

Espace temps.net

Réfléchir la science du social

La Chine à l'épreuve de ses situations touristiques : un nouveau rapport au Monde ?

Delphine Groux , le lundi 2 mars 2026

Un objet d'étude devenu incontournable.

Le tourisme en Chine est devenu, depuis la période des réformes à la fin des années 1970, et plus particulièrement depuis l'instauration de « semaines d'or » fériées (*huangjinzhou* : ??? ; en 1999), un phénomène qu'il est impossible de ne pas prendre en compte pour qui souhaite comprendre le fonctionnement contemporain de la société chinoise. Les chiffres le montrent clairement : entre 1990 et 2004, la part relative de cette activité dans le produit intérieur brut est passée de 0,92 % à 3,45 %, quand, en 2007, le nombre de voyages effectués par des touristes chinois était déjà estimé à 1,6 milliard, soit plus d'un déplacement par personne et par an en moyenne (Taunay, 2011). En 2024, le nombre de voyages (renci ??) a dépassé les 5 milliards. Pourtant, alors que des revues de langue anglaise ont été créées – parfois spécifiquement (tel *The Journal of China Tourism research*) – dans le but d'étudier les multiples facettes de ce phénomène, cette augmentation continue et régulière du poids du tourisme chinois n'a encore suscité que peu d'études et recherches en langue française.

Loin d'être un objet d'étude trivial, comme se sont attachées à le démontrer depuis plus d'un demi-siècle les recherches en sciences sociales (en géographie et économie d'abord, puis en anthropologie et en sociologie), le tourisme constitue un champ de réflexions et d'analyses fécond permettant de comprendre les enjeux sociaux contemporains. En tant que phénomène mondialisé et mondialisant, il touche aujourd'hui toutes les sphères de la vie sociale et est un facteur important de changement social. À ce titre, et peut-être encore plus en Chine, où les mutations spatiales peuvent être extrêmement rapides, il nécessite d'être examiné attentivement au prisme de *situations* concrètes, afin de fournir à l'analyse des données empiriques permettant d'en faire la synthèse. Cette traverse cherche dès lors à faire le point sur les mobilités de loisirs et les formes touristiques chinoises qui, depuis quarante ans, façonnent un phénomène à la fois politique, social et économique. Si elles se présentent sous des logiques similaires à celles d'autres régions du Monde, elles donnent à voir des *situations touristiques* singulières révélatrices des transformations propres au contexte chinois.

Des situations touristiques concrètes

Aborder le tourisme en termes de *situations touristiques* suppose de dépasser l'illusion d'une continuité immuable des sociétés et de s'affranchir de toute analyse réduite à un ordre symbolique ou à une interprétation culturelle. Ce faisant cette notion s'attache néanmoins à comprendre les transformations sociales et culturelles dans leur contingence historique pour saisir une totalité marquée par l'ambivalence des contextes locaux et de l'Histoire (Balandier 2008[1951]). En se référant explicitement à l'anthropologie dynamique de Georges Balandier, la notion de situation

touristique cherche ainsi analyser les rapports de force, les ambiguïtés et les tensions qui émergent à l'intersection de dynamiques historiques, politiques et économiques propres à une conjoncture donnée.

Plusieurs anthropologues ayant mobilisé la notion de situation de Balandier l'illustrent clairement. Tristan Loloum (2015), dans l'analyse des stratégies des acteurs du tourisme dans une station balnéaire brésilienne, montre que cette notion permet de dépasser les dichotomies traditionnelles — visiteur/visité, dominant/dominé — et de révéler que les sociétés agissent sur le tourisme plutôt que de le subir. Pour Corinne Cauvin-Verner (2007), dans le cadre du tourisme sud-marocain, elle permet de saisir les interactions entre guides et touristes et de montrer comment se rejouent et se recomposent des hiérarchies de genre et de classe. Dans un esprit similaire, Anne Doquet (2007) souligne que l'attention prolongée des anthropologues et l'intérêt touristique récent pour les Dogons ont conduit les habitants à développer des stratégies rhétoriques que le chercheur doit analyser. L'identification d'une situation ethnologique, qui se superpose au contexte touristique, met ainsi en lumière l'impératif de l'exercice de la réflexivité pour comprendre les intérêts différenciés des acteurs.

Ces analyses témoignent toutes de la manière dont les pratiques, saisies dans des situations concrètes, permettent de rendre compte des dynamiques situées de pouvoir, d'ajustement et de sens, inscrites dans une histoire sociale et politique. À ce titre, Pal Nyíri (2006) décrit le tourisme chinois comme une « grammaire culturelle partagée », produit d'un enchevêtrement de facteurs historiques, matériels et discursifs. Cette grammaire s'ancre dans l'histoire même des pratiques touristiques chinoises, tout en se reconfigurant sous l'impulsion des institutions internationales qui, depuis les années 1980, promeuvent le tourisme comme un levier de développement de façon à répondre à des enjeux politiques conjoncturels — affirmation internationale, *soft power*, construction nationale.

À l'origine des usages touristiques en Chine

À l'instar du grand tour anglais, les pratiques touristiques chinoises contemporaines trouvent leurs racines dans une tradition ancienne de voyage lettré. Dès le XVI^e siècle, ces circulations mêlant échanges commerciaux et quête esthétique prenaient pour horizon les *shanshui* (?? : paysages d'eau et de montagne) (Leicester 2008 ; Taunay 2011). Après plusieurs années de mise au ban de ces pratiques considérées comme bourgeoises durant la période maoïste (avec malgré tout l'envoi d'ouvriers « méritants » – patriotes ?? aiguo), quatre décennies de plans quinquennaux ont marqué son renouveau. L'État chinois constitué en principal promoteur, aménageur et financeur d'infrastructures et de zones touristiques s'est employé dès la réforme des quatre modernisations dans les années 1980, à revaloriser les sites d'intérêts historiques (*mingsheng* : ??) du tourisme lettré. La création des cinq jours de travail par semaine dans les années 1990 puis celle des semaines en or sont autant de politiques publiques ayant permis l'essor des mobilités de loisirs et d'un tourisme de masse.

Ensuite, marqué dès son retour sur la scène publique, dans les années 1980, par un rapport spatio-temporel entre l'urbain et le rural, le tourisme chinois s'est principalement développé à destination des campagnes (David 2010). Ce tourisme dit rural, ayant les accents d'un « éco-tourisme » (*shengtai lüyou* : ???), d'un tourisme « vert » ou même « rouge » lorsqu'il s'agit de visiter des lieux patriotiques, est encore trop peu étudié (Leicester 2008 ; Taunay 2011). Avec la remise au gout du jour en 2012 de la notion de civilisation, désormais associée à la question écologique (la « civilisation écologique » – *shengtai wenming* ??? – inscrite dans la constitution depuis 2018),

des formes de patrimonialisation et de marchandisation de la nature sont venues transformer la perception de certaines régions considérées comme situées en périphérie ou à la marge du centre civilisationnel. Autrefois cantonnée à une idéation romantique et spirituelle, comme le montre le tourisme lettré, la nature est désormais pensée comme un espace à préserver, légitimant le développement d'un réseau de parcs nationaux et de zones protégées que le tourisme, sans contradiction peut aider à préserver. Toujours traversé par le rapport entre rural et urbain, le tourisme qui s'y déploie révèle les mécanismes de gouvernance hérités du tourisme culturel, visant les populations vivant dans les espaces ruraux, et s'inscrit ainsi dans la continuité des politiques de civilisation, de modernisation et de développement économique précédentes.

Discipliner les minorités minoritaires avec l'instrument du tourisme

L'afflux de touristes vers ces régions rurales a en effet été marqué par une quête d'exotisme à travers la découverte de l'altérité interne à la Chine et des territoires peuplés par les cinquante-cinq nationalités minoritaires officielles (*shaoshu minzu* : ???). Considérés pauvres, au style de vie jugé arriéré et bénéficiant souvent de fonds gouvernementaux de réduction de la pauvreté, ces territoires étaient tous indiqués pour un développement économique par le tourisme. Dans les années 2000, le plan national d'ouverture de l'Ouest (???? : *xibu da kaifa*) ciblait les provinces du *Yunnan*, du *Guizhou* et du *Sichuan* particulièrement peuplées par les minorités ethniques nationales comme des territoires appropriés au développement par le tourisme. La marchandisation de l'ethnicité et la réification des identités culturelles pour le développement touristique ont alors laissé libre cours à des entreprises de folklorisation des cultures minoritaires (Grillot, 2001).

De nouvelles représentations médiatiques romantiques des minorités nationales ont accompagné un discours officiel sur un passé prétendument commun de façon à inciter ce type de tourisme (Zhu 2018). Les minorités nationales invitées pendant des décennies à se rapprocher de la « majorité civilisée » han et à se civiliser (Harrell 1995), se sont alors emparées du tourisme en commercialisant leur potentiel ethnique pour se développer économiquement (Chio 2014). Cela a également généré des arènes de négociation de l'ethnicité, de la modernité et du développement économique (Oakes 1998 ; Milan 2012, 2013, Schein 2000), voir des résistances locales (Cornet 2015). Sur cette question aussi, à quelques exceptions notables (Cornet 2010, Coulouma 2019 ; Guyader 2009 ; 2020 ; Milan ; 2019), la littérature francophone demeure limitée, alors même que l'étude des dispositifs touristiques constitue un terrain privilégié pour analyser la manière dont les minorités nationales mobilisent – par négociations avec l'État local – les logiques d'entrepreneuriat afin de s'inscrire dans l'agenda modernisateur de l'État, contribuant ainsi à participer aux récits sur le passé nécessaires à la nation chinoise moderne, voire à les instrumentaliser.

Avec la signature de la convention Unesco de 2003 sur le patrimoine culturel immatériel en 2004, le patrimoine est clairement devenu une ressource du tourisme qui a culminé en 2018 avec la création d'un ministère conjoint. Si cette fièvre patrimoniale s'enracine dans une histoire singulière du rapport aux artefacts, aux traditions et aux pratiques culturelles et folkloriques (Bodolec et Obringer, 2020), la mise en place des dispositifs *ad hoc* pour coordonner les services administratifs — notamment le Bureau national du tourisme — en vue de réaliser un vaste recensement national et d'établir des listes représentatives (Bodolec et Obringer, 2020) a clairement organisé une course sans précédent au classements Unesco et à la labélisation (Nyiri 2006, Maags 2018). Il s'agit même d'un vecteur de création de valeurs culturelles nouvelles (Dutournier et Padovani 2021), où les coutumes qui étaient autrefois considérées comme arriérées, indésirables et condamnées comme des archaïsmes superstitieux pendant la révolution sont devenues des ressources culturelles

précieuses se résumant à des rituels et des survivances « exotiques » qui honorent la diversité à travers des représentations folkloriques et leur valorisation en tant que patrimoine.

Une catégorie de l'action politique

La diversité culturelle devenue ressource touristique et patrimoniale a contribué au renouveau du récit national de l'unité politique et culturelle de l'État chinois. Cette transformation de la culture en outil de gouvernance se retrouve également dans les politiques de représentation des musées, qui visent à construire une vision centralisée et standardisée de la nation (Varutti 2014). L'accroissement du nombre de musées de tout type dès les années 1990, et par exemple les écomusées spécifiques aux zones minoritaires, marque ce retour au culturel comme levier du récit national. Devenu une ressource de l'action politique, le tourisme s'est ainsi imposé comme un élément de « cohésion nationale et de légitimation identitaire et politique » à travers la consommation d'« images et de lieux marqués par l'histoire et le mythe (...) qui aide à la promotion d'une idée de la nation en mettant en scène les principes mêmes d'unité politique et d'unité territoriale qui la fondent. » (David 2007). À ce titre le tourisme est qualifiable d'outils de gouvernementalité. Il se conjugue aux politiques gouvernementales de l'ethnicité définissant la nation chinoise et l'État moderne (Oakes 1998 ; Nyíri 2006 ; David 2007) et donne ainsi l'opportunité de comprendre un rapport à la modernité construit à la fois à travers l'expérience concrète de la mobilité touristique et du développement des destinations touristiques.

La croissance des mobilités touristiques chinoises, l'apparente unité des stratégies de développement et l'émergence d'acteurs et de pratiques qui participent à redéfinir les contours du monde social chinois façonnent une expérience singulière de la modernité tout en se référant sans cesse à cette dite modernité pour légitimer les pratiques (Oakes 1998). Le tourisme s'inscrit en ce sens pleinement comme une facette de la société harmonieuse de consommation, promue au rang de priorité nationale sous la présidence de Hu Jintao, intensifiée depuis le 19^e congrès du parti communiste chinois (en 2017), et maintenant au cœur des préoccupations de l'État. En cela, le phénomène touristique est maintenant utilisé par le pouvoir comme un outil au service de la « civilisation » (*wenming*?? : Boutonnet 2009, 2020), dans le cadre plus général du « rêve chinois » (*zhongguo meng* : ??? – depuis 2012).

L'hypothèse du contrôle social sur le plan national (*via* une série de fictions, développées dans les lieux touristiques ; Taunay 2022) marque l'ambition affichée de l'influence que la Chine développe pour imposer son modèle de société, au niveau du Monde. Le tourisme conjugué au tout patrimonial a permis d'asseoir des enjeux politiques conjoncturels d'affirmation de la Chine sur la scène internationale et de *soft power*. La multiplication de situations où l'inflation patrimoniale constitue un puissant vecteur de mise en tourisme fait écho à la circulation mondiale du paradigme patrimonial, continuellement réinterprétée dans les cadres administratifs nationaux. Elle a donné naissance à des modèles nationaux adaptés à des logiques de pouvoir spécifiques, tout en participant d'un même ordonnancement global fondé sur des rationalités économiques et politiques comparables à celles du tourisme, faisant du patrimoine un instrument de gouvernance parmi d'autres (Cousin, 2008 ; Lazzarotti, 2000).

Il n'est donc pas étonnant que les politiques chinoises en matière de tourisme s'élaborent désormais dans un cadre de plus en plus international, au sein d'une géopolitique des relations qui, tout en alimentant l'économie nationale, contribuent à instaurer à l'étranger de nouvelles pratiques liées à la manne économique que représente le tourisme chinois.

Les situations touristiques chinoises hors de Chine

L'émergence, depuis quelques années, de politiques spécifiques faisant la promotion de certaines destinations à l'international montre des stratégies géopolitiques que la Chine projette à travers le tourisme, tout en se faisant le véhicule des représentations des touristes chinois. Là également, les images succédanées donnent lieu à des pratiques sociales et spatiales insolites, parfois même incompréhensibles pour les sociétés réceptrices, avec néanmoins souvent la marque de l'information officielle du gouvernement chinois (Taunay 2012).

L'importance des paysages dans la tradition touristique chinoise conduit par exemple nombre d'entre eux à voyager par bus en Provence pour admirer les paysages de lavande (Ruggieri 2021). Entre promotion locale et modification paysagère pour répondre à la demande et inimitié culturelle voire raciale, les conséquences de ces pratiques ne manquent pas de susciter encore des frictions et des discours ambivalents (Ruggieri 2021). La lavande est devenue aussi romantique que la capitale parisienne dans les représentations des Chinois.

Ces pratiques à l'étranger ont néanmoins fortement évolué. Au début des années 2000, les Chinois voyageaient souvent à l'international sous le motif des affaires, pour se consacrer rapidement au tourisme. Ces premières expériences ont modelé des pratiques qui ne cessent de se renouveler, s'affranchissant même de l'emblématique voyage de groupe. Que ce soit en France ou sur d'autres continents, de nouveaux foyers touristiques se forment au gré des voyages produisant en retour de nouveaux lieux touristiques (Violier et Taunay 2019 ; Taunay 2022). Il y a lieu de penser que se joue, également ici, une expansion de la vision chinoise du rapport à la modernité qui n'est pas sans lien avec l'influence économique de la Chine. L'exploration de situations touristiques du tourisme chinois à l'international offre ici encore un matériau indispensable à la comparaison.

Ouverture

Cette traverse vient donc proposer une compréhension du tourisme chinois dans une conjoncture à la fois mondiale et singulière à la Chine. L'objectif n'est pas d'opérer un retour culturel sur le tourisme pour trouver une quelconque homogénéité des pratiques chinoises, mais plutôt d'inscrire la lecture du phénomène touristique dans une perspective géopolitique singulière, celle du *soft-power* chinois, dans le Monde contemporain. Il ne s'agit ainsi pas de traiter le tourisme chinois comme un cas isolé ou cloisonné, mais de restituer la singularité du contexte et des stratégies politiques et économiques, en considérant des *situations* où se mêlent les intérêts d'acteurs divers. De cette façon, ce ne sont pas toujours les logiques touristiques qui structurent les pratiques sociales, mais le contexte socio-historique plus large qui les conditionne et leur donne sens. Il ne s'agit pas non plus d'opposer un tourisme « intérieur » et un tourisme « international », mais plutôt de saisir le rapport touristique à travers la circulation des imaginaires, des personnes, des capitaux, des signes etc., qui met en rapport des normes, des systèmes de valeur et des représentations différentes.

L'analyse de *situations touristiques* concrètes, envisagées dans le contexte chinois, offre en ce sens une perspective comparative féconde. En se concentrant sur les configurations locales où se nouent les interactions entre acteurs, institutions et imaginaires du tourisme, la notion de *situation touristique* permet de dépasser les approches globalisantes ou essentialisantes du « tourisme chinois ». Elle ouvre à une comparaison des formes que prennent les relations sociales, économiques et politiques dans des contextes distincts, tout en révélant les logiques communes de mise en tourisme et de patrimonialisation. En tant qu'outil d'analyse, la *situation touristique* rend

ainsi possible l'examen des dynamiques locales à partir desquelles se rejouent, à différentes échelles, les enjeux de pouvoir, de mobilité et de production symbolique liés au tourisme.

Traverse coordonnée par Pascale-Marie Milan et Benjamin Taunay, auteur correspondant de cette traverse (benjamin.taunay@univ-amu.fr).

Le lundi 2 mars 2026 à 16:45 . Classé dans . Vous pouvez suivre toutes les réponses à ce billet via le [fils de commentaire \(RSS\)](#). Les commentaires et pings ne sont plus permis.