Tourisme patrimonial à l'ère numérique : réseaux sociaux et mise en tourisme des patrimoines locaux à Zhanjiang.

Par Shanshan Zheng

Avant même la ratification par la Chine de la *Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel* de (UNESCO 1972) en 1985, le tourisme était déjà étroitement lié à la valorisation du patrimoine culturel (Fresnais 2001, 449). Dès les années 1960, l'État chinois s'est engagé dans l'identification de ses monuments historiques, en établissant des listes de « sites historiques et culturels majeurs protégés au niveau national » (*quanguo zhongdian wenwu baohu danwei* ??????????), structurées selon quatre niveaux de sélection correspondant aux échelons administratifs chinois – national, provincial, préfectoral et de district ou xian (Conseil des affaires d'État 1961). Après 1985, la participation de la Chine aux dispositifs internationaux s'est intensifiée : entre 1987 et 2024, 59 sites chinois ont été inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Parallèlement à ces efforts centrés sur de le patrimoine matériel, une prise de conscience progressive de l'importance du patrimoine immatériel a émergé. Bien avant la ratification, en 2004, de la *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel* (UNESCO 2003), la Chine menait déjà, depuis la fin des années 1970, de vastes campagnes de documentation de la culture populaire à l'échelle nationale[1]. À partir de 2006, en complément des 44 éléments inscrits sur les listes internationales du PCI de l'UNESCO, le pays a mis en place son propre système de labellisation, structuré lui aussi selon quatre niveaux administratifs (Bureau du Conseil des affaires d'État 2005).

Les reconnaissances officielles des sites et des pratiques, en particulier celles influencées par les normes internationales, ont rapidement suscité, à partir des années 1990, une véritable « fièvre du patrimoine » (*yichan re* ???). Ce phénomène a contribué à constituer un réservoir stratégique, aujourd'hui

largement mobilisé dans les politiques de développement touristique. C'est dans ce contexte que le terme *tourisme patrimonial* apparaît pour la première fois en Chine, dans un article consacré à l'écotourisme publié par le spécialiste du tourisme Wang Dawu ??? (Wang 1999, cité par Zhang et Li 2016). Il a défini ce concept comme l'« exploitation des ressources naturelles et culturelles ». Dès lors, le tourisme patrimonial s'impose à la fois comme catégorie d'action publique et comme modalité concrète de mise en valeur des héritages culturels, au service d'une construction identitaire et territoriale. Ce tournant marque une évolution décisive dans la manière dont les autorités, les collectivités et les habitants perçoivent, catégorisent et valorisent le patrimoine culturel, tout en reconfigurant les modalités de gestion des ressources culturelles en Chine. Il devient alors essentiel d'examiner l'impact plus profond de ce phénomène dans la société chinoise contemporaine. À partir des années 2010, cet intérêt patrimonial s'articule de plus en plus avec les dynamiques numériques, les réseaux sociaux devenant des vecteurs majeurs de visibilité, de narration et de requalification des ressources culturelles.

Plus récemment, plusieurs travaux ont approfondi l'analyse des relations entre patrimonialisation et développement local en Chine, en soulignant les effets ambivalents de la valorisation culturelle sur les territoires. Ils ont montré comment la labellisation du patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel, est mobilisée comme levier de revitalisation économique, de redéfinition identitaire ou d'animation touristique dans des contextes urbains ou ruraux en quête de reconnaissance (Demgenski 2024 ; Gravari-Barbas *et al* 2024 ; Su 2019 ; Zhang et Yang 2022).

Ces dynamiques de valorisation s'inscrivent toutefois dans des rapports de pouvoir complexes. Dès les débuts du processus de patrimonialisation, les recherches ont mis en évidence les asymétries politique et sociales entre les différents acteurs impliqués, tant dans le domaine du patrimoine matériel (Graezer Bideau 2020 ; Law 2020) que dans celui du patrimoine immatériel (You 2020 ; Zheng 2017 ; Zheng 2023b), à travers la « chaîne patrimonial » (Heinich 2009). Ces déséquilibres se manifestent également à l'échelle territoriale : entre les régions, mais aussi entre les acteurs locaux, se jouent des dissymétries en

matière de développement économique, d'accès aux ressources et de reconnaissance symbolique (Maags et Svensson 2018).

L'évolution rapide des technologies numériques a profondément transformé les modalités d'expérience, de médiation et de mise en valeur du patrimoine dans le tourisme contemporain. Plusieurs études récentes soulignent comment les outils technologiques, en particulier les réseaux sociaux et la réalité augmentée (AR), redéfinissent les formes d'engagement des visiteurs avec les sites patrimoniaux en Chine (Connell *et al* 2021 ; Jiang *et al* 2022 ; Qiu et Zhang 2021). Parallèlement, ces technologies participent à l'émergence de nouvelles dynamiques de pouvoir dans les processus de patrimonialisation à l'échelle locale. Par exemple, certaines campagnes virales sur les réseaux sociaux chinois, mobilisant des hashtags stratégiques, ont permis à des pratiques culturelles ou à des praticiens jusque-là marginalisés de revendiquer une forme de légitimité patrimoniale en dehors des cadres institutionnels traditionnels (Zheng 2023a).

Cependant, malgré l'essor de ces pratiques numériques, peu d'études se sont penchées spécifiquement sur les dynamiques du tourisme patrimonial numérique en contexte local, notamment sur le rôle des réseaux sociaux dans la requalification symbolique et touristique de lieux ou d'acteurs ordinaires. C'est à cette lacune que cet article entend répondre, en explorant comment les réseaux sociaux numériques participent à la mise en visibilité, à la narration et à la mise en tourisme des patrimoines locaux à travers une étude de cas menée à Zhanjiang de la province du Guangdong, dans le district de Chikan.

Ce terrain a été choisi en raison de la richesse et de la diversité du patrimoine. Fondée sur une enquête de terrain menée entre 2015 et 2019, enrichie par une analyse de contenus diffusés sur deux plateformes numériques majeures en Chine (Sina Weibo et WeChat [2]) entre 2018 et 2023, l'étude s'attarde sur les effets de l'usage des réseaux sociaux dans les dynamiques de revalorisation patrimoniale. Dans cet article, nous aborderons en premier lieu les dynamiques conflictuelles entre la gouvernance des patrimoines coloniaux et religieux et le développement du tourisme observé au niveau local. Ensuite, nous examinerons le rôle joué par les outils numériques dans la construction et la promotion d'une

destination patrimoniale. Enfin, nous nous pencherons sur la manière dont les acteurs impliqués dans le domaine du patrimoine et du tourisme s'adaptent et interagissent face à cette nouvelle donne.

Les patrimoines réprimés pour le développement local du tourisme ?



Carte 1. Localisation de la ville de Zhanjiang. Source : d-map.com, adaptation: Shanshan Zheng.

Zhanjiang est une ville-préfecture (*dijishi* ???) qui s'étend sur la péninsule de Leizhou ???? dans le sud-ouest de la province du Guangdong, à l'extrémité sud de la Chine continentale. Elle est située à la jonction des provinces du Guangdong, de Hainan et de la région autonome Zhuang du Guangxi. En bordant la mer de Chine méridionale à l'est et le golfe du Tonkin à l'ouest, elle fait face à la province de Hainan au sud, séparée par le détroit de Qiongzhou ???? (Carte 1). En matière de compétitivité touristique, la ville se classe à la 15e

place sur les 21 villes du Guangdong (Qu et Liu 2020). Bien qu'elle occupe la quatrième place en termes de richesse en nombre d'élément du PCI, son développement économique limité ne suffit pas à satisfaire les exigences du secteur touristique.

Le district de Chikan, centre urbain de Zhanjiang, compte une population de 390 300 habitants et s'étend sur une superficie de 58, 55 km^2. Ancien port commercial actif durant les dynasties Ming (1368-1644) et Qing (1644-1911), Chikan fut également intégré à l'ancien territoire à bail français de Guangzhouwan entre 1898 et 1945. Cette histoire plurielle a laissé une empreinte patrimoniale marquée dans plusieurs quartiers du district. On y trouve à la fois des lieux de culte issus de périodes impériales, et des bâtiments à l'architecture coloniale témoignant de la présence française. Chikan se distingue également par la richesse de son patrimoine culturel immatériel (PCI), qui inclut des danses rituelles, des représentations théâtrales locales et une grande diversité de pratiques artisanales encore vivantes. Comme l'indique le Tableau 1, sept (items 1-7) des biens culturels inscrits sur les « listes de sites historiques et culturels protégés » (*wenwu baohu danwei*??????) à divers niveaux sont liés à la période de concession française. Par ailleurs, trois éléments sur six inclus dans les listes représentatives du PCI aux échelons national et provincial sont intégrés à la fête de Nianli. Cette dernière est considérée à Zhanjiang comme une catégorie de festivités liées aux rituels communautaires structurés principalement autour du culte des ancêtres et des divinités locales. Si la richesse patrimoniale de Chikan constitue une ressource culturelle et touristique importante, elle ne suscite pas pour autant une adhésion unanime parmi les acteurs locaux. En effet, les perceptions de ces patrimoines varient selon les profils sociaux, les mémoires collectives et les intérêts en jeu.



Carte 2. Localisation du district de Chikan avec les autres districts de Zhanjiang.

Listes	Niveau de liste	Site/élément
Sites historiques et culturels protégés	Préfectoral	1. Pont Cunjin (construit en 1925)
		2. Siège de la Chambre de commerce de Guangzhouwan (construit en 1925)
		3. Salle commémorative de Yang Yisan (construite en 1934)
		4. Hôtel Jinshe (construit durant la période républicaine)

5. Jardin Jing (construit durant la période républicaine)		
6. Hôtel Nanhua (construit durant la période républicaine)		
7. Siège de la Société Sanyou (construit la période républicaine)		
8. Temple Shuixian et son puit à eau (construit durant le Qing)		
9. Édifice du Musée de Zhanjiang (construit en 1960)		
Liste représentative du PCI	National	Marionnettes de Zhanjiang
	Provincial	Danse du dragon en filets de Tiaoshun
		Danse du dragon en bambou (*legu*) de Wenzhangwan
		Boxe Hong

Artisanat de fabrication de poisson séché	
Artisanat de fabrication des gâteaux de lune aux saveurs marines	
Préfectoral	Artisanat de fabrication de biscuit *Jizai* aux saveurs marines
	Sculpture sur bois de poutre ornées de figures étrangères
	Artisanat de fabrication de *zongzi* aux saveurs marines
	Artisanat de fabrication de teintures végétales
De district	Artisanat de fabrication du *qipao* par les Yang
	Artisanat de fabrication du poulet à la vapeur du restaurant Yiji

Art culinaire de la préparation des huîtres
Art de la restauration et du montage des estampages
Art de la fabrication du *guqin*

Tableau 1. Les sites patrimoniaux et les éléments du PCI du district de Chikan. Sources : www.ihchina.cn (Site du PCI chinois) ; www.zhanjiang.gov.cn (Gouvernement de Zhanjiang) ; www.whly.gd.gov.cn (Département de la culture et du tourisme de Guangdong).

Des mémoires sensibles : hésitations institutionnelles face aux patrimoines coloniaux et religieux.

Jusqu'en 2016, les autorités locales de Zhanjiang manifestaient une certaine réserve à l'égard de l'exploitation touristique des ressources patrimoniales liées à la concession française de Guangzhouwan (Zheng et Wu 2024) et aux pratiques religieuses populaires. Ces éléments patrimoniaux étaient perçus comme porteurs de connotations « négatives » : domination étrangère pour les premiers, ambivalence politique pour les secondes. Lors d'un entretien réalisé en 2015 à l'office du tourisme de Zhanjiang, un cadre local a évoqué l'idée d'un circuit historique sur Guangzhouwan, tout en soulignant l'un des freins majeurs : l'absence d'études historiques accessibles, notamment en langue chinoise. Une visite au Musée de la ville de Zhanjiang en 2016, suivie d'un entretien avec son ancienne directrice en 2017, a mis en lumière les dilemmes que pose la valorisation de cette histoire. Le musée avait alors mis en place deux expositions permanentes adoptant des récit contrastés : l'une intitulée « Exposition sur la lutte du peuple de Zhanjiang contre la France » (*zhanjiang renmin kangfa chenlie* ????????), s'inscrivant dans le cadre de l'éducation patriotique ; l'autre, « Du Guangzhouwan à Zhanjiang – Exposition sur le centenaire de l'ouverture du port de Zhanjiang » (*cong guangzhouwan dao zhanjiang zhanjiang kaibu bainian lishi*???????——??????????), offrait une approche plus développementaliste, représentative des inflexions récentes observées dans d'autre villes chinoises ayant connu des formes de présences étrangères sur leurs territoires (Ji 2016).

Mobilisations locales et réappropriations patrimoniales.

Contrairement à l'ambiguïté des autorités, les habitants du district de Chikan ont souvent adopté une posture plus proactive dans la défense et la valorisation de leur patrimoine. En 2016, un projet de réhabilitation du quartier ancien par une entreprise touristique d'État a suscité un vif débat. Des rumeurs circulaient quant à l'arrachage des *Terminalia catappa* – surnommés localement *faguo pipa* ???? (bibacier français) – plantés durant la période de concession. De nombreux habitants se sont mobilisés en ligne, dénonçant la suppression possible de ces arbres. Des commentaires tels que « c'est un crime ! », « Ces arbres de bibacier français font partie intégrante de la mémoire du quartier » ont été laissés sur le site d'internet d'information local. Le responsable du projet a finalement rassuré la population : aucun arbre ne serait déraciné. Cet épisode révèle l'attachement affectif et la capacité d'action des habitants dans le processus de patrimonialisation.

Par ailleurs, lors de mes séjours à Zhanjiang entre 2016 et 2017, j'ai eu l'occasion de rencontrer divers chercheurs locaux qui s'intéressent à l'étude de l'histoire de Guangzhouwan. Parmi eux se trouvent des universitaires locaux, des professeurs de lycée, des cadres administratifs et des journalistes à la retraite, ainsi que des étudiants en licence et en master. Ils se sont activement engagés dans la collecte et l'étude de divers matériaux – tels que des textes, des récits oraux, des images et des objets – liés à la période de Guangzhouwan.

Patrimoine immatériel et tensions institutionnelles.

Les ressources du patrimoine culturel immatériel de Zhanjiang – dont 73 éléments sur les 106 inscrits aux listes représentatives du PCI (*feiwuzhi wenhuayichan daibiaoxing xiangmu minglu* ????????????) à différents niveaux administratifs sont liés à la fête de Nianli – soulèvent également des

enjeux complexes pour les institutions. Bien que ces pratiques rituelles communautaires bénéficient aujourd'hui d'une reconnaissance officielle, leur intégration dans les politiques de développement touristique demeure délicate, notamment en raison de leur forte dimension religieuse, souvent perçue comme sensible dans le cadre institutionnel. En 2016, une demande d'entretien adressée à l'office du tourisme concernant la valorisation du PCI a été refusée au motif que « cette question n'a pas encore été inscrite à l'ordre du jour »[3]. Ce statut incertain se reflète dans la prudence des autorités à l'égard de pratiques comme la danse nuo (nuowu ??). Cette danse rituelle, exécutée par des danseurs portant des masques, vise à expulser les énergies usées et à accueillir les énergies positives de la nouvelle année (Granet 1926 ; Beaud 2015). Dès 2013, des autorités locales en collaboration avec des associations culturelles locales avaient pourtant organisé un festival autour de cette danse, bien que cela ait entraîné une dislocation du cadre rituel traditionnel. Malgré ces perturbations, les habitants ont tenté de maintenir l'intégrité du rituel (Zheng 2023b).

Ce n'est qu'en 2017 qu'un tournant s'opère, avec l'organisation par les autorités culturelles locales de démonstrations du PCI dans les centres commerciaux et les sites touristiques. Ces démonstrations privilégient des pratiques plus artistiques que religieuses, comme les danses du dragon ou les arts martiaux, au détriment des pratiques rituelles plus sensibles. En parallèle, certains acteurs touristiques privés se saisissent de cette ressource : en 2016, une station balnéaire a organisé un festival autour du PCI et de la fête de Nianli pour attirer des visiteurs durant les vacances du Nouvel an chinois.

Transition politique depuis 2018.

La fusion des administrations culturelles et touristiques à tous les niveaux administratifs en 2018 marque une étape décisive. Le discours officiel s'oriente alors vers une mobilisation plus affirmée du patrimoine comme ressource touristique. En 2019, la création d'une série des circuits, tels que « circuits historique et culturel du Guangdong » (*Guangdong lishi wenhua youjing* ????????) ou « circuit historique et culturel de Guangzhouwan à Zhanjiang » (

zhanjiang guangzhouwan lishi wenhua youjing ???????????), témoigne d'un tournant institutionnel : la mémoire coloniale est progressivement intégrée dans des stratégies de développement touristique territorialisé. Pourtant, jusqu'à 2020, ces ambitions restaient limitées par des contraintes de moyens, de reconnaissance scientifique et de légitimation politique. Malgré la richesse de son patrimoine, Zhanjiang peinait encore à émerger comme destination du tourisme patrimonial au niveau régional et national.

De « lieux célèbres sur les réseaux sociaux » (wanghong daka di) à destination patrimoniale ?

Durant l'été 2020, la ville de Zhanjiang est un terme de recherche devenu viral sur les réseaux sociaux grâce à la diffusion d'une web-série à suspense intitulé « *A hidden corner* » (*yinmi de jiaoluo* ?????), et dont les principaux lieux de tournage se trouvent dans plusieurs quartiers de la ville, notamment dans le district de Chikan. Depuis sa première diffusion sur un site de vidéo le 16 juin 2020, cette série a connu un succès immédiat, avec plus d'un milliard de vues en deux mois.

Le schéma développé par Violier (2007), un lieu – artialisation – médiatisation – mobilité touristique, offre un éclairage sur la manière dont des lieux quotidiens tels que ceux de Chikan sont devenus des sites touristiques par le biais de leur médiatisation. Des lieux tels qu'un restaurant, une petite épicerie, une terrasse sur le toit, une librairie, une piscine et même un McDonald's du district n'étaient pas considérés comme des sites d'attraction par l'administration touristique. Cependant, leur mise en scène dans la web-série a capté l'attention des spectateurs, mettant en avant leurs caractères esthétiques et culturels. Comme l'indique le producteur de la série, « nous avons voulu choisir une ville peu exploitée par les tournages, une ville qui respire le quotidien. Les vieux quartiers de Zhanjiang (Chikan) ont une saveur unique, combinant une ambiance urbaine et une atmosphère de petite ville »[4]. Suite au succès fulgurant de la web-série, les discussions en ligne autour de ces lieux ont agi comme un amplificateur, portant l'image du district de Chikan à un public beaucoup plus large. Les publications sur les réseaux sociaux – associant hashtags, photographies et

vidéos partagées par les visiteurs – ont rapidement contribué à transformer ces lieux du quotidien en véritables attractions touristiques.

En conséquence de cette médiatisation, Zhanjiang a vu une hausse significative du nombre de touristes. Selon un rapport de Ctrip.com[5] sur la consommation touristique publié pendant les vacances d'été 2020, les recherche concernant Zhanjiang ont augmenté de plus de 30% entre 1er et le 10 juillet de 2020, par rapport à la période du 1er au 10 juin de la même année. De plus, les publications sur Sina Weibo avec le hashtag « Explosion du trafic touristique pendant la fête nationale sur les lieux de tournage de la série « *A hidden corner* » » ont accumulé 280 millions de vues. Ce phénomène n'est pas propre à Zhanjiang : d'autres sites à travers la Chine ont également bénéficié du pouvoir des réseaux sociaux pour connaître une hausse soudaine et significative du nombre de visiteurs. Le « Rapport d'analyse des destinations touristiques mondiales » publié conjointement par le site de voyage Mafengwo et l'Institut de recherche sur le tourisme de Chine en 2017[6] révèle que 24,5% des touristes chinois sont susceptibles de s'intéresser à une destination jusque-là ignorée après avoir vu une série ou émission de télévision. Il est à noter que l'effet « sensationnel » généré par ces succès télévisés entraîne fréquemment l'apparition de ce que l'on nomme des « lieux célèbres sur réseaux sociaux » (*wanghong dakadi* ?????). Le terme daka ??, littéralement « pointer » comme on le fait à l'entrée d'un lieu de travail, a été réapproprié dans l'usage courant pour désigner l'acte de se rendre dans un lieu emblématique afin d'y prendre des photos et de les partager sur les réseaux sociaux. Ces lieux, souvent ordinaires à l'origine, acquièrent ainsi une notoriété rapide dans l'espace numérique. Toutefois, la popularité de ce type de destination s'avère souvent éphémère. Cette volatilité est en grande partie attribuable à l'écart entre l'« image induite » (Gunn 1972) véhiculée par leur médiatisation et l'« image complexe » (Fakeye et Crompton 1991) que se forgent les touristes à l'issue de leur visite sur place. Cette divergence entre représentation médiatique et expérience vécue peut avoir des conséquences significatives pour le développement durable d'une destination touristique. Par exemple, la déception éventuelle des touristes face à une réalité qui ne correspond pas à leurs attentes médiatisées peut se traduire par des évaluations négatives en ligne, nuisant ainsi à la réputation de la

destination. Dans le cas chinois, ce décalage entre l'image promue et la qualité de l'expérience sur place peut résulter d'une absence de ressources touristiques solides ou d'un manque de stratégie marketing bien ciblée (Liu 2019).

En revanche, le cas du district de Chikan semble dessiner un autre scénario. D'après les publications et les discussions sur Sina Weibo sous le hashtag « Explosion du trafic touristique pendant la fête nationale sur les lieux de tournage de « *A hidden corner* » », il apparaît que la valeur patrimoniale de Chikan, mise en avant par la web-série, correspond précisément aux attentes des visiteurs. Prenons pour exemple une vidéo publiée par un influenceur comptant 8,17 millions d'abonnés sur cette plateforme. Sa vidéo, intitulée « Selon les touristes : l'expérience sur place dépasse les attentes créées par les photos »[7] a reçu 61 000 mentions « j'aime » et présente des témoignages recueillis qui renforces cette observation. De plus, de nombreux commentaires laissés par les internautes, qu'ils soient originaires de Zhanjiang ou qu'ils y aient résidé pendant un certain temps, ont pour point commun de mettre en avant le peu de changement de ces quartiers avec le temps[8]. Cela peut être partiellement attribué à l'application efficace de politiques de préservation des monuments historiques, en vigueur depuis 1961 (Conseil des affaires d'État 1961), et puis mise à jour en 1982 (Conseil des affaires d'État 1982).

En outre, les éléments immatériels du patrimoine, notamment la tradition gastronomique locale, captivent les internautes. Lorsque les saveurs du district de Chikan ont été mise en scène dans la web-série, un commentaire publié sur un autre site internet Douban.com, l'une des plateformes de notation et de critique du film et de série les plus populaires, a suscité l'écho de nombreux internautes : « C'est la première fois que je salive en regardant un drame à suspense ». Pourtant, la ville de Zhanjiang occupe une position peu marquée en matière de patrimoine gastronomique. Malgré son titre de « Capitale gastronomique des fruits de mer de Chine » (*zhongguo haixian meishi zhidu* ????????), décerné par l'Association de la Cuisine Chinoise en 2010, elle peine à se forger une identité distincte dans le panorama culinaire du Guangdong, souvent éclipsée par les traditions cantonaise??, hakka ??et chaozhou ??. L'engouement manifeste des internautes pour la gastronomie de Zhanjiang,

amplifié sur les réseaux sociaux, offre cependant une opportunité de marketing promotionnel inédite pour le patrimoine culturel alimentaire du district.

Saisissant ces opportunités inattendues pour la promotion des patrimoines historiques et alimentaires, le gouvernement du district de Chikan a réagi promptement en élaborant des initiatives spécifiquement conçues pour répondre aux attentes des internautes. À compter de juillet de 2020, le Bureau de la culture et du tourisme du district a mis en place des panneaux d'informations sur divers sites de tournage. Ces panneaux comportant de QR codes permettent l'accès à un guide audio et à une carte des monuments historiques du district. En plus de ces documentations, des cartes gastronomiques dessinées à la main ont été imprimées et distribuées gratuitement à divers points d'information.

L'impact positif immédiat de la visibilité de ces pratiques sur les réseaux sociaux est certain. Selon la presse locale, pendant la « semaine d'or[9] » (*huangjinzhou* ???) de la fête nationale de 2020, le district de Chikan a accueilli un total de 480 300 visiteurs, générant un revenu touristique total de 491, 05 millions de yuans [10]. Ce type de tourisme, incluant des éléments du patrimoine malgré l'aspect télévisé de son origine, a offert pour les autorités locales l'opportunité prometteuse d'un développement du tourisme véritablement axé sur la valorisation de ses ressources patrimoniales.

Suite à la publication, en 2018, de la « Directive relative à la promotion du développement du tourisme intégré » (Bureau du Conseil des affaires d'État 2018), des listes nationales et provinciales de « zones modèles du tourisme intégré » (*quanyu lüyou shifanqu*???????) ont été progressivement mises en place. Le concept de « tourisme intégré[11] » fait référence à une approche systémique du développement touristique, fondée sur une perspective spatiale globale. Il s'agit de transformer l'ensemble toute une région en une zone touristique unifiée, où chaque ressource – naturelle, culturelle, sociale – contribue à l'attractivité de la destination. Cette démarche vise à optimiser l'aménagement, la promotion et l'expérience touristique. À l'échelle locale, ce dispositif peut constituer un cadre stratégique pour stimuler le développement de l'industrie touristique dans toutes ses dimensions. L'objectif de ces listes est d'identifier des territoires – souvent au niveau du district – où le tourisme devient

un secteur moteur, en s'appuyant sur l'ensemble des ressources locales. En 2021, le district de Chikan a été intégré à cette liste au niveau provincial du Guangdong, en particulier en reconnaissance de ses avancées en matière d'intégration du patrimoine culturel dans son développement touristique. Selon un rapport gouvernemental publié en juillet 2023 (Bureau de la culture et du tourisme de Zhanjiang 2023), Chikan s'affirme désormais comme une destination patrimoniale, en proposant notamment des « circuits historiques et culturels de Guangzhouwan », ainsi qu'une « Rue du patrimoine culturel immatériel » (*feiyi yitiaojie* ?????). Le long de cette rue, galeries, boutiques et restaurants offrent des espaces de valorisation du patrimoine culturel immatériel de Zhanjiang, en particulier à travers les artisanats d'art et les traditions gastronomiques locales.

Malgré ces avancées, il convient de souligner que le patrimoine religieux n'est pas encore intégré de manière explicite dans la planification touristique de la ville de Zhanjiang ou du district de Chikan. Toutefois, certains acteurs locaux ont pris des initiatives indépendantes pour organiser des événements à caractère religieux et culturel.

C'est notamment le cas du village de Tiaoshun, situé au nord-est de Chikan, connu pour son élément inscrit au PCI : la « danse du dragon en filet de Tiaoshun» (*tiaoshun wanglong* ????). Depuis 2017, ce village abrite le siège de l'Association taoïste de Zhanjiang, qui y joue un rôle actif dans la vie rituelle locale. En juin 2019, l'Association, en collaboration avec le comité villageois et une agence de voyage locale, a organisé un festival culturel en l'honneur de Mazu ?? – divinité protectrice des pêcheurs dans la région. L'événement comprenait des démonstrations de la danse du dragon en filet et de la danse du lion, une cérémonie de prière menée par des prêtres taoïstes de l'Association, ainsi qu'un banquet communautaire.

Si cet évènement a reçu une forme de reconnaissance institutionnelle – la présence du directeur de l'office du tourisme ayant été signalée dans une publicité de l'agence de voyage – elle n'a toutefois bénéficié que d'une visibilité très limitée sur les réseaux sociaux, et n'a pas suscité l'attention des médias ou des internautes. Cette faible médiatisation contraste avec d'autre événements

patrimoniaux plus spectaculaires ou institutionnellement soutenus.

Il est important de noter que, pour l'Association taoïste, l'objectif principal de ce type d'événement ne réside pas dans l'attraction de touristes, mais plutôt dans la consolidation de sa réputation rituelle, le renforcement de sa légitimité locale, et l'élargissement de sa base de fidèles. Dans ce contexte, la logique d'action religieuse ne s'inscrit pas dans les mêmes cadres que celle de la promotion touristique, bien qu'elle puisse, ponctuellement, y croiser certains de ses instruments.

À mesure que le district de Chikan a gagné en popularité sur les réseaux sociaux, ses deux types de patrimoine – colonial et religieux – ont emprunté des trajectoires distinctes dans la transformation du territoire en destination patrimoniale. Tandis que les ressources associées à la concession française ont été intégrées dans les nouvelles stratégies étatiques d' « intégration culture – tourisme », les traditions religieuses locales restent en grande partie invisibles ou marginalisées dans les discours institutionnels. Dans la section suivante, l'analyse des pratiques et des discours des acteurs patrimoniaux situés aux échelons les plus locaux de la chaîne patrimoniale permettra de mieux saisir la diversité des logiques à l'œuvre dans ce processus de requalification du territoire.

Au plus près des acteurs locaux : adaptation, tensions et usages différenciés

Face à l'augmentation considérable et rapide du nombre de visiteurs provoquée par le succès de la web-série, les réactions des acteurs locaux non-institutionnels à Chikan sont loin d'être homogènes. Parmi eux, on distingue notamment : des professionnels du tourisme (restaurateurs, hôtelier, commerçants), des habitants des quartiers touchés, des membres d'associations culturelles, des pratiquants religieux (officiels ou non) ainsi que des jeunes engagés dans des initiatives patrimoniales et mémorielles. Cette diversité d'acteurs reflète la pluralité des intérêts, des objectifs et des positionnements vis-à-vis de la mise en tourisme des ressources patrimoniales.

Les professionnels du tourisme, notamment les restaurants et les hôtels, apparaissent comme les bénéficiaires les plus immédiats de cette affluence. En revanche, une certaine réticence s'exprime chez les habitants des quartiers les plus fréquentés. Devant une petite épicerie apparue dans la web-série, plus de mille personnes se rendaient chaque jour pour s'y « pointer » *daka*, c'est-à-dire y prendre des photos à partager sur les réseaux sociaux, au point que les habitants ne pouvaient plus y faire leurs courses. Le propriétaire a fini par masquer l'enseigne avec un tissu. Le toit-terrasse emblématique de la série a également été pris d'assaut. Pour en limiter l'accès, les habitants ont démonté l'escalier menant au toit et évitent de révéler l'itinéraire aux touristes.

En parallèle, certains groupes locaux ont joué un rôle actif dans la patrimonialisation et la mise en tourisme de Chikan. Trois cercles associatifs, fondés entre 2011 et 2015 par des jeunes passionnées de l'histoire locale – la plupart nés après les années 1990 et originaires de Zhanjiang – mènent des activités autour la mémoire de l'ancienne concession française. Il s'agit du « Club des jeunes de Guangzhouwan » (*Guangzhouwan qingnian huiguan* ???????), du « Club de lecture sur le passé de Zhanjiang (*Zhanjiang wangshi shuba* ??????), et de la « Correspondance d'études de Guangzhouwan (*Guangzhouwan lishiyanjiu zixun* ?????????). Ces groupes ont organisé des expositions, conférences, visites commentées et recueilli des témoignages oraux sur l'histoire et la culture locale. Ces activités ont contribué à la promotion de la conscience patrimoniale des habitants locaux (Cai & Yuan, 2017 ; Wu, 2021). Depuis 2021, leurs activités s'élargissent au patrimoine culturel immatériel, avec des ateliers participatifs, comme lors de la fête de la lune de 2021, dans le Galerie de Mingde (ancienne banque privée réhabilitée). Les activités proposées variaient de la fabrication de lanternes ou des visites des sites historiques du quartier, à des ateliers d'apprentissage pour la préparation du gâteau de lune. Ce dernier atelier était animé par un transmetteur officiel du patrimoine culturel immatériel de l' « artisanat de fabrication du gâteau de lune aux saveurs marines » (*zhanjiang haiwei yuebing zhizuo jiyi* ??????????).

Sur le plan numérique, ces groupes investissent les réseaux sociaux avec des moyens limités mais des résultats notables : par exemple, la « Correspondance

d'études de Guangzhouwan » gère un compte WeChat actif (plus de 400 publications, 6 000 abonnés), et envisage d'étendre sa présence à d'autres plateformes faciles d'accès technique[12]. D'autres acteurs patrimoniaux, comme les propriétaires de galeries ou de boutiques artisanales dans les rues historiques de Chikan, comptent surtout sur la communication orchestrée par le Bureau de la culture et du tourisme du district. Cette dernière gère un compte WeChat officiel intitulé « Culture et tourisme de Chikan » (*wenlü chikan* ????), et organise régulièrement la couverture médiatique d'événements soutenus.

En ce qui concerne les acteurs religieux, les stratégies de communication sont encore plus discrètes. Le festival culturel de Mazu, organisé en 2019 à Tiaoshun par l'Association taoïste de Zhanjiang, n'a pas été intégré dans la planification touristique du district et a été très peu relayé sur les réseaux sociaux. Lors d' entretiens réalisés en 2018, les responsables de l'Association m'ont permis d'accéder à leur groupe de discussion (environs 260 membres) et à leurs comptes personnels. Seule quelques membres ont partagé l'événement en ligne. L'Association n'a créé son compte officiel qu'en 2022.

Bien que reconnue par l'État, l'Association taoïste fait face à des tensions avec les pratiquants de la religion populaire locale, notamment en lien avec l'utilisation d'espaces rituels. Lors de la fête de Nianli en 2019, un jeune villageois a interrompu une cérémonie taoïste en prétendant être possédé par une divinité locale, exprimant ainsi la frustration des groupes exclus du processus de reconnaissance officielle. Ce type de conflit illustre les hiérarchies implicites entre religion institutionnalisée et croyances populaires.

Par ailleurs, la visibilité croissante des pratiques religieuses sur les plateformes de vidéos courtes, telles que Douyin ??, la version chinoise de TikTok ou Kuaishou ??, ne garantit pas pour autant une reconnaissance accrue des acteurs. Certains prêtres non affiliés à l'Association partagent leurs activités sur ces plateformes, comme l'illustre un prêtre taoïste de Tiaoshun qui, malgré plus de 200 vidéos publiées depuis 2022, n'a attiré qu'environ 1600 abonnés. La digitalisation ne suffit donc pas à faire exister socialement les acteurs religieux non reconnus par les structures officielles.

Patrimoine en tension, numérique en transition : logiques croisées à Chikan.

Depuis la fusion du Ministère de la culture et de l'Administration nationale du tourisme en 2018, la stratégie d'« intégration de la culture et du tourisme » s'est imposée comme un levier central de transformation des politiques culturelles et touristiques, à toutes les échelles de gouvernance. Dans ce cadre, l'exemple du district de Chikan, à Zhanjiang, constitue un terrain d'observation privilégié pour analyser les recompositions contemporaines de la patrimonialisation locale, en particulier autour des patrimoines colonial et religieux, et de leur mise en visibilité à travers les réseaux numériques.

Les enquêtes de terrain menées à Chikan révèlent les tensions et ajustements traversant les tentatives de mise en tourisme du patrimoine. Avant 2020, les ambitions affichées par les autorités locales se heurtaient à plusieurs freins : faiblesse des ressources, absence d'expertise historique valorisant l'héritage colonial, et réticences politiques autour de la reconnaissance du patrimoine religieux. Ce sont finalement les dynamiques numériques, et notamment la popularité croissante du district sur les réseaux sociaux, qui ont contribué à redéfinir les lignes de valorisation.

Cependant, les deux types de patrimoine n'ont pas bénéficié de la même intégration. Tandis que l'héritage colonial, reconfiguré à travers des récits esthétisés et compatibles avec les objectifs de développement touristique, a été absorbé dans la stratégie de l'État, le patrimoine religieux reste en retrait. Moins compatible avec les logiques normatives et commerciales du tourisme patrimoniale, il demeure souvent exclu ou invisibilisé dans les dispositifs institutionnels et numériques.

Par ailleurs, les réponses des acteurs locaux révèlent une cartographie sociale contrastée. Certains, comme les jeunes membres de cercles associatifs ou les commerçants, voient dans cette transformation un vecteur d'action et de reconnaissance. D'autre, notamment, parmi les habitants ou les pratiquants religieux, expriment des inquiétudes comme la perte de sens, la perturbation des

usages ou l'instrumentalisation de leurs traditions. Cette hétérogénéité souligne l'importance d'une lecture fine des positionnements locaux et des jeux de pouvoir autour de la production patrimoniale.

Enfin, l'étude met en évidence le rôle ambivalent des réseaux sociaux dans la fabrique patrimoniale contemporaine. Bien qu'ils offrent de nouveau canaux de diffusion et de visibilité, leur logique de viralité et de mise en scène peut renforcer des hiérarchies existantes, tout en marginalisant des acteurs peu équipés pour les mobiliser. Le cas du patrimoine religieux illustre bien cette ambivalence : s'il commence à circuler dans l'espace numérique, sa reconnaissance officielle, sa légitimation et sa transmission restent tributaires de rapports de force institutionnels et symboliques plus profonds. En ce sens, cette étude incarne à la fois un laboratoire de patrimonialisation par le bas, un terrain de négociation identitaire, et un miroir des contradictions d'une politique culturelle à l'ère du numérique.

Résumé

Cet article examine comment les réseaux sociaux participent à la mise en visibilité et à la requalification touristique des patrimoines locaux, à travers une étude de cas centrée sur le district de Chikan, dans la ville-préfecture de Zhanjiang (province du Guangdong). Fondée sur une enquête de terrain menée entre 2015 et 2019, enrichie par une analyse de contenus diffusés sur deux plateformes numériques majeures en Chine (WeChat et Sina Weibo) entre 2018 et 2023, l'étude s'attarde sur les effets de l'usage des réseaux sociaux dans les dynamiques de revalorisation patrimoniale. L'analyse met en lumière les logiques de mise en récit du patrimoine colonial et religieux, et la manière dont elles contribuent à leur mise en tourisme. En observant les pratiques de partage, de valorisation symbolique et d'appropriation touristique dans l'espace numérique, l'article interroge comment les réseaux sociaux influencent les formes actuelles de mise en tourisme patrimoniale, co-produites par une diversité d'acteurs - administration, opérateurs touristiques, touristes et influenceurs). Il soulève également des enjeux liés aux tensions entre mémoire, identité, développement local et patrimonialisation numérique.

Notes

[1] Il s'agit de « Dix compendiums de matériaux de littérature et art populaires des nationalités chinoises » lancé en 1979 et « Projet du sauvetage du patrimoine culturel populaire » initié en 2002 (Zheng 2024).

[2] Les deux plateformes de réseaux sociaux sont considérées les plus utilisées en Chine : l'application du microblog Sina Weibo (*xinlang weibo*????), qui compte plus de 500 millions d'utilisateurs actifs chaque mois, et l'application de messagerie et de réseau social WeChat (*weixin*??), avec un total de 1,3 milliard d'utilisateurs actifs mensuels.

[3] Selon la réponse de l'office du tourisme local via WeChat, le 1 mars 2016.

[4] Cf. « Montage des Six Pics, et le quartier ancien de Zhanjiang ne sont plus un secret : quels sont les lieux de tournage popularisés par la série à succès ? », le 7 juillet, 2020, *Journal du nouveau pékin*.

[5] Ctrip.com (*xiechengwang* ???) est un des fournisseurs majeurs de service de voyages en ligne en Chine. Il propose des réservations d'hôtels, de tickets de transport (avion, train, bus) et de tours organisés.

[6] Cf. Mafengwo & Institut de recherche sur le tourisme en Chine, « Rapport d'analyse des destinations touristiques mondiale », le 28 décembre, 2017, https://www.mafengwo.cn/gonglve/zt-856.html (consulté le 28 septembre 2023).

[7] Cf. @yishou vidéo, « Selon visiteurs : l'expérience sur place dépasse les attentes créées par les photos » https://weibo.com/5943595658/JnwEr1sUg?pagetype=profilefeed (consulté le 18 août 2023).

[8] *Ibid.* Selon les 1685 commentaires publiés sous ce post sur Sina Weibo.

[9] La « semaine d'or » désigne des périodes de vacances publiques nationales accordées aux salariés par l'État, notamment les jours fériés entourant le Premier mai, journée internationale des travailleurs et le Premier octobre, la fête

nationale chinoise. Ce terme est couramment utilisé depuis l'an 2000.

[10] Cf. « De « *A hidden corner* » aux lieux célèbre sur les réseaux sociaux. Chikan accélère le développement du tourisme intégré », *Xinyinsha*, le 19 octobre 2020, https://www.xinyinsha.com/cms/show-4007.html (consulté le 20 Juillet 2023).

[11]La traduction anglaise officielle de Quanyu lüyou ???? est « all-for-one tourism ».

[12] L'entretien via WeChat est effectué le 13 avril, 2023.

Bibliographie

Beaud, Sylvie. 2015. « La fabrique d'un patrimoine chinois : d'une production culturelle nationale à une tradition théâtrale locale » *Ebisu*, n° 52(1) : p. 291-321.

Bureau du Conseil des affaires d'État (guowuyuan bangongting??????). 2005. *Guowuyuan gangongting guanyu jiaqing woguo feiwuzhi wenhua yichan baohu gongzuo de yijian* ????????????????????????? (l'Opinion du Conseil des affaires d'État pour renforcer la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel).

Bureau du Conseil des affaires d'État (guoguyuan bangongting ??????). 2018. Guowuyuan bangongting guanyu cunjin quanyu lüyou fazhan de zhidao yijian ????????????????????? (Les opinions directives du Bureau du Conseil des affaires d'État concernant le développement du tourisme intégré).

Bureau de la culture et du tourisme de Zhanjiang (zhanjiang wenlüju ?????). 2023 *Renforcement de la protection et de l'utilisation de la culture du patrimoine culturel immatériel à Zhanjiang pour soutenir la construction de la ville sous-centre régional*.

Connell, John, Xuesong Ding, Phil McManus et Chris Gibson. « Social media, popular culture and 'soft heritage' : Chinese tourists in search of Harry Potter » *Tourist Studies* n° 21(4) : p. 572-595.

Conseil des affaires d'État (guowuyuan???). 1961. *Wenwu baohu guanli zanxing tiaoli* ?????????? (Règlement provisoire administratif pour la protection du patrimoine culturel).

Conseil des affaires d'État (Guowuyuan ???). 1982. *Zhonghua renmin gongheguo wenwu baohufa* ???????????? (Loi de la république populaire de Chine sur la protection du patrimoine culturel).

Cai Tianshu??? et Yuan Qifeng ???. 2017. « Yi difang wenhua rentong wei dongle de lishi wenhua yichan baohu ——jiyu guangdong defang wenhua baohu xingdong de shizheng yanjiu ?"??????"????????????——???????????????? » (la protection du patrimoine historique et culturel avec l'identité culturelle locale comme motivation : étude empirique de l'action de préservation culturelle locale dans le Guangdong). *Guoji chengshi guihua* ?????? (Urban planning international) n° 32(2) : p. 114-120.

Département de la culture et du tourisme de Guangdong (Guangdongsheng wenhua he lüyou ting ?????????). 2019. *Guangdongsheng wenhua he lvyou ting guanyu zuohao er ling yi jiu nian guangdongsheng lishi wenhua youjing jianshe gongzuo de tongzhi* ????????????2019????????????????Avis du Département de la culture et du tourisme du Guangdong concernant la mise en œuvre des travaux de construction du circuit historique et culturel de la province du Guangdong pour l'année 2019).

Demgenski, Philipp. 2024. *Seeking a Futre for the Past. Space, Power, and Heritage in a Chinese City*. Ann Arbor : University of Michigan Press

Fakeye, Paul C. et John L. Crompton. 1991. « Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande valley » *Journal of Travel Research* n° 30 (2) : p. 10-16.

Fan, Zhou??. 2019. « Wenlü ronghe de lilun yu shijian ?????????? » (la théorie et la pratique de l'intégration de la culture et du tourisme). *Renmin luntan* ???? (Forum du peuple) n° 11: p. 43-49.

Fresnais, Jocelyne. 2001. *La protection du patrimoine en République Populaire de Chine*. Paris : CTHS.

Gravari-Barbas, Maria, Sandra Guinand Sandra et Yue Lu. 2024. « Les mondes 'exotiques' de Tianjin. Patrimonialisation, mise en tourisme et thématisation des anciennes concessions occidentales en Chine » *Téoros* n° 43(1).

Graezer Bideau, Florence. 2020. « The social life of heritage-making. Cultural representations and frictions » in Ludwig Carol, Linda Walton et Yiwen Wang (dir.) *The heritage turn in China. The reinvention, dissemination and consumption of heritage*, p. 39-68. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Granet, Marcel. 1926. *Danses et légendes de la Chine ancienne*. Paris : Librairie Felix Alcan.

Gunn, Clare A. 1972. *Vacationscape: designing tourist regions*. Washington: Taylor & Francis.

Heinich, Nathalie. 2009. *La fabrique du patrimoine. De la cathédrale à la petite cuillère*. Paris : Maison des sciences de l'homme.

Ji, Guoliang???. 2016. *Jindai waiguoren zaihua jianzhu yicun de yichanhua yanjiu* ???????????????? (l'étude de patrimonialisation des architectures étrangère modernes en Chine). Nanjing : Dongnan daxue chubanshe.

Jiang, Shan, Brent Moyle, Ryan Yung, Li Tao et Noel Scott. 2022. « Augmented reality and the enhancement of memorable tourism experiences at heritage sites » *Current Issues in Tourism* n° 26(2) : p. 242-257.

Law, Andrew. 2020. « The role of history, nostalgia and heritage in the construction and indigenisation of state-led political and economic identities in contemporary China » in Ludwig Carol, Linda Walton et Yiwen Wang (dir.) *The heritage turn in China. The reinvention, dissemination and consumption of heritage*, p. 215-238. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Liu, Jiewu ???. 2019. *Wanghont jingqu he wanghong chengshi : xingcheng, dazao, anli fenxi* ???????????????????? (Sites touristiques et villes célèbres

sur les réseaux sociaux : formation, mise en valeur et études de cas). Pékin : Zhongguo lüyou chubanshe.

Maags, Christina et Marina Svensson (dir.). 2018. *Chinese heritage in the making*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Qiu, Qihang et Mu Zhang. 2021. « Using content analysis to probe the cognitive image of intangible cultural heritage tourisme : an exploration of Chinese social media » *ISPRS International Journal of Geo-Information* n°10 (4) : p. 240.

Qu, Hua ?? et Rongrong Liu ???. 2020. *Quyu lüyou jingzhengli pingjia yu kongjian geju yanhua yanjiu ——yi guangdongsheng ershiyi ge dishi wei li* ??????????????????——???21????? (Étude sur l'évaluation de la compétitivité touristique régionale et l'évolution de sa configuration spatiale – Cas de 21 villes de la province du Guangdong)

Salomone, Christine et Hamed Haddouche. 2021. « Discours sur les re?seaux sociaux et expe?rience touristique : une nouvelle donne pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et acteurs touristiques » *Te?oros* n° 40(2).

Su, Junjie. 2019. « Understanding the changing Intangible Cultural Heritage in tourisme commodification: the music players perspective from Lijiang, Chine » *Journal of Tourism and Cultural Change* n°17(3) : p. 247-268.

UNESCO. 1972. Convention concernant la protection du patrimoine Mondial culturel et naturel.

UNESCO. 2003. Convention de 2003 pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel.

Violier, Philippe. 2007. « Tourisme et me?dias : regards d'un ge?ographe » *Le temps des me?dias* n°8(1) : p. 159-170.

Wang, Dawu???. 1999. « Dui shengtai lvyou de ruogan zhongyao renshi ???????????? » (Quelques e?le?ments cle?s de l'e?cotourisme) *Luyou luntan* ???? n°2 : p. 5-7.

Wu, Ziqi ???, 2021. « Yingzao xiandai gongjian yu chuancheng wenhua yichan : faguo zujiedi guangzhouwan de lishi chengqu ????????????? :????????????? » (La création d'un espace moderne et la transmission du patrimoine culturel: le quartier historique de la concession française du territoire de Guangzhouwan) *Shanghai fazujie shi yanjiu* ???????? (l'étude de l'histoire de la concession française à Shanghai) n° 4 : p. 69-88.

You, Ziying. 2020 « Conflicts over Local Belief: "Feudal Superstitions" as Intangible Cultural Heritage in Contemporary China » *Asian Ethnology* n° 79(1) : p.137-159.

Zhang, Chaozhi ??? et Wenjing Li ???. 2016. «Yichan lüyou yanjiu : cong yichandi de lvyou dao yichan lvyou??????:????????????? » (E?tudes sur le tourisme patrimonial : du tourisme des sites patrimoniaux au tourisme patrimonial). *Luyou kexu* ???? (Science du tourisme) n° 8 : p. 37-47.

Zhang, Chaozhi??? et Jirong Yang ???. 2022. « Jiangou yu xieshang : wenhua yichan yu lüyou de guanxi zai renshi ????????????????????? » (Construction et négociation : une relecture des relations entre patrimoine culturel et tourisme) *Lüyou xuekan* ???? (Tourisme tribune) n° 37 (11) : p. 75-84.

Zheng, Shanshan. 2017. « Religious diversity and patrimonialization. A case study of Nianli Festival in Leizhou Peninsula, China » *Approaching Religion* n° 7(1) : p. 21-31.

Zheng, Shanshan. 2023a. « Safeguarding food heritage through social media? Between heritagization and commercialization » *International journal of gastronomy and food science* n° 31.

Zheng, Shanshan. 2023b. « Heritagization of rituals: commodification and transmission. A case study of Nianli festival in Zhanjiang, China » *Études mongoles & sibériennes, centrasiatiques & tibétaines* n° 54.

Zheng, Shanshan. 2024. « La patrimonialisation de la religion populaire en Chine. Étude de cas de la fête de Nianli à Zhanjiang ». Thèse de doctorat, Université Lumière – Lyon 2.

Zheng, Shanshan et Wu, Ziqi. 2024. « Dépatrimonialisation et repatrimonialisation des mémoires coloniales locales. L'exemple du territoire à bail français de Guangzhouwan » *Revue d'histoire culturelle* n° 9.