

Le sens de la marche

Héloïse Lhérété https://www.scienceshumaines.com/le-sens-de-la-marche_fr_29154.html

Août - septembre 2012

Randonnées, pèlerinage, trekking..., les Français n'ont jamais autant marché. Ce phénomène marque pour certains l'émergence d'une contre-culture touristique. Mode passagère ou mouvement de fond ?

Longtemps, la marche a été associée au vagabond, à l'errant, au va-nu-pieds ; le piéton était « piètre », par définition. Quand l'Europe se motorisa, il devint même un marginal. La quête de vitesse, de performance et d'efficacité reléguait la marche à pied, lente et fatigante, au statut d'anachronisme. Quelques années ont suffi pour que s'opère un revirement complet. Après des siècles d'humilité, la marche s'offre une renaissance. Plus encore, elle se mue en véritable phénomène de société. Cinq millions de Français déclarent aujourd'hui faire de la randonnée pédestre régulièrement, chiffre considérable (1). Ils sont plus nombreux encore à user leurs souliers le dimanche dans les bois ou le long des canaux, pour le simple plaisir, naturel et ancestral, de « *mettre un pied devant l'autre et recommencer* ». L'engouement s'est emparé aussi bien des campagnes que des villes, où les voitures finissent par désertier les centres.

Pratique corporelle – voire spirituelle –, la marche que l'on croyait gratuite est devenue simultanément un sport, un tourisme, un marché. Dans les magasins spécialisés se déploient des panoplies inédites – combinaison, ceinture-gourde, bâtons en aluminium... – qui donnent aux marcheurs des allures de skieur alpin. Livres et guides spécialisés s'amoncellent en librairies. Des agences vendent des randonnées découvertes (le Val-de-Loire à pied), sportives (l'ascension du Kilimandjaro), thématiques (« rando-choco » à Pâques), ou tout confort (authenticité le jour et cinq étoiles le soir). « *Qu'on le veuille ou non, la marche est partout et partout on marche* », résume l'anthropologue Franck Michel (2).

Les valeurs de l'époque

Comment expliquer ce retour en grâce ? Qu'est-ce qui fait marcher les marcheurs ? Le sociologue David Le Breton a consacré deux livres à ce sujet, à douze ans d'intervalle (3). Selon lui, ce succès vient d'abord de l'étonnante mutation de « l'imaginaire de la marche », qui se voit désormais associé à des valeurs « heureuses ». La marche recèle en réalité des vertus qui résonnent chaque année davantage avec les injonctions de l'époque. Elle est ainsi économique, ce qui n'est pas son moindre défaut par temps de crise. Nul n'est en effet besoin de dépenser beaucoup pour voyager à pied. Elle est aussi écologique : son émission de gaz à effet de serre reste très limitée... Comme le cyclotourisme ou la navigation fluviale, la marche relève donc du « tourisme vert », en pleine croissance, qui combine respect des ressources naturelles, préservation du bien-être des populations locales et souci de soi. La marche à pied apparaît enfin saine, bonne pour la santé et pour la ligne. À l'heure où chacun est officiellement incité à « bouger plus », quels que soient son âge et sa condition physique, marcher régulièrement devient quasi un impératif moral, au même titre que de manger sainement ou d'arrêter de fumer.

Mais cette conjonction de qualités – économiques, écologiques et sanitaires – ne saurait à elle seule expliquer le plébiscite dont la marche fait l'objet. Pour s'y adonner, il faut bien que le marcheur y trouve autre chose, de plus profond et personnel. Qu'au-delà de la fatigue, de l'essoufflement, des douleurs parfois, un secret plaisir aiguille sa volonté. De Jacques Lacarrière, auteur de *Chemin faisant* (Fayard, 1974), à Sylvain Tesson, Jacqueline de Romilly ou Pierre Sansot, les écrivains ont souvent mis en avant les joies sensorielles de la marche et les rencontres qu'elle permettrait de faire (lire [Bibliothèque idéale du voyageur](#)). La destination n'apparaît souvent que comme un prétexte. C'est le voyage lui-même qui importe. Il permet d'enregistrer en soi, de la tête jusqu'au bout des

orteils, une collection de panoramas, de bruits, de saveurs, d'odeurs, de visages. D'aller redécouvrir le soleil, le vent, le ciel, l'altitude, les gouffres et l'horizon..., tout ce dont nous privent le rythme et les lieux de nos vies hypermodernes. « *Ce qui importe dans la marche n'est pas son point d'arrivée, témoigne D. Le Breton, mais ce qui se joue en elle à tout instant, les rencontres, l'intériorité, le plaisir de flâner..., c'est exister, tout simplement, et le sentir (4).* »

Un autre rapport à l'espace et au temps

Des rêveries de Jean-Jacques Rousseau aux semelles d'Arthur Rimbaud, nombre d'œuvres littéraires et philosophiques ont d'ailleurs été composées « à l'air libre ». Le philosophe Frédéric Gros en a fait un livre, *Marcher, une philosophie*, qui a connu un joli succès. Pour lui, la marche a pour mérite de transformer le rapport du corps à l'espace. « *Le paysage est un paquet de saveurs, de couleurs, d'odeurs, où le corps infuse...* », affirme-t-il. Tel panorama paraît plus beau, plus propice à la méditation, à celui qui a fait l'effort de gravir la montagne pour y avoir accès. Tout se passe comme si la marche, la fatigue qu'elle entraîne, la persévérance qu'elle requiert étaient récompensées par un surcroît de beauté et de liberté offert au seul marcheur. L'esprit, alors, sautille et jubile, plus libre, moins contraint par ses références que lorsqu'il est immobilisé dans un bureau ou une bibliothèque.

(...)

Qu'est-ce qui impose alors à un si grand nombre, *in fine*, le désir de se lever et de marcher ? Sans doute d'abord une tendance profondément inscrite dans l'être humain, que des siècles de progrès techniques ne permettent pas d'effacer. « *L'être humain commence par les pieds* », soulignait l'anthropologue André Leroi-Gourhan. Mais c'est aussi cet appel mystérieux qu'adresse à beaucoup l'horizon, et auquel nous redevenons peut-être un peu plus sensibles avec la montée des valeurs écologiques. « *Tout grand paysage est une invitation à le posséder par la marche* », écrit Julien Gracq (5). Et si les grands voyageurs ont du mal à dire ce qui alimente leur quête, au départ, quand ils se lancent sur la route, ils espèrent tous trouver la réponse en chemin. Une réponse intime, personnelle, inattendue, en résonance avec leur vie.

NOTES

(1) **Enquête du ministère du Tourisme**, 2010.

(2) **Franck Michel**, « La marche à pied, un mode philosophique d'être, de penser et de voyager », *Cahier Espace*, n° 112, avril 2012.

(3) **David Le Breton**, *Éloge de la marche*, Métailié, 2000, et *Marcher. Éloge des chemins et de la lenteur*, Métailié, 2012.

(4) **David Le Breton**, *Marcher. Éloge des chemins et de la lenteur*, op. cit.

(5) **Julien Gracq**, *En lisant, en écrivant*, José Corti, 1980.

Questionnaire de compréhension « Le sens de la marche »

1er paragraphe

1. Quelle a longtemps été l'image de la marche ?
2. Comment cette image a-t-elle évolué ?
3. Qu'est-elle devenue aujourd'hui ? Citez deux exemples des nouvelles tendances.

2ème paragraphe

4. Selon David Le Breton, quelle est la première raison de ce succès ?
5. Citez les deux adjectifs qui caractérisent les valeurs de la marche.
6. Citez deux autres types de « tourisme vert ».
7. Au-delà de ces qualités, que cherchent les marcheurs ? Pourquoi la destination n'est-elle « qu'un prétexte » ?

3ème paragraphe

8. Selon le philosophe Frédéric Gros, quel est le mérite de la marche ?
9. Quelle « récompense » offre la marche ?
10. Que signifie la phrase « l'être humain commence par les pieds » ?

Production écrite

« Tel panorama paraît plus beau, plus propice à la méditation, à celui qui a fait l'effort de gravir la montagne pour y avoir accès. »

Après plusieurs heures de marche sportive dans cette montagne mythique dont vous rêvez depuis que vous êtes tout petit, vous arrivez enfin au sommet, épuisé mais heureux, et découvrez un paysage magnifique. Vous vous asseyez au bord du précipice pour profiter de ce panorama unique et vous détendre quelques instants quand un hélicoptère bruyant vient inopportunistement se poser à une centaine de mètres, déposant un groupe de touristes plus riches que vous, mais surtout plus pressés et beaucoup moins sportifs.

Imaginez le dialogue entre vous et l'un de ces touristes sur vos pratiques touristiques, vos choix, la notion de « respect », la perception du temps, etc.

Vous : ...

Touriste en hélico : ...

