screen upon which both the despised and the desired aspects of the Self can be projected [...]" (1998: 294)

Comme dans l'exemple qui a pour protagonistes Sophie, Liliane, Denis et moi, des discours créant une dialectique entre authenticité et inauthenticité pouvaient naître aussi quand des touristes parlaient de nourriture.

- La nourriture

Lors d'un souper à l'Asia Guest House (Leh), où je séjournais, un couple de Français d'à peu près 50 ans, Roger et Anne, à leur "*premier voyage d'aventure*" (selon leurs propres mots), était en train de nous raconter, à moi et à deux touristes allemands (une mère et un fils d'environ 25 ans), quelques aspects de leur trekking au Zaskar, qu'ils venaient de terminer. Un "*Zanskari*" qu'ils avaient rencontré à Grenoble s'était chargé d'organiser leur excursion très personnalisée, au cors de laquelle, grâce aussi à d'ultérieures connaissances faites sur place (celle notamment d'une chercheuse française travaillant au Zaskar), ils avaient pu séjourner "*chez l'habitant*", comme le mari a volontiers souligné: "*On a rencontré des gens, qui venaient au Zaskar depuis des années, qui nous ont conseillé différentes maisons*⁶¹. *Comme ça on a pu connaître de plus en plus de gens, rentrer dans leurs maisons*". A ce moment de la conversation le jeune Allemand est intervenu: "*J'imaginai que les Français voyageaient presque toujours en groupes, en voyages organisés. Pas comme vous, chez l'habitant*". La réponse immédiate d'Anne: "*On a vu des groupes de Français, mais alors eux, ils avaient amené toute leur nourriture de France. Ils avaient des saucissons, du fromage "Vache qui rit". Vous voyez, ces voyages organisés, Terre Sauvage ... ou Terre d'Aventure, je ne sais même plus. Avec leurs tables...*". Son mari a pris le relais: "*A Purné, on a vu des groupes de touristes qui n'allaient même pas dans les deux bistrots locaux, mais qui restaient dans leur tente à boire le pastis qu'ils avaient ramené de France*". Je leur ai demandé, moi qui avais souffert de l'alimentation lors du trekking, comment ils s'étaient arrangés. Réponse du

mari: “*Du riz et du dal, toujours. Heureusement qu'on avait amené quelque chose de France, des soupes [...] Ils [au Zanskar] ont de ces confitures américaines aux pilules chimiques. Et le Coca cola qui arrive partout, jusqu'à Puktal même [...]*”. Dans la réponse au jeune Allemand, étonné de voir des Français ne voyageant pas en groupe organisé, Roger et Anne ont d'emblée évoqué d'autres touristes français dont le comportement confirmait partiellement les idées reçues de leur interlocuteur, mais en même temps faisaient de leur propre voyage une expérience différente et particulière. Une altérité signifiante – ici d'autres Français – était donc invoquée en tant que référent qui donnait du sens et attribuait de la valeur à leur voyage. En critiquant d'autres compatriotes, ce couple s'en distinguait et se donnait un autre statut par rapport au leur. Un statut qui, dans ce contexte – celui de notre repas et de la question quelque peu déstabilisatrice posée par le touriste allemand – apparaissait clairement comme étant supérieur. Les Français “gâtés” en voyage organisé, ceux auxquels se référait le touriste allemand, étaient bien les autres, eux étant au contraire ceux qui essayaient de se rapprocher des indigènes et, dans les limites du possible, de partager leur style de vie.

J'ai pu entendre (si ce n'est faire) de discours semblables tout au long de mon trekking au Zanskar, où notre groupe tendait souvent à se distinguer d'autres groupes de touristes. Parfois, lors de ces rencontres fortuites avec d'autres touristes, certains des nôtres s'acharnaient à compter avec zèle et minutie le nombre de chevaux du groupe rencontré, en faisant des comparaisons, des évaluations, en établissant des catégories et – comme le veut le caractère très souvent normatif des procédures de catégorisation ou typification – en jugeant (fig. 6). Soucieux de garantir une certaine image de succès à notre voyage, certains membres de notre groupe s'adonnaient particulièrement dans ce genre d'exercices, en soulignant avec un certain dédain comme eux, les autres, – contrairement à nous – ils avaient “*tout amené avec*”.

⁶¹ Dans ces propos apparaît encore une fois le façonnement d'altérités de référence positivement connotées, valorisées et authentiques.



Figure 6. Rencontre avec les chevaux d'un autre groupe de touristes lors du trekking au Zanskar

Des procédures et des méthodes tout à fait semblables peuvent apparaître dans des contextes fort différents. Lors d'une deuxième rencontre avec Judith et Dror (sur Changspa Lane, la rue qui menait de Changspa au centre de Leh), la fille m'a dit: *"We are searching for a local place to eat something"*. Je me suis proposé de les amener dans un petit restaurant que je fréquentais habituellement, en les avisant cependant avec une certaine ironie que je ne savais pas ce qu'elle considérait comme étant *"local"* et que j'espérais que cet endroit l'était assez pour ses goûts. En se moquant un peu d'elle mais d'une manière qui ne semblait pas du tout lui déplaire, Dror a ajouté: *"She is the most local person I ever meet"*, et une fois arrivés au Tibetan Restaurant il lui a encore demandé d'un ton un peu ironique: *"It is enough local for you? Or..."*, sachant très bien que sa réponse ne pouvait être que oui. En effet, ils avaient l'air très satisfait d'être tombés sur ce petit restaurant qu'ils ne connaissaient pas. Aucune remarque pouvant faire état de doutes ou de perplexités n'avait été soulevée, et aucune rhétorique d'authentification pour en confirmer ou en asseoir le caractère vraiment local n'avait par conséquent été nécessaire⁶². Comme s'il se sentait en obligation de justifier ou

⁶² L'atmosphère très sobre, l'absence d'éléments décoratifs sur les murs - qui auraient pu évoquer une mise en scène pour touristes -, quelques simples néons comme éclairage, des tables et des chaises usées et très spartiates, le menu écrit à la main sur le haut d'une paroi ainsi qu'une petite dame d'origine tibétaine nous amenant des baguettes au lieu des habituels couverts, contribuaient probablement à créer une ambiance assez conforme à leur conception du *"local"*.

d'attribuer un sens particulier à sa présence dans un tel endroit, Dror, de nationalité israélienne, a dit: “*Usually Israeli wants to get his food, his comfort, you know*”, en affichant par là son côté atypique et son détachement vis à vis de ses compatriotes. Lui, il n'était pas “gâté” comme les autres Israéliens, et au contraire, il s'adaptait plus que volontiers aux conditions et à la nourriture locale. Encore une fois, une altérité signifiante produite en guise de référent négatif pour s'évaluer et se détacher. L'adverbe “*usually*” montre bien les visées généralisatrices d'un tel propos et élève celui qui le prononce au statut de personnage exceptionnel, hors du commun. En passant par l'élaboration d'une image à propos de ses concitoyens, qui seraient inauthentiques dans le contexte en question – c'est-à-dire face à “*the most local person I ever meet*” et un Suisse à l'aspect plutôt négligé étudiant l'anthropologie – Dror façonnait une image sur un soi authentique⁶³.

Dans ces différents exemples, des touristes typifient, jugent, critiquent leurs semblables, leurs autres signifiants, sources potentielles de doutes et de questionnements, et les rendent inauthentiques. Une réalité, celle de son propre voyage, de ses caractéristiques et de sa valeur, acquiert du sens et devient une expérience authentique. Manger à peu près tous les jours les mêmes plats ou manger des produits considérés à risque (cf. l'exemple suivant) peut irriter ou contrarier quelqu'un, alors qu'il acquiert un sens très différent pour d'autres et devient par là un des atouts, voire même un des exploits d'un voyage.

Un autre exemple en particulier mérite d'être abordé. Il concerne l'acceptation de la nourriture qui est proposée, et l'image de soi qui en découle dans un contexte donné. Comme le fait remarquer Torun Elsrud – une observation qui peut d'ailleurs s'appliquer à la plupart des exemples abordés dans ce chapitre – “*Identity claims can also be digested. Eating habits can be used as statements about the unique “self”*” (2001: 12)⁶⁴. Le deuxième jour de mon excursion dans la vallée de la Nubra, nous prenions tous ensemble notre petit déjeuner, et certains d'entre nous avaient opté pour une omelette. Elal, un jeune Israélien, et son amie

⁶³ Suivant mes conseils, il a par la suite ordonné des “*Potatoes Garlic Veg.*”, et son appréciation de la nourriture a été très positive. Il a souvent répété “*The best [...], very, very good [...], best [...]*”, et il a fini par en conclure que c'était “*One of the best places I ever ate in India!*”.

⁶⁴ Cet auteur ajoute que, d'une manière plus générale, auprès des gens se considérant “*backpackers*”: “*Health risks, illness, eating habits, and other bodily threats and practices are foundations often used to build identity narratives upon. Travellers talk about attacks of diarrhoea, or risks of catching this or that, as the price you pay if you want to experience the real local culture.*” (2001: 11)

avaient choisi autre chose: “*Here in India, we don't eat eggs or meat*”, nous avait-il dit. Il avait encore devant les yeux des morceaux de viande entourés de nuées d'insectes qu'il avait vus dans certains endroits, et il préférait donc éviter tout ce qui pouvait provoquer des troubles de santé. Au lieu d'être inquiets, les mangeurs d'omelette ont contre-attaqué par des arguments de nature opposée qui non seulement légitimaient leur choix mais lui collaient indirectement une image-type de touriste “gâté” qui ne s'intégrait pas au monde local. “*Ah moi je ne me fais pas de soucis*”, nous a confié une jeune Suisse à nous ses compatriotes, et nous avons soutenu et renforcé ses propos par des observations complices. Cet exemple montre que deux constructions très divergentes d'un authentique soi, avec leurs respectives argumentations et légitimations, peuvent naître d'une situation qui semble de prime abord avoir au contraire un potentiel déstabilisateur et de remise en question.

Ce dernier exemple montre ainsi comment la construction du soi dans les performances discursives des touristes, peut aboutir à des images très différentes selon les acteurs et le contexte en question, tout en adoptant des procédures semblables. De la même manière, les types et les altérités de référence que les gens façonnent pour produire du sens et construire leur réalité peuvent à leur tour assumer des formes très divergentes. Il peut par exemple s'agir de l'image de l'aventurier extrême, qui frôle l'inconscience, l'irresponsabilité, ou – ce qui m'a paru être le cas le plus fréquent au Ladakh – de l'image tout à fait différente du touriste “gâté” qui ne sait pas renoncer à son confort et qui n'arrivera jamais à apprécier ni à connaître la culture locale. Les touristes se comparent et s'évaluent face à ces images et à ces types façonnés verbalement⁶⁵. L'ombre projetée sur ces types, sur ces semblables caricaturés et rendus inauthentiques illumine comme par reflet aussi bien ceux qui les énoncent que leurs visions du monde. Lorsqu'au cours d'un voyage des perplexités et des doutes émergent, c'est donc par le biais de ces procédures et de ces méthodes discursives – à savoir par la construction d'altérités inauthentiques – que des touristes construisent des images de l'authenticité (et vice-versa).

Dans le prochain sous-chapitre je vais essayer de montrer comment, par le truchement

⁶⁵ Ces images et ces types, au delà de leur caractère plus ou moins créatif et novateur, réactualisent et reformulent probablement souvent des images et des stéréotypes déjà ancrés dans l'imaginaire des touristes.

d'interactions verbales au sujet de nourriture et hébergement, des images et des mythes se forment concernant aussi les autres indigènes, leur culture, ou des visions du monde beaucoup plus amples.

2.2.3 Images de l'autre indigène et de l'ailleurs

- L'hébergement

Lors de notre conversation à l'Asia Guest House, Roger et Anne ont souvent parlé de l'hébergement à propos de leur trekking au Zanskar. Fréquemment, ces discours se prolongeaient dans des constructions verbales au sujet des locaux, de leur style de vie, et arrivaient parfois à des visions plus larges du monde. Tel a été par exemple le cas lorsque Roger a raconté de leur arrivée dans une des maisons où ils s'étaient arrêtés pour dormir: *“On est entré par une porte minuscule. Tout était sombre à l'intérieur. Et paf, on s'est retrouvé au Moyen Age. Une dizaine de personnes étaient assises sur le sol. Tout était noir, de la fumée partout. La grand-mère [...]”*. Anne ne supportait pas certaines bêtes, les araignées par exemple: *“Alors, la première nuit, il y avait déjà des araignées, des cafards, et elle m'a dit “Alors tu les tues tous”. Mais ça aurait été impossible tout au long du trek”*, a dit Roger, alors ils ont versé tout autour du lit un insecticide ramené de France, et cela a marché (ils n'avaient même plus de puces). Il est ensuite revenu sur le fait que dans ces maisons on s'asseyait par terre – ce qu'ils avaient d'ailleurs fait – même si c'était sale. A ce moment là est intervenue la dame allemande: *“On nous a invité dans une maison. On est entrés dans une espèce de cave. C'était terrible. C'était sale, obscur, il y avait de la terre partout. [...] Ils pourraient nettoyer, passer avec la brosse. Même ici dans la guest house. Mais ils ne le font pas”*. Roger a alors repris la parole: *“Ce n'est pas qu'ils ne peuvent pas nettoyer plus, ils ont le temps pour le faire, mais ils ne le font tout simplement pas. C'est un autre style de vie. [...] On est arrivés dans la cuisine et on a vu que le même drap était utilisé pour nettoyer et essuyer les plats. Il était noir, mais vraiment noir [...] Il y avait un gamin auquel coulait le nez, et on a utilisé le même drap pour lui nettoyer le visage et pour nettoyer les plats”*. A propos des toilettes, Roger a continué, amusé: *“Eux ils ont juste un trou, ou bien trois trous.*

Images et stéréotypes faisant partie de ce stock de connaissances auquel fait référence Schutz dans ses travaux, et

[...] *C'est parce qu'ils vont aux toilettes ensemble*". Finalement, nous sommes tombés d'accord: pour différentes raisons (simplicité en premier lieu) ce type de cabinets était mieux adapté à l'endroit que les cabinets à l'occidentale. J'ai retenu d'autres propos de Roger: "*C'est bizarre, c'est différent par rapport à nous. Eux ils ne cherchent pas à améliorer leur confort. [...] Ils ont des entrées minuscules, des sortes de tunnels, des escaliers dans lesquels tu te tapes la tête et tu ne vois rien. C'est comme des sortes de terriers. [...] Mais c'est clair que cela leur permet de mieux conserver la chaleur en hiver et de rester plus au frais les jours chauds d'été*"⁶⁶.

Ces extraits de conversation illustrent la construction d'images et de mythes au sujet de l'autre indigène et de l'ailleurs. A partir de considérations sur l'hébergement naissent verbalement des visions du monde et des observations sur des styles de vie. L'emploi fréquent de termes comme "eux" ou "ils" souligne l'optique généralisante de ces propos, qui contribuent à construire une certaine image d'authentiques indigènes, de manières d'être un habitant du Ladakh. Ces discours façonnent donc le mythe d'une culture, d'un style de vie unitaire et cohérent.

Lors d'une soirée passée avec Gianluca, Moira et Robin, un ami à eux, j'ai entendu d'autres discours qui, à partir de considérations sur l'hébergement, façonnaient des mythes autour des autres indigènes et de leur monde. Gianluca nous a raconté qu'au cours du trekking qu'ils venaient de terminer, lui et Moira s'étaient arrêtés dans un endroit situé entre le village d'Alchi et celui de Lamayuru. Ils y avaient rencontré un petit vieux qui leur avait offert une chambre dans une construction allongée. Les chèvres de celui-ci (qui résidait probablement avec un autre petit vieux) paissaient dans les alentours, et Gianluca et Moira étaient restés deux jours dans cet endroit paisible. Un soir, le petit vieux qui les hébergeait était rentré complètement

dont dispose notamment chaque individu. (Rogers 2000: 374).

⁶⁶ Tout au long de notre conversation, ces propos s'entremêlaient à des considérations de caractère plus général comme: "*Ils sont moins attachés aux choses matérielles, ils ne désirent pas ça ou ça. [...] C'est différent par rapport à nous, dans notre société de consommation. Eux, ils n'ont rien et ils ne se plaignent pas. [...] Même si tu vois leurs conditions très difficiles, tu n'as pas l'impression qu'ils souffrent. [...] Des gens qui étaient déjà venus ici nous avaient dit "Oh, le Zanskar, c'est archaïque, ancien, moyenâgeux. Ils vivent dans la détresse, dans des conditions très dures. Ils sont très pauvres."* Mais notre impression était très positive. [...] *On a vu des gens aux gros sourires. Ils sont heureux. Ou plutôt, ils ne sont pas malheureux. [...] Je rentre plus heureux chez moi, en sachant qu'ils sont bien. C'est différent par rapport à aller dans des endroits et en profiter en voyant des gens dans la détresse*".

soûl. D'après Gianluca il s'était probablement soûlé avec les cinquante roupies du logis. Ils avaient vu qu'on utilisait encore des yaks pour les travaux agricoles, et ils en avaient vu quatre ou cinq attachés à un pieu, qui tournaient en rond pour piler l'orge. *“Exactement comme au Moyen Age⁶⁷”**, selon Gianluca. Ces propos construisaient des mythes d'une authentique réalité moyenâgeuse, peuplée notamment de petits vieux qui menaient une vie paisible avec leurs chèvres et qui – lorsque l'occasion s'en présentait et qu'ils disposaient d'argent liquide – n'hésitait pas à se soûler.

Les constructions d'autres indigènes et de l'ailleurs touchant à la question de l'hébergement et de la nourriture, n'étaient pas toujours aussi valorisantes, et pouvaient changer rapidement en fonction du contexte et des expériences particulières de chacun.

C'est ce qui apparaît dans l'exemple suivant. Le deuxième jour de l'excursion dans la vallée de la Nubra, après l'arrivée de notre groupe dans la pension où passer la nuit, Sophie a beaucoup critiqué l'auberge, notamment le manque de propreté de la chambre, la poussière (à laquelle elle disait être allergique) et elle nous a confié – à Liliane, Denis et moi – son intention de demander une réduction de prix. En façonnant verbalement ces aspects négatifs, Sophie avait simultanément produit une altérité de référence positivement connotée en parlant de la pension où elle et Denis hébergeaient à Leh, un endroit familial, très propre et avec des propriétaires très gentils. Néanmoins, en parlant de cette même pension le lendemain, Sophie en avait élaboré une image très différente. Ce jour là, rentrés tous les sept de la vallée de la Nubra, on s'était donné rendez-vous pour aller souper ensemble au restaurant High Life de Leh. Quand Denis et Sophie sont arrivés, ils étaient très irrités à cause de l'expérience qu'ils venaient de vivre dans leur pension. Ils nous ont raconté qu'à leur arrivée les propriétaires, après les avoir embrassés et salués, leur ont dit que leur ancienne chambre (dont ils avaient à plusieurs reprises souligné la beauté) était occupée, mais que pour la même somme (150 roupies) ils pouvaient s'installer au salon, qui était beaucoup plus petit. Ils étaient furieux parce que leur chambre avait été donnée à Elad et Shiran, les deux jeunes Israéliens qui nous avaient accompagnés dans la vallée de la Nubra, au prix de 200 roupies. Ils avaient insisté pour récupérer leur chambre, c'était possible mais au prix de 200 roupies, alors qu'ils en

⁶⁷ *“Proprio come nel Medioevo”.*

avaient payé 150. Justification des propriétaires: leur pension était maintenant pleine. Denis et Sophie en avaient conclu que toutes ces histoires, c'était "[...] *pour l'argent*". Ludwig, l'Allemand qui était également avec nous dans la vallée de la Nubra, est arrivé peu après. Lui, il logeait toujours dans la même pension, et meilleur marché: "*This time it was even cheaper. First time 100, second time 80. This time they see I came again so they say 70 only. I always pay cheaper*". Denis et Sophie ont alors répliqué: "*We just had opposite experience*".

Cet exemple et ces différentes constructions verbales font clairement apparaître à quel point les touristes peuvent être actifs dans la production de leurs propres significations. C'est ce que soutiennent également Alison J. McIntosh et Richard C. Prentice, lorsqu'ils décrivent les touristes en tant que "[...] *active players in the production of their own "meaningful environment" and their own experience of authenticity.*" (1999: 14)⁶⁸ Dans un contexte différent, et riche d'un nouveau bagage d'expériences, Sophie a complètement reformulé la réalité qu'elle avait construite autour de la pension où elle et Denis logeaient à Leh.

Assez souvent, lors de conversations touchant à la question de l'hébergement, la relative présence ou absence de pensions servait de mesure pour façonner certaines réalités et visions du monde.

Au cours de mon repas au Tibetan Restaurant en compagnie de Judith et de Dror, je leur ai raconté que je n'avais vu aucune pension au cours de mon trekking au Zanskar. Très intéressés, ils m'ont demandé où j'avais été exactement et par où j'avais passé. Quelques jours plus tard, au retour de mon excursion dans la vallée de la Nubra, j'ai rencontré de nouveau Judith à Leh. Elle venait de rentrer de la région de Dha, et lorsque je lui ai demandé comment cela avait été, elle m'a dit: "*It was kind of more authentic, if we can say it. Very nice. [...] I meet a girl staying in a family where they had rooms. [...] People keep their tradition. They still have their costumes, and they put flowers in their hairs*". Puis elle a voulu savoir comment cela avait été dans la Nubra, en ajoutant immédiatement: "*Are they lots of guest*

⁶⁸ C'est ce qu'affirme également Edward Bruner, lorsqu'en abordant des contextes d'interaction qui sont pourtant très différents de ceux dont j'ai traité ici, il écrit que: "[...] *the meanings of New Salem Historic Site for tourists are constructed in the performance of the site, as visitors move through the village and as they interact with the interpreters. Experiencing the site gives rise to meanings that might not have been predicted before the visit, so that the site in this sense is generative. It is not that all meaning is individual and idiosyncratic – for of course there are cultural patterns – but meanings are generated in a social context.*" (1994: 409)

houses?” Je lui avais alors répondu que oui, en effet il y en avait pas mal. D'emblée la relative présence ou absence de *guest houses* apparaissait comme étant un des éléments qui l'intéressait le plus, et qui lui permettrait éventuellement de se construire une image de cette région du Ladakh. Je crois que pour elle ma réponse ne contribuait pas à donner une connotation positive et valorisante à la vallée de la Nubra, et qu'au contraire elle en faisait plutôt ressortir le caractère inauthentique.

Au cours de ma première conversation avec Allen, un jeune Australien au Ladakh depuis quatre mois et que j'ai rencontré dans un petit restaurant de Leh (le Norlakh Tibetan Restaurant)⁶⁹, il avait à plusieurs reprises été question de la présence plus ou moins nombreuse de pensions dans la région, en particulier lorsqu'il m'avait raconté de son voyage dans la vallée de la Nubra. *“I went also to Nubra, but I was surprised I mean, there are just guest houses, and it's only open since 1994, like Dha. But in Dha in '99 they had bombs, they told me, and someone was killed, so maybe less people went there than in Nubra”*. Son discours construisait une image de la Nubra caractérisée essentiellement par la présence de pensions. C'était même le seul aspect mis en avant à propos de cette région, et apparemment cela suffisait pour en parler. Le fait qu'il n'y avait que des pensions résumait à lui seul tout ce qu'il y avait à dire de cette vallée, dont Allen façonnait ainsi une image inauthentique et négativement connotée. Ouverte la même année aux touristes, la région de Dha se distinguait, elle, par un plus petit nombre de pensions, ce qui était probablement dû aux bombardements de 1999. Allan construisait donc des images distinctes de ces deux régions à partir de considérations sur le nombre d'endroits d'hébergement.

Si dans ces derniers exemples les réalités verbalement construites faisaient apparaître des changements négativement connotés – où le changement était généralement le vecteur d'inauthenticité – j'ai néanmoins entendu aussi d'autres discours qui relevaient des aspects et des dynamiques plus positifs.

Cela a été le cas au cours d'une discussion à la Women Alliance, toujours après la projection du film “Ancient Futures”. A la suite de plusieurs interventions qui traitaient essentiellement

⁶⁹ Alors qu'il n'y avait plus de tables libres dans le restaurant, le serveur m'a dit que je pouvais m'asseoir à celle de ses amis (*“My friends”*), en m'indiquant la table où étaient assis Allen et deux amies à lui.

des changements négatifs caractérisant le monde contemporain (globalisation, uniformisation des cultures, ...), l'animatrice du débat a demandé aux présents quels étaient au contraire les aspects positifs constatés au Ladakh. Deux éléments ont alors émergé: le “*drinking water refill*”, et, dans plusieurs pensions, la “*traditional organic toilet*”. Les intervenants façonnaient donc une dynamique et une vision plus positive du monde à partir de considérations sur un aspect de l'hébergement.

Enfin, je trouve intéressant de mentionner que des conversations concernant l'hébergement touchaient parfois des lieux situés hors du Ladakh. Cela se donnait par exemple lorsque quelqu'un ayant déjà visité une certaine région conseillait un autre touriste qui s'y dirigeait. Les procédures de construction d'images et de mythes ne différaient pas forcément de celles utilisées pour parler du Ladakh.

En voilà un exemple. Assis à une table du World Peace Cafe, j'ai entendu des bouts d'une conversation entre un garçon et une fille qui étaient à côté de moi. Le garçon était en train de lui parler d'un ashram à Rishikesh, une ville située au bord du Gange dans la région de l'Uttarakhand. “*It's⁷⁰ for Westerners,. It's better because you can stay shorter. You can do meditation and yoga courses but is not strict, whenever you want. It's different than Indian ashrams, where you stay longer. [...] You can eat there. It's made for foreigners, but you can see even Indians from the country coming there with their clothes. They are also tourists, but is a genuine place.*” Je trouve intéressant ce discours car il laisse apparaître le caractère relatif, négocié et contextuel de l'authenticité qui y est progressivement façonnée. L'ashram dont parle le garçon, tout en étant fait pour les étrangers, et bien qu'il y aie aussi des touristes qu'y vont, est néanmoins décrit comme “*a genuine place*”, un endroit authentique. Le caractère négocié de l'authenticité apparaît donc clairement, ce qui va dans le sens des observations faites par Chris Halewood et Kevin Hannam lorsque, reprenant les constats d'Eric Cohen, ils écrivent: “*authenticity is negotiable.*” (2001: 4) et mentionnent l'existence de “*Degrees of authenticity [...]*” (2001: 8)⁷¹.

⁷⁰ Il faisait référence à l'ashram dont il était en train de lui parler.

⁷¹ Ces mêmes auteurs ajoutent que: “*The search for authenticity is not necessarily diminished once de concept moves away from “pure” absolute ideals.*” (2001: 11)

- La nourriture

Comme pour l'hébergement, les discours de touristes au sujet des pratiques alimentaires prenaient parfois la forme de performances qui aboutissaient au façonnement d'images et de mythes de l'autre indigène et de l'ailleurs, ainsi qu'à des visions plus larges du monde.

Le dernier soir de notre excursion dans la vallée de la Nubra, alors qu'avec Ludwig, Liliane, Denis, Sophie, Elad et Shiran on jouait au poker dans une salle de notre pension, on avait commandé du thé qui tardait à arriver. Shiran a souligné ce retard d'un ton plaintif: "*Why they need so long for a tea?*". Sa question n'est pas tombée dans le vide, son ami Elad lui a immédiatement fourni une explication d'une portée beaucoup plus générale: "*This is not a civilization, here is India!*". Le lendemain matin, des Suisses volontiers critiques envers notre compagnon Israélien, manifestaient leur impatience en termes un peu plus "politiquement corrects" mais très proches de ceux du soir avant à propos de la lenteur du personnel. C'est Sophie qui a commencé. "*They are not really smart. I mean, they have a thermos, they could prepare it first. That's India!*" Changeant d'interlocuteurs, elle a ajouté: "*C'est quand même incroyable qu'ils n'arrivent pas à faire deux trucs au même temps*". Liliane a nuancé les propos de Sophie: "*Ce n'est pas cela, c'est qu'ils ne sont pas organisés*". Dans un cas comme dans l'autre, une question sur la façon de préparer des aliments aboutissait à l'élaboration de propos généralisants sur les indigènes. On façonnait un mythe sur l'autre indigène à partir d'un fait controversé où la nécessité s'imposait de fournir du sens aux pratiques de l'autre. Doutes et perplexités étaient ainsi dissipés grâce à des performances discursives qui façonnaient une réalité claire, cohérente et univoque. Le lendemain, au cours d'un souper à l'Himalaya Restaurant de Leh et face à un serveur qu'elle jugeait très efficace, Sophie a observé: "*Le type il est organisé eh. On se dirait pas en Inde. [...] On dirait qu'il a suivi un cours en Suisse.*" C'était, formulé différemment, un mythe tout à fait analogue à celui du jour précédent. Si d'un côté elle valorisait le professionnalisme de cette personne, de l'autre elle le considérait comme tout à fait exceptionnel et atypique pour ce lieu. D'une certaine manière, pour elle, cet Indien était inauthentique.

Cet exemple concerne essentiellement la production verbale d'images et de types d'indigènes, mais d'une manière plus générale à travers des performances discursives

l'expérience de voyage peut devenir aussi un terrain où prennent forme des visions plus larges de la réalité et du monde. Des discours critiques, éventuellement tributaires aussi d'un besoin de distinction, peuvent surgir dans un contexte déterminé et susciter une réflexivité accrue sur des problèmes du monde.

Le premier soir de notre séjour dans la vallée de la Nubra Elad a commandé une bouteille de Pepsi. D'une manière très contextuelle, Denis (qui à plusieurs reprises avait déjà fait preuve d'un certain mépris envers les touristes de nationalité israélienne) s'est alors livré à une performance discursive critique. Ce que je trouve remarquable, c'est que son discours ne s'en prenait pas directement à celui qui avait involontairement contribué à l'émergence de ses propos, mais il dépeignait une réalité beaucoup plus générale qui acquérait la valence d'une réflexion globale sur la modernité et le progrès. Voilà à peu près ce qu'il m'a dit: "*Dès que tu es le long d'une route, qu'il y a des voitures, tu peux avoir tout ce que tu veux, comme chez toi. Du Coca,...*". Ce soir-là, contrairement à Elad et à son amie Shirad (qui ont eu leur Pepsi, et qui se sont d'ailleurs plaints du fait qu'il était chaud alors qu'ils l'avaient demandé froid), Denis n'a bu que de l'eau ou du thé maison.

Dans la grande majorité des discours abordés dans les exemples précédents, apparaissent des images, des types et des mythes de soi, de l'autre, de l'ailleurs ainsi que des visions du monde quelque peu univoques, rigoureuses et sérieuses. Cependant, dans d'autres cas (qui m'ont toutefois paru moins nombreux), ces images, ces types et ces mythes s'inscrivent plutôt dans le registre du ludique, de la caricature, de l'ironie et de la dérision. Ces performances discursives mettent en acte des réalités plus multiformes, changeantes, contradictoires et souvent donc moins prévisibles, qui semblent obéir à la volonté de casser, de pervertir et de jouer avec les normes de comportement et les rhétoriques dominantes. A l'égard de ces performances discursives, la notion de "*post-tourist*", développée par des auteurs comme Feifer et Urry et reprise par Edensor, peut fournir un bon éclairage:

"Acutely self-reflexive, and predisposed to distanciation from the codes of performance, such actors play with normative scripts and roles, mocking the constructed and regulated nature of such performative codes while ironically intimating their awareness of the restrictions of the role. Such performances may be cynical and playful, involving the production of farce and burlesque, for the audience of fellow tourists." (2000: 11-12)

2.2.4 Jouer avec les normes et les rôles: cynisme, ironie et dérision dans les performances discursives des touristes.

- L'hébergement

Un soir, aux alentours de minuit, je me trouvais près de la Swiss Bakery, et je m'apprêtais à rentrer dans ma pension, lorsque j'ai assisté à une discussion entre un groupe de jeunes gens et un des serveurs de la boulangerie. Les hauts-parleurs passaient la musique d'un chanteur très connu dans la région, que j'ai souvent entendu au Ladakh. Un des jeunes a dit: *"Put some trance, anything that is trance. Don't put this!"* Après quoi, il a mis lui-même la musique qu'il désirait et a haussé le volume. Un moment plus tard, quelqu'un a baissé le volume, et un de ces jeunes gens s'est exclamé: *"Eh, what's happening. Why? It's a party! A full moon party!"* *"Yes, but some people want to rest"*, lui a répondu le serveur. *"Rest? Why to rest?"*, a répliqué quelqu'un. Je n'avais pas l'habitude d'entendre ce genre de constructions verbales de soi chez des touristes au Ladakh. C'était l'image de quelqu'un qui avait avant tout envie de faire la fête, de s'amuser – notamment en écoutant la musique qu'il voulait au volume qu'il voulait – et qui d'une certaine manière se moquait et ridiculisait avec un certain cynisme ceux et celles qui auraient au contraire préféré se reposer.

Un autre jour, au cours d'une conversation avec Michele (un Italien de 30 à 40 ans), j'ai également pu entendre des propos faisant émerger un jeu avec les rôles et les statuts à propos de l'hébergement. Son séjour au Ladakh était très court, environ deux semaines, et touchait désormais à sa fin. Il disait y être venu surtout pour faire des photos et monter une exposition en Italie. Avec un des propriétaires de notre pension comme chauffeur pour lui seul – ce qu'il disait lui avoir coûté une petite fortune – il avait parcouru plusieurs régions du Ladakh et visité beaucoup d'endroits différents, avec une intensité tout à fait remarquable. Cependant, à cause de maux d'estomac, il avait passé les dernières 24 heures dans sa chambre dans un état pitoyable, ce qui le contrariait profondément parce qu'il devait modifier ses plans⁷². Michele m'a raconté comment des gens de la pension l'avaient soigné, et à propos de l'hébergement il a ajouté: *"Ici à l'"Asia" [Guest House] ils sont vraiment gentils. C'est*

⁷² Il s'agissait notamment de repartir pour Delhi en avion et non en bus, pour avoir le temps d'aller voir *"les nomades" (i nomadi)*, ce qu'il devait faire les deux jours suivants.

familier.”* Il payait, m'a-t-il confié, quatre cent roupies par nuit pour sa chambre, en ajoutant amusé: “*Ils doivent me prendre pour un baronnet, un richard*”⁷³.”* Les derniers propos de Michele révélaiient l'idée d'un jeu – auquel il semblait d'ailleurs s'adonner avec une certaine complaisance. Il jouait avec l'image qu'il donnait de soi et de son statut. Le fait que quelqu'un se fasse cette image de lui ne semblait pas le déranger, au contraire il avait l'air d'être très à l'aise face à ces sortes de jeux de rôle. Les observations de Rachid Amirou sont très pertinentes:

“Les voyages fonctionnent comme un laboratoire d'essai où le touriste rêve, ou tente de s'évader de sa vie ordinaire, soit en la faisant autre – en s'inventant un monde acceptable pendant ses vacances -, soit en se faisant autre en se constituant une identité fictive. Ceci s'apparente à une catégorie du jeu que Roger Caillois appelle *mimicry* (“le fait que le sujet joue à croire, à se faire croire ou à faire croire aux autres qu'il est un autre que lui-même. Il oublie, déguise, dépouille passagèrement sa personnalité pour en feindre une autre”⁷⁴). On transgresse ainsi le “Chacun son rang, chacun sa place”, on conteste ludiquement le respect de la hiérarchie des rôles et des statuts et l'assignation à résidence identitaire et sociale. Un des fondements imaginaires du tourisme réside dans ce franchissement de barrières sociales symboliques. Le côté “libératoire” des vacances n'est que cela en définitive: se reposer, un tant soit peu, de l'imposition des rôles sociaux.” (1995: 236)⁷⁵

Comme dernier exemple, je mentionnerai enfin mes propres discours occasionnels sur l'hébergement. Lors de mon trekking au Zanskar, en conversant avec d'autres membres de notre groupe, j'ai parfois élaboré verbalement des images burlesques et caricaturales sur la tente que j'employais avec ma copine, en soulignant par exemple cyniquement qu'elle était complètement inadaptée à la pluie. J'ai souvent joué le rôle du dormeur qui se lève toujours le dernier, ou encore celui du chevelu qui attrape des poux chaque fois qu'on s'arrête quelque part.

A d'autres reprises, au cours de mon voyage, et surtout lorsque les propos qui soulignaient le

⁷³ “*Qui all' “Asia” [Guest House] sono veramente gentili. E familiare” “Crederanno che sono qualche baronetto, qualche riccone”.*”

⁷⁴ R. Caillois, *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, 1985, p. 61.

⁷⁵ Un peu plus avant dans son texte, en prenant le cas d'un voyage organisé, ce même auteur écrit également que: “*Une négociation portant sur la définition de soi parmi les autres devient l'enjeu principal des sociabilités, mais toujours sur un mode ludique. On joue différents personnages, on utilise divers masques, jusqu'à en trouver un à sa mesure et qui soit accepté par le groupe (le boute-en-train, le distrait, le grand dadais, etc.).*” (1995: 251)

caractère local et familial d'un endroit commençait à m'exaspérer, je me suis lancé dans des performances verbales qui accentuaient au contraire le caractère anonyme de l'endroit où je logeais. Cela a été par exemple le cas lors de ma conversation avec Allen et les deux filles qui étaient avec lui. Parlant de nos pensions respectives à Leh, Allen m'a dit: "*We stay in Yakse Guest House. Yes it's very nice [...] And you?*" "*I stay in Asia Guest House*", ai-je répondu, ce qui, je crois, a fait faire une grimace de réprobation à l'une des deux filles. Toujours à propos de sa pension, Allen a complété: "*They have only four, five rooms. It's like a family*". Et moi: "*Yes, mine has got twenty*". Je construisais par là une réalité qui contrastait avec celle de mon partenaire et qui dans ce contexte était beaucoup moins valorisante. D'une certaine manière, en construisant cette image d'authentique touriste qui logeait dans un authentique endroit pour touristes, je m'exposais volontairement à leurs critiques et moqueries. Je me moquais en même temps des codes, des normes et des rôles auxquels les discours de la plupart des gens que j'avais rencontrés m'avaient désormais habitué. Ce dernier exemple concorde également avec les observations faites par Per Gustafson, lorsqu'il écrit que: "*[...] the social construction of authenticity in tourists settings is highly dependent on the social groups involved and on their strategies for social distinction*" (2002: 13).

- La nourriture

L'ironie et l'humour ont marqué notre conversation sur la nourriture lors de ma première rencontre avec Gianluca, Michiko et Moira. Au début, les images d'authenticité façonnées verbalement étaient semblables à celles que j'avais l'habitude d'entendre, puis on a passé à un registre beaucoup plus ludique en jouant notamment avec les normes, les rôles et les statuts. Alors qu'on marchait tous ensemble du terrain de polo vers le centre de la ville de Leh, Gianluca a introduit un nouvel argument: "*Aujourd'hui Michiko a mangé des pâtes cuites par des Italiens*"*. "*Yees*", Michiko. "*Spaghetti*", a précisé Gianluca. "*Ah oui?*"*, ai-je dit. "*Eh, Eh. Enjoy*", a fait savoir Michiko. "*Enjoy eh*", a repris Gianluca avant que Moira n'intervienne pour dire: "*A la sauce tomate*⁷⁶*". "*From Italians they cooked it?*", ai-je alors demandé. "*Humm*", a confirmé Michiko avant d'ajouter: "*Real Italian food*". "*E*", a souligné Gianluca avant qu'elle ne reprenne "*Yes*". Alors moi: "*Where? In a restaurant here or?*".

⁷⁶ "*Oggi Michiko s'è mangiata una pasta cotta da italiani*" "*Ah sí?*" "*Al pomodoro*".

“*Noo, me and Moira*”, s'est empressé de préciser Gianluca avec une certaine impatience. “*Ah. Ok, ok. Nice.*”, j'ai vite acquiescé, comme pour réparer à une gaffe. “*They have a stow, and cooking ...*”, a expliqué Michiko; Gianluca: “*We have a stow*”. “*Ah. Nice*”, ai-je répété. Gianluca a ensuite ajouté: “*But sometimes, we also made pasta in India*”. “*Eh?*”, s'est exclamée surprise Michiko. “*We made*”, a répété Gianluca avant qu'elle ne répète émerveillée: “*Made pasta?*”. “*Yes*”, a confirmé celui-ci. “*Ah, fresh one?*”, ai-je demandé. “*Eh*”, a confirmé Gianluca. “*Wow!*” a été notre exclamation à Michiko et moi. “*Some house ...*”, a poursuivi Gianluca. “*Hum, hum*”, ai-je approuvé. Moira est alors intervenue: “*Maybe when we come back from trek, we can also do ...*”. “*Yees ... wow*”, a dit Michiko avant que je ne lance à mon tour une appréciation positive: “*That's good*”. Au cours de cette conversation, et en particulier à la suite de mes premières observations – qui probablement insinuaient des doutes et venaient questionner les images que Gianluca, Michiko et Moira avaient respectivement façonnées à propos de ce repas italien – des images de l'authenticité avaient été produites verbalement. Celles-ci, construites dans un premier temps à propos du repas à l'italienne, avaient ensuite également touché d'une manière plus générale au rapport que Gianluca et Moira entretenaient avec la nourriture. A la fin de ce moment de discussion relativement sérieuse, qui avait surtout contribué à mettre en valeur les deux jeunes Italiens, Gianluca a enchaîné avec humour et ironie: “*But, hundred rupees dish!*”, ce qui a suscité les rires de tout le monde. Michiko dans le même registre ludique, a ajouté: “*Yes, of course yes*”. Poursuivant dans le burlesque, dans le jeu avec les normes, les rôles et les statuts, Gianluca a précisé: “*We accept also visa ...*”. “*Credit Card ...*”, ai-je fait à mon tour au milieu des rires de tout le monde. Moira et Michiko ont continué à discuter de pâtes, Gianluca à me raconter les gnocchis et les pizzas qu'ils avaient cuisinés au cours de leur voyage en Inde.

Tout au long de cette conversation et malgré la relative pauvreté de la langue véhiculaire que nous étions contraints d'utiliser pour nous comprendre, nous avons passé d'un registre de conversation à un autre: un récit plus ou moins sérieux au premier degré avait fait place à des performances verbales beaucoup plus ambivalentes et ludiques pour revenir à davantage de rigueur vers la fin. Cela montre donc la capacité à prendre du recul et de la distance par rapport à ce qui est dit et aux rôles mis en acte, en produisant par exemple de la valeur autour d'un sujet tout en étant à même d'ironiser sur le même sujet quelques instants plus tard.

J'ai remarqué un autre exemple significatif de ces performances discursives fondées sur l'ironie, le burlesque et la caricature, quand Michele a raconté au téléphone à l'une de ses amies en Italie les aventures et mésaventures qu'il avait vécu ou qu'il s'apprêtait à vivre au Ladakh. Le soir où je l'ai rencontré, alors qu'on était en train de discuter passionnément de nos voyages respectifs, il m'a demandé de l'accompagner téléphoner. Au cours de son appel, j'ai entendu qu'il avait tendance à se ridiculiser, à construire une image caricaturale de ce qui lui était arrivé au cours de son voyage. J'ai transcrit par la suite sur mon carnet une partie de cette conversation qui m'a particulièrement touché. Il s'est exprimé à peu près de la façon suivante: *“Demain je dormirai sous tente à 4500 mètres, je mangerai de la soupe de poulet et j'attraperai sûrement la diarrhée”⁷⁷**.

Il était en train d'élaborer des récits de soi et de l'ailleurs qui, contrairement à ce que j'avais le plus souvent entendu, relevaient plus de la mésaventure que de l'aventure. Ces images caricaturales de péripéties fabuleuses et ridicules, qui transcendaient les images de l'authenticité auxquelles la plupart des touristes m'avaient habitué, résultaient certainement aussi de la relation et du rôle qu'il avait décidé de jouer avec son interlocutrice. Dans ses discussions avec moi en effet, l'image de soi, de l'autre et de l'ailleurs que Michele façonnait étaient souvent très différentes, plus conformes aux types et aux images dominantes. Outre à soutenir la thèse selon laquelle chacun de nous construit, tout au long de sa vie, une identité multiple articulant plusieurs statuts et plusieurs rôles, cet exemple démontre également comment l'image et le contenu des authentiques sois, des authentiques autres ou encore des authentiques ailleurs que les touristes construisent dans leurs discours, varient beaucoup selon les contextes d'interaction dans lesquels ils se trouvent, jusqu'à arriver (comme c'est le cas ici) à une vision dérisoire et burlesque de soi, du monde.

La créativité et l'imprévisibilité de ces performances discursives prouvent aussi que lors d'une analyse de l'expérience touristique il faut prendre garde aux interprétations excessivement généralisantes et aux typifications abusives. Bien que certains discours, certaines images et certains mythes soient plus fréquents que d'autres, je retiens de ces derniers exemples qu'une multitude de possibilités demeurent souvent ouvertes lorsqu'au

⁷⁷ *“Domani dormirò in tenda a 4500 metri, mangerò zuppa di pollo e sicuramente mi verrà la diarrea”.*

cours d'un voyage des touristes construisent verbalement des images de soi, de l'autre, ou de l'ailleurs.

3. L'AUTHENTICITE ET LA CONSTRUCTION DE TYPES ET DE REPERES: L'EXEMPLE DU COMMERCE ET DE L'ACQUISITION DE BIENS MATERIELS

3.1 L'embaras du choix dans l'acquisition de biens matériels

Lors de mon séjour au Ladakh, j'ai été moi même confronté à la question de savoir où et de quelle manière acquérir des biens matériels, des souvenirs. Au cours de mes précédents voyages dans d'autres parties du monde, j'avais toujours acheté des objets, et je comptais faire la même chose. C'est avec conviction et un certain sens du devoir que, le deuxième jour de l'arrivée de notre groupe à Leh, je suis allé me promener avec ma copine dans les rues du centre pour y acheter quelques objets aussi bien pour moi que pour ma famille et mes amis. Il nous a vite été évident que les possibilités étaient innombrables: presque sans interruption les rues – Fort Road, Old Fort Road et Main Bazaar – étaient flanquées de magasins, de petits marchés et d'étals (ou de pensions, d'hôtels, de restaurants, etc.). On avait véritablement l'embaras du choix, ce qui ne facilitait d'ailleurs pas notre tâche, car il n'était pas toujours facile de percevoir des différences entre les multiples points de vente⁷⁸.

La plupart des magasins avaient des enseignes voyantes avec leur nom en grand, et éventuellement d'autres indications concernant les produits en vente, le plus souvent en caractères plus petits. Fréquemment, sous ces enseignes se trouvait une porte vitrée flanquée d'une vitrine où étaient exposés des objets en vente, des autocollants sur la vitrine ajoutant parfois d'autres indications (fig. 7).

⁷⁸ Les quelques indications fournies par Martin, notre accompagnateur, nous ont servi de repères et nous ont aidés à nous orienter.



Figure 7. Une rangée de magasins sur Changspa Lane

A l'extérieur de certains magasins, des panneaux métalliques portaient écrits d'autres renseignements. Parfois, de chaque côté des rues, des étals constituaient d'une certaine manière une prolongation et un ultérieur étalage du magasin, ou bien étaient des points de vente indépendants. A quelques endroits, le long de Fort Road en particulier, des *Tibetan Markets* s'ouvraient sur un côté de la rue, des espaces couverts par des bâches sous lesquelles se trouvaient des étals; on y vendait différentes sortes de produits, en particulier des bijoux⁷⁹ (fig. 8).

La grande majorité de ces points de vente n'étaient ouverts que pendant la saison touristique, c'est-à-dire à peu près de mai à octobre. Le reste de l'année la plupart des commerçants avec qui j'ai discuté poursuivaient leurs activités à Goa (où l'été, à cause de la mousson, constituait la saison morte) ou dans d'autres régions de l'Inde, éventuellement au Népal. Leurs négoce visaient donc avant tout les nombreux touristes qui venaient à Leh en été. C'était d'ailleurs à ce genre de commerces que se référaient la plupart des touristes lors qu'ils discutaient de l'acquisition de biens matériels (cf. chapitre 3.2).

⁷⁹ Des panneaux affichés à l'entrée ou en proximité de quelques uns de ces marchés portaient des inscriptions comme: "*Tibetan Market*"; "*Welcome to Tibetan Refugee Antique Market*"; "*Welcome Old Tibetan Market*"; "*Welcome Tibetan Old Refugee Market*"; "*Old Tibetan Market*".



Figure 8. Un des Tibetan Markets située au centre ville de Leh (Fort Road)

J'ai consacré quelques jours à enregistrer sur magnétophone les noms des points de vente, pensions, restaurants, etc., de certaines rues du centre de Leh, ainsi que les autres inscriptions que portaient les panneaux. Je trouvais que leur omniprésence contribuait à distinguer les lieux les plus fréquentés par les touristes d'autres zones de la capitale (beaucoup moins décorées par des panneaux et des affiches portant ce genre d'inscriptions). Ce travail de recensement m'a permis de me faire une idée du nombre impressionnant de commerces qui se concentraient le long de ces rues, et par conséquent de l'étendue du champ des possibles qui s'offrait aux éventuels acquéreurs. Le long de Fort Road, Old Fort Road et Main Bazaar Road, j'ai dénombré environ 130 points de vente saisonniers. Les indications (noms, listes de produits, etc.) des enseignes contribuaient souvent à créer un certain rapprochement esthétique et sémantique entre eux, et à les distinguer en même temps aussi d'autres magasins. Les mots employés renvoyaient dans la plupart des cas à quelque chose d'artisanal, d'unique, de non industriel, souvent en relation avec le Tibet⁸⁰.

⁸⁰ Le mot "Art(s)", apparaissait par exemple dans le nom d'une cinquantaine de ces commerces, alors que des mots comme "Tibet" ou "Tibet(i)an" figuraient sur les enseignes d'à peu près la moitié d'entre eux. Des termes avec le préfixe "Hand" étaient assez fréquents aussi (j'en ai repéré sur environ un quart des panneaux). On y faisait aussi souvent référence au Ladakh (dans un quart environ des cas recensés), tout comme au Kashmir, toutefois beaucoup moins souvent au niveau des noms principaux et des inscriptions en caractères plus gros. Lorsqu'en plus du nom, on spécifiait d'autres éléments, le texte débutait souvent par des expressions comme "Manufacturers in", "Exporters in", "Dealers in" ou encore "A House of", ce qui d'une certaine manière contribuait à mettre en avant le caractère non industriel de l'activité ou des produits qui étaient vendus, ou plutôt

A cette abondance de magasins correspondait un foisonnement de commerçants (rarement de commerçantes). Je montrerai par la suite (cf. notamment le sous-chapitre 3.2.2) que les touristes faisaient souvent allusion à l'origine de ces commerçants dans leurs interactions verbales. La plupart des personnes distinguaient Tibétains et Ladakhis – le plus souvent en association au bouddhisme, valorisé en tant que l'une des caractéristiques fondamentales du Ladakh – et Kashmiris – généralement dévalorisés et considérés comme musulmans. La plupart des commerçants avec qui j'ai discuté se démarquaient eux-mêmes en tant que Kashmiris ou Tibétains. Les Kashmiris, les commerçants avec lesquels j'ai eu le plus de contacts, mentionnant parfois aussi qu'ils étaient musulmans ou originaires de Srinagar⁸¹, éventuellement des alentours de cette ville .

l'expérience du commerçant dans le domaine en question. Des termes tels que “*Local*”, “*Unique*”, “*Unusual*”, “*Curio*”, “*Special(ist/ised) in*” venaient parfois renforcer l'impression de quelque chose de particulier et d'exceptionnel. Quant à des mots comme “*Old*”, “*Ancient*”, “*Traditional*”, “*Tribal*”, “*Nomad*”, “*Authentic*”, que j'ai retrouvés à plusieurs reprises, ils participaient à leur tour à la construction de cette image de produits artisanaux, uniques, originaux et authentiques. Je trouve également intéressant de signaler que parfois, sur les panneaux, les vitrines ou les murs de certains commerces l'anglais était accompagné d'autres langues étrangères. Voici quelques exemples de ces enseignes:

“*Thokmay Arts and Jewellery. Tibetan shop of handicrafts and jewellery*”

“*The Tibet House. A House of Tibetan Ladakhi Arts and Jewellery*”

“*Paradise Arts. Tibetan and Indian Arts. Goods in Kashmiri. Opposite Hotel Lubini. Postcards and Stamps. Come down the price is right*”

“*Wonderworld Arts Emporium. Deals in Tibetan Arts and Handicrafts*”

“*Karma Tibetan Handicraft Arts and Pure Pashmina Shawl Emporium. Items Manufactured from Leh, Ladakh*”

“*Norling Art Gallery. Tibetan Handicrafts. Tibetan Carpets, Jewelleris, Curious, Garments, Herbal Products, Ritual Objects, Brass, Copper Weares, Pashmina Shawls*”

“*Zanskar Arts. Dealers in Carpets, Shawls, Chainstitch Rugs, Precious and Semiprecious Jewellery, Other Handmade Goods of Ladakh and Tibetan Arts and Crafts. We Accept All Credit Cards. Postcards Stamps Available Here. Opposite State Bank of India. Ladakh*”

“*Curio House. A House of Unusual Tibetan and Ladakhi Arts. Curio House. Have a visit Upstairs. Showroom*”

“*Tibetan Handicraft Emporium. Branch of Tibetan Refugee Self-Help Handicraft of His Holiness the Dalai Lama's CTRC. Central Tibetan Relief Committee. Registered Charitable Society Under Indian Societies Reg. Act XXI of 1860. Special in: Woolland Carpets, Painting Thanghas, Pashmina, Shawls and Various Handicraft Items*”.

“*Mod Jewellers. Antiquitäten und Kunst Artwerk aus den Bergen. Visit Upstairs Showroom*”

“*Lhasa Crafts. Tibetan Handicrafts and Old Things. Tibetischer und Laden für Ladakhische und Tibetische Volkskunst*”

“*Dragon Curios. Ladakhische Antiquitäten Laden. Bienvenu à la Brocante Ladakhi. Ladakhi's Winckle. Antiquariato Ladakhi*”

“*Village Arts and Crafts. Ici on Parle Français [...]*”

“*Tantrique Tibet. Showroom First Floor. Curio, Tribal, Jewellery and Carpets, Lhasa-Leh Link*”

“*La Caverna d'Ali Baba*” (Zangsti Road).

⁸¹ Il s'agit de la ville la plus peuplée du Kashmir; elle a été pendant longtemps une destination touristique très prisée mais l'exacerbation des conflits armés dans cette région, en particulier depuis 1989, a fait drastiquement diminuer le nombre des visiteurs. C'est souvent la raison pour laquelle bon nombre de commerçants se sont déplacés à Leh.

Le choix des objets qu'il était possible d'acquérir dans ces différents points de vente était immense. Certaines enseignes affichaient déjà ce choix par des expressions du type “*All Kind(s) of [...]*”. Au-delà des termes plus généraux tels que “*Art*”, “*Handicraft*”, “*Artifact*”, “*Curio*”, “*Antics*”, “*Ritual objects*”, etc. parmi les objets les plus mentionnées dans des inscriptions je citerai les bijoux, toute sorte de châles et couvertures (*pashmina shawls*⁸² en premier lieu), les tapis, les *thangkas*⁸³, les pierres précieuses et semi-précieuses, les gemmes, les cartes postales et les timbres, les habits, les objets de cuir, le papier mâché, les peintures, les broderies, les coussins, etc. La plupart des commerces offraient également d'autres produits que j'aurais pu passer des heures à répertorier. Si au niveau des points de vente il y avait déjà des possibilités innombrables, il en allait donc de même pour les biens matériels présents. Là aussi il n'y avait que l'embarras du choix.

Les magasins susmentionnés s'adressaient avant tout aux touristes. Ils vendaient des objets qui rentraient pour moi dans la catégorie des “classiques souvenirs de voyage”. Ces magasins et ces objets étaient également au centre de la plupart des performances verbales que je présenterai dans les chapitres suivants.

Cependant, tant à Leh que dans d'autres parties du Ladakh, existaient aussi des points de vente qui ne s'adressaient pas de façon si prédominante aux touristes et qui vraisemblablement restaient ouverts toute l'année. Ces points de vente élargissaient encore le champ des possibles pour l'acquisition de biens matériels. Je pourrais citer l'exemple de mon achat d'une cassette piratée de musique *dance* (musique que j'avais souvent entendue au cours de mon séjour) dans un magasin près de la gare d'autobus de Leh. Il s'agissait là d'une acquisition qui ne rentrait pas forcément dans la catégorie du “classique souvenir de voyage” que j'avais à mon départ et que mon séjour avait d'ailleurs transformé.

Le champ des possibles relatif à l'acquisition de biens matériels était d'ailleurs encore plus vaste que ce que j'en ai dit jusque là. En effet, dans le champ des possibles et au-delà des lieux d'acquisition, des commerçants et de l'achalandage, les modalités d'acquisition étaient

⁸² Type de châle très réputé, qui tire sa valeur du matériel dans lequel il est confectionné: le *pashm* (mieux connu comme *cashmere*), une fibre issue de la laine des petites chèvres de cette région himalayenne et qui est de nos jours très demandée sur le marché international. (Rizvi 1996: 14).

⁸³ Il s'agit essentiellement de représentations picturales de divinités et de sujets religieux. (MacGuckin 1996: 32).

tout aussi nombreuses et foisonnantes. La pratique du marchandage était un élément très important, dont les touristes parlaient assez souvent entre eux. De plus, je préfère parler d'acquisition plutôt que d'achat du moment où de nombreuses personnes entraient en possession de biens matériels sans qu'aucune transaction monétaire ait lieu, comme cela a été le cas pour moi.

Il pouvait alors s'agir de pratiques de troc – ce qui a été le cas entre moi et quelques commerçants – de cadeaux (le plus souvent en échange d'autres cadeaux), de vols, etc. Des touristes pouvaient également acquérir des objets trouvés, comme un objet perdu par quelqu'un, des cailloux ou d'autres éléments naturels, etc.⁸⁴ (Dans ce cas, la frontière entre trouvaille et vol n'est peut être pas très nette).

Le foisonnement de possibilités concernant l'acquisition de biens matériels pouvait donc présenter bien des aspects différents. Après cette partie introductive sur l'ampleur et de l'hétérogénéité des pratiques possibles au sein de ce contexte, j'aborde maintenant les manières par lesquelles des touristes produisaient du sens lors de leurs interactions verbales autour du commerce et de l'acquisition d'objets.

J'ai eu l'occasion de discuter du commerce et de l'acquisition de biens matériels avec beaucoup de touristes. Pour la plupart d'entre eux il avait été question ou il était question d'acheter quelques objets avant de partir. Il est fort probable aussi que la quantité impressionnante de magasins destinés avant tout aux touristes dans la ville de Leh favorisait d'emblée l'émergence de cet argument de conversation (même parmi les touristes qui en principe n'y étaient pas intéressés). En effet, ne serait-ce qu'en se promenant dans les rues principales de la capitale, il était inévitable d'être confronté à des magasins et à des propositions d'achat.

Lors de ces conversations, des considérations de caractère assez général (non forcément liées à des acquisitions précises d'objets) s'entremêlaient souvent aux discours se référant à des

⁸⁴ Au cours de mon trekking au Zaskar, j'ai ramassé entre autre un chapeau qu'avait trouvé notre cuisinière, une vieille chaussette à la forme particulière, un fer à cheval usé, de petits emballages en aluminium, quelques feuilles sales ayant probablement appartenu au cahier d'exercices d'un enfant de la région, des cailloux qui avaient attiré mon attention, du sable particulièrement fin trouvé à environ 5000 mètres d'altitude, auprès d'un glacier, etc.

acquisitions plus précises (ou à des désirs d'acquisition)⁸⁵.

Dans le prochain chapitre, j'aborde la question de l'élaboration de types et de repères à propos de trois aspects principaux – le territoire (3.2.1), les commerçants (3.2.2) et les objets (3.2.3) – et de l'importance que revêt l'enjeu de l'authenticité lors de ces élaborations.

3.2 L'authenticité et la construction de types et de repères concernant le territoire, les commerçants et les objets⁸⁶

3.2.1 Des savoirs-recettes qui structurent le territoire

A plusieurs reprises j'ai entendu des discours qui construisant des différences entre territoire urbain et territoire rural et qui produisaient une image très négativement connotée de l'urbain, notamment de la ville de Leh.

C'est ce qui apparaît dans l'exemple suivant. Un soir, près de Dharamsala, à l'intérieur d'un petit café, Andrea, une jeune Portugaise, me parlait de son récent voyage au Ladakh. Elle n'y avait passé qu'environ sept jours, toujours dans les alentours de Leh, et me confia en particulier: *“It was not what I expected. They told me that it's like the moon. But Leh, very busy place, lots of shops, you can only buy, buy, [...]. But it was really nice. I did a Reiki course for one week. I would like to go back there maybe. I don't feel I really saw Ladakh.”* L'image qu'elle produisait de Leh en faisait un lieu inauthentique, non conforme à ce qu'elle

⁸⁵ Les exemples de conversation que j'aborde dans le prochain chapitre ont eu lieu hors de la sphère des commerçants. Conformément à ce que j'ai voulu faire dans l'ensemble de ce travail, il s'agit donc de présenter avant tout des discussions entre touristes. Tout en essayant de montrer en même temps la difficulté qu'il peut y avoir parfois à opérer une telle distinction analytique de façon claire et tranchée, je ne vais donc donner que quelques éclairages des interactions entre guides officiels et touristes ou encore entre touristes et indigènes non impliqués dans le commerce de biens matériels. Selon ce même principe, je n'aborderai pas non plus les interactions entre touristes et commerçants, bien que l'élaboration discursive de repères et l'émergence de typifications et de savoirs-recettes a également lieu à cette occasion. Je tiens cependant à mentionner que, d'une manière générale, au cours d'expériences personnelles de discussion avec des commerçants de Leh ou de situations auxquelles j'ai assisté, trois axes de typification et d'élaboration de repères étaient particulièrement développés verbalement: images au sujet des touristes, images au sujet des commerçants et images au sujet des objets. Ces différents savoirs-récettes intervenaient souvent ensemble et s'entremêlaient. Il s'agit des trois axes de typification qui font aussi l'objet du prochain chapitre.

⁸⁶ La séparation de ces trois domaines de conversation – le territoire, les commerçants et les objets (avec souvent aussi en arrière plan les touristes eux-mêmes) - en autant de sous-chapitres distincts, ne découle que d'une

s'attendait. L'impression simultanément exprimée de ne pas avoir véritablement vu le Ladakh, construisait un autre Ladakh ailleurs, qui était, lui, plus authentique. Face à des attentes demeurées inassouvies, que la ville de Leh avait trahies – cette région, à ce qu'on lui avait dit, devait être semblable à la lune – elle conservait néanmoins intacte la possibilité de voir, peut être une autre fois, réellement le Ladakh. Deux images de cette région étaient donc produites: à l'inauthenticité d'une ville frénétique dominée par le commerce et ses pressions était opposé un ailleurs plus authentique.

Si les repères façonnés pouvaient s'appliquer à l'ensemble du Ladakh, dans d'autres contextes j'ai entendu des discours qui présentaient des savoirs-recettes touchant plutôt au seul territoire d'une ville, comme Leh par exemple.

J'accompagnais Christophe (arrivé à Leh avec moi) qui voulait faire quelques achats avant de quitter le Ladakh, lorsque je l'ai entendu faire un discours structurant et ordonnant la zone où se trouvaient des commerces et où il était possible d'acheter des objets. Nous étions dans une petite rue parallèle au Main Bazaar de Leh, en train de regarder les quelques magasins présents: *“Pour acheter des trucs il faut toujours aller dans les petites ruelles. Tu vois à Delhi c'était comme ça. [...] J'aime acheter des trucs dans ces petits magasins”*, m'a-t-il dit. Il énonçait une méthode pour se débrouiller face à la question de savoir où acheter *“des trucs”*, il posait des repères spatiaux – à savoir les *“petites ruelles”* et les *“petits magasins”* – qui témoignaient indirectement d'une certaine volonté d'éviter les endroits destinés plus particulièrement aux touristes, c'est-à-dire les grandes rues où les magasins avaient souvent une certaine envergure et où les commerçants parlaient l'anglais (ce qui n'était pas le cas dans les magasins où nous avons été). Dans le contexte en question, la *“petite ruelle”* flanquait de quelques mètres seulement le Main Bazaar⁸⁷.

Les discours susmentionnées, en élaborant verbalement des distinctions entre des zones géographiques et en façonnant des clivages entre elles, contribuaient en même temps à

volonté de rendre plus claire l'analyse. En effet, comme cela apparaîtra d'ailleurs dans certains exemples, ces aspects s'entremêlaient souvent dans les discours des personnes concernées.

⁸⁷ Je trouve intéressant ici de tracer un parallèle avec ce que ce garçon m'avait déjà dit à d'autres reprises quant à sa volonté d'éviter tout endroit considéré comme une mise en scène pour touristes. *“J'adore manger où eux ils mangent”* (sous entendant par ce *“eux”* les indigènes) m'avait-il par exemple confié avec déception une fois que nous étions allés souper, contre son gré, dans un grand restaurant plein de touristes.

mettre en place des types et des catégories, et à en valoriser certaines au détriment d'autres. Si les savoirs-recettes qui apparaissent dans ces exemples relevaient de considérations liées essentiellement au territoire et à son organisation, j'ai aussi été confronté à des discussions dans lesquelles prenaient forme d'autres types de repères, concernant plutôt les commerçants eux-mêmes. Dans ces cas, il s'agissait alors essentiellement de considérations autour de leur appartenance, ou de remarques concernant la confiance qu'un des partenaires impliqués dans la discussion nourrissait vis-à-vis d'un commerçant particulier.

3.2.2 La construction de types et de repères au sujet des commerçants

- Enjeux d'appartenance

Le guide Lonely Planet, que beaucoup des touristes que j'ai rencontrés consultaient, mentionnait dans l'édition italienne relative à l'Inde du nord, au chapitre réservé aux acquisitions à Delhi: "*Près de l'Imperial Hotel vous verrez des étals et des petites boutiques gérées par des réfugiés tibétains; vous y trouverez aussi les avides marchands du Kashmir qui vendent tapis, bijoux et objets "anciens" (souvent faits sur le moment).*" (Guide EDT 2000: 234).

Ce stéréotype négatif à l'égard des "*marchands kashmiris*", de même que l'indication différenciée réservée aux "*réfugiés tibétains*", je les ai retrouvés dans les discours de nombreuses personnes. Si vous voulez acheter quelque chose, méfiez-vous tout particulièrement des commerçants kashmiris et de leurs belles paroles, tel était en effet l'un des savoirs-recettes le plus souvent évoqués. Ce constat était parfois accompagné de remarques de caractère opposé sur les commerçants tibétains ou ladakhis, considérés au contraire beaucoup plus francs et honnêtes⁸⁸.

Ilan et Maya, deux jeunes d'une vingtaine d'années rencontrés dans les alentours de Dharamsala, qui avaient déjà séjourné au Ladakh et sachant que je m'y dirigeais, m'avaient

⁸⁸ Des stéréotypes tout à fait semblables apparaissent également dans le contexte littéraire. Dollfus remarque que: "[...] [l'] image des Ladakhi braves et souriants et des Cachemiri rapaces et corrompus, souvent utilisée pour opposer bouddhistes et musulmans, est présente dans l'ensemble de la littérature occidentale et ce, jusqu'à nos jours." (1995:300)

parlé des différences entre Kashmiris et Ladakhis. Ilan m'avait en particulier confié: *“The Kashmiris, they try to cheat you, always trying to catch you on the street, asking you to get in their shop. [...] They approach you speaking in Israeli and they say “My brother, come to buy something ... [et baissant le ton] ...drugs...”. [...] The Ladakhis are different, they stay in their shop, inside, they don't try to catch you”*. Outre à la construction de mythes autour des Kashmiris et des Ladakhis, le discours d'Ilan laissait percevoir un jugement que j'ai réentendu en discutant avec d'autres personnes. Ce jugement exprimait scepticisme et méfiance à l'égard des commerçants (notamment ceux appelés Kashmiris) qui se montraient amicaux envers des clients potentiels, et l'expression *“My brother”* mentionnée par Ilan attestait de ce comportement. Un parallèle est possible avec les observations faites par l'anthropologue Hazel Tucker, lorsqu'elle écrit que:

“For the tourists, friendliness and economic relations are two opposing phenomena [...] Since tourists construe a dichotomy between friendship and money, they constantly ask themselves whether an offer of assistance, for example, is “genuine hospitality””. (1997: 121)

J'ai souvent entendu des discours qui aboutissaient à l'élaboration de mythes au sujet des Kashmiris et des Ladakhis en tout point semblables à ceux construits par Ilan. Au cours du repas à l'Himalaya Restaurant de Leh en compagnie du groupe de jeunes dont faisaient partie Bob et Jérôme, celui-ci nous a raconté ses récentes stratégies de marchandage avec un Kashmiri. Au début, son récit se référait à la situation particulière qu'il venait de vivre, mais peu à peu il a pris l'allure d'une réflexion beaucoup plus générale sur l'appartenance de certains commerçants et des caractéristiques qui les distinguaient. Jérôme a commencé par nous dire: *“I'm going to bargain later”*. Plusieurs personnes lui ont demandé: *“Why?”*, et il a continué: *“I want to get a “singing bowl”⁸⁹. The shopkeeper said 350 rupees, and I said no, and I just left. And then he asked me again: “So what is your price.” [...] This is a way to warm them up. After you come back later and they are ready. [...] And he is a Kashmiri, so with Kashmiris you can be “tsch⁹⁰!”*”. Tout de suite après, il a passé à des considérations plus

⁸⁹ A ma connaissance, il s'agit d'un objet métallique en forme de tasse, de taille variable, qui produit notamment un son continu lorsqu'on frotte son bord correctement avec un morceau de bois (fig. 9).

⁹⁰ En prononçant ce dernier son, Jérôme a bougé rapidement sa main ouverte en diagonal, du haut vers le bas, dans un geste que j'ai interprété comme étant celui d'un faucille qui s'abat sur quelque chose ou quelqu'un et qu'il a d'ailleurs répété à plusieurs reprises.

générales sur les Kashmiris et les Tibétains, et il a ajouté: “*The Kashmiris they are happy to get even the small money. [...] With Tibetans is different, if you don't like their price, if their price is not good for you, they don't say anything, they just don't sell it. [...] You just go out from the shop if it's not good*”. Ces derniers propos construisaient un net clivage entre deux types de commerçants et façonnaient par là des repères. Fiers Tibétains opposés aux avides Kashmiris, attachés au moindre sou. Ensuite, Jérôme est revenu sur son achat du *singing bowl*, et a conclu: “*So I want to get it for 150 rupees, maximum 200, and they⁹¹ will pray Shiva for it*”. A ce moment, une fille assise à côté de lui est intervenue: “*Shiva? But they are Muslims*”. La discussion en est restée là.

Au-delà des mythes sur les Kashmiris, par ses propos sur sa stratégie de marchandage, Jérôme façonnait aussi des images d'un authentique soi. Il s'agissait de l'image d'un expert du marchandage, qui ne se laissait en aucun cas arnaquer facilement et qui connaissait la meilleure manière de s'y prendre pour obtenir ce qu'il voulait aux conditions qu'il voulait. C'était également l'image d'une personne qui savait ne pas se faire des scrupules quand il le jugeait bon – notamment face à des commerçants kashmiris.

J'ai noté l'émergence de discours élaborant des repères pour l'achat de biens matériels, qui contribuaient simultanément à construire une certaine image dévalorisante des Kashmiris dans des contextes plus institutionnels. A la Woman Alliance de Leh, la volontaire chargée d'introduire le film “Ancient Futures” présentait au public le nouveau magasin que la Alliance venait d'ouvrir: “[...] *A shop opened this year, and it's a unique chance to see Ladakhi goods, comparing to Kashmiri carpets and Rajasthan stuff which you should get used to see here.*” Elle avait construit une caricature des Kashmiris en tant que terme de référence permettant de faire apparaître et de mettre plus clairement en évidence le caractère authentiquement local des produits vendus dans ce nouveau magasin.

Dans les exemples susmentionnés, les catégories de Kashmiri et de Ladakhi apparaissent comme étant des entités homogènes, cohérentes, nettement distinctes et séparées l'une de l'autre. En fait, ces types étaient employés comme s'ils allaient de soi, et personne ne spécifiait ce à quoi il faisait référence en parlant de Ladakhis et de Kashmiris. D'une certaine manière,

⁹¹ Il se référait de toute évidence aux Kashmiris qu'il avait mentionnés auparavant.

les personnes qui s'étaient exprimées considéraient donc qu'à cet égard il y avait intersubjectivité de sens commun parmi leurs interlocuteurs et que tout le monde saisissait leurs propos⁹².

Si le terme de référence de Kashmiri s'entourait souvent de stéréotypes négatifs, des repères positifs se construisaient généralement autour de ceux de Tibétain ou de Ladakhi.

L'exemple suivant illustre clairement cet aspect. Le premier soir passé dans la vallée de la Nubra, j'ai discuté avec une femme, Giulia, qui voyageait seule et logeait dans la même pension que notre groupe. Nous avons soupé ensemble, et me trouvant être le seul italophone du groupe, le contact avec elle s'est vite établi. Nous avons parlé de nos voyages respectifs, et la conversation a fini par tomber sur l'achat de biens matériels. A propos des commerçants de Leh, elle m'a dit: *“A Leh, je pense que les Tibétains, les marchés tibétains font de meilleurs prix”**. *“Par rapport à qui?”**, lui ai-je alors demandé. *“Par rapport au Main Bazaar”*⁹³*, m'a-t-elle répondu. A son avis, les marchés tibétains de Leh pratiquaient des prix assez avantageux par rapport aux magasins du Main Bazaar.

Cependant, quelques jours auparavant j'avais entendu Christophe construire une image de ces commerces assez différente de celle que Giulia élaborait. Se référant aux marchés tibétains de Leh – qu'il avait parcouru en vue d'achats qu'il voulait faire – Christophe s'était exprimé ainsi: *“Tu vois, ils ne baissent pas trop les prix, c'est assez cher. Ils te disent “Tu vois, on est des réfugiés”*”. Bien que certains repères et savoirs-recettes semblaient se répéter assez fréquemment dans les discours des touristes que j'ai rencontrés, ces deux derniers exemples suggèrent que des expériences individuelles pouvaient fort bien amener des touristes à produire du sens dans tout autre direction.

Comme je l'ai déjà mentionné, dans les discussions se référant à l'achat de biens

⁹² Si dans ces contextes d'interaction, en parlant respectivement de Ladakhi et de Kashmiri des différences, voire des oppositions, étaient façonnées, je trouve néanmoins intéressant de signaler dans d'autres domaines, par exemple lors de discussions sur la situation géographique et territoriale, il arrivait que quelqu'un englobe le Ladakh dans le Kashmir. Le plus souvent, lorsqu'il s'agissait de parler d'habitants, d'autres réalités prenaient donc le devant de la scène, l'image de Kashmiri et celle de Ladakhi devenant plutôt incompatibles et inconciliables.

⁹³ *“A Leh, penso che i Tibetani, i mercati tibetani fanno dei prezzi migliori” “Rispetto a chi?” “Rispetto al Main Bazaar”*

matériels il émergeait aussi la construction de repères qui ne concernaient pas l'appartenance des commerçants mais la confiance qu'un individu nourrissait à l'égard d'un commerçant particulier, à la suite par exemple d'achats ou de relations d'amitié.

- Enjeux de familiarité

Des touristes en quête de sens et de repères s'appuyaient souvent sur les conseils d'un guide, d'une connaissance indigène ou de quelqu'un qui avait un peu plus d'expérience (dans ce contexte, son rôle et son statut pouvaient avoisiner ceux d'un guide⁹⁴), et qui devenaient alors une référence.

Lorsque notre groupe est arrivé pour la première fois à Leh, nous nous sommes tous dirigés dans un premier temps vers des magasins dont Martin, notre accompagnateur, connaissait les propriétaires. Face au doute, au dépaysement et à la peur d'être arnaqué que pouvaient susciter les dizaines de magasins lorsqu'il s'agissait d'en choisir un, le premier repère étaient souvent les relations d'amitié que Martin entretenait avec les propriétaires. Cependant, il est aussi probable que dans d'autres cas le soupçon d'éventuels accords entre guide et commerçants ait au contraire constitué un repère de caractère opposé, pour devenir un élément de dissuasion à acheter dans le magasin recommandé par le guide⁹⁵.

J'ai moi-même joué le rôle de conseiller pour Alon, le garçon avec qui je partageais une chambre à Leh. Il voulait acheter un *pashmina shawl* pour sa mère, mais il tenait absolument à ce que ce soit "*a real pashmina*", selon ses propres paroles. Il avait constaté qu'on vendait ces châles un peu partout, mais qu'il était aussi très facile de se faire arnaquer (notamment en ce qui concernait les matériaux dans lesquels ils étaient confectionnés) vu que chaque magasin en proposait souvent une dizaine de types différents. Face au doute, il m'avait confié qu'il était même disposé à payer 30-40 dollars en plus pour être sûr d'obtenir un "*real pashmina*" et pour avoir affaire à un commerçant de toute confiance. Je lui ai alors

⁹⁴ Je trouve très pertinentes les observations de Bruner: "*The roles of tourist and interpreter are not fixed. A mother who had been a tourist began to explain New Salem to her children, and at that point she was in a sense becoming an interpreter, switching roles. Subjectivities and motives change, even within one individual, even during the course of a single visit.*" (1994: 411)

recommandé un commerçant kashmiri que je connaissais assez bien. Alon a accepté d'y aller après que je lui avais dit que c'était le très grand ami d'un ami à moi (l'accompagnateur de la caravane avec laquelle j'avais fait mon trekking au Zanskar), et que de nombreuses personnes que je connaissais lui avaient acheté des *pashmina shawls*, dont elles étaient très satisfaites; le commerçant pouvait en outre lui expliquer dans le détail tous les procédés de fabrication, ce qui distinguait les différentes qualités de matériaux, bref que d'une manière générale il pouvait lui faire confiance. A la suite de longues discussions avec le commerçant en question, de thés offerts à volonté, d'explications détaillées sur les différents types de matériaux, Alon a acheté son *pashmina shawl*. Mes arguments avaient produit du sens et des repères dans un domaine où foisonnaient et magasins et objets du même genre, confectionné l'image de quelqu'un auquel il pouvait faire vraiment confiance, et avaient contribué à orienter un choix.

Lors d'interactions verbales à propos de l'acquisition de biens matériels c'étaient souvent les objets eux-mêmes qui fournissaient l'occasion de produire du sens et des repères.

3.2.3 La construction de types et de repères à propos des objets

- Pas n'importe quoi ...

Des discours pouvaient tout d'abord concerner les différents types d'objets disponibles.

En voilà un cas: le soir de mon premier jour dans la Vallée de la Nubra, après le souper, en parlant du commerce de souvenirs au Ladakh, Ludwig nous a dit à Giulia et moi: "*Everyone wants to sell as a first thing thanngkas or pashminas. The first thing they ask you is if you want pashmina or thanngkas. I think that there they are making the better profits. [...] I think that if maybe the price is 100 \$, the shopkeeper will get 50 \$*". Il nous mettait en garde face aux nombreuses offres de *thanngkas* et *pashminas*, objets sur lesquels selon lui les commerçants gagnaient beaucoup.

A propos des *thanngkas*, Giulia nous a alors raconté une expérience qu'elle avait

⁹⁵ J'ai beaucoup de souvenirs de ce type relatifs à d'autres voyages organisés auxquels j'ai participé avec mes parents, notamment dans différents pays d'Afrique Nord, où pour nous la règle était plutôt de ne rien acheter dans les magasins choisis par nos guides.

récemment vécue à Leh: *“Je voulais acheter un thangka, j'en ai vu un tout petit, un petit bijou. Mais je me suis préoccupée, parce qu'on m'a dit qu'on pouvait avoir des problèmes à la frontière, quand on exportait quelque chose de vieux”**. Ludwig est intervenu: *“But how to recognise if it's old or not?”*. Giulia a alors repris son récit: *“Eh, c'est difficile. Le thangka que j'avais vu était un peu vieux. Pas très, il avait peut être 20-30 ans. Ensuite le prix aussi m'a rendu soupçonneuse. Le commerçant était parti de 50 dollars et j'avais réussi à marchander jusqu'à 25. [...] Je n'aimais pas le cadre, il était moche, alors il m'a dit que je pouvais le faire changer dans un certain magasin. J'y suis allée, et on m'a montré d'autres thangkas, mais neufs, à peine finis de peindre. Je leur ai dit qu'ils ne me plaisaient pas et je leur ai demandé s'ils n'avaient pas quelque chose de plus vieux, de plus usé, pas si neuf, pas avec des couleurs presque fluorescentes. Alors on m'a dit que les vieux thangkas ne peuvent pas être exportés, que j'aurais des problèmes à la frontière. Je me suis effrayée et je me suis dit: “Il vaut mieux laisser tomber”*. En outre le commerçant ne m'était pas sympathique, un du Kashmir. J'y ai été au Kashmir, et j'ai connu ces gens. Je ne les aime pas, c'est des gens que je n'aime pas, alors j'ai laissé tomber⁹⁶”*. Tout au long du discours de Giulia s'entremêlaient différentes images et constructions de l'authenticité qui tournaient principalement autour des objets, d'elle-même et du commerçant (et plus généralement des gens de la région d'où il provenait).

En ce qui concerne les objets, les propos de Giulia montraient une valorisation de l'ancien, un certain goût esthétique pour l'usé portant les traces du temps (patine, couleurs délavées et pâles, etc.). A cette valorisation s'associait une dévalorisation du tout neuf, du récemment fait, aux couleurs éclatantes. Si l'aspect quelque peu usé de l'objet semblait constituer un élément important pour en évaluer la valeur, le prix et le processus de marchandage lui-même servaient aussi à produire du sens et à construire une certaine image de l'objet discuté. Le fait

⁹⁶ *“Volevo comprare un thangka, ne ho visto uno piccolino, un gioiellino. Ma poi mi sono preoccupata, perché mi hanno detto che magari poi si hanno problemi alla frontiera, se è qualcosa di vecchio”*. *“Eh, è difficile. Quello che avevo visto era un po' vecchio. Non tanto penso, magari 20-30 anni. Poi anche il prezzo mi ha insospettito un po'”. Era partito da 50 dollari ed ero riuscita a tirarlo fino a 25. [...] Non mi piaceva la cornice, era brutta, allora lui mi ha detto che potevo cambiarla in tale negozio. Ci sono andata e mi hanno fatto vedere altri thangka, ma nuovi, appena finiti di dipingere. Gli ho detto che non mi piacevano e gli ho chiesto se non avevano qualcosa di più vecchio, di più usato, non così nuovo, non con i colori quasi fluorescenti. Allora mi hanno detto che i vecchi thangka non si possono portare via, che avrei avuto problemi alla frontiera. Allora mi son spaventata e mi son detta, “meglio lasciar perdere”*. *Poi neanche il negoziante mi stava simpatico, uno del Kashmir. Ci sono stata in Kashmir e ho conosciuto quella gente. Non mi piacciono, è gente che non mi piace, allora ho lasciato perdere”*.

que Giulia avait réussi à faire réduire de moitié le prix initial avait d'une certaine manière remis en cause la valeur authentique de l'objet et contribué à faire naître en elle le doute et la suspicion.

Tout en façonnant une image de cet objet, le discours de Giulia construisait également une image de soi. Ses propos au sujet des relations et des marchandages avec les commerçants, produisaient l'image de quelqu'un qui connaissait bien ces gens, qui ne se laissait en aucun cas arnaquer, et qui au moindre soupçon préférait plutôt renoncer. Cela pouvait également constituer une réponse à la question de Ludwig, qui insinuait des doutes quant aux capacités de Giulia à ne pas se faire avoir en achetant par exemple du neuf (du faux ancien) pour de l'ancien (du vrai ancien). Le refus des *thangkas* tout neufs aux couleurs fluorescentes, fournissait l'image de quelqu'un qui avait du goût, qui préférait le naturel à l'artificiel, et qui d'une manière plus générale n'achetait pas n'importe quoi. Enfin, ses propos produisaient également une image d'elle-même en tant que personne consciente et responsable, qui préférait éviter tous les ennuis pouvant découler d'une exportation clandestine d'antiquités. Elle dissipait par là d'éventuels doutes et observations quant à son respect de la légalité et à sa rectitude morale.

En plus de cette image valorisante d'elle-même, son discours produisait aussi une autre image déjà rencontrée auparavant, et qui concernait le commerçant avec qui elle avait eu à faire et, plus généralement, tous les commerçants du Kashmir. Ses affirmations acquéraient d'autant plus de légitimité et de poids qu'elle disait avoir été dans cette région et avoir connu ses habitants. Sans nous fournir beaucoup d'explications – comme si nous devions comprendre d'emblée ce à quoi elle faisait allusion –, elle confessait que les gens du Kashmir ne lui plaisaient pas, et que cela avait d'ailleurs renforcé sa décision de ne pas acheter le *thangka* en question⁹⁷.

⁹⁷ Je trouve très pertinentes les considérations de Schutz rapportées par Rogers: “Schutz (1967, p. 81) emphasized the resourcefulness of sense-makers in the everyday worlds. He noted that “ordinary” people in every moment of <their> lived experience light upon past experiences in the storehouse of <their> consciousness. <They> know about the world and ... know what to expect. ...The <person> in the natural attitude “has” ... a stock of knowledge of physical things and fellow creatures, of social collectives and of artefacts, including cultural objects. He <or she> likewise “has” syntheses of inner experience. Among these are to be found judgment contents (or propositional contents) which are the result of ... previous acts of judgment. Here also are

La discussion entre Giulia, Ludwig et moi, a pris ensuite un caractère plus général qui a produit du sens et façonné des savoirs-recettes sur les *thangkas* et les *pashminas*. Alors que nous parlions des caractéristiques concernant l'aspect et la facture des *thangkas*, Ludwig nous a dit: “*They told me that a good thangka has to have the lines very close one to each other, very thin done, and clear. The colours have to be clear, and the paintings must have lots of details. [...] But how to know which is old and which is new? Which is with mineral colours and which is with pastel?*” Si ses propos témoignaient de la possibilité de se construire des repères à partir des caractéristiques extérieures d'un *thangka*, ils mettaient aussi en évidence la difficulté d'évaluer d'autres aspect tout aussi importants lorsque il s'agissait d'estimer la valeur authentique d'un de ses objets pour ne pas se faire arnaquer.

Au cours de mon voyage, j'ai moi-même été souvent poussé à me renseigner sur l'aspect extérieur d'un objet ou sur les techniques utilisées pour le fabriquer afin d'acquérir des connaissances et des repères dans le domaine du commerce de biens matériels. A Delhi, à la fin de notre voyage organisé par exemple, avant de nous séparer, j'avais demandé à Martin, notre accompagnateur, de passer voir dans ma chambre les objets que j'avais achetés quelques semaines auparavant à Leh (fig. 9).



Figure 9. Objets achetés à Leh

to be found all products of the activity of the mind and will. Schutz thus credits the individual's experiences a great deal." (Rogers 2000: 374)

Pour différentes raisons, il m'intéressait d'avoir son avis d'expert dans la matière. Que pensait-il de mes achats? Dans quelle mesure avais-je été arnaqué? Les matériaux utilisés pour la fabrication des différents objets achetés correspondaient-ils à ce que m'avaient dit les commerçants? Quels objets étaient vraiment traditionnels et quels autres avaient été au contraire fabriqués pour les vendre aux touristes? C'était des questions qui m'interpellaient à ce moment-là et auxquelles je voulais donner des réponses pour construire des repères en vue de mon proche séjour au Ladakh. En examinant les différents objets que j'avais étalés sur un lit, selon Martin les plaquettes qui composaient le collier avec les huit symboles bouddhistes, censées être en os de yak d'après les dires de celui qui me les avait vendues, étaient très probablement en résine synthétique ou en polyester, et il en allait de même pour les rondelles composant un rosaire bouddhiste et pour un petit moulin à prières. Ce dernier ne contenait d'ailleurs même pas un fac-similé du rouleau en papier avec les 10000 prières qui devaient donner son sens à cet objet: il était carrément vide. Il y avait de fortes chances pour que les pierres décorant un autre petit moulin à prières soient fausses, en outre on me l'avait vendu pour pur argent alors qu'il n'était sûrement passé que par un bain d'argent. Le *singing bowl* tibétain décoré de quatre symboles bouddhistes, qui m'avait coûté une petite fortune, portait de toute évidence les marques d'un tournage industriel, ce qui diminuait sa valeur. Enfin, ce que j'avais acheté comme étant un vieux masque en bois, et qui sur le moment m'avait semblé très bon marché, avait très probablement été vieilli tout récemment pour plaire à des touristes fascinés par la patine du temps. A la suite de ces explications, mes objets acquéraient pour moi un sens nouveau. Je les avais considérés authentiques – en raison surtout de leur aspect naturel, artisanal, unique, local ou ancien – et ils basculaient vers l'inauthenticité; que j'attribuais plutôt à l'artificiel, l'industriel, la série, le global, le nouveau et tout ce qu'on fabriquait pour les touristes. La construction de l'authenticité de ces produits, à laquelle avaient beaucoup contribué les discours des commerçants qui me les avaient vendus, était relayée par une construction verbale de leur inauthenticité.

J'ai vécu à d'autres reprises ce procédé consistant à faire s'exprimer des tiers sur ses propres achats; des gens demandaient des éclaircissements sur des objets à des personnes auxquelles ils faisaient confiance et qu'ils considéraient relativement expertes en la matière. Aux nombreuses discussions autour des caractéristiques que devait avoir un objet pour être

considéré comme vrai et authentique, s'entremêlaient des discussions qui aboutissaient au façonnement de repères sur le prix réel et la valeur réelle de tel ou tel produit.

Je cite un cas: des jeunes gens qui venaient d'acheter des colliers dans un magasin de Leh ont questionné la fille des propriétaires de la pension où ils logeaient (et où je logeais aussi) à propos de l'authenticité des coraux et des turquoises qui décoraient leurs nouveaux bijoux. J'étais assis juste à côté d'elle, qui était en train de travailler, lorsque l'un d'entre eux lui a montré les colliers: *"This is real?"*. Avec une tranquillité, une sûreté et une rapidité qui n'a certainement pas manqué de perturber et déstabiliser les jeunes gens, elle leur a répondu: *"No, no. This no real"*. Et eux, frappés: *"What! No real?"*. Leurs expressions ont passé de l'incrédulité à une certaine rage. *"No, no, I know this. If real, very expensive"*, a continué la jeune femme. Un des garçons, espérant peut être qu'elle revienne sur ses propos péremptaires, a encore insisté: *"I payed for this more than one thousand rupees! No real? Sure? Because we will go back to the shop!"*. Elle n'a fait que confirmer ce qu'elle venait de leur dire: *"No, no. If real, this one eighty thousand"*. Ils sont alors partis d'un air sombre, très probablement vers le magasin du commerçant qui les avait apparemment arnaqués.

Ce dernier exemple montre encore une fois le poids que pouvaient acquérir des considérations sur la valeur et le prix de certains objets pour produire du sens et élaborer des repères lorsque, face au doute, il s'agissait de trancher entre le vrai et le faux, le réel et le non réel, l'authentique et l'inauthentique. L'autorité des propos d'une indigène avaient sans doute joué un grand rôle dans ce processus d'authentification (cf. note 55).

La valeur et le prix de certains objets pouvaient également donner lieu à la construction d'images d'un authentique soi, comme cela a été le cas au cours d'une conversation avec Kazuko. Nous marchions côte à côte sur la route qui allait de Changspa au centre ville de Leh. Me montrant le T-shirt qu'elle portait, Kazuko m'a dit: *"I bought this yesterday. Only 160 rupees, local price."* Ses propos signifiaient qu'elle avait acheté son T-shirt à un prix local. L'expression *"local price"* impliquait l'existence d'un autre prix – gonflé et inauthentique – réservé aux non-locaux, c'est-à-dire essentiellement aux touristes – ce n'était pas son cas. Ses propos tendaient à la rapprocher des locaux et à l'éloigner des touristes. Elle produisait ainsi l'image d'un authentique soi.

Lors d'interactions verbales à propos de certains biens matériels il était fréquent d'entendre des considérations concernant tout à la fois l'aspect, la facture et le prix de certains objets. C'est le cas du prochain exemple, qui va également me permettre d'exprimer quelques considérations plus générales sur la construction de mon rôle d'enquêteur et de chercheur dans certains contextes d'interaction.

Un jour, très tôt le matin, je me dirigeais avec beaucoup de monde vers la gare d'autobus de Leh. Nous allions assister à une cérémonie religieuse bouddhiste dans un village voisin. La cérémonie devait être tout à fait exceptionnelle grâce à la présence du jeune Karma-pa⁹⁸. Sur le chemin, j'ai rencontré Jérôme et Bob, qui s'y rendaient aussi. Alors que nous marchions côte à côte, Jérôme égrainait un rosaire qui me paraissait assez semblable à celui que j'avais acheté quelques semaines auparavant. Je lui ai dit: *"Nice rosary"*. *"Yes, it's a nice one"*, m'a-t-il répondu. *"What is it made of?"*, ai-je continué. Sa réponse: *"Yak bone"*. *"How much was it?"*⁹⁹, l'ai-je interrogé. *"Hundred fifty, normally eighty, but this one was the nicer one and I wanted to get it. Yeah, it's yak bone, and it's a bit old, so I liked. Just it's small, you can't put it around your neck, so it's a bit difficult"*, m'a-t-il expliqué. Je lui ai encore demandé: *"And, where did you get it? The rosary. In the Main Bazaar?"*. Un peu ennuyé par mes questions quelque peu impertinentes et inopportunes dans le contexte où nous nous trouvions, il a mis fin à la conversation par un: *"Ah, you can get it everywhere"*. Mes questions visaient surtout à le faire parler de son rosaire car – en particulier suite aux explications que m'avait données Martin à Delhi – j'avais l'impression de connaître les envers du décor et les secrets qui en démasquaient la prétendue authenticité (que j'avais alors admis au vu surtout de son aspect ancien, unique et de sa confection artisanale à partir d'os de yak). J'étais assez conforté d'entendre que Jérôme avait élaboré une image de son rosaire tout à fait semblable à celle que je m'étais construite moi-même à l'époque. En même temps, comme j'avais l'impression de connaître la vérité sur ces rosaires et dans l'optique de celui qui sait dévoiler les apparences, j'étais aussi satisfait de pouvoir déconstruire sa construction valorisante. En effet, en ma

⁹⁸ Une de figures centrales du bouddhisme tibétain contemporain, qui n'était jamais venue au Ladakh auparavant.

⁹⁹ Il est à remarquer que - captivé surtout par les explications détaillées du commerçant qui me l'avait vendu à propos du contrôle direct qu'il exerçait sur la fabrication de ces rosaires (qu'il disait d'ailleurs avoir lui-même introduit au Ladakh), de leur production rigoureusement artisanale, des matières premières dont ils étaient faits,

qualité de “chercheur averti” qui se distinguait de plus en plus des “touristes dupes” – c’était une des images de moi que je m’étais progressivement façonnée – je me considérais désormais en mesure de démasquer ce type de construction et d’images de l’authenticité. Aujourd’hui, dans une optique plus constructiviste, je pense plutôt que chacun de nous avait élaboré sa propre réalité. Du moment où les deux images du rosaire – tant celle de Jérôme que la mienne – sont des constructions, mon optique déconstructiviste de dévoilement, de révélation d’une réalité cachée derrière les apparences, ne se justifie pas. Je trouve en revanche plus intéressant de considérer que lors de cette conversation Jérôme et moi avons tous deux construit une réalité au sujet de ce rosaire. Jérôme façonnait l’image d’un objet unique, fabriqué à partir d’une matière naturelle locale, l’os de yak, un peu ancien même, c’était le plus beau de tous. Du reste, son prix légèrement supérieur à celui des autres confirmait son caractère particulier, et le situait hors de la norme. L’ancienneté d’un objet jouait souvent le rôle de plus value dans les discussions sur l’acquisition de biens matériels. Elle devenait une garantie du caractère unique, artisanal et authentique de l’objet en question, et s’opposait au sériel, au standardisé, à l’industriel et à l’inauthentique associé aux objets nouveaux à l’usage des touristes.

La signification qu’avaient ces objets pour les indigènes était un élément ultérieur qui émergeait parfois lorsque quelqu’un parlait d’objets acquis ou à acquérir. Ces constructions discursives exaltaient par exemple la signification religieuse de certains biens matériels, ce qui les plaçait en quelque sorte au-dessus de la sphère marchande.

En discutant avec trois jeunes gens – Laura, Michela et Giovanni, âgés d’une trentaine d’années – à l’Asia Guest House, où nous séjournions les quatre, j’ai été interpellé à propos d’un objet que je ne connaissais pas, le *dzo*. On m’a expliqué: “*C’est un collier, avec une pierre qui a aussi une signification religieuse. Elle peut être en pierre, en os, [...] On nous a balancé de ces prix! [...] On nous a dit que la cordelette doit être rouge, et non pas noire, parce que noir c’est la couleur de la mort. [...] Le rouge est lié à la religion*¹⁰⁰”.* Ces discours contribuaient à produire du sens et à façonner une image tout à fait particulière de cet objet.

de la signification des différents éléments qui les composaient,... - j’avais payé mon rosaire à peu près 900 roupies.

¹⁰⁰ “*E una collana, con una pietra che ha anche significato religioso. Può essere in pietra, in osso,.... [...] Ci hanno sparato delle cifre! [...] Ci hanno detto che la cordicella deve essere rossa, non nera, perché nero è il colore della morte. [...] Il rosso è legato alla religione.*”

En premier lieu il s'agissait d'un collier, donc d'un objet qui pouvait être employé en guise de parure, mais qui possédait de surcroît une signification religieuse. La cordelette à laquelle on le suspendait devait être rouge, une couleur liée à la religion. Il fallait par contre éviter la couleur noire, associée à la mort. Ces propos contribuaient à construire une histoire, à produire de la culture autour de l'objet dont nous discutions, à élaborer certains traits du monde dont il était issu, auquel il était ainsi intégré. Cela authentifiait ces produits, les *dzo*, les situait dans une histoire locale, les désançrait d'une certaine forme d'anonymat global en les liant à une culture spécifique (produite au cours du même processus). Le fait que mes interlocuteurs soulignaient que le prix avait été un coup de fusil, renforçait cette construction d'un objet authentique tout à fait spécial et particulier, presque sans prix.

Les exemples d'interaction verbale cités plus haut, généralement assez sérieux, façonnaient surtout des images valorisantes des objets acquis. Néanmoins – tout comme dans les discussions à propos d'hébergement et de nourriture – les performances verbales au sujet des biens matériels élaboraient parfois aussi une réalité où l'ironie, la dérision, la caricature burlesque et le ludique acquéraient une place plus prépondérante.

- ... c'est n'importe quoi: la place du ludique dans les récits.

Voilà un clair exemple de registre ludique et dérisoire lors d'une discussion. Pavel et Igor étaient deux jeunes que j'ai rencontrés au Ladakh Festival, où se tenait – au moment de notre conversation – un spectacle de danse et de musique traditionnelles. Ils se sont mis à me raconter qu'ils avaient donné des photos à développer dans un laboratoire de Leh. Pavel a souligné d'emblée: "*It's called laboratory*", ce qui pour lui n'était donc pas forcément le cas. En voyant les photos exposées dans le magasin, ils s'étaient dit: "*Not so bad*", et ils avaient décidé d'y faire développer les leurs. Lorsqu'ils ont commencé à parler des résultats du développement, ils se sont mis à rire, et moi aussi. La façon dont ils élaboraient leur récit contribuait à lui donner la tournure d'une mésaventure tragi-comique¹⁰¹. Après les éclats de rires, qui ont continué à entrecouper son récit, Pavel a parlé du résultat obtenu: "*Everything*

¹⁰¹ Cependant, cet aspect comique de la chose n'aurait probablement pas émergé si j'avais dû à mon tour parler à quelqu'un d'un éventuel endommagement irréparable de mes photos, qui me tenaient particulièrement à cœur et que je n'aurais en aucun cas osé faire développer sur place.

was pink, or with some contrasts, or just terrible. [...] And it's so bad, because the film [...] he was just sitting there¹⁰² with it in his hands, so that it's fingerprints, and there is stipes, because of dust and everything. [...]” Finalement, leur discours peignait leur expérience comme une faillite totale. Apparemment, la qualité des photos développées était nulle et leurs négatifs avaient été endommagés de façon irréparable. Ils se dépeignaient comme des gens qui s'étaient fait avoir, en fort contraste avec les images d'un authentique soi façonnées dans la plupart des exemples cités plus haut. Ce que Pavel et Igor élaboraient, c'était plutôt l'image de quelqu'un qui savait se moquer de ses propres mésaventures, qui ne prenait pas les choses trop au sérieux, qui préférait s'amuser et saisir le côté comique de sa situation plutôt que de récriminer avec ressentiment. Quant au bien matériel en question, les photos, l'image qui en était construite relevait à son tour essentiellement de la dérision et la ridiculisation. Les produits étaient ratés, et ce caractère négatif avait été souligné avec humour, ce qui était rarement le cas lors d'interactions verbales à propos de biens matériels. Néanmoins, ces photos-objets pouvaient très bien jouer le rôle d'authentiques souvenirs du voyage pour Pavel et Igor, qui en avaient élaboré une histoire unique et originale. Cette histoire, qu'ils n'avaient pas hésité à me raconter, incluait également les constructions d'une réalité plus large comprenant notamment le laboratoire de photographie et les gens qu'y travaillaient. Tout un monde était donc façonné et prenait progressivement forme sous le signe de l'humour et de la plaisanterie.

Ce dernier exemple donne un éclairage de l'hétérogénéité des procédures par lesquelles des touristes produisaient du sens lors de leurs interactions verbales, ainsi que de la diversité des réalités qui en découlaient. Cela prouve une fois encore, et bien qu'un certain nombre de régularités et de tendances prédominantes soient mises en évidence, qu'il convient d'éviter les analyses trop généralisantes, simplistes, réductrices, et qui négligeraient la créativité et l'imprévisibilité de certaines performances verbales.

¹⁰² Il faisait référence à un employé du magasin.

4. L'AUTHENTICITE MISE A L'EPREUVE DES INTERPRETATIONS ET DE LA REFLEXIVITE DES TOURISTES: L'EXEMPLE DU LADAKH FESTIVAL

4.1 Présentation du Ladakh Festival et éclairage sur les pratiques observées



Figure 10. Affiche du Ladakh Festival

Le Ladakh Festival a été créé il y a une dizaine d'années environ sous les auspices du Tourist Department de l'état du Jammu and Kashmir (Rizvi 1996: 194)¹⁰³. D'une durée

¹⁰³ A propos du Ladakh Festival, Rizvi écrit en particulier que: "[...] this was conceived as an extension of the traditional village archery festivals, with their interludes of dancing and chang-drinking; while it has grown in scale over the years, it remains decentralized with its organisation mostly in the hands of village committees. The Tourism Department confines its part in the Festival to publicity and some founding; it may not be too far off the mark to think of it as a patron of culture, its role analogous to that of the kings of old. The Festival's success is measured less in the number of tourists who attend the various events, than by the extent of local participation. Of the local enthusiasm there can be not the slightest doubt. In 1995, the various events were spread over five villages in the immediate vicinity of Leh, as well as more distant places [...]. The number of local people

d'environ deux semaines, il s'est déroulé jusqu'ici presque toutes les années entre août et septembre. Dernièrement, sa date a été avancée aux deux premières semaines de septembre, apparemment pour profiter davantage de la saison touristique (Guide EDT 2000: 359) qui à cette période touche à son terme. Les événements y sont nombreux et disparates, comme en atteste le programme (annexe F). Pour donner une idée succincte de la façon dont ce festival est présenté dans des sources écrites destinées en particulier aux touristes, je trouve intéressant de rapporter quelques bribes extraites de la version italienne du guide Lonely Planet, ainsi que la promotion qu'en fait par le Ministère du Tourisme du Gouvernement indien dans une de ses publications:

“Néanmoins, il s'agit d'une fête à laquelle il ne faut pas manquer d'assister et qui est célébrée dans tout le Ladakh par de pittoresques exhibitions de danse, rencontres sportives, cérémonies et expositions. Leh est le centre des événements. La fête commence par un cortège spectaculaire qui se déroule dans les rues principales de Leh: moines habillés de tuniques jaunes et orange, groupes d'archers, équipes de joueurs de Polo et réfugiés tibétains résidant à Choglamsar défilent orgueilleusement dans leurs costumes traditionnels, les hauts et vifs chapeaux appelés *perak* et chaussures *papu* dont la pointe se relève. Le défilé culmine par une série de manifestations de culture traditionnelle qui durent toute la journée sur le terrain de Polo de Leh. [...] Danses masquées, sérieuses et hypnotiques exécutées par des moines, danses frivoles et joyeuses des gamins se succèdent tout au long des deux semaines. Des compétitions de polo et de tir à l'arc, concerts et autres manifestations culturelles se déroulent ensuite dans tout le Ladakh. [...]” (Guide EDT 2000: 359)

“Name and details of the celebration: Folk dances, folk songs, glimpses of the cultural and seasonal events, polo tournaments, archery competitions, mask dances and theatre are performed. Historical Significance: This is a major cultural event sponsored by the Ministry of Tourism. It is held at the district headquarters as well as all block headquarters. It is a fifteen days' celebrations. During this festival, one can have glimpses of all seasonal events of Ladakh. Polo being a Ladakhi origin is played in its original form. An exhibition of Thangka is also held during this festival.” (Ministry of Tourism, Government of India 2000: 7-8)

C'était au cours de mon séjour à Leh du premier au onze septembre 2001 (j'ai quitté cette région himalayenne le douze pour rentrer en Suisse) que j'ai assisté à des événements

involved as performers was estimated as 7000, and the audience too were largely composed by locals. [...] Polo

proposés dans le cadre du Ladakh Festival (notamment les sept premiers jours)¹⁰⁴. Je vais donc en décrire quelques aspects à partir de mon expérience, de manière à donner une idée des différentes pratiques des touristes dans ce contexte. Les endroits dans lesquels se déroulaient les activités proposées, constituaient des espaces privilégiés pour observer les performances non verbales du public. En parallèle à une succincte présentation de certains aspects plus généraux caractérisant le Festival, je vais donc élaborer quelques considérations touchant plus particulièrement à la sphère des pratiques et des performances corporelles – ne serait-ce que pour donner un aperçu de leur diversité et montrer également la richesse et l'intérêt d'une analyse plus approfondie dans ce domaine.

Il faut mentionner que certains touristes ne fréquentaient pas le Festival. Ceux qui assistaient, le faisaient pour des laps de temps très variables. J'ai rencontré des touristes qui n'avaient assisté qu'au défilé d'ouverture, alors que d'autres se trouvaient à tous les événements auxquels j'ai participé, dans différents endroits.

Il s'agit d'expériences que j'ai faites dans des cadres et des endroits assez différents. Je distingue notamment le cadre relativement circonscrit et surveillé des performances du soir (au Buddha Jayanti park qui se trouve près du Polo Ground) (fig. 11), celui des *chams*, moins contrôlé et délimité que le précédent, (dans la cour du Chowkhang, un monastère de Leh situé aux pieds de l'ancien palais royal) (fig. 12), celui des événements ayant eu lieu dans les villages environnants (je n'ai connu que l'exemple de Phyang) (fig. 13) et enfin le cadre plus ouvert et varié du défilé d'ouverture (le long des principales rues de Leh) (fig. 14).

is an integral part of the Festival [...]” (1996: 194)

¹⁰⁴ J'ai suivi intensément la journée d'ouverture à Leh, ainsi que les premières cinq soirées (quatre soirs et un après-midi) proposées dans cette même ville. A trois reprises (le 3, le 5 et le 7 septembre) j'ai assisté au cours de la matinée aux *chams* (appelés aussi “*monastic dance*”, cf. annexe F). Enfin, le 6 septembre j'ai passé l'après midi au village de Phyang, où étaient également prévus des événements liés au Festival.



Figure 11. Ladakh Festival: une vue du site du Buddha Jayanti park



Figure 12. Ladakh Festival: une vue du site des chams, dans la cour du Chowkhang



Figure 13. Ladakh Festival: une vue du site de Phyang



Figure 14. Ladakh Festival: un moment du défilé d'ouverture

Pour caractériser et distinguer quelque peu ces différents cadres, je trouve intéressant de recourir aux notions de “enclavic” and “heterogeneous” tourist spaces” développées par Edensor (1998: 45). A propos des “heterogeneous tourist spaces” il écrit notamment les choses suivantes:

“Unforeseen assemblages of diverse static and moving elements provide surprising and unique scenes. Such haphazard features and events dis-order the tourist gaze. The flow of distracting sights negates scopic surveillance and easy visual consumption as the eye continuously shifts, alighting on changing

episodes to the left and right, far ahead and close at hand. The norms of pleurably jostling in the crowd, moreover, engender a haptic geography wherein there is a continuous touching of others and weaving between and amongst bodies. The different textures brushed against and underfoot, and the heating of one's skin from nearby stoves, render the body aware of diverse tactile sensations which interrupt concentrated gazing. The centrality of vision is also denied by the powerful combination of other stimuli. The “smellscapes” of heterogeneous tourist space are rich and varied. The jumbled mix of pungent aromas – sweet, sour, acrid and savoury – produce intense “olfactory geographies”. Equally diverse is the soundscape which combines the noise generated by numerous human activities, animals, forms of transport and recorded music, to produce a changing symphony of diverse pitches, volumes, rhythms and tones.” (1998: 58-59)

A propos des “*enclavic tourist spaces*”, je retiens essentiellement ces considérations:

““Organised” tourist spaces (especially in developing countries) are typified by their “enclavic” character. Here tourists are characteristically cut off from social contact with the local populace and are shielded from potentially offensive sights, sounds and smells.” (1998: 45) “Above all the tourist enclave is designed for gazing. Theming imposes a visual order; a predictable spectacle of few surprises [...]” (1998: 51)

Néanmoins, au delà de la subdivision quelque peu dichotomique de ces deux types d'espaces, “*much tourist space is more hybrid than might be apparent, and many tourist spaces are typified by an interpenetration of enclavic and heterogeneous elements*” (1998: 60).

A partir de ces considérations, le site du Buddha Jayanti park m'a semblé contenir l'espace enclavé le plus marquée des quatre: les autres trois, dans l'ordre, regroupaient respectivement de plus en plus d'éléments caractérisant un espace touristique hétérogène. Le caractère enclavé du premier de ces quatre sites, était surtout dû à la ségrégation entre touristes (et moines) et non touristes, ainsi qu'à la présence de gardes armées surveillant le passage d'une zone à l'autre. Il y avait un endroit surélevé couvert et fermé de trois côtés (que j'appelle dorénavant loge) avec des sièges de plusieurs types (canapés, chaises, etc.) destinés aux touristes (fig. 15). Les performances de danse, musique, etc. se tenaient à même le sol, dans une zone circonscrite (que j'appelle scène) située juste devant de cette loge. Cette scène était délimitée par une clôture à l'extérieur de laquelle se trouvaient la plupart des non touristes (fig. 11). Les speakers qui commentaient les différentes performances étaient aussi assis sur la

loge. Ils parlaient en ladakhi et en anglais, et faisaient aussi d'autres considérations¹⁰⁵.



Figure 15. Loge réservée aux touristes sur le site du Buddha Jayanti park

Néanmoins, en dépit de cette organisation assez stricte de l'espace, les pratiques de touristes variaient beaucoup et témoignaient de l'existence d'un champ des possibles assez large. Comme le remarque Edensor:

“What makes tourist performance so interesting is the meeting and contestation on the same stage of different social roles [...]” (1998: 67)

“[...] the sense of what sites symbolise may generate myriad forms of performance on a single tourist stage, in which different roles, scripts, choreographies, group formations, instructions and cues are followed. [...] There are different onstage areas, which may be the focus of the enactment of distinct dramas, and signifying objects which, semiotised by their location on stage, may be moved around, played with or ignored by particular groups of actors. All these performative processes ceaselessly reconstitute the symbolic value of tourist sites and reproduce them as dramaturgical spaces. [...] The enactment of distinctive performances specifies the relationship between tourist and place. This interaction with the environment maps out individual and group identities” (1998: 62-63)

¹⁰⁵ Au moment du Festival, je me suis particulièrement intéressé aux commentaires faits par le speaker en anglais, en essayant toujours de les enregistrer sur un magnétophone. Néanmoins, la direction qu’a prise par la suite ma recherche en a diminué la pertinence. Suite à cela, je dirais tout simplement que les nombreuses observations du speaker consistaient surtout en commentaires autour des danses et musiques présentées – qui prenaient parfois la forme de rhétoriques d’authentification - entrecoupés par des annonces de caractère promotionnel renvoyant à d’autres activités prévues dans le cadre du Festival.

Je mentionne ici quelques exemples de pratiques possibles, ne serait-ce que pour en souligner l'hétérogénéité. Comme je l'ai moi-même fait à plusieurs reprises, il était par exemple possible de rester dans l'espace plus hétérogène situé à l'extérieur de la clôture, au contact avec tous ceux qui n'avaient pas accès à la zone interne sécurisée. Tout en accédant à cette zone enclavée, il était possible de s'asseoir par terre (notamment sur les escaliers menant à la loge surélevée), ou d'opter plutôt pour un siège confortable dans la partie la plus interne de la loge. L'utilisation ou non d'appareils photographiques, de caméras, de magnétophones, de jumelles, etc. ainsi que les multiples façons de les employer élargissaient ultérieurement le champ des pratiques possibles et influençaient la manière de vivre, d'expérimenter et de produire du sens au sujet d'un moment quelconque du Festival. Alors que certains regards restaient longtemps fixés sur les danseurs ou les musiciens en action, d'autres se déplaçaient plus et passaient par exemple fréquemment des musiciens et des danseurs au reste du public.

Ce dernier aspect m'a semblé plus marqué encore au cours des *chams*. Contrairement au Buddha Jayanti park, le site du Chowkhang ne présentait pas de séparations physiques ou de délimitations spatiales nettes, et touristes et indigènes se côtoyaient très souvent l'un l'autre (fig. 12). J'ai trouvé alors très significatives les dynamiques qui se créaient au fur et à mesure que les moines avançaient dans leurs performances et les différences que j'observais d'un jour à l'autre dans les comportements de certains membres du public. Au cours d'une même matinée, et à une échelle plus réduite au cours d'un même morceau de musique et de danse, j'ai constaté par exemple les changements suivants. Si au début, les regards de la plupart des spectateurs (interposés ou non par des appareils photo, des caméras, etc.) se dirigeaient avec attention vers les moines au centre de la scène, quelques minutes plus tard, des regards se tournaient vers autre chose, notamment vers certains indigènes présents dans le public. Cette même attitude apparaissait d'autant plus clairement lorsqu'elle se combinait à la prise de photos; les personnes âgées ainsi que les très jeunes étaient les plus ciblées (fig. 16).



Figure 16. Touriste prenant une photo d'indigènes lors des chams

Si la plupart des appareils de photo se tournaient vers les moines au moment où ceux-ci apparaissaient sur scène avec de nouveaux masques et de nouveaux costumes, de nombreux touristes profitaient à la fin des *chams* pour prendre des photos d'indigènes, avant que tout le public soit parti, éventuellement en posant avec eux. J'ai trouvé aussi très intéressante une autre de ces dynamiques collectives, que j'ai observée à plusieurs reprises mais qui ne s'est pas produite tous les jours. Les deux premières fois où j'ai assisté aux *chams* (ces deux fois-là les spectateurs étaient plus nombreux), il est arrivé qu'un membre du public se place avec son appareil de photo bien à l'intérieur de l'espace où s'exhibaient les moines pour prendre des photos des musiciens à partir d'un angle particulier. D'autres personnes imitaient ces performances audacieuses (et parfois même dangereuses¹⁰⁶) ce qui occasionnait des dynamiques collectives tout à fait particulières. Du coup, il était donc possible de voir quatre

ou cinq personnes qui prenaient des clichés à partir d'une même position avant de réintégrer leur place (fig. 17). Contrairement à ce qui arrivait au Bhudda Jayanti park, la circulation à l'intérieur de ce site n'était soumise à aucun contrôle formel particulier, et plusieurs personnes se déplaçaient souvent d'un endroit à l'autre, et prenaient par exemple des photos à partir d'angles différents. C'est ce que j'ai également observé dans le cadre du Festival au village de Phyang, où les performances de danses, de musique, de tir à l'arc, etc. se déroulaient épisodiquement dans une atmosphère très décontractée et sans contraintes temporelles apparentes.



Figure 17. Touristes prenant des photos des musiciens lors des chams

Après ces quelques éclairages autour de certains aspects du Festival et du champ des pratiques possibles qui s'ouvrait aux touristes, j'aborde maintenant les performances discursives touchant à cet événement particulier.

Lors de conversations sur le Ladakh Festival, j'ai entendu assez souvent des discours qui soulevaient avant tout des questions d'authenticité. Toutefois, l'argument de l'authenticité – qui personnellement a beaucoup capturé mon attention – n'était en aucun cas le seul sujet dont les touristes parlaient à propos du Festival. Parfois les discussions touchaient d'autres aspects comme par exemple le caractère répétitif et ennuyeux des danses proposées (des observations que j'ai entendues – et élaborées aussi – à plusieurs reprises).

Dans le chapitre qui suit, je m'intéresse essentiellement aux interactions verbales qui d'une

¹⁰⁶ En effet, en quelques occasions j'ai vu des gens risquer d'entrer en collision avec les mouvements d'un des moines présents sur la scène.

manière ou d'une autre soulevaient la question de l'authenticité, tout en essayant de mettre en évidence le caractère émergent, dynamique et contextuel de ces constructions. J'accorde en effet une attention particulière à la réflexivité des interlocuteurs impliqués dans l'interaction et à leur engagement actif dans l'interprétation des événements proposés au Ladakh Festival.

Après avoir abordé les discours qui constatent l'authenticité – voir plus souvent l'inauthenticité – des événements festivaliers (4.2.1), je traite des performances verbales qui façonnent une authenticité que je qualifie de partielle et sélective et qui contribuent à souligner la réflexivité des interlocuteurs (4.2.2). J'aborde ensuite la capacité de certaines personnes à changer de regard, à questionner des situations et à reformuler de l'authenticité en fonction du contexte donné (4.2.3). J'introduis finalement, à partir de quelques exemples concrets, la notion de sincérité (Taylor 2001), en la mettant notamment en parallèle avec celle d'authenticité (4.2.4).

4.2 L'authenticité fragmentée, redéfinie et transcendée par des touristes réflexifs

4.2.1 Authenticité/inauthenticité du Ladakh Festival

Je commence par un exemple de valorisation et d'authentification du festival pour passer ensuite aux discours – beaucoup plus fréquents – qui produisent plutôt de l'inauthenticité.

Je savais que le premier jour du festival, tôt le matin, les différents groupes d'artistes, musiciens, danseurs, etc. qui allaient s'y exhiber, se rassemblaient auprès de la Lamdon School, située aux abords de Leh. Ils partaient en une sorte de défilé en direction du Polo Ground, où se tenait l'ouverture officielle et formelle de l'événement. Je me suis rendu à cette école, et j'ai été très impressionné par les centaines de personnes en train de faire les derniers préparatifs, de danser, de jouer de la musique (fig. 18).



Figure 18. Rassemblement des protagonistes du Ladakh Festival auprès de la Lamdon School de Leh

C'est dans cette ambiance très animée et vive que j'ai rencontré Sophie, une des personnes avec lesquelles je venais de rentrer de la vallée de la Nubra. Avec elle, Liliane et Denis, nous devions nous retrouver un peu plus tard dans un endroit d'où nous pouvions voir défiler les groupes. Sophie avait l'air aussi impressionnée que moi par cette atmosphère festive pleine de mouvements, de couleurs, de sons, etc. Notre caméra prête à l'emploi, nous nous promenions librement dans cette foule hétérogène de personnes et de groupes, et lorsque nous nous sommes rencontrés, nous avons partagé des considérations enthousiasmées, Sophie m'a dit: *“Heureusement qu'il y a encore des trucs traditionnels comme ça. [...] C'est leur vie. [...] C'est génial, j'adore cela”*. Ses propos produisaient une image du traditionnel et de la vie authentique de ces gens – des éléments qu'elle valorisait beaucoup. Le mot *“encore”* dénotait en plus une certaine nostalgie pour un passé et une vie dont ils ne restaient désormais que des traces, telles que celle qu'on était en train de vivre.

Néanmoins, des propos aussi valorisants sur le Ladakh Festival étaient rares dans les discours que j'ai entendus. Le plus souvent les remarques tendaient à diminuer le degré d'authenticité de la manifestation et à relever son caractère touristique et inauthentique.

J'avais déjà entendu de telles considérations à propos des représentations de danse données par des indigènes bien avant que j'assiste au Ladakh Festival. Lors de ma première rencontre

avec Judith et Dror, je leur avais demandé s'ils avaient déjà assisté aux spectacles de danse que la Artists Society of Leh et la Cultural and Traditional Society organisaient chaque soir à Leh. Après avoir saisi ce à quoi je me référais, Dror m'a demandé: *“But it's authentic one? Done by Ladakhis?”*, et Judith: *“But they do it for the tourists or for themselves?”* Ces deux jeunes gens mettaient en doute l'authenticité des danses dont je venais de leur parler. Judith établissait un clivage entre un spectacle préparé exprès pour les touristes – manifestement inauthentique et dévalorisé – et des danses faites par les Ladakhis pour eux-mêmes – authentiques et valorisés. Une union entre les deux genres semblait inconcevable.

Cette référence au touristique et à l'enjeu de l'authenticité a, par la suite, très fréquemment émergé lors de conversations autour du Ladakh Festival. Cela a été notamment le cas lors d'une courte conversation que j'ai eue avec Bruno, un jeune Suisse rencontré à la gare d'autobus de Leh. Lorsque, au cours de notre discussion, j'ai soulevé la question du Festival, il m'a vite fait savoir avec un ton qui traduisait une certaine aversion: *“Ah. I don't like to go. [...] With lot's of tourists taking pictures [...]. It's not my stuff.”* L'image qu'il élaborait du Ladakh Festival était donc très négativement connotée, la présence de beaucoup de touristes qui prenaient des photos semblait particulièrement l'irriter et il s'en distanciat nettement. Ce festival pris d'assaut par les touristes et leurs appareils photo, n'était donc pas sa tasse de thé (lui qui par ailleurs désirait se diriger prochainement dans un endroit peu touristique situé au sud de Goa).

J'ai entendu des discours semblables à maintes reprises; ils faisaient ressortir l'aspect touristique du festival et tendaient à en diminuer sa valeur, à en produire une image artificielle et peu authentique. Au cours de ma première rencontre avec Michiko, Gianluca et Moira, nous rentrions du Festival, et j'ai demandé aux jeunes Italiens: *“Sinon, le festival. Vous l'avez vu un peu ces jours?”**. *“Eh, bon, deux jours,”** m'a répondu Gianluca. *“Oui eh. Qu'est-ce que vous en dites?”**, ai-je poursuivi. *“Eh. Un peu touristique”**, a rétorqué Gianluca, et son enthousiasme était vraiment limité. *“Eh, quand même, oui. Il est fait exprès¹⁰⁷”**, ai-je conclu, et nous ne sommes plus revenus sur cet argument. Il était un peu touristique, a été leur unique commentaire, ce qui ne les avait pas empêché d'y assister les deux premiers jours. Leur

discours posait ainsi un cadre général sur ce qu'ils avaient vu. Je trouve très pertinentes les remarques d'Edward Bruner, lorsqu'en référence aux trois sites africains qu'il a étudiés et à son concept de “*questioning gaze*”, il écrit:

“[...] some tourists apply a frame to the activity of sightseeing and to everything else that occurs within the tour. A well-travelled tourist, for example, once whispered to me as we were about to watch a performance, “Here comes the tourist dance.” It made no difference to her what particular ethnic dance was on display, except that it was presented within a touristic frame. It was a tourist dance, period.” (2001: 902)

Le discours de Gianluca n'allait peut être pas si loin dans le mise en avant du cadre touristique qui selon lui caractérisait le Ladakh Festival, il n'en reste pas moins qu'un cadre général était posé par le biais de ses propos.

La plupart des manifestations du Festival se tenaient dans la ville de Leh, mais certaines activités étaient délocalisées dans d'autres villages du Ladakh. Dans le village de Phyang, dans le cadre du “*Traditional village archery and cultural show*” (annexe F), j'ai entendu d'autres discours sur la question de l'authenticité. Un groupe de touristes un peu plus âgés de ceux avec qui je discutais d'habitude, venait d'arriver sur les lieux, et plusieurs d'entre eux ont commencé à prendre des photos des indigènes présents sur la scène (des archers, des femmes en train de manger, etc.) (fig. 19).

¹⁰⁷ “*Se no, il festival. L'avete visto un po' in questi giorni?*” “*Eh vabbé, due giorni*” “*Si eh. Come vi è sembrato?*” “*Eh. Un po' turistico*” “*E, quand même, sì. E fatto apposta cioè*”



Figure 19. Touristes prenant des photos dans le cadre du Ladakh Festival à Phyang

Une équipe de télé indienne filmait, n'hésitant pas à donner des indications aux indigènes quant aux figures qu'ils devaient exécuter ou aux attitudes qu'ils devaient adopter (se mettre dans tel endroit, tenir telle position – tendre l'arc vers le ciel par exemple -, rester sérieux, etc.). Me trouvant auprès de deux touristes du groupe susmentionné, j'ai entendu leur conversation. *“Tu vois, il y a un mec à moi, il était là il y a vingt ans. Il m'a dit qu'ils [les Ladakhis] faisaient la récolte dans leurs champs avec les chapeaux et tout, les turquoises [sur leur chapeau]. Et maintenant tu vois, il y a la télé.”* D'un air assez préoccupé, son interlocuteur lui a demandé *“Ah, c'est pour la télé qu'ils font cela?”* A cette question qui jetait des doutes autour de l'authenticité de ce qui leur était proposé, l'interpellé a répondu: *“Non, bon. Ca fait traditionnel, mais tu vois, après deux heures....”* Au cours de cette conversation un passé plus spontané et authentique avait tout d'abord été évoqué. Probablement, la question du deuxième touriste poussant trop loin la construction d'une situation inauthentique, le premier interlocuteur essayait d'atténuer l'image dévalorisante d'une sorte de mise en scène cinématographique. Il était revenu à une image du traditionnel, ce qui n'empêchait pas de mentionner le risque d'en avoir assez après deux heures.

Un autre exemple intéressant concerne une conversation avec un garçon que j'ai rencontré sur Changspa Lane. Je lui ai demandé ce qu'il pensait du Festival. Il m'a répondu que c'était joli, néanmoins il a comparé ce festival à ce qu'il avait vu quelques jours auparavant à Tikse. Il m'a

raconté que dans ce petit village – à l'air libre et avec un public très peu nombreux – il avait vu des gens “*with their best dresses, like in the Festival ...*” et il a ajouté “*... and it's really authentic thing.*”. Cette dernière phrase laissait entendre qu'il n'en était pas de même pour le Ladakh Festival. Ses propos distinguaient entre ce qu'il avait vu à Tikse – et qui était vraiment authentique – et le festival qui se tenait en ce moment à Leh. Avant qu'on se quitte il m'a annoncé qu'il allait assister le soir même à une représentation du Festival, ce qui montre que son authenticité problématique n'impliquait pas un rejet catégorique.

Après ce sous-chapitre consacré à des considérations assez générales quant à l'authenticité, j'aborde des performances discursives qui en produisent des images plus sélectives et partielles, et qui concernent en particulier les costumes portés par des gens du Ladakh dans le cadre du Festival. Ces constructions verbales ne font que souligner ultérieurement la réflexivité dont faisaient preuve beaucoup des touristes que j'ai rencontrés, leur capacité à faire la part des choses, à mettre un cadre autour de ce qui était vécu tout en gardant intactes des images fragmentées de l'authenticité.

4.2.2 Constructions d'une authenticité partielle et fragmentée

Lors de discussions concernant le Ladakh Festival et d'autres performances de danse et musique (spectacles organisés par exemple par la Artists Society of Leh et la Cultural and Traditional Society et que j'ai mentionnée précédemment), j'ai souvent entendu des discours valorisants à propos des costumes que revêtaient les protagonistes de ces manifestations. Pour certains spectateurs, cet élément positif justifiait presque à lui seul le fait d'assister à ces événements.

Michela (une des deux jeunes Italiennes qui, avec Giovanni, m'avaient raconté du *dzo*) m'a parlé de ces costumes qui compensaient, selon elle, ce qu'il y avait d'inauthentique dans le Ladakh Festival. Nous mangions tous les trois – Laura, Michela et moi – notre petit déjeuner à l'Asia Guest House quand la discussion est tombée sur le Festival. C'est Laura qui a commencé en nous disant qu'elle était allée voir le Karma-pa, quelques jours auparavant. “*Là c'était beau, quand est arrivé le Lama, eh. [...] Puisque le festival est un peu faux*”*. Michela est alors intervenue: “*Bon, moi j'y vais pour voir les costumes. C'est-à-dire, ça fait rien même*

si c'est un peu faux, leurs costumes sont ceux-là, ils sont vrais^{108,*}. Simultanément, ces propos élaboraient une image dévalorisante du Festival – un peu faux, inauthentique – et produisaient de la valeur à propos des costumes – vrais et authentiques. D'une certaine manière, le clivage était fait entre différents éléments, le côté quelque peu faux du festival n'empêchant pas la présence d'éléments authentiques, que Michela, faisant preuve de réflexivité, se montrait capable d'apprécier en dépit du reste. Tout en mettant un cadre au Ladakh Festival – comme le mentionne Bruner dans l'exemple du “*touristic frame*” – la jeune fille se montrait capable de différencier son regard. Elle produisait et préservait des fragments d'authenticité à l'intérieur d'un ensemble plutôt inauthentique.

J'ai entendu des considérations très semblables à celles-ci à plusieurs reprises et dans des contextes assez hétérogènes. Cela a été notamment le cas à la Woman Alliance de Leh, dans le cadre de la discussion qui a suivi le film “Ancient Futures”. J'avais demandé à la volontaire chargée d'animer le débat ce qu'elle pensait du Ladakh Festival. Un peu hésitante, elle m'a répondu que la beauté des costumes compensait probablement le fait que le Festival était destiné aux touristes, et qu'elle avait été satisfaite de voir ces vêtements. Une fois encore, la beauté des costumes jouait en tant qu'élément compensatoire au cadre touristique et dévalorisant qui était plaqué sur l'ensemble de la manifestation.

A côté de ces constructions verbales d'une authenticité partielle réduite, je trouve intéressant de mentionner aussi des discours qui tendaient à élargir et à amplifier des foyers d'authenticité.

Je me trouvais aux *chams*, et l'espace dans lequel les moines du monastère de Korzok présentaient leurs danses n'était pas strictement délimité, le nombreux public se répartissant d'une manière assez hétérogène tout autour. Une femme qui prenait des photos de la performance qui se déroulait devant nous, irritée, s'est mise à critiquer la présence, sur le fond de la scène qu'elle voulait immortaliser, de spectateurs (qui étaient à leur tour en train d'utiliser leurs appareils photo). S'adressant à son mari: “*Ah, mais ces types doivent vraiment*

¹⁰⁸ “*Lì era bello, quando è arrivato il Lama, eh. [...] Perché il festival é un po' falso*” “*Beh, io vado per vedere i costumi. Cioè, fa niente anche se è un po' falso, i costumi sono quelli, sono veri*”.

*se placer là, ils gâchent tout le cadre, tout le panorama qu'il y a derrière*¹⁰⁹”*. D'après ses propos, c'étaient des sortes d'intrus, un élément importun. Cette situation et les considérations de cette dame s'adaptent assez bien aux observations faites par Taylor sur l'importance que peut revêtir la perception d'une culture dans son contexte – et non pas “*on stage*” (2001: 7) – pour la perception de l'authenticité. Ce même auteur ajoute que:

“In the modernist critical tradition, culture “on stage” is viewed as culture out of context, and thus as a violation of localized authenticity.” (2001: 7)

Si les costumes portés lors de ces performances constituaient pour certains un élément satisfaisant d'authenticité, ce dernier exemple montre que dans certains contextes l'authenticité du fond et du cadre où se situaient les performances pouvaient également constituer un enjeu suscitant des commentaires.

Tout comme l'authenticité peut être restreinte et réduite à des aspects particuliers, il est donc également possible de l'élargir et de l'amplifier.

4.2.3 Changer de regard, redéfinir une situation et reformuler de l'authenticité

C'est sur l'aspect non figé et dynamique des performances verbales, sur la capacité à changer de regard, à redéfinir une situation et à reformuler de l'authenticité que je mets l'accent dans ce sous-chapitre. Je prends comme exemple les interactions discursives entre Sophie, Liliane, Denis, Elad, Shiran et moi au cours de la première soirée du Ladakh Festival. J'aborde dans le détail les parties de conversations qui me paraissent les plus significatives, et qui illustrent le mieux cette interaction constante et dynamique avec le contexte, ainsi que les changements progressifs que nos discours réciproques subissent.

Nous nous trouvions tous près de la scène où se déroulaient les événements que le Festival proposait ce soir-là, mais en dehors de l'enceinte dont l'accès n'était apparemment consenti qu'à des touristes qui le désiraient ou des moines. Des musiciens avaient commencé à jouer. Nous nous trouvions donc dans un espace semblable à l’“*heterogeneous tourist space*”

¹⁰⁹ “*Ah, ma quei tipi devono proprio piazzarsi lì, rovinano tutto il quadro, tutto il panorama che c'è dietro*”.

décrit par Edensor (1998), tout en étant en bordure d'une zone plus enclavé.

Je n'avais obtenu aucune copie du programme, mais j'avais compris que ce premier soir il devait y avoir un chanteur ladakhi très connu, dont j'avais déjà entendu plusieurs morceaux en me promenant en ville de Leh. J'ai dit à Denis avec une certaine ironie: *“C'est le héros national, c'est le chanteur là, c'est le héros quoi”*. *“Il est où”*, m'a-t-il demandé. *“J'sais pas, il va sortir sur un cheval ou sur un tapis volant”*, ai-je répondu en accentuant mon ironie. Mon discours affichait une attitude ludique et dérisoire face au Festival, et contribuait à en produire une image burlesque.

Le Festival a débuté par des danses, et certains d'entre nous ont commencé à donner signe d'agacement. Elad en particulier manifestait une exaspération croissante: *“It's the same dance than this morning!”*. Je suis intervenu: *“Mais il devait y avoir la star justement”*. *“Tu crois?”*, a dit Denis. *“Mais oui, c'est ça qui était annoncé. Il y avait le mec quoi. Moi je ne pensais pas qu'ils allaient faire ça, je pensais qu'il y avait lui et puis...”*, ai-je répondu. Le contexte dans lequel je me trouvais me poussait à me justifier.

Après avoir constaté avec Denis que le programme avait été changé, j'ai ajouté: *“Alors peut être c'est les remplaçants quoi, puis. Ils vont tenir deux heures, nous entretenir avec n'importe quoi”*. *“Ca doit être pour ça qu'ils vont à ce rythme là”*, a commenté Denis en se référant à la lenteur des mouvements des danseurs. Par son image assez caricaturale des danses, Denis s'inscrivait lui aussi dans un registre ludique et dérisoire. Manifestement, nous deux n'étions pas en train de prendre le Festival au sérieux, nous en façonnions plutôt une image comique et burlesque. *“En fait c'est plus dynamique, mais là ils font...”*, a ajouté Denis, ce qui contribuait à noter un aspect quelque peu artificieux et truqué des danses en question, selon lui ralenties et réaménagées ad hoc pour l'occasion. Me référant au fait que les danseurs étaient maintenant en train de se mouvoir en rond – j'ai accentué l'ironie: *“En deux heures, en deux heures ils font un tour”*. A ce moment-là Sophie est intervenue: *“Ce n'est pas très dynamique eh”*. *“Ça donne envie de dormir”*, a ajouté Denis.

“Mais quand même, je veux dire, ils pourraient l'imaginer qu'un truc comme ça, ça ne va pas avoir beaucoup de succès”, ai-je encore dit. Du moment que je considérais que le Festival avait été préparé pour les touristes, je pensais qu'ils pouvaient offrir un spectacle plus attractif

pour ceux-ci. “Ah oui”, a ajouté Denis. Après ce constat, j’ai reconnu avec stupeur: “*Mais en fait, le plupart des gens, c’est des Ladakhis*”. Et Denis: “*Oui, je suis étonné aussi. C’est ce que je regardais avant. Ils ont l’air d’apprécier en fait*”. “Oui”, ai-je confirmé. Nos propos, relevant la présence de beaucoup de Ladakhis dans le public, affichaient en même temps notre émerveillement, et contribuaient à remettre en question l’image d’un festival que nous jugions fait exclusivement pour les touristes. Nos dernières observations mettaient en doute cette image, questionnaient notre manière de regarder et d’appréhender le festival, et recelaient un potentiel de changement et de dynamisme.

Par la suite, Denis a néanmoins nuancé ses propos: “*Je crois eh*”. Quant à moi: “*Beh. C’est en voyant comme ils étaient qu’ils arrivent à se sentir ... modernes*”. C’était le souvenir d’une lecture de James Clifford qui m’était venue à l’esprit¹¹⁰.

Denis a manifesté un certain accord avec ce que je venais de dire: “*Oui. Tu m’étonnes*”, après quoi, il a passé à autre chose: “*Domage. J’aime bien leurs chaussures. Mais, les mettre dans le sac ça va se casser*”. Il se référait aux chaussures des danseurs, il m’avait déjà fait remarquer le matin qu’elles lui plaisaient beaucoup. “*On doit se les trimballer pendant deux mois*”, avait-il encore ajouté. En faisant réapparaître cette fascination pour les costumes dont j’ai traité précédemment, les propos de Denis montrent la facilité et la souplesse avec laquelle il est possible de changer de regard et de registre de discussion.

Alors que Denis, Sophie, Elad et Shiran commençaient à manifester leur ennui par des remarques du genre: “*C’est toujours la même chose*”, et perdaient leur intérêt pour le spectacle, Liliane et moi, nous nous étions dirigés vers la zone réservée aux touristes. Des gardes armées (policiers ou militaires responsables de la sécurité) nous avaient laissé passer vers la loge qui surmontait la scène. La loge était dotée de sièges, chaises, fauteuils, canapés, mais nous nous sommes assis sur les marches de l’escalier par lequel on y accédait. Nous nous trouvions à l’intérieur d’un endroit semblable aux espaces touristiques enclavés décrits par

¹¹⁰ En effet, cette phrase était inspirée de deux passages de Clifford que j’avais employé lors de la préparation d’un sujet pour les examens de demi licence en ethnologie, et qui portait sur l’Orientalisme. Clifford écrit: “[...] *une culture moderne se constitue en permanence à travers ses constructions idéologiques de l’exotique. [...] La culture occidentale ne peut se concevoir elle-même sur le plan critique qu’en référence à des fictions du primitif.*” (1996: 269).

Edensor (1998) tout en nous tenant sur le bord. De cette position nous voyons très bien le gros du public retenu par une corde qui délimitait la zone¹¹¹.

Une nouvelle représentation a commencé et Liliane a immédiatement réagi: *“C'est les mêmes danses que cet après-midi!”*. Par moments, les instruments s'entremêlaient aux chants des danseurs où les voix féminines et masculines s'alternaient. C'était surtout durant ces espaces d'expression vocale que le public très hétérogène qui se trouvait retenu par la corde manifestait bruyamment par des sifflements, des cris, des hurlements, des éclats de rire, etc. Après un de ces moments de vacarme, Liliane a constaté: *“Ils adorent les gens eh. C'est incroyable”*. Nous étions maintenant capturés par les réactions bruyantes du public, et j'ai remarqué: *“Ils se marrent de leurs histoires”*. *“Oui, oui”*, a approuvé Liliane. *“Ils en ont rien à foutre [...] Ils aiment bien, mais, je ne trouve pas qu'ils sont dans le même esprit du truc”*, ai-je encore ajouté. Mes propos tendaient donc à marquer un décalage entre ce qui était proposé dans le cadre du Festival et les réactions du public local, qui selon moi n'étaient pas dans le même esprit.

“C'est quand même bien de ..., d'être là. Parce que déjà il n'y avait rien le soir ici à Leh”, ai-je continué à lui dire, et elle a soutenu: *“Mieux vaut être là que boire un verre? Je pense quoi”*. A ce propos j'ai ajouté: *“On pourrait faire ça toujours [...] C'est cool de voir, même de voir les gens comme ils réagissent”*. *“Ouee”*, a confirmé Liliane. D'une certaine manière, on était en train de produire du sens autour de notre présence à cet endroit, comme s'il fallait en donner une justification. Mes derniers propos dénotaient un plus grand intérêt pour les réactions bruyantes et les performances du public que pour ce qui se passait sur la scène.

Peu après le début du morceau suivant, qui me paraissait tout à fait semblable au précédent, j'ai dit à Liliane: *“Oui, mais c'est trop quoi”*. *“Oui, oui”*, a-t-elle confirmé avant que je ne poursuive: *“Je veux dire, c'est trop le contraste ... je trouve bien mais, c'est pas l'endroit quoi. Ça saute aux yeux. S'ils font ça au village un soir peut être, ça donne...”*. *“C'est autre chose”*, a continué Liliane. *“Mais là, ça ridiculise presque, je ne sais pas. En sachant que les gens-là, ils écoutent de la techno ou des trucs comme ça”*, ai-je ajouté. *“C'est clair”*, a dit Liliane. Ces

¹¹¹ J'ai remarqué que les spectateurs assis dans la loge avaient une vue surtout centrée sur la scène où se déroulait le spectacle mais qu'ils voyaient mal le reste du public. Assis sur les marches de l'escalier, nous avions donc un

discours soulevaient des questionnements et des réflexions sur la situation dans laquelle on se trouvait et dont on essayait de produire du sens. Je distinguais le sens que pouvaient avoir ces performances exécutées “*au village*” – dans un cadre que je jugeais plus conforme – et le sens qu'elles revêtaient ici. Réapparaît ici la pertinence des observations de Taylor autour de la violation d'une authenticité localisée, qui découlerait de l'image d'une culture hors contexte. Cet auteur écrit également que:

“The moment that culture is defined as an object of tourism, or segmented and detached from its indigenous sphere, its aura of authenticity is reduced. Juxtaposed against a backdrop of Western commerciality, modernity “touches” and tarnishes the prelapsarian, mythological ideal. This severing of culture from its imagined space of authenticity is accompanied by a sense of lack, or, in MacCannell's terms, “Melancholia” (1992: 19). What is missing is the context of “origin”, an ideologically-constructed space situated in a past which is always unobtainable, and hence, always absent (Stewart 1993: 23).” (2001: p. 7)

Dans mes propos, le passé auquel fait référence Taylor coïncidait avec un ailleurs représenté par le village, un espace qui, bien qu'absent dans le contexte de l'interaction verbale, restait néanmoins atteignable.

Quelques moments après nos observations critiques sur la situation dans laquelle nous nous trouvions et qui impliquaient l'idée d'une culture en tant qu'ensemble cohérent et homogène, Liliane m'a dit: “*Au moins dans ces danses on ne trouve aucune influence ... d'autre chose quoi*”. “*Oui*”, ai-je approuvé, avant qu'elle n'ajoute: “*Oui, en en connaissant d'autres où il peut y avoir beaucoup d'influences*”. Encore une fois je n'ai fait que confirmer ses propos par un “*Oui*”. Son discours, en produisant de la valeur autour des danses auxquelles nous assistions, contrebalançait d'une certaine manière nos critiques précédentes. Liliane avait ainsi produit verbalement une image valorisée de pureté, de quelque chose exempt d'influences et de taches, que j'avais à mon tour confirmée. D'après nos derniers discours, si les performances proposées dans le cadre de cette soirée du festival n'étaient pas à leur place, pas dans un contexte conforme, du moins elles étaient épurées d'influences externes.

Peu après, me référant à des personnes assises à côté de nous qui filmaient avec des caméras

champ de vue beaucoup plus vaste.

digitales, j'ai dit à Liliane: *"Ils sont bizarres avec leur télé quand même. Le mec il ne dégage pas [il ne détache pas son regard de l'écran]"*. *"Mais oui"*, a approuvé Liliane. *"Il va tout voir à travers la caméra"*, ai-je encore ajouté avant qu'elle remarque à son tour: *"Il ne profite pas du tout de la situation"*. Nos discours produisaient une image dévalorisante des personnes assises à côté de nous. Celles-ci devenaient des gens bizarres, qui regardaient tout à travers leur camera, leur télé (je me référais au petit écran qui projetait ce qu'ils étaient en train de filmer), et qui ne savaient pas vivre l'événement. En évaluant, en critiquant et en nous distinguant de ces altérités de référence, de ces autres signifiants, nous façonnions une image valorisante de nous.

Cette réflexivité et cette prise de recul vis-à-vis du reste du public qui nous entourait ont également émergé peu après, alors qu'un autre spectacle venait de commencer. Une sorte de métier à tisser avait été amené sur la scène, et une femme s'y était mise au travail, alors qu'un homme avait commencé à jouer de la flûte. Un groupe d'hommes et un autre de femmes étaient également présents sur la scène, et un grand vacarme s'élevait de temps à autre du public amassé tout autour de l'espace clos. Sur l'escalier où nous nous trouvions, dans un moment de calme après la clameur, Liliane m'a dit: *"C'est, c'est hyper cool. Il y a les mecs qui les emmerdent"*. *"Oui"*, ai-je confirmé. Son discours produisait du sens autour de ces clameurs et, en façonnant un clivage entre les protagonistes sur la scène et un public bruyant, en fournissait une interprétation. Les propos de Liliane donnaient une appréciation favorable de ces situations. Elle a poursuivi: *"Yes, c'est vrai quoi"*, et peu après: *"Mais oui parce qu'à l'école je leur apprendis comme ils vivaient au Moyen Age¹¹². Je fais la laine et tout..."*, et elle s'est mise à rigoler: *"...eh, les touristes. C'est ce qu'ils font"*. *"Ah oui."*, ai-je approuvé. Ses propos construisaient une image qui tendait à identifier les touristes à ses élèves: comme les enfants de son école en Suisse apprenaient la manière de *"faire"* la laine au Moyen Age, les touristes ici regardaient la femme qui tissait sur la scène. En produisant cette image infantilisante des touristes, Liliane s'en distanciat en même temps. Elle affichait également une attitude réflexive ainsi qu'une certaine prise de conscience vis-à-vis de l'événement que nous étions en train de vivre. Ses observations prouvaient qu'elle avait saisi différentes facettes de la situation dans laquelle on se trouvait (concernant le public qui était à l'origine

¹¹² Liliane était enseignante dans une école primaire.

des moments de vacarme, les touristes, les performances sur la scène, etc.) et qu'elle avait su les interpréter et les déconstruire. Très significatifs sont les mots de l'anthropologue Edward Bruner, lorsque à propos de la notion de “*questioning gaze*” il écrit:

“I use the phrase the “questioning gaze” to describe the tourists' doubts about the credibility, authenticity, and accuracy of what is presented to them in the tourist production. The key issue is that tourists have agency, active selves that do not merely accept but interpret, and frequently question, the producer's messages.” (2001: 899)

Le vacarme continuait au fur et à mesure que se déroulait la performance sur scène, et Liliane appréciait une nouvelle fois positivement la situation: “*Excellent, là on dirait que c'est un...*”. “*Un théâtre quoi*”, ai-je ajouté. “*Mais oui*”, a-t-elle confirmé. Notre démarche interprétative, qui avait évolué tout au long de l'événement, nous avait donc conduits à redéfinir une fois de plus la situation telle que nous la vivions, que nous jugions très amusante, et à esquisser une analogie entre ce que nous vivions et un contexte théâtral.

Néanmoins, peu après, alors qu'une nouvelle fois danse et musique avaient repris la scène, notre amusement avait cédé la place à l'ennui. Déçue, Liliane s'est remise à dire: “*Eh. Tout le temps les mêmes danses*”.

Vers la fin de la soirée, alors qu'une grande partie du public était déjà partie, un Coréen muni d'une grande caméra nous a abordés. Il nous a d'abord demandé d'où nous venions puis, s'adressant à moi son appareil allumé, il m'a demandé: “*What you think about performance?*” “*About this performance? I think it's nice but I can't appreciate so much the difference from one song to another because, maybe bring some explanation about, what's the meaning of that song or the other song, about the meaning of the costume and this things*”, ai-je répondu. Après m'avoir encore demandé combien de temps je restais au Ladakh et quel était mon nom, il s'est adressé à Liliane pour lui poser des questions analogues. “*Your opinion, what you think about this performance?*” “*Nice, but I prefer to see this dance in the village. Because, is more small, but is, Ladakhi people, it's nice*”. Notre première appréciation était donc de dire que la représentation avait été “*nice*”. Ensuite, mon discours regrettait une absence d'explications, qui auraient pu donner du sens à certains aspects des performances proposées, et relevait une difficulté à apprécier les différences entre les morceaux. Si mes propos soulevaient la question

de la compréhension du sens, ceux de Liliane réaffirmaient l'importance du contexte local. Elle mentionnait le village comme étant le contexte le plus approprié pour ces performances. A cela s'ajoutait également la présence valorisée de “*Ladakhi people*”, autochtones habitants du petit village en question. A nouveau, l'image d'un petit cadre local originaire et authentique est donc façonnée et mise en valeur au détriment du cadre du festival.

Après ce petit bilan suscité par les questions du Coréen à la caméra, Liliane et moi nous avons assisté à la dernière performance proposée sur la scène, tout en exprimant des commentaires assez dérisoires à propos de la fin assez brusque et immédiate de la soirée.

Les performances discursives produites par le groupe de personnes composé de Sophie, Liliane, Denis, Elad, Shiran et moi tout au long de cette première soirée du Ladakh Festival, montrent que l'expérience que chacun fait d'un certain événement est très dynamique, relationnelle et changeante. Bien que largement imprévisibles, certains propos et certaines images se retrouvent d'un discours à l'autre. Différents registres de conversation se succèdent, les discours fondés sur l'ironie et la dérision y jouant un rôle important.

A propos de performances qui se caractérisent par leur souplesse et leur ambiguïté, Edensor remarque:

“For where performances are more amorphous and open-ended, and scripts and actions are not tightly managed, “There is scope for lying, creative ambiguity, deliberate misdirection ... improvised codings of subversive messages” (Palmer and Jankowiak 1996: 236)” (2000: 12)¹¹³

L'hétérogénéité des discours tenus tout au long de cette soirée témoigne également de la capacité des interlocuteurs à déplacer leur regard, à redéfinir une situation, ainsi qu'à relocaliser l'authenticité d'un lieu à l'autre (dans la pureté des danses, dans le contexte villageois, auprès du public bruyant, etc.). Je trouve particulièrement intéressantes les observations que l'anthropologue Bruner fait, toujours à propos du “*questioning gaze*”, à partir de son étude de trois sites africains:

¹¹³ En traitant de performances critiques et cyniques, ce même auteur écrit également que: “[...] *tourists are carrying out critical and cynical performance which question the significance of the Taj and undermines orthodox notions about how the attraction should be gazed upon romantically and beheld with intense seriousness.*” (2000: p.12)

“At Mayers, Bomas and the Sundowner there are always doubts among the tourists about what they are “seeing”, doubts that differ from tourist to tourist, but that move beyond what has so artfully been constructed for them. The questioning gaze is a penetration of the constructedness devised by the producers, but it is also more, in a number of respects. First, there is always an unpredictability of meaning about any performance, for individuals attribute their own understandings to the event, which may not be predicted in advance, and these understandings may change over time. Second, some tourists apply a frame to the activity of sightseeing and to everything else that occurs within the tour.” (2001: 902)

Certaines observations de Tim Edensor jettent un éclairage tout aussi intéressant sur l'exemple que je viens de traiter et sur la capacité des processus performatifs – dans mon cas des performances verbales – à produire et à reconstituer constamment des significations autour de certains sites et à l'intérieur de certaines situations, ainsi qu'à ébaucher des identités individuelles ou de groupe:

“[...] performative processes ceaselessly reconstitute the symbolic values of sites and reproduce them as dramaturgical spaces. Situated in the relationship between tourist and site, performances map out individual and group identities, and allude to wider imagined geographies which the stage is part and may even symbolize.” (2000: 4)

Après l'emphase donnée à la capacité des touristes à changer de regard, à redéfinir une situation et à reformuler de l'authenticité, j'aborde maintenant la notion de sincérité.

Développé notamment par Taylor, ce concept aurait sans doute pu être utile pour ajouter un éclairage sur certaines performances discursives abordées jusqu'ici. Néanmoins, c'est surtout au cours de conversations sur le Ladakh Festival que la pertinence de la notion de sincérité dans la compréhension de certaines constructions verbales m'est apparue de façon plus claire et manifeste.

4.2.4 Authenticité et sincérité

C'est au cours d'une conversation avec Andrew et Trevor, deux jeunes gens d'une vingtaine d'années, qu'ont émergé des discours qui mettaient en avant cette idée de sincérité. Nous nous étions rencontrés au cours de l'après-midi du deuxième jour de festival sur la terrasse surmontant la Swiss Bakery, alors que chacun de nous était en train de manger. Leur

maturité en poche, ils avaient décidé de prendre une année sabbatique avant de s'inscrire à l'université. Ils venaient d'arriver au Ladakh depuis le Pakistan, où ils avaient effectué un trekking dans la chaîne du Karakorum. Ils avaient l'intention de rester un mois au Ladakh et ils s'étaient engagés dans une école de Leh pour donner tous les matins des cours d'anglais à des enfants. A propos du Festival qui venait de commencer la veille, Andrew¹¹⁴ a raconté qu'ils étaient allés voir le défilé dans les rues de Leh le matin du premier jour, et il a commenté avec une certaine aversion: "*It was made for tourists*". Ses propos façonnaient par là une image inauthentique et dévalorisante du Festival en tant que mise en scène et copie pour touristes. Après ces considérations qui mettaient en jeu l'authenticité, il en a ajouté d'autres sur le manque de sincérité dans la participation. "*The people don't look very happy for what they are doing. They don't look so participant. We wanted to see something that Ladakhi are still doing, and not something like this.*" Ses propos accordaient donc de l'importance et de la valeur à un aspect participatif et sincère des protagonistes aux performances qu'ils fournissaient. A cet égard, Taylor fait remarquer que:

"Under the concept of sincerity, the subject is always referring to an "Other" in terms of "a congruence between avowal and actual feeling" (Trilling 1972: 4)." (2000: 12)

Dans son discours critique sur le défilé auquel ils avaient assisté, Andrew mettait en opposition ce dernier avec à l'image – plus valorisante – de quelque chose de situé dans le présent, de quelque chose qui serait le reflet de la vie actuelle des Ladakhi. Il a poursuivi: "*In the festival of monasteries it's different. It's a more lively thing. But now it is not the season, so we won't see it. Tikse was last week ...*". Il accordait à nouveau de la valeur à l'aspect vécu des performances, un aspect qui selon lui manquait au défilé du Ladakh Festival. Ses considérations initiales autour du caractère touristique du Festival s'enrichissaient d'autres observations à propos d'un enjeu pour lui important – l'éventuelle sincérité dans la participation. Cet exemple montre l'imbrication et l'interpénétration qu'il peut y avoir entre les concepts d'authenticité et de sincérité. Taylor écrit que:

"It is not suggested that the notion of sincerity replaces authenticity. It is not its

¹¹⁴ C'est avec lui que je me suis senti dès le début plus d'affinités, il avait l'intention d'aller étudier l'ethnologie et l'archéologie à Oxford (qui sont mes deux branches principales à l'Université).

opposite, nor does it necessarily entail a way of getting over problems attending the authenticity concept. [...] In sincere cultural experiences, when tourists and “actors” “meet half way”, authenticity may be redefined in terms of local values. Furthermore, rather than seeing value as the emanation of an authentic object, the moment of interaction may become the site in which value is perceived.” (2001: 13)

Le lien entre ces deux notions peut donc être très fort. De l'authenticité peut être produite “[...] *through appealing to sincerity and the “genuine” in communicative experience.*” (Taylor 2001: 12).

C'est ce qui me semble être le cas dans l'exemple suivant. Au cours d'un repas à l'Himalaya Restaurant avec Bob, Jérôme et d'autres jeunes gens, la discussion s'est portée sur le festival qui avait commencé le jour même. Tout le monde avait assisté quelques heures auparavant aux performances de musique et de danse qui s'étaient tenues au Polo Ground de Leh. J'ai demandé: “*How did you like the festival?*”. Jérôme est alors intervenu: “*I didn't feel it was so natural. They don't look so motivated, so passionated from what they are doing. I liked it more or less*” Son appréciation du Festival était assez médiocre. Il lui paraissait peu naturel, et les protagonistes lui semblaient peu motivés, peu passionnés par ce qu'ils étaient en train de faire, de représenter. L'élément négativement connoté était donc ce manque de sincérité de la manifestation.

Bob est intervenu à son tour à propos de ce qui venait d'être dit. “*Yes but I've seen dances of monks in a Tibetan monastery in X¹¹⁵, and they dance really in another way than we do. More quiet, not so passion in it, not so many movements*” Bob avançait donc une explication de tout autre type pour fournir une signification à ce que Jérôme avait interprété comme un manque de motivation et de passion. Bob produisait de l'authenticité découlant d'une conformité à un original. Cette authenticité née d'une conformité, avec le degré de relativisme culturel qu'elle impliquait (une manière de danser tout à fait différente), pouvait donc être à l'origine de l'erreur interprétative de Jérôme.

Une fille est ensuite intervenue pour dire. “*I think that to see that in a village must be quite different. Not professional dancers. [...] I liked the last part, when they danced all together*”.

¹¹⁵ C'était le nom d'un endroit au Sud de l'Inde que je n'ai pas pu retenir.

L'appréciation était donc assez nuancée. Faisant référence à ce qu'elle avait vu au Festival, elle imaginait les mêmes performances exécutées dans un village par des danseurs non professionnels et produisait une image tout à fait différente. Dans ses considérations, réapparaît l'idée d'une culture mise en scène, qui viole les codes d'une authenticité localisée et qui s'oppose à une culture dans son contexte d'origine. La référence aux danseurs professionnels, suggère également une distinction entre sujet et rôle, entre réel et représenté¹¹⁶. Néanmoins, la jeune fille avait aimé la dernière partie du spectacle, quand tout le monde avait dansé ensemble. Lorsque les différents groupes avaient dansé ensemble, le speaker avait encouragé les touristes à se joindre aux danseurs¹¹⁷, ce que beaucoup de personnes avait fait (fig. 20)



Figure 20. Touristes et protagonistes du Ladakh Festival dansant ensemble au Polo Ground de Leh

¹¹⁶ Taylor écrit que: “As Friedman points out: “... the division between subject and role (identity) [is also] reflected in the division between private and public and expressed in notions, such as representativity, in which symbols “stand for” something other than themselves, as opposed to a situation in which they are immediate realities ... Modernity implies the separation of symbol from that which it refers” (1992: 855). The split between subject and role, or the real and the represented, that accompanies performances of culture often carries with it the implication of a lapse in time. It is this separation that largely brings about the condemnation of touristic events as unauthentic.” (2001:14)

¹¹⁷ Les paroles et les incitations du speaker étaient notamment les suivantes: “All the foreigners as well as the domestic tourists, all the tourists are requested to participate in this dance. Please enjoy this festival. You are requested to participate into this dance please. All the tourists are requested to participate into dance and make it a memorable event. Enjoy the dance of Ladakh. Ladakh Festival has been organised specially for all the tourists, so why don't you enjoy the dance and make it a memorable event”.

Si les premiers propos de la jeune fille relèvent surtout d'une démarche critique et interprétative, ses dernières observations peuvent peut être s'apparenter à ce que Kirshenblatt-Gimblett, citée dans Bruner, décrit "[...] *as an avant-garde sensibility, where the experience itself is more important than the hermeneutics* (1998: 203-248)" (2001: 902)¹¹⁸

Ces derniers exemples et l'émergence du concept de sincérité, montrent que l'authenticité n'est qu'une des multiples notions qui peuvent éclairer les performances verbales des touristes au Ladakh.

¹¹⁸ Bruner, après avoir traité du cadre que certains touristes appliquent à tout ce qui se passe à l'intérieur du tour, écrit que: "*For other tourists, more inclined to surrender, an immersion in the physicality of the dance activity itself was more important than any explanation or attribution of meaning.*" (2001: 902).

5. CONCLUSION

Au terme de ce mémoire, j'espère que mon travail pourra s'inscrire dans le genre de recherches souhaitées par Edensor lorsqu'il écrit que:

“More qualitative empirical research into the kinds of performances and practices which tourists enact would help to build up a rich understanding of the diverse meanings, identities, conventions, and contestations which are played out in tourist space.” (2000: 15-16)

L'analyse des performances verbales des touristes et de leurs productions de l'authenticité, qui constitue le fil conducteur de ma recherche, révèle l'hétérogénéité des aspects qui peuvent être touchés par cet enjeu lié à la construction et à la définition d'une réalité (le soi, l'autre, l'ailleurs, les objets, etc.).

Le chapitre sur l'hébergement et la nourriture, en fournissant un premier éclairage sur l'enjeu de l'authenticité, a d'abord montré l'importance du doute en tant qu'élément déclencheur de discussions sur l'authenticité, ce qui est valable pour le plupart des situations d'interaction abordées dans le mémoire. Il en va de même pour la distinction et la dialectique entre authenticité et inauthenticité, autre condition préalable à l'émergence de constructions de la réalité présentant cet enjeu. Elle est aussi apparue – de manière plus ou moins explicite – dans la presque totalité des exemples présentés.

L'analyse des performances discursives au sujet du Ladakh Festival s'est révélée particulièrement propice pour poursuivre la réflexion sur les procédures de construction de l'authenticité et de ses multiples facettes. La notion d'authenticité partielle rend compte de l'attitude réflexive des touristes et de leurs capacités à jeter plusieurs regards sur une même situation. Les facultés interprétatives des touristes et la multiplicité de leurs regards apparaissent clairement lorsqu'une conversation d'une certaine durée est abordée dans le détail. L'authenticité apparaît alors comme étant un sujet de conversation parmi d'autres, un enjeu qui émerge dans des contextes particuliers et dont il convient parfois de relativiser l'importance. Le registre ludique, la tendance à faire de l'ironie, de la dérision et du burlesque

constituent un aspect particulièrement important de ces performances verbales. La notion de sincérité enfin, est une autre des facettes possibles de l'authenticité; elle enrichit ultérieurement la multiplicité de significations que peut acquérir ce terme, tout en laissant entrevoir ses éventuelles limites et les possibilités de le dépasser.

Si les performances verbales relatives à l'authenticité ont orienté et conduit ma recherche, beaucoup d'autres considérations émaillent les conversations entre touristes. D'une manière plus générale, et en dépit de sa problématique assez restreinte, ce mémoire fait apparaître l'importance que revêt la production verbale de sens dans le domaine du tourisme. A l'intérieur de ce domaine, le fait de parler aux autres, de raconter des histoires est une manière essentielle de donner du sens au monde et de transmettre des identités. Edensor constate que:

“[...] tourist sites are important locations where people attempt to make sense of themselves and the world in which they live, where they situate themselves in relation to the symbolic qualities associated with the site.” (1998: 70)

Tout en tenant compte que “[...] *authenticity gain and lose meanings in diverse touristic and world contexts*” (Bruner 2001: 902), je crois qu'au terme de cette recherche, il est possible d'affirmer que dans le contexte du tourisme au Ladakh (tel que je l'ai vécu lors de mon terrain) l'enjeu de l'authenticité fait souvent son apparition et revêt par conséquent une importance considérable.

Les constructions verbales de l'authenticité émergent en relation à une multitude de domaines, et produisent des images et des significations assez hétérogènes, en fonction des personnes et des contextes en jeu. Par ce travail, j'ai voulu donner un aperçu de la diversité de ces constructions verbales de l'authenticité chez des touristes au Ladakh, de manière à ne pas tomber dans le travers d'une perspective trop réductrice et/ou généralisante¹¹⁹. Néanmoins, il s'agissait aussi de montrer et de mettre en évidence un certain nombre de redondances, d'images, de mythes et de types prédominants. Si les individus sont actifs dans la production de leurs propres significations et de leurs propres images de l'authenticité, comme le prouvent

¹¹⁹ Jules-Rosette et Bruner constatent que: “*A multiplicity of individual constructions exist at every tourist site.*” (1994: 405)

plusieurs des exemples cités, cela ne signifie pas pour autant que toutes ces significations et ces images sont individuelles et idiosyncrasiques (Bruner 1994).

Certaines de ces redondances sont particulièrement évidentes au chapitre réservé au commerce et à l'acquisition de biens matériels (commerçants et objets notamment), dans lequel je me suis focalisé sur l'authenticité et la construction de types et de repères, mais, d'une manière plus générale, elles sont décelables dans l'ensemble des domaines abordés. Je me réfère aux types, aux images et aux mythes que j'ai souvent retrouvés autour de termes tels que: local, familial, touristique, kashmiri, ladakhi, tibétain, ancien, etc. Ces redondances suggèrent la mobilisation de valeurs partagées par beaucoup de touristes.

L'emphase portée souvent, lors des conversations entre touristes, sur l'image (positivement connotée) d'une culture locale intègre, cohérente, non corrompue, fait émerger des valeurs de pureté et d'harmonie. Plusieurs des constructions de l'authenticité abordées concernent la définition et la production de types, d'images et de mythes (positivement connotés) autour de quelque chose de traditionnel, de préservé, de ladakhi, etc. Par opposition, l'inauthenticité s'associe souvent aux images (négativement connotées) du "touristique", du nouveau, du moderne, de l'exogène, etc.

Les images d'un soi qui évite le "touristique" et qui se distingue des touristes mobilisent quant à elles une valeur de liberté. Liberté face à l'éventuelle imposition d'un rôle social – celui de touriste – qui est souvent négativement perçu, expression d'inauthenticité. Liberté de vivre, d'expérimenter et de réaliser d'autres rôles, d'autres identités, d'autres sois, jugés plus authentiques.

Dans le processus de construction de ces réalités, de ces visions du monde, de ces images de l'autre, de l'ailleurs et du soi, les productions verbales d'authenticité apparaissent lorsqu'il s'agit de régler des incertitudes, de stabiliser des situations qui ne sont pas clairement définies. Elles deviennent alors des instruments pour ordonner et asseoir des réalités; elles sont des outils mobilisables dans le cadre d'une lutte pour définir des situations fragiles, contestées, peu déterminées.

Certains auteurs considèrent le voyage "*comme un laboratoire d'essai où le touriste rêve*"

(Amirou 1995: 236), comme “une “immense matrice d'utopies, de rêves, de connaissances”” (Duvignaud cité in: Balandier 1985: 230), comme le terrain de cet “*enchantement du monde*” qui se produit “*lorsque le monde est donné à voir d'un point de vue touristique*” (Winkin 2001: 216). Dans ce cas, les constructions d'authenticité apparaîtraient lorsqu'il s'agit de lutter pour affirmer et préserver des rêves, des utopies, et de l'enchantement face à d'éventuelles failles, à des doutes, à des incertitudes qui les menacent.

L'analyse mériterait d'être poursuivie; il faudrait par exemple s'intéresser aux images et aux mythes véhiculés par les médias de la promotion touristique sur le Ladakh. Dans ces médias, émergent souvent des valeurs de pureté et d'harmonie liées à un authentique autre/ailleurs ainsi qu'une valeur de liberté liée à un authentique soi, libre d'expérimenter rôles et identités après avoir été “dé-touristisé”¹²⁰.

Dans une même optique, un autre élargissement possible de la problématique qui a orienté ce mémoire serait d'étudier aussi les interactions verbales entre touristes et indigènes, commerçants, etc., au lieu de se limiter à celles entre touristes.

Lors d'un voyage, les médias de promotion touristique¹²¹ et ces autres formes d'interaction contribuent à la création d'intersubjectivités de sens commun, à la production d'authenticité, et plus généralement à la construction d'images de soi, de l'autre, de l'ailleurs et du monde. Ces différents aspects, négligés dans mon travail, s'entremêlent aux discours que les touristes échangent entre eux et en permettent certainement une meilleure appréhension, dans la mesure où ils les inscrivent et les situent dans un réseau d'interactions et dans un contexte beaucoup plus larges.

Si ces éléments de réflexion et d'analyse peuvent constituer un ultérieur prolongement de la problématique abordée dans ce travail, une piste de recherche dans le domaine de l'anthropologie du tourisme que je trouve particulièrement intéressante concerne plus généralement la production, la négociation et l'affrontement d'images du culturel et du social. Dans les processus touristiques, ces images participent souvent à la construction de

¹²⁰ Annexes D et E.

¹²¹ Auxquels il faudrait également ajouter, d'une manière plus générale, les images non explicitement promotionnelles véhiculées dans les médias populaires (Stronza 2001: 271).

particularismes, à l'élaboration de nouvelles traditions (Hobsbawm et Ranger 1983), à la mise en place de spécificités locales et régionales, etc. Elles contribuent au façonnement de visions du monde qui articulent les notions de global et de local, de modernité et de tradition, de nature et d'artifice, d'authenticité et d'inauthenticité, de relativisme et d'universalisme, etc.

Voilà autant de pistes de réflexion qui pourraient se révéler passionnantes pour des recherches ultérieures. Je tiens à souligner, pour conclure, l'intérêt qu'il peut y avoir à travailler dans ce domaine très fécond et en plein essor qu'est l'anthropologie du tourisme. En ce qui me concerne, il s'agit là d'un intérêt que ce mémoire n'a fait qu'éveiller.

BIBLIOGRAPHIE:

ABRAM, Simone, WALDREN Jacqueline

1997. "Introduction", in: Simone ABRAM , Jacqueline WALDREN and Donald V.L. MACLEOD (eds), *Tourists and tourism: identifying with people and places*, p. 1-11. Oxford; New York: Berg. 245 p. (Ethnicity and identity series)

AMIROU, Rachid

1995. *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Paris: Presses Universitaires de France. 281 p. (*Le sociologue*)

1999. "Les nouvelles mythologies du tourisme". *Sciences Humaines* (Auxerre) 90, p. 22-25

BALANDIER, Georges

1985. *Le détour: pouvoir et modernité*. Paris: Fayard. 266 p. (L'espace du politique).

BROWN, David

1999. "Des faux authentiques: tourisme versus pèlerinage". *Terrain; carnets du patrimoine ethnologique* (Paris) 33, p. 41-56

BRUNER, Edward, M.

1991. "Transformation of self in tourism". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 18(2), p. 238-250

1994. "Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism". *American anthropologist* (Arlington) 96(2), p. 397-415

2001. "The Maasai and the Lion King: authenticity, nationalism, and globalization in African tourism". *American ethnologist* (Arlington) 28 (4), p. 881-908

CARAVANES ZSK

1998. *Zanskar: une étape humaine et artistique*. (brochure)

CLIFFORD, James

1996. *Malaise dans la culture: l'ethnographie, la littérature et l'art au XXe siècle*. Paris: Ecole nationale supérieure des Beaux Arts. 389 p. (Espaces de l'art) [Trad. de: *The predicament of culture: twentieth-century ethnography, literature, and art*, 1988]

1997. *Routes: travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge; London: Harvard University Press. 408 p.

COHEN, Erik

1988. "Authenticity and commoditisation in tourism". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 15(3) , p. 371-386

COLEMAN, Simon, CRANG, Mike

2002. "Grounded tourists, travelling theory", in: Simon COLEMAN, Mike CRANG (eds), *Tourism: between place and performance*, p. 1-17. New York; Oxford: Berghahn Books. 246 p.

COULON, Alain

2002. *L'ethnométhodologie*. 5^e éd. Paris: PUF. 128 p. (Que sais-je?; 2393)

CRICK, Malcolm

1989. "Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings, and servility". *Annual review of anthropology* (Palo Alto) 18, p. 307-344

1995. "The anthropologist as tourist: an identity in question", in: Marie-Françoise LANFANT, John B. ALLCOCK et Edward M. BRUNER (eds), *International tourism: identity and change*, p. 205-223. London [etc.]: Sage Publications. 246 p. (Sage studies in international sociology; 47)

DANN, Graham, NASH, Dennison et PEARCE, Philip

1988. "Methodology in tourism research". *Annals of tourism research* (Amsterdam)15, p. 1-28

DOLLFUS, Pascale

1995. "Ethnohistoire des musulmans du Ladakh central", in: Henry OSMASTON, Philip DENWOOD (eds), *Recent research on Ladakh 4&5: proceedings of the Fourth and Fifth International Colloquia on Ladakh*, p. 289-320. Delhi: Motilal Banarsidass Publishers Private Limited. 429 p.

DORJEY, Tundup (ed.)

2000. *Reach Ladakh*. Leh: Overland Publications. 140 p.

DUCOIN, David

2000. *Zanskar: la route du changement*. Fontenay-Sous-Bois: Anako Editions. 111 p. (Grands témoins. "Image")

EDENSOR, Tim

1998. *Tourists at the Taj: performance and meaning at a symbolic site*. London; New York: Routledge. 223 p. (International library of sociology)

2000. "Staging tourism: tourists as performers". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 27(2), p. 322-344

ELSRUD, Torun

2001. "Risk creation in travelling: backpacker adventure narration". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 28(3), p. 597-617

GILLESPIE, Alex

2004. *Returning surplus: constructing the architecture of intersubjectivity*. PhD. Dissertation, University of Cambridge. 248 p.

GUIDE EDT

2000. *India del Nord*. Torino: EDT. 163 p.

GUSTAFSON, Per

2002. "Tourism and seasonal retirement migration". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 29(4), p. 899-918

HALEWOOD, Chris, HANNAM, Kevin

2001. "Viking heritage tourism: authenticity and commodification". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 28(3), p. 565-580

HOBSBAWM, Eric, RANGER, Terence (eds)

1983. *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press. 319 p. (Past and present publications)

JAMMU & KASHMIR TOURISM

1998. *Ladakh: the land of endless discovery*. 44 p.

JULES-ROSETTE, Bennetta, BRUNER, Edward, T.

1994. "Tourism as process". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 21(2), p. 404-406

MACCANNELL, Dean

1976. *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York: Schocken. 214 p.

MACGUCKIN, Eric

1996. "Thangkas and tourism in Dharamsala: preservation through change". *The Tibet Journal* (Dharamsala) 21(2), p. 31-52

MACINTOSH, Alison, J., PRENTICE, Richard, C.

1999. "Affirming authenticity: consuming cultural heritage". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 26(3), p. 589-612

MICHAUD, Jean

1990. "Mais entrez donc! Les entrepreneurs touristiques et le pouvoir au Ladakh (Inde)". *Anthropologie et sociétés* (Québec) 14(3), p. 127-139

1991. "A social anthropology of tourism in Ladakh, India". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 18(4), p. 605-621

1998. "Tourisme et contrôle étatique dans les périphéries nationales: études de cas chez des minorités montagnardes d'Inde et de Thaïlande", in: Franck MICHEL (éd.), *Tourismes, touristes, sociétés*, p. 289-313. Paris; Montréal: L'Harmattan. 376 p. (Tourismes et Sociétés)

MINISTRY OF TOURISM GOVERNEMENT OF INDIA

2000. *Calendar of events*. 14 p.

NASH, Dennison, SMITH, Valene, L

1991. "Anthropology and tourism". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 18(1), p.12-25

PALMER, Gary, B. et JANKOWIAK, William, R.

1997. "Performance and imagination: toward an anthropology of the spectacular and the mundane". *Cultural anthropology* (Arlington) 11(2), p. 225-258

RIZVI, Janet

1996. *Ladakh: crossroads of High Asia*. 2nd ed. New Delhi: Oxford University Press. 290 p.

ROGERS, Mary

2000. "Alfred Schutz", in: George RITZER (ed.), *The Blackwell companion to major social theorists*, p. 367-387. Malden; Oxford: Blackwell Publishers. 800 p. (Blackwell companions to sociology)

SAX, William, S.

1998. "The hall of mirrors: orientalism, anthropology and the other". *American anthropologist* (Arlington)100(2), p. 292-301

SELWYN, Tom

1996. "Introduction", in: Tom SELWYN (ed.), *The tourist image: myths and myth making in tourism*, p. 1-32. Chichester: John Wiley and Sons. 270 p.

SIMONICCA, Alessandro

1997. *Antropologia del turismo: strategie di ricerca e contesti etnografici*. Roma: La Nuova Italia Scientifica. 298 p.

STRONZA, Amanda

2001. "Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives". *Annual review of anthropology*, (Palo Alto) 30, p. 261-283

TAYLOR, John P.

2001. "Authenticity and sincerity in tourism". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 28(1), p. 7-26

TUCKER, Hazel

1997. "The ideal village: interactions through tourism in Central Anatolia", , in: Simone ABRAM , Jacqueline WALDREN and Donald V.L. MACLEOD (eds), *Tourists and Tourism: identifying with people and places*, p. 107-128. Oxford; New York: Berg. 245 p. (Ethnicity and Identity Series)

URBAIN, Jean-Didier

1991. *L'idiot du voyage: histoires de touristes*. Paris: Plon. 270 p.

WANG, Ning

1999. "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of tourism research* (Amsterdam) 26(2), p. 349-370

WINKIN, Yves

2001. *Anthropologie de la communication: de la théorie au terrain*. Paris: Seuil. 332 p.

(Points. Essais; 448) [1e éd. 1996]

SITES INTERNET:

www.ladakhtsomori.com (3.12.2001) (TSOMORI TOURS & TRAVELS)

www.omasila.com (3.12.2001) (HOTEL OMASILA)

www.indiamart.com/explorehimalayas/ (3.12.2001) (EXPLORE HIMALAYAS)

www.viaggiavventurenelmondo.it (3.12.2001) (VIAGGI AVVENTURE NEL MONDO)

www.ladakh-himalaya.com (3.12.2001) (SHANGRI-LA EXPERIENCE: THE NAME WITH EXPERIENCE)

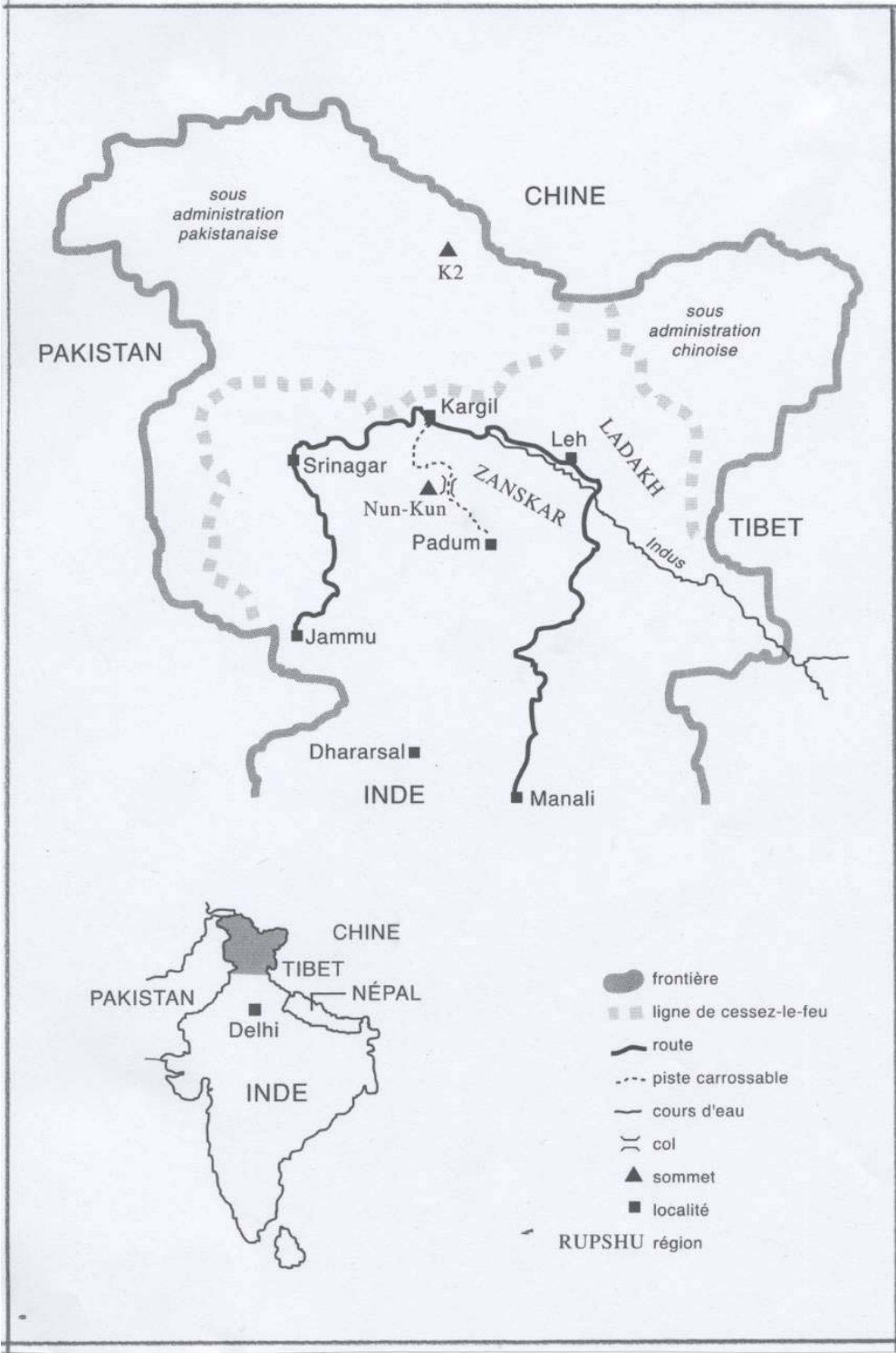
www.alpineleh.com (3.12.2001) (ALPINE TREK AND TOUR)

www.thiksey.com/footindia.htm (3.12.2001) (FOOTPRINTS INDIA)

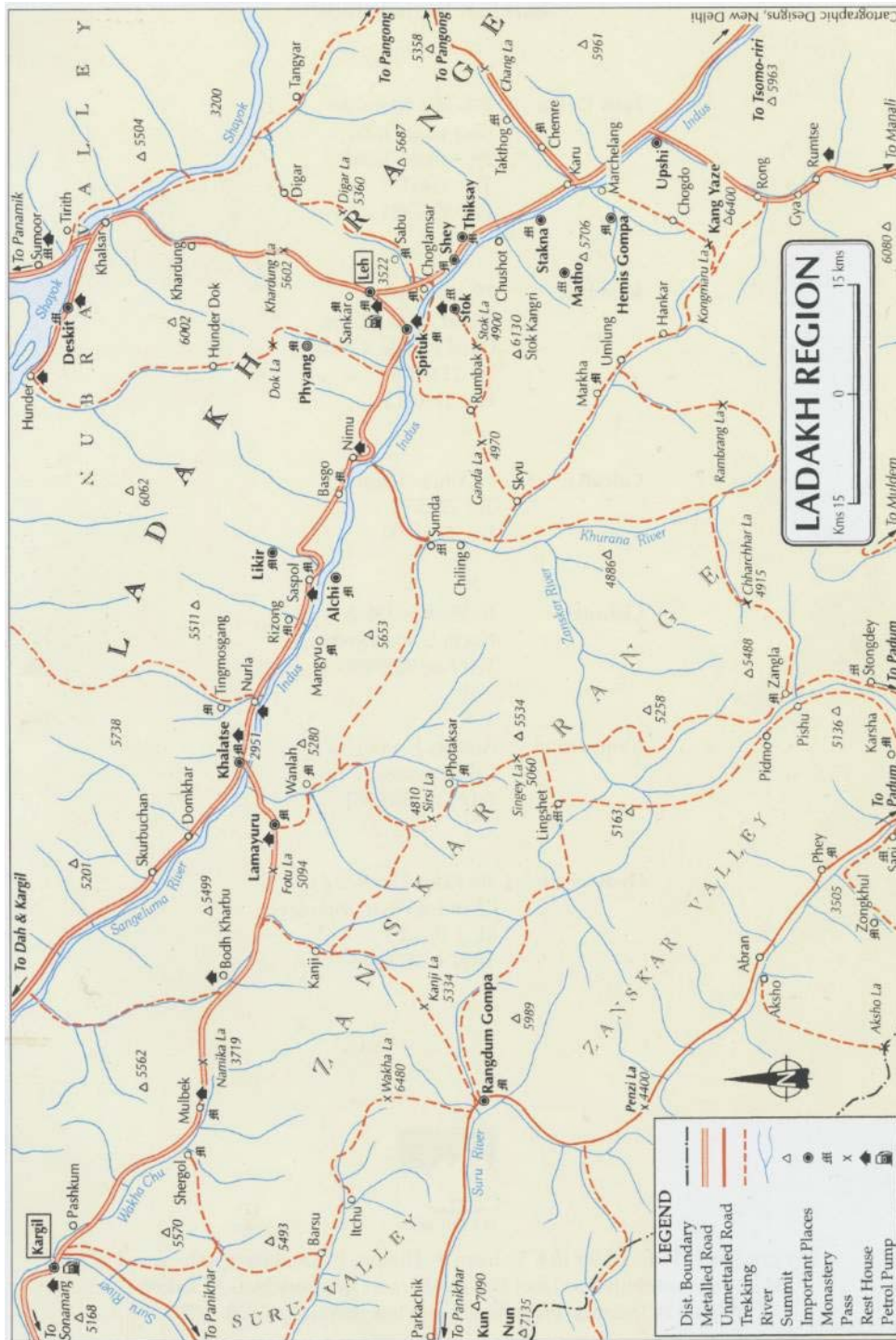
www.agama.net (3.12.2001) (AGAMA TALLER DE VIATGES (Barcelone))

ANNEXES

Annexe A. Cartes du Ladakh (I et II)



I. Source: DUCOIN 2000 (Dhararsal = Dharamsala)



II. Source: JAMMU & KASHMIR TOURISM 1998

Annexe B

Arrivée annuelle de touristes au Ladakh. 1974-2000

ANNEE	NOMBRE DE TOURISTES ETRANGERS	NOMBRE DE TOURISTES DOMESTIQUES	TOTAL
1974	500	27	527
1975	650	128	778
1976	1798	253	2051
1977	7127	266	7392
1978	8748	873	9621
1979	9213	621	9834
1980	13104	1013	14117
1981	14000	N.A.	14000
1982	12786	N.A.	12786
1983	12833	N.A.	12833
1984	11785	N.A.	11785
1985	12245	6666	18911
1986	12828	3683	16511
1987	13668	4114	17802
1988	16256	8608	24864
1989	16079	6669	22748
1990	6342	396	6738
1991	8014	1041	9055
1992	13580	2438	16018
1993	12401	2000	14401
1994	15369	2080	17449
1995	12391	5594	17985
1996	13036	3537	16573
1997	12810	3991	16801
1998	15229	6767	21996
1999	10234	2110	12344
2000	11825	6217	18042

Source: Deputy Director Tourism, Leh. Communiqué par Alex Gillespie

Annexe C

Arrivées mensuelles des touristes au Ladakh au cours de l'année 2001, selon les différentes nationalités

NATIONALITE	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai		Juin		Juillet	
	Avion	Avion	Avion	Avion	Avion	Route	Avion	Route	Avion	Route
Sud-africaine	0	0	0	0	0	0	2	2	5	3
Allemande	1	12	4	8	42	5	135	36	333	116
Américaine (USA)	3	1	9	9	37	22	184	72	312	151
Argentine	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0
Australienne	0	2	1	12	10	13	17	64	43	143
Autrichienne	0	0	2	25	4	0	33	5	105	9
Belge	1	2	10	20	8	5	36	15	205	31
Brésilienne	0	0	0	0	0	0	3	1	5	1
Britannique	10	3	5	7	19	35	57	173	325	152
Canadienne	6	0	1	2	5	0	28	22	63	30
Chilienne	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Chinoise	0	0	0	0	0	0	0	7	8	1
Colombienne	0	0	0	0	1	0	4	0	2	0
Coréenne	0	0	0	0	0	7	5	36	51	162
Danoise	0	0	2	0	3	0	25	19	84	7
Espagnole	1	0	0	16	3	0	6	6	61	20
Finlandaise	0	0	0	0	0	0	2	5	0	0
Française	18	12	4	19	27	4	104	47	922	147
Hollandaise	6	4	3	6	13	0	49	18	185	254
Hong Kong	0	0	0	0	0	0	0	6	1	6
Hongroise	0	0	0	2	1	0	1	1	6	0
Indienne	20	60	5	118	536	22	999	127	437	270
Indonésienne	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Irlandaise	0	0	0	1	3	0	5	19	14	10
Israélienne	0	0	4	2	6	13	111	163	397	330
Italienne	3	4	1	3	25	1	95	12	196	148
Japonaise	3	3	3	13	10	8	75	41	104	128
Luxembourgeoise	0	0	0	2	1	0	1	0	4	0
Malaise	0	0	0	0	1	0	2	1	4	0
Mexicaine	0	0	0	0	0	0	5	1	10	1
Néo-zélandaise	0	10	0	2	4	0	8	17	8	53
Norvégienne	0	0	0	0	0	0	3	0	6	0
Polonaise	0	0	0	0	0	0	0	5	28	3
Portugaise	0	0	0	0	0	0	1	0	9	2
Russe	0	0	0	2	20	0	1	0	12	1
Singapour	0	2	0	8	1	0	5	0	11	13
Slovaque	0	0	0	0	0	0	1	1	3	2
Suédoise	0	0	0	3	3	0	3	5	10	0
Suisse	5	5	6	8	17	2	49	23	224	116
Taiwanaise	0	0	0	0	0	0	3	0	37	0
Tchèque	0	0	0	0	0	0	3	8	3	8
Thaïlandaise	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0
Turque	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0
Autres	0	0	0	0	2	0	5	12	12	20
Total	77	120	69	288	803	138	2070	972	4249	2338

Source: Communiqué par Alex Gillespie

Annexe D

Le “Petit Tibet” et l'éternel Ladakh dans les textes de promotion touristique: quelques exemples

“Ladakh is a land of high passes on the borderland of India&Tibet. Ladakh is also known as “The Land of The Mystic Lamas”, “The Broken Moon land”, or “The Last Shangri-La”. It is also known as “Little Tibet” because of the cultural & geographical similarities with Tibet.” (www.ladakhtsomori.com)

“Ladakh, the incredible “Moon Land” on top of the world, with barren, rugged mountains, deep gorges, and glaciers is a repository of myriad cultural and religious influences from Tibet, India and Central Asia. [...] It's a land of monasteries and festivals, where Buddhism dominates the way of life.” (www.omasila.com)

“The ancient city of Ladakh is a land of celebration, with its traditions manifested in its centuries old monuments, monasteries, oral literature, art forms, fairs and festivals. Ladakh offers plenty of areas to keep you occupied. The monasteries constitute the fountain-head of Ladakh's Buddhist religion and culture. The tranquil ambience amidst the vibrant colours of the monastery provides a spiritual experience.” (www.indiamart.com/explorehimalayas/)

“Ladakh Mysterious. Mystic. / The unknown land, / The unexplored land, / of shepherds, yaks, local brew / And smiling faces; / Of dunes and dales / And splashing brooks, / Of the turning of wheels / For the softness of prayers / Ladakh. One day, give me just day! / And I shall anew your splendours / And may Tundup help us, Tourists, to dream.” (NARAYAN S. V., in DORJEY (éd.) 2000: 3)

“Il Piccolo Tibet indiano infilato fra le gigantesche catene del Karakorum e dell'Himalaya è una regione di lunghe valli e gole profonde solcate dalle aque vorticose dell'Indo e di fiumi cristallini, di cime , di nevi, di colori, di genti fantastiche, di strade tutte curve e salite che percorreremo spesso col fiato sospeso; la patria del buddismo tibetano con i suoi monasteri sperduti arrampicati su cime incredibili, organizzati a villaggio autonomo e autosufficiente.” (www.viaggiavventurenelmondo.it)

“Situated in the lap of the majestic Himalayas, it is [le Ladakh] God's very own place on earth. [...] The historical heritage of the Indus valley stretches back thousands of years. Due to its long history of isolation, it remains one of the last functioning Mahayana Buddhist

cultures in the Himalayas. Scattered in the vast and spectacular setting of the Indus River valley, each monastery represents a fascinating insight into the past as well as providing the social beacon for present day Ladakhi culture. From the middle of 10th century, Ladakh was an independent Kingdom and its dynasties descending from the Kings of old TIBET.” (www.ladakh-himalaya.com)

“[...] Notre route est jonchée de rencontres surprenantes, conviviales, picturales et touchantes. Au détour de chaque crête, de chaque camp, l'homme et l'art nous attendent. Des amis inconnus, des images rarement vues, des lieux saints isolés. Un voyage dans un monde hors du temps que notre guide vous fera approcher et partager au rythme de vos propres intérêts. [...]” (CARAVANE ZSK 1998)

“[...] But the special interest of this region [la région de Dah] is less the landscape than its Drok-pa inhabitants. A minuscule community of perhaps no more than a couple of thousand, their features are pure Indo-Aryan, and they appear to have preserved their racial purity down the centuries. Their culture and religious practices are more akin to the ancient pre-Buddhist animist religion known as Bon-chos than to Buddhism as practised in the rest of Ladakh. One curious feature is their abhorrence of the cow, or any of his products. They have preserves their ancient traditions and way of life partly through the celebration of the triennial Bono-na festival, a celebration of the harvest, and partly through their songs and hymns. [...] Such a small and racially and culturally homogeneous community is bound to have much to offer scholars in the fields of ethnology and social anthropology.” (JAMMU & KASHMIR TOURISM 1998: 29-30)

“Zaskar Valley lies to the south-west of Leh, surrounded by the Himalaya and Zaskar ranges, which is the most isolated of all the trans- Himalayan Valleys. [...] The geographical isolation has resulted in the preservation of the Buddhist heritage and identity. Islam did not reach the Rangdum Village. There are a few Muslim community in Padum but these merely date back to the time of partition in 1947. Many ancient monastic establishments are still actively involved in religious activities some remote caves are believed to have been used by the Succession Buddhist saints to sustain meditation in pursuit of knowledge and enlightenment.” (DORJEY (éd.) 2000: 131)

“[...] Zaskar towards each other along the northern flank of the Great Himalaya, meet in the broad plain of Padam. Virtually untouched by the winds of change and modernization till then, Zaskar is now favorite destination for trekkers. Zaskar is also known as a land of religion and has the greatest concentration of gompas.” (www.alpineleh.com)

Annexe E

Voyage unique et voyage éthiquement valorisant dans les textes de promotion touristique: quelques exemples

“[...] Notre chemin, modulable en fonction de l'intérêt de chacun, de nos rencontres et de nos découvertes artistiques, ne suit pas forcément les auberges touristiques, les biens connus “guest houses” himalayens, et la plupart du temps nous dormons sous tente [...]”
(CARAVANE ZSK 1998)

“Be one of the few to visit the SACRED NOMADIC LAND. Only with SHANGRI-LA EXPERIENCE. Visit the unique sacred Buddhist nunnery in the middle of the mountains. See their unusual school in Thesky. Take a trip to Tso Ker Lake. Experience the remoteness of the nomadic plateau.”¹²²

“Whether you want...unbeatable trek in Zaskar or Nubra Valley. Game view in Hemis national park. Wildwater rafting down Indus & Zaskar River. Or. To savour the history and culture of gentle Ladakhis we can take you there. We specialized in tailor made holidays.. Take away from normal Tourist routes.”¹²³

“Hotel Omasila Takes care of your program planning, facilities, accommodation (one of the best in Ladakh) and equipment. Hotel Omasila assures you, that your travel to Ladakh will be an out of world experience, full of thrill and adventure.” (www.omasila.com)

“Charlie Loram. Travel writer – Photographer. Trekking Specialist. To Whom It May Concern: Having been working in Ladakh since 1995, both researching the various editions of my guidebook Trekking in Ladakh (Trailblazer Publications) and leading treks, I have found Footprints Adventure to be one of the best trekking companies in the region. Nawang Namgil's attention to detail, interesting itineraries, understanding of the needs of foreign tourists, professionalism and above all, responsible attitude towards the culture and environment of Ladakh means I have no hesitation in recommending his services.”
(www.thiksey.com/footindia.htm)

“We have personal touch with the Nomad people as we are voluntarily helping them for food,

¹²² Affiche de l'agence Shangri-la Experience.

¹²³ Enseigne de l'agence Dreamland Trek & Tour.

rooms, pilgrimage tour, medical aid by our own pocket. Since its open for tourist we the pioneer and first operator for this area, to find that which time they are in which valley we do best of unscaled Changthang plateau. The moveable Nomads are only the people who maintain their traditional, culture and jurisdiction. We are always looking forward to help them for any kind of difficulties and they know it.

Sonam Tsespal, a Ladakhi popular tourist guide, has explored and opened different trekking route in the entire Ladakh, by having much enough experienced people suggested to open an agency to do with large scale. Now it's located in the main market of Leh Called SHANGRI-LA EXPERIENCE, The name with experience, where experience counts. Beside this SONAM TSASPAL is voluntarily working and helping for poor Nomad Children and Nun with what ever some and small profits of the tourist with organize by SHANGRI-LA EXPERIENCE. All the team of SHANGRI-LA EXPERIENCE are local people from Ladakh and having much more experienced in their different fields. Our valuable guests appreciated for our quality of sincere and personal touch services. We are fully equipped with quality gear for all the travel and tour to make holiday memorable.” (www.ladakh-himalaya.com)

“Meditation, Yoga & Wellness Trek (Aug. 27th-Sept1st). *6 days of Hata Yoga, fresh air, deep breathing, & time for meditation & introspection. From Likir tio Tingmosgang. We will venture off on a delightful yoga & meditation trek to visit Likir, Ridzong Monastery, Castle of Tingmosgang and Maitriya Buddha Temple and travel back by jeep via historic and beautiful places of interest – Lamayuru and Alchi. All levels and experience welcome. Trek includes: Yummi vegetarian food / 3 hours of yoga and meditation a day / Dharma discussion / All extra sight seeing and jeep tours / All gear and guides / Oodles of good time and good company. Contact: Ancient Tracks (next to Dzomsa) or Rani at Mahabodhi in Changspa. Yoga and meditation led by Rani. A devoted yogini with over 9 years experience. She is also a body worker, dancer, lover of nature and life!!!”¹²⁴

“[Agama] est un groupe de travail (un atelier) constitué par des professionnels de l'anthropologie et du voyage qui se sert du tourisme comme un outil pour le développement local et l'orientent vers une double finalité: o Créer des itinéraires imaginatifs et de bon niveau pour initier de petits groupes de voyageurs à la connaissance d'autres pays et cultures. O Canaliser le volume monétaire que génèrent ces voyages vers la transformation économique des populations qui les accueillent. [...] Qu'est ce qui les différencie [nos voyages] des voyages conventionnels? Il y a une différence élémentaire dans l'offre. Les destinations ou les sites culturels visités ne sont pas choisis en fonction d'un pays (paysage, exotisme, mode, etc.). C'est la relation avec la population locale, la connaissance du milieu, l'enthousiasme pour la culture et la capacité de l'expliquer de la personne qui créera et coordonnera le voyage, ce qu'AGAMA valorise pour choisir une nouvelle destination. Dans ce sens il faut comprendre des voyages d'auteur, qui unit sa propre expérience personnelle à celle de l'équipe pour offrir un nouvel itinéraire qui répond à une conception déterminée du voyage. Les éléments clés qui servent de synthèse pour décrire nos voyages sont les suivants: Pont culturel

¹²⁴ Affiche retrouvée dans les rues de Leh.

[...]. Le facteur humain [...]. Programme [...]. Communication [...]. Coordinateur du voyage [...]. Bénéfice pour les communautés visitées [...]. Loisirs et divertissements [...]. Groupes réduits [...]. Niveau de confort [...]. Dossier [...]. Qui sont nos clients? Ceux qui comprennent le voyage comme une expérience qui va au delà d'une offre de loisir, et que malgré un temps limité de vacances, ne veulent pas se priver du contact avec la population locale. A partir de leur propre inquiétude, ils désirent se rapprocher d'une autre culture et peuvent s'adapter, quand c'est nécessaire, à la simplicité de la vie des communautés visitées. Ils savent apprécier la proposition d'AGAMA, qui leur offre une participation active dans un groupe de voyageurs, pour que chacun puisse bénéficier individuellement des avantages de partir avec des gens avec qui on peut parler et discuter, sans se soumettre à un rigide agenda d'activités. Qu'elle est notre offre? Par ses caractéristiques de spécialisation, d'attention personnalisée et de contrôle ainsi que du suivi de l'évolution des voyages par celui-là même, l'anthropologue, qui les a mis en place, notre offre est limitée, et se prolongera d'une manière graduelle et progressive.[...]

Losar o fiesta del nuevo año ladakhí (Ladakh, Himalaya). LADAKH: TIERRA DE HOMBRES, TERRA DE DIOSES. Encumbradas entre las gigantecas cordilleras del Karakorum y del Himalaya, al abrigo de las lluvias monzónicas y convertida en una de las últimas tierras míticas de Oriente, Ladakh se despierta de su letargo, de siglos y siglos de tradición ancestral, para vivir, ahora, a medio camino de las costumbres propias y el resplandor de la modernidad que, especialmente en verano, viven sus habitantes, gracias a los viajeros. Por esto nuestra propuesta es ir allá en invierno, para poder descubrir sus costumbres, para observar sus tradiciones y para vivir de forma intensa, auténtica y relajada, la filosofía budista tibetana que impera en la zona. Iremos a la antigua La-dags, “la tierra de los altos puertos de montaña”, más conocida en Occidente con el nombre de “Pequeño Tibet”, y allá celebraremos con sus gentes el Losar, el Fin de año ladakhí, sin duda, la fiesta más importante del lugar. [...]” (www.agama.net)

Annexe F. Programme du Ladakh Festival 2001

<u>CALANDER OF PROGRAMME LADAKH FESTIVAL 2001</u>					
<u>DATE</u>	<u>DAY</u>	<u>TIME</u>	<u>EVENTS</u>	<u>PARTICIPANT</u>	<u>VENUE</u>
1-9-2001	Saturday	10.30 am to 12 noon	Traditional procession by cultural Troupes of Bhutan & different regions of Ladakh, Ven monks, polo players and School Children from Lamdon School to Polo Ground Via Main Bazaar.	Cultural Troupes Ven. Monks, Polo players and School Children .	Polo Ground
		12 noon to 2 p.m.	Inauguration of the festival followed by cultural Programmes.	Cultural troupes from Bhutan, & different Regions of Ladakh.	Polo Ground
		7.30 p.m to 9.30 p.m.	Music concert	Artists from Bhutan and Shesrig Thundel Tsogspa Leh. Choglamsar	Jivetsal
2-9-2001	Sunday	1 p.m to 9.30 p.m	Traditional village archery and marriage scene.	Artists of Bhutan & Skurbuchan Village.	Jivetsal
3-9-2001	Monday	10 a.m to 12 noon 7.30 p.m to 9.30 p.m	Chams (Monastic Dance) Music concert	Ven. Monks of Korzok Artists of Bhutan and Lugar Tsogspa	Jivetsal Jivetsal
4-9-2001	Tuesday	1 p.m to 9 30 p.m	Traditional village archery and birthday celebration (BANGRI) and Spituk village	Artists of Bhutan, (BANGRI) and Spituk village	Jivetsal

Source: Deputy Director Tourism, Leh. Communiqué par Alex Gillespie

5-9-2001	Wednesday	10 a.m to 12 noon 7.30 p.m to 9.30 p.m	Chams (monastic dance) Nomads Scene	Ven. Monks of Korzok Artists of Bhutan, SOS Village	Jivetsal Jivetsal
6-9-2001	Thursday	1 p.m to 9.30 p.m	Traditional village archery and cultural show	Artists of Bhutan and Phyang village	Jivetsal
7-9-2001	Friday	10 a.m to 12 noon 7.30 p.m to 9.30 p.m	Chams (monastic dance) Losar Scene (New year)	Ven. Monks of Korzok Artists of Bhutan and Hemishhukpachan	Jivetsal Jivetsal
8-9-2001	Saturday	1p.m to 9.30 p.m	Traditional archery and Royal New Year Scene	Artists of Bhutan, and Stok village	Jivetsal
9-9-2001	Sunday	10 a.m to 12 noon 1 p.m. to 9.30 p.m.	Chams (Monastic dance) Traditional Village Archery and New Year Scene.	Ven. Monks of Korzok Artists of Bhutan, And Nang village	Jivetsal Jivetsal
10-9-2001	Monday	3.p.m to 4.30 p.m 7.30 p.m to 9.30 p.m	Inauguration of Ladakh Festival Polo Tournament Traditional village archery and Harvest Scene	Polo Team Artists of Bhutan, and Shey village	Polo Ground Jivetsal
11-9-2001	Tuesday	1p.m to 9.30 p.m	Traditional archery and Cultural Programme	Artists of Bhutan, and Ladakh Archery Club	Jivetsal

Source: Deputy Director Tourism, Leh. Communiqué par Alex Gillespie

12-9-2001	Wednesday	1 p.m. to 9.30 p.m.	Traditional Archery and Cultural Programme	Artists of Ladakh Archery Club.	Jivetsal
13-9-2001	Thursday	9 a.m to 6 p.m	Nubra Festival	Artists from different Villages of Nubra Valley.	Deskrit Nubra
		1 p.m. to 9.30 p.m.	Traditional Archery and Cultural Programme	Artists of Ladakh Archery Club.	Jivetsal
		3 p.m to 4.30 p.m	Polo match	Polo Team	Pologround
14-9-2001	Friday	3 p.m to 4.30 p.m 9a.m to 6 p.m	Polo match 2 nd day of Nubra Festival	Polo Team Artists from different villages of Nubra valley	Pologround Deskrit Nubra
		7.30 to 9.30 p.m	Music concert	Artists of Kharnak Village	Jivetsal
15-9-2001	Saturday	2 p.m to 4 p.m	Valedictory and Prize Distribution function followed by cultural programmes	Selected artists from different regions of Ladakh	Jivetsal

Deputy Director Tourism, Leh,

Source: Deputy Director Tourism Leh. Communiqué par Alex Gillespie