

# Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

Dossiers

105-3 | 2017

Montagnes et montagnards des Suds dans la mondialisation touristique : imaginaires et pratiques

---

## Mise en tourisme d'un village shui dans la province montagneuse du Guizhou (sud de la Chine) : imaginaires et instrumentalisation politique du paysage

EVELYNE GAUCHÉ

Traduction(s) :

Tourismification of a Shui Village in the Mountainous Province of Guizhou  
(South China): Imaginaries and the Use of Landscape for Political Ends

---

### *Résumés*

Français English

Cette contribution interroge la construction des imaginaires touristiques, à travers la mise en tourisme d'un village shui de la province montagneuse du Guizhou (Chine). Le développement

du tourisme dans l'espace rural, impulsé par l'État au début des années 1980, s'effectue selon un modèle officiel très standardisé, ayant pour objectif, outre le développement économique, la construction de l'identité nationale. Ce modèle est fondé à la fois sur un regard stéréotypé porté sur le paysage, façonné notamment autour de l'idéal mandarin lettré, pictural et jardinier, du « *shanshui* » (littéralement « les monts et les eaux »), la folklorisation des minorités ethniques et la modernisation des campagnes. Il s'appuie ainsi sur une instrumentalisation du paysage, mais aussi des populations, à travers un récit national au service de la grandeur de la nation chinoise et du peuple Han, avec en arrière-plan l'affirmation de l'idéal socialiste. Corrélativement à la projection de l'imaginaire Han sur leur paysage quotidien, les représentations sociales du paysage de la population shui se transforment sous l'effet du tourisme et révèlent l'adhésion de cette dernière au modèle.

This contribution questions the build-up of touristic imaginaries, through the tourismification of a Shui village located in the mountainous Province of Guizhou (China). The growth of the tourism industry in the rural areas driven by the State in the early 1980s, has been going on according to a highly standardised official model. Not only did it aim at fostering economic development, but also at making up national identity. It is founded on a stereotyped vision of the landscape, seen through the prism of the Mandarin ideal based on poetry, gardening and pictorial arts or *Shanshui*, literally 'mounts and waters', as well as on the folklorisation of ethnic minorities and the modernisation of the countryside. As such, it uses both landscape and populations as tools, through a national narrative of the greatness of the Chinese nation and the Han people with, in the background, the praise of the socialist ideal. Correlatively to the projection of Han imaginaries onto the daily landscape of the Shui, the social representations of this landscape are also transformed by tourism, thereby revealing how the Shui population is adhering to the State model.

---

## ***Entrées d'index***

**Mots clés** : représentations, paysage, tourisme, Chine, espaces ruraux, ethnie minoritaire shui

**Keywords** : representations, landscape, tourism, China, rural spaces, Shui ethnic minority

---

## ***Texte intégral***

# **Introduction**

- 1 En Chine, après l'ouverture du pays et le lancement du tourisme international par Deng Xiao Ping à partir de 1978, le début des années 1980 voit l'encouragement du tourisme intérieur comme outil de développement des régions rurales pauvres, et ce sont aujourd'hui ces touristes domestiques, principalement issus de la classe moyenne chinoise han et urbaine, qui représentent l'essentiel de ces flux au sein du pays (Taunay, 2011 ; Véron, 2013). Depuis le début des années 2000, avec la transformation du regard sur les espaces ruraux<sup>1</sup>, sous l'impulsion de l'État central et selon un modèle officiel standard, ce tourisme intérieur se développe dans les campagnes, et notamment celles peuplées de minorités ethniques telles que dans la province montagneuse du Guizhou (figure 1). Au sud-est de cette dernière, la Préfecture du Qiannan, région enclavée du fait de son relief, bénéficie actuellement d'un développement des infrastructures routières et ferroviaires au profit, notamment, de la mise en tourisme des villages shui jusqu'ici en situation très marginale.

**Figure 1 : Sandu et la Préfecture du Qiannan au sein de la Province du Guizhou**



Réalisation E. Gauché. Fond de carte emprunté au site [https://chine.in/guide/guizhou\\_1850.html](https://chine.in/guide/guizhou_1850.html)

- 2 En Chine, les Han, ethnie au pouvoir, représentent plus de 92 % de la population, le reste correspondant aux 55 minorités nationales, qui pâtissent d'un retard de développement au sein du pays (Cao, Dehoorne, 2009). Au Guizhou, province dans laquelle 70 % de la population active vit de l'agriculture, les Shui, originellement animistes, sont au nombre de 410 000 (Auzias, Labourdette, 2016), localisés dans le Qiannan et essentiellement dans le *xian* (district) de Sandu (figure 1) où ils représentent la quasi-totalité de la population shui de Chine. Il s'agit de l'une des deux seules minorités du Guizhou à posséder sa propre écriture, composée d'une centaine de pictogrammes<sup>2</sup>. L'appellation de Shui (« eau » en chinois) leur a été attribuée par les Han en 1956, ce dudit « peuple de l'eau », établi près des rivières, se désignant lui-même par la dénomination de Sui (signifiant également « eau » en shui).
- 3 La présente étude, réalisée dans le cadre du projet ANR AQAPA<sup>3</sup>, a donc été menée dans un village shui, du nom de Shuige (2612 habitants en 2014). Auparavant enclavé et caractérisé par une économie agricole largement fondée sur l'autoconsommation, ce village a subi diverses transformations visant à mettre en scène le paysage et la culture shui, selon le modèle étatique han de mise en tourisme que nous allons examiner ici à travers le prisme des imaginaires. Cet article a ainsi pour objectif, de montrer, en s'appuyant sur le cas de la minorité shui, qu'à travers le modèle officiel de mise en tourisme de l'État, pensé au niveau national et décliné au sein des différentes provinces du territoire national, se réalise une instrumentalisation politique du paysage. Comme l'ont souligné R. Spichiger et J. Forney (2005), le paysage présente « un potentiel pour une instrumentalisation politique tout à fait remarquable ». Dans le cas chinois, il est un prétexte, par le biais du tourisme, au développement économique et à une mise à niveau des campagnes ; mais c'est à des fins de construction identitaire que le paysage est ainsi instrumentalisé. Deux questionnements interreliés structurent cette réflexion : quels sont les imaginaires du paysage mobilisés par le modèle han de mise en tourisme et quels objectifs ce dernier sert-il ? Comment ce modèle projeté sur le paysage quotidien de la population shui, à fortes spécificités culturelles, est-il reçu par celle-ci ?
- 4 Après avoir exposé les modalités de mise en œuvre du modèle étatique dans le village de Shuige et les imaginaires qu'il mobilise, on tentera de mettre en évidence le récit qui

le sous-tend : ce sont en effet des processus complexes, et notamment des enjeux politiques et identitaires forts, qui se cachent derrière le modèle chinois « d'invention du lieu touristique » (Knafou, 1991). On s'interrogera enfin sur la réception de ce modèle par la population shui ce qui nous amènera à ouvrir la réflexion vers les transformations des représentations<sup>4</sup> sociales du paysage chez cette dernière. Ce travail s'appuie entre autre sur des entretiens semi-directifs réalisés en juillet 2014 et août 2016 auprès des habitants de Shuige (échantillon reposant pour l'essentiel sur des ménages de petits paysans possédant entre 2 et 4 mu<sup>5</sup> de terre, principale composante de la population, et quelques membres du conseil municipal).

## Le modèle étatique de mise en tourisme au prisme des imaginaires : le cas du village de Shuige

### Une ressource paysagère transformée

- 5 La ressource paysagère du territoire villageois repose, à l'image du centre et du sud de la province du Guizhou, sur des moyennes montagnes calcaires (culminant vers 1500 m) façonnées en karsts à cônes. Les versants sont partiellement forestiers et les fonds de vallée occupés par des rizières en terrasses, surmontées sur les basses pentes par des cultures pluviales (maïs, piments, pruniers). Comme souvent au Guizhou (Dan, 2005), l'activité agricole d'organise autour du système riz-poissons-canards, ces derniers débarrassant le riz des insectes nuisibles, et l'eau d'inondation des terrasses étant utilisée pour la pisciculture. L'habitat, situé au pied des versants montagneux, est traditionnellement en bois, mais de plus en plus en briques depuis l'arrivée de la route, financé par les jeunes partis travailler dans les villes de l'est du pays.
- 6 Contrairement à la majorité des cas où le processus est de type *top-down*, c'est-à-dire que des agents du *xian*, dans le cadre de la politique de la province, prospectent afin de sélectionner les villages présentant un potentiel touristique, à Shuige, le choix de miser sur le tourisme pour sortir le village de la pauvreté s'est fait en 2005 à l'initiative de l'élite politique locale. Le conseil municipal établit un dossier de candidature recensant, sous contrôle d'un représentant du *xian* de Sandu, les points officiels d'intérêt touristique (*jingdian*<sup>6</sup>) et présentant son originalité : la fête Mao (un mois du calendrier shui). Cette grande fête annuelle des récoltes et de l'amour, célébrée par l'ensemble de la population shui, a spécifiquement lieu à Shuige ; le moment principal en est la déclamation de chants sur la montagne Mao, site qui aurait été déterminé par les ancêtres au moyen de la lecture dans les œufs, l'œuf étant considéré comme le symbole de l'univers.
- 7 De même que plusieurs autres villages également sélectionnés au sein de la province, Shuige reçoit un soutien financier pour sa « conversion » en site du tourisme officiel. Ainsi que l'a souligné B. Taunay (2011), cette connivence entre les acteurs locaux et étatiques est la condition de la réussite de la mise en tourisme, puisque – et même dans le cas d'un processus de type *bottom-up* – c'est toujours l'État, au niveau provincial relayé à l'échelon local (*xian*), qui lance les lieux touristiques et en planifie le développement. Cependant, en dehors de la fête Mao, qui rassemble quelques milliers de visiteurs chaque année (essentiellement amis et membres des familles locales), la fréquentation touristique de Shuige est de courte durée (de quelques heures à une

journée) et reste peu importante (autour de 500 touristes pour les mois de plus forte affluence, en grande majorité chinois, secondairement asiatiques, le village recevant en moyenne moins d'une dizaine de cars par mois dans le cadre d'excursions organisées, le reste des touristes se rendant sur place en voiture individuelle), et peine à se développer face à la concurrence d'autres sites plus attractifs au sein de la province.

- 8 Le village a donc connu d'importantes transformations. Sur des rizières a été construite une grande place (photo 1), au sol gravé de pictogrammes shui, qui fut équipée d'un écomusée et qui a vu ses principales maisons de bois s'enrichir de nouveaux éléments architecturaux et une partie de ses maisons de briques recouvertes de planches de bois afin de renforcer l'aspect pittoresque du village. Des peintures évocatrices de la culture shui ont été réalisées sur les murs de l'école et des inscriptions en shui apposées sur ceux du musée et de plusieurs maisons, des statues de poissons ont été placées sur les toits, tandis qu'ont été construits différents équipements en bois arborant tous une architecture « traditionnelle » pittoresque : grande porte également gravée d'inscriptions à l'entrée du périmètre touristique, ponts couverts passant sur l'eau, kiosques, belvédères. Enfin, un sentier d'interprétation dénommé « La vallée des amoureux », a été créé à travers le village et son finage, permettant aux touristes de passer par 16 *jingdian*, représentés sur une carte exposée sur la place, et signalés au cours du circuit par des panneaux indicateurs. Ils correspondent principalement aux nouvelles constructions (musée, place porte etc.), aux lieux investis de croyances par les shui explicitées par des panneaux d'interprétation (pierres et arbres qui sont vénérés et accordent protection, grottes votives, sources qui ont le pouvoir d'agir sur la fertilité des couples), à des cascades, et à la montagne Mao, lieu le plus emblématique du village.

**Photo 1 : La place de Shuige et, à droite, son écomusée (cliché de l'auteur)**



- 9 Toutes ces transformations se comprennent dans le cadre du modèle étatique de mise en tourisme.

## La logique han de création des lieux touristiques

- 10 En plus de son rôle de développement économique, le tourisme intérieur a également

pour but de construire un sentiment d'identité nationale (Oakes, 1998 ; Taunay, 2009). Ceci passe notamment par la valorisation de la richesse de la nation chinoise à travers la mise en tourisme de la diversité des cultures de ses minorités ethniques. Ceci transparaît ne serait-ce qu'à travers le site internet officiel de l'Office National du Tourisme de Chine (2016) où les spécificités vantées du Guizhou sont « la simplicité antique du folklore national, la particularité de la culture nationale et la singularité des us et coutumes. »

11 Pour créer ce sentiment d'unité nationale, l'État chinois a construit les sites touristiques en filiation directe avec les « lieux pittoresques célèbres » (*mingsheng*) visités par les artistes de la dynastie Tang et Song (618-1279) puis par les nobles lettrés de l'époque classique (XV<sup>ème</sup>-XVI<sup>ème</sup> siècles), en remettant au goût du jour, au début des années 1980, les carnets de voyage de ces nobles (Taunay, 2009). Ceci façonna chez la population chinoise un imaginaire de son territoire notamment construit autour des « beaux paysages » qu'il recèle, en particulier les paysages de *shanshui* (littéralement « les montagnes et les eaux »)<sup>7</sup>. Ces paysages font partie de ceux que tout un chacun, en Chine, connaît et convoite de visiter au moins une fois dans sa vie, en tant que quintessence du paysage (Taunay, 2010).

12 Les lieux du tourisme officiel chinois sont donc aujourd'hui ces lieux célèbres, tandis que de nombreuses autres catégories de *mingsheng* furent créées ultérieurement. L'État a ainsi impulsé et stéréotypé le regard et les pratiques touristiques. L'objectif principal était d'ancrer le tourisme dans une tradition nationale tout en contrôlant le contenu idéologique de ce dernier et l'image du pays véhiculée, à travers circuits prédéfinis et sites touristiques précisément identifiés (Nyiri, 2006). Mis aux normes du modèle étatique, ces sites correspondent donc également au goût formaté des touristes chinois.

## ***Hanisation, shuiification et modernisation du paysage***

13 La (re)découverte des campagnes par les touristes chinois se réalise dans des « lieux inédits synthétisant une ruralité inventée et reconstituée pour les citoyens » (Véron, 2013). Le modèle de mise en tourisme du village de Shuige s'appuie sur trois processus que l'on retrouve, à des degrés divers, dans tous les villages de régions montagneuses à minorités ethniques touristifiés<sup>8</sup>.

14 Le processus que nous appelons ici *hanisation* – expression généralement utilisée à propos de la politique de l'État chinois envers les régions frontalières (Veg, 2009 ; Allès, 2011) – correspond à la surimposition de l'imaginaire paysager de l'État central, han, sur le paysage des minorités. Selon notre interprétation du processus, cet imaginaire fait référence à l'un des éléments emblématiques de l'esthétique et de la spiritualité chinoises (Escande, 2005), le *shanshui*, mobilisé à travers un aménagement jardinier des sites touristiques. Les modalités de cet aménagement visent ainsi à mettre en scène les sites de façon à valoriser cette conception han du paysage chinois idéal que représente le *shanshui*. La peinture de *shanshui* est en effet aux fondements de l'art des jardins chinois (Escande, 2005), qui s'est diffusé ensuite dans toute l'Asie orientale (Berque, 2010). Ainsi que le définit Y. Escande (2005), le *shanshui* « est toujours constitué de montagnes ou de rochers et d'eau, généralement douce, de brumes, de plantes et de mousses, parfois d'arbres, de la lune, de bâtiments, d'animaux et de personnages. » Inspiré de ce modèle, l'art des jardins chinois est fondé sur l'harmonie entre quatre éléments (l'eau, les pierres, les constructions et les végétaux), entre

lesquels circulent une énergie vitale – le *qi* (Izikowitz, 1987). Un autre aspect fondamental en est le cheminement qui y est réalisé. En effet, « les paysages chinois sont vécus comme des voyages culturels, rituels et spirituels » (Escande, 2005). Le jardin doit surprendre le promeneur, à travers des points de vue variés, un « paysage changeant au fil des pas » (Wei, 2016), « des détours en zigzags, en serpentant, comme dans un parcours montagnard » (Escande, 2005). Il faut ajouter, enfin, le rôle des inscriptions qui conduisent à la captation de l'énergie cosmique, contribuent à révéler le génie du lieu chinois et à conduire le promeneur vers la voie de la sagesse (Escande, 2005).

15 Cette référence au modèle du *shanshui* et au jardin chinois se traduit par différents aspects de l'aménagement des sites touristiques, tel que le village de Shuige peut l'illustrer : la valorisation des éléments aquatiques et des vues sur la montagne par le biais de points de vue aménagés, un style architectural « traditionnel » pittoresque rappelant celui qui figure dans la peinture de *shanshui*, pour tous les éléments bâtis qui constituent les « éléments scéniques du jardin » (Escande, 2005). Les inscriptions (en shui) et la mise en exergue des croyances et légendes shui tout au long du sentier, sinueux et escarpé, de la « Vallée des Amoureux » renforcent la spiritualité du lieu et lui donnent caractère poétique. L'aménagement du site de Shuige est ainsi conçu comme une « déambulation jardinière » (Escande, 2005), la porte marquant l'entrée du « jardin ».

16 Shuige étant un village shui, le processus que nous désignons sous le terme de « shuification » du paysage vise à renforcer la visibilité de ses spécificités ethniques : ajout de différents éléments de décor (symboles, écriture shui, peintures, ornements architecturaux), « shows » de danses et de chants, écomusée<sup>9</sup>. Mais si ces éléments sont bien représentatifs de la culture shui, l'utilisation touristique qui en est faite n'a rien d'authentique. L'écriture shui est une écriture rituelle connue simplement des géomanciens, il n'est donc pas coutume d'écrire en shui sur les murs des bâtiments. Les statues de poissons placées sur les toits des maisons, sous prétexte que le poisson est l'animal le plus emblématique de la culture shui (met de fêtes, offert aux pierres et aux arbres sacrés, il accorde protection aux vivants et aux morts), n'est en aucun cas un élément de l'architecture traditionnelle, de même que les villages shui ne possèdent traditionnellement pas de centralité constituée par une place. Les danses et les chants n'avaient lieu que sur la montagne Mao, tandis que les danseurs et danseuses ne sont parfois même plus shui aujourd'hui. Toutes ces transformations, aboutissant à la création d'une prétendue authenticité, dans laquelle le faux devient « plus vrai que le vrai » (Eco, 1985), correspondent à ce qu'attendent les touristes chinois qui, dans la grande majorité des cas, admirent ce « faux » patrimoine et préfèrent « vivre une expérience moderne plutôt qu'une expérience authentique » (Taunay, 2011).

17 Hanisation et shuification s'accompagnent en effet d'une modernisation des villages, destinée à les rendre accessibles et équipés pour l'accueil des touristes, en demande de modernité. Ainsi, raccordement au réseau des routes nationales, desserte par les transports en commun, parking, protection incendie, évacuation des eaux usées, éclairage et toilettes publics sont les équipements de base que tout village officiellement touristique se doit de posséder. Ces éléments de la modernité sont intégrés dans le paysage architectural traditionnel, tel que l'illustre Shuige : réverbères arborant les pictogrammes shuis le long de la route, pavillon en bois avec bancs en style shui sur le parking, statues de poissons sur le toit des toilettes en bois.

18 Loin d'être antinomiques, hanisation, shuification et modernisation sont donc très entremêlées, par une modernité qui consiste à « faire du vieux avec du neuf » (Taunay, 2011), une modernité « traditionnalisée » intégrée dans un paysage hanisé, et

une tradition modernisée mise au goût des touristes. L'ensemble constitue un processus complexe destiné à façonner les sites touristiques conformément au message que veut véhiculer l'État central.

## Un récit au service de la construction de l'identité nationale

- 19 De même que d'autres espaces touristiques, tels que les espaces protégés, ont été à l'origine de l'élaboration de « récits nationaux » (Héritier, 2015), en Chine dans les villages de minorités ethniques touristifiés se construit également un récit national. Le tourisme permet ainsi à la Nation chinoise de « se construire en se racontant » et de « se raconter en se construisant » (Héritier, 2013). Plus qu'une dimension éducative, c'est donc une dimension patriotique (Oakes, 1998) qui sous-tend le récit des sites touristiques chinois. Fondé en grande partie sur l'histoire, il comporte aussi une dimension prospective autour de la construction de campagnes socialistes et de la place culturelle de la Chine dans le monde.

## Domination et supériorité des Han, folklorisation des Shui

- 20 Cette mise en récit s'appuie sur la domination et la supériorité du peuple Han. Celui-ci prit d'ailleurs ce nom en souvenir de la dynastie Han (206 av. JC – 220 apr. JC) considérée comme l'un des âges d'or de l'histoire de la Chine (notamment par la reconstitution de l'Empire). Selon J. Frèches (2013), cette dénomination est synonyme d'*imperium*, et cette vision d'une « grande Chine han » guidera la politique de tous les empereurs ; les Han se sont toujours considérés comme investis d'un devoir d'unification de leur nation, au sein d'un territoire fait de périphéries où vivent des minorités qu'il convient d'asservir.
- 21 En ce sens, le modèle du *shanshui*, esthétique et spirituel, est aussi, ainsi que l'a souligné Y. Escande (2005) intimement lié à la symbolique du pouvoir, comme cela transparaît à travers son usage dans les jardins royaux et impériaux. L'exemple le plus emblématique en est sans doute le jardin de l'ancien Palais d'été à Pékin qui était, au-delà de l'image du paradis terrestre, la représentation de l'Empire dans un microcosme, la manifestation de la volonté centralisatrice de l'empereur (Che, 2000). Ce modèle, issu des nobles Mandarins lettrés, participe au processus d'acculturation des minorités. D'après J. Frèches (2013), « depuis l'arrivée au pouvoir du régime communiste, le mécanisme d'acculturation par les Han des ethnies minoritaires s'est remis en marche de façon inexorable, ce qui n'empêche pas les autorités, pour prouver leur respect des différences, d'encourager les manifestations folkloriques. » À l'extrême, le processus n'est pas sans rappeler la hanisation par le peuplement qui a cours dans les régions périphériques autonomes de la Chine. T. Oakes (1995) souligne bien la nature colonisatrice du tourisme au Guizhou...
- 22 Cette idée de domination des Han s'associe à celle de leur supériorité. E. Allès (2011) souligne que dans l'esprit du Parti Communiste Chinois, les Han sont considérés comme la population la plus évoluée, contrastant avec des populations minoritaires « sous-développées », également vues comme « représentatives du passé » (Gladney, 2004). « Par leur représentation très folklorisée, (...) les minorités servent ainsi à la



construction de la modernité *han*. On se définit par rapport à l'autre, un autre qui est interne à la Chine » (Allès, 2011). Ce sentiment de supériorité des Han se ressent en effet chez les touristes (Oakes, 1997), qui projettent sur les minorités une image exotique, symptomatique de ce que L. Schein (1997), dans ses travaux sur la province du Guizhou, a qualifié d'« orientalisme interne » ; elle y montre entre autre que la maturité et le niveau supérieur de la culture dominante sont constitutifs de l'identité chinoise moderne. Aller par exemple à la rencontre des légendes et croyances animistes des minorités, telles que les Shui, permet aux touristes han majoritairement urbains d'affirmer leur distance culturelle avec des populations qui leur semblent « exotiques » (distance qui se marque ne serait-ce que par les tenues vestimentaires). Ainsi, en observant les minorités ethniques, « les touristes renforcent leur propre sentiment d'appartenir à la société « moderne » » (Leicester, 2008) et se placent *de facto*, via cet *exoticism*<sup>10</sup> dans un rapport de domination (Staszack, 2008).

23 A Shuige, lorsque qu'un car arrive au village, prévenu par l'agence organisatrice, les touristes sont reçus par des femmes en costume postées devant la grande porte, leur offrant de l'alcool de riz ; chants, danses et ventes d'artisanat sont organisés sur la place du village. L'écomusée ouvre, puis les touristes font l'itinéraire de la Vallée des Amoureux avec le guide du village, avant de repartir. C'est bien un récit idéalisé, essentialisant et folklorisant de la culture shui qui est donné aux touristes. Les Shui apparaissent comme un peuple aux traditions vivaces, aux villages pittoresques et aux pratiques agricoles traditionnelles ancestrales... La shuiification caricaturale réalisée est partie prenante de cette folklorisation, processus qui se traduit en effet par la simplification et la vulgarisation des traditions pour ne conserver d'une culture que le pittoresque (Xiang, 2011), en même temps qu'elle a pour effet de figer les traditions culturelles (Allès, 2011). Au-delà se dessine même une tendance à la « disneylandisation » (Brunel, 2012) des minorités et de leurs villages. Ce dernier processus reste cependant encore peu marqué à Shuige comparé à d'autres villages shui du *xian* de Sandu tel que Gulu (Meunier, 2016), en voie de transformation en un véritable parc d'attraction, ou de la province du Guizhou comme peut l'illustrer Xijiang chez les Miao (Ged, 2010), aménagé pour un tourisme de masse consumériste.

## Affirmation de l'idéal socialiste

24 Cette mise en récit au service de la grandeur de la nation chinoise dominée par les Han dessine aussi, en arrière-plan, la valorisation de l'idéal socialiste. C. Mackerras (1984) ne manque pas de préciser que la préservation du folklore traditionnel des minorités chinoises est secondaire et que ce qui compte avant tout pour le gouvernement chinois, c'est de conduire les dites minorités au rang de société socialiste moderne. L'aménagement d'infrastructures permet aussi à ce dernier d'affirmer son pouvoir sur les campagnes (Véron, 2013), en leur apportant un certain développement économique. Pour un État à l'idéologie égalitaire (Gentelle, 2004), « le tourisme devient donc un outil non seulement d'aménagement, mais aussi de légitimation du Parti, un véritable outil politique » (Sofield, Li, 1998). La représentation des minorités sur les affiches de promotion du tourisme au sein de la province du Guizhou (comme ailleurs), souriantes, respirant le bonheur dans un paysage de forêts ou de champs opulents n'est d'ailleurs pas sans évoquer ce que G. Lavoie (1986) appelle « l'acte socialiste, celui de la récolte abondante, de la joie de vivre, de l'optimisme enivrant. La mise en tourisme chez les minorités ethniques semble ainsi avoir pour fonction d'idéaliser le réel, pour mieux rendre l'idéal socialiste ».

## La sinité en question

- 25 Au-delà, l'ensemble du processus complexe que reflète ce modèle questionne l'identité chinoise même, à travers la notion de « sinité » telle que l'explique Y. Zhang (*in* Cheng, dir., 2007). La Chine développe en effet un « nationalisme culturel » qui veut se poser en alternative au modèle occidental, dénoncé comme nouvelle forme d'hégémonie qui s'apparenterait à une « colonisation culturelle ». Ainsi, l'appel à la modernité pendant les années 1980 apparaît dorénavant comme un assujettissement inconscient au discours dominant de l'Occident. Seule une définition d'un discours national, en l'occurrence la « sinité », permet de s'affranchir d'une telle aliénation et d'affirmer une identité propre, fondée sur les valeurs essentielles de la culture chinoise. « Empire du Milieu », la Chine qui manifeste toujours un « complexe de centralité », rêve d'une « renaissance culturelle » qui soit à la hauteur de sa montée en puissance économique. Pour l'auteur, la sinité participe ainsi d'un récit identitaire qui recourt à l'existence mythique d'une tradition immuable et d'une originalité irréductible, image essentialiste de la nation que l'on retrouve d'ailleurs en ville dans les parcs à thèmes (David, 2007) et que diffuse, selon Tim Oakes (1998), le tourisme comme projet du nationalisme.
- 26 La mise en tourisme des campagnes révèle ainsi les objectifs en apparence contradictoires que cherche à concilier l'État chinois : application rigide du socialisme, conservation<sup>11</sup> des traditions, modernisation et préservation de l'unité nationale (Sofield, Li, 1998). Comment les minorités perçoivent-elles ce modèle ? Que nous disent les Shui sur les changements opérés dans leur village sous l'effet de la mise en tourisme ?

## La réussite du modèle étatique ?

- 27 Les enquêtes réalisées auprès de la population ont montré que les Shui se reconnaissent dans ce récit d'eux-mêmes construit par l'État et adhèrent au modèle de mise en tourisme.

## Une large adhésion des Shui au modèle

- 28 Les transformations de leur paysage quotidien sont appropriées et appréciées par les habitants. Ceci d'une part pour des raisons esthétiques – les aménagements réalisés sont considérés comme beaux –, d'autre part car ces aménagements apparaissent comme de nouveaux lieux de sociabilité (place, ponts, kiosques, etc.). Par ailleurs, la conception des habitants sur ce qu'il faut montrer aux touristes coïncide aussi avec celle de l'État, telle que mise en œuvre par le *xian* : chants et danses (même avec des costumes modernisés), savoir-faire traditionnels (vêtements, tissus, alcool de riz), produits locaux (prune) et, dans le paysage, la nature pour des raisons esthétiques et spirituelles – rivière, sources, cascade, montagne Mao, grottes, pierres et arbres sacrés. Ces éléments sont tous constitutifs du paysage de *shanshui*. Ils correspondent en même temps aux *jingdian* et sont perçus comme tels, tandis que l'ensemble des *jingdian* (naturels comme artificiels) sont considérés comme les éléments d'intérêt du village. « Moi je souhaiterais montrer aux touristes le musée, les ponts près de la montagne Mao, les sources, toutes les choses qui sont aménagées pour le tourisme. Parce qu'il n'y a pas d'autres choses intéressantes ici » (Wu Yongfen, 46 ans, paysanne). Quant à Wu

Xiangzhong (63 ans, paysanne), elle a pour opinion que « quand des touristes viennent au village, ils aiment qu'on leur montre les *jingdian*, c'est à dire les lieux qui ont été aménagés exprès pour les touristes. Et la fête Mao, et nos traditions. Pourquoi ? Parce que ce sont les vraies choses d'ici ».

29 C'est ainsi l'imaginaire officiel qui est mobilisé par les habitants lorsqu'ils parlent du paysage touristique de leur village. Il y a donc un large consensus sur ce que l'État veut que les touristes voient, ce que les habitants souhaitent montrer aux touristes et ce que les touristes veulent voir. Quelles sont les raisons de cette adhésion ?

## Les raisons de cette adhésion : recherche de modernité et intégration de la culture du *shanshui*

30 Les habitants de Shuige souhaitent le développement touristique, qui est perçu de façon très positive. Les bénéfices financiers, certes maigres mais appréciés, engendrés par les spectacles, ventes d'artisanat, excursions en cars organisées par des agences, sont gérés de façon communautaire par le village et redistribués aux habitants du quartier touristique (à raison de 40 à 100 yuans, soit environ 6 à 14 euros, par personne et par an). L'amélioration des transports a permis, à la satisfaction générale, l'installation de nouveaux équipements et services (collège, internat, petits commerces). Dans le même temps, le tourisme apporte aux villageois une ouverture sur l'extérieur, par la visite d'« étrangers », ce qui au-delà, selon eux, permet aussi de protéger et de valoriser leur culture. Car « s'il n'y a pas de tourisme, tout ça va se perdre. Mais si notre village devient un lieu touristique très connu, alors le gouvernement va nous aider à protéger notre culture » dit Wu Yongqi (64 ans, paysan), et « notre vie sera améliorée, alors les habitants vont rester donc notre culture sera mieux conservée » (Feng Qiong, 40 ans, secrétaire du Parti Communiste). Le tourisme permet ainsi aux jeunes de découvrir ou de mieux connaître leur culture. « Maintenant il y a des livres sur la culture shui pour les enfants. Ça c'est grâce au tourisme » (Wu Qi Ji, 35 ans, paysan). Pan Xio (64 ans, paysanne) est d'accord : « Quand les touristes viennent, on leur montre notre culture (nos danses, nos chants...), et donc nos enfants voient ça depuis qu'ils sont petits.» Et Wu Zuke (53 ans, secrétaire au conseil municipal), qui est d'un hameau voisin, souligne : « Les jeunes qui habitent au centre du village connaissent mieux leur culture qu'ici dans mon quartier ».

31 Si l'adhésion des Shui au modèle s'explique par leur attente de modernité, elle provient aussi de leur acculturation. Historiquement, les minorités ethniques ont en effet acquis la culture du *shanshui* par acculturation progressive à partir du 14<sup>ème</sup> siècle (Y. Escande, communication orale, 13 mars 2015), et ils l'ont désormais intégrée. Ceci transparaît aujourd'hui ne serait-ce qu'à travers les éléments de décor de l'intérieur des maisons qui comportent souvent au moins une peinture de *shanshui* – qui constitue d'ailleurs un signe de valorisation sociale – tandis que des paysages de *shanshui* apparaissent aussi en arrière-plan de certaines séries télévisées. D'autre part, le regard touristique de toute la population chinoise a été formaté par l'État, et les jeunes partis travailler en ville ont souvent eu l'occasion, aussi, de visiter certains sites touristiques.

## Une transformation des représentations sociales du paysage

- 32 L'acculturation des minorités ethniques est encore renforcée par le contact avec les touristes Han qui, renvoyant à la population shui leur désir de paysages façonnés selon les normes du modèle, contribuent à l'influencer dans le sens de l'adhésion à ce dernier.
- 33 Si quelques critiques du modèle ont pu voir le jour à Shuige, elles restent ainsi très limitées : porte en bois trop petite, dégradation des revêtements de bois sur les maisons en briques, accidents causés par la rupture des statues de poissons placées sur les toits. La faible qualité des équipements réalisés par l'État est en effet souvent critiquée dans la Chine rurale touristifiée (Ged, 2009). Mais ces critiques apparaissent très secondaires face à la satisfaction générale de voir le village devenu touristique, et même, pas encore assez aux yeux des habitants qui revendiquent une nouvelle aide financière du *xian* pour amplifier son développement.
- 34 Le paysage hanisé et shuifié constitue désormais pour les Shui un patrimoine à protéger (en 2014, tout le village s'est ainsi opposé à la construction d'une nouvelle maison en briques en bordure de la place), patrimoine qui n'est donc pas ce qui est authentique et ancien mais ce qui a été produit par et pour la mise en tourisme. Les habitants voient d'ailleurs de plus en plus leur paysage quotidien à travers les yeux de ce qui intéresse les touristes (*jingdian* notamment), et qui est ce qui donne désormais de la valeur au paysage. Ils regrettent par exemple aujourd'hui d'avoir vendu des pierres portant d'anciennes inscriptions en shui (authentiques celles-là). L'intériorisation de ce « regard touristique » (Leicester, 2008) transparait également à travers la réflexion de Pan Xio (64 ans, paysanne) à propos de la porte marquant l'entrée du périmètre touristique : « Chaque fois qu'il y a des visiteurs, de la famille, des amis qui viennent ici, ils entrent par cette porte et disent : « oh c'est joli », donc je trouve que c'est bien de la montrer aux touristes. Et maintenant je trouve aussi que cette porte est jolie ». De même, les maisons en bois de la place dont l'architecture a été shuifiée, présentent aux yeux des habitants plus d'intérêt pour les touristes que les vieilles maisons authentiques du village.

## Conclusion

- 35 Alors qu'on aurait pu s'attendre à des conflits aiguisés, comme c'est souvent le cas de façon générale lors de l'imposition d'un modèle par l'État national à des populations, il n'y a pas, dans le village de Shuige, comme dans l'ensemble du *xian* de Sandu, de remise en cause du modèle étatique han de développement touristique, tout au plus quelques désaccords sur les modalités de sa mise en œuvre. Ceci s'explique principalement par le formatage par un État fort, au sein d'une « société hypernormative » (Véron, 2013), d'imaginaires stéréotypés du paysage et des pratiques touristiques, qui ont standardisé le regard de toute la population chinoise, y compris de ses minorités montagnardes. *Hanisation*, *shuification* et modernisation du paysage, loin d'être antagonistes, sont au contraire des processus complémentaires et interreliés, et acceptés malgré les – ou en vertu des – artifices qu'ils engendrent.
- 36 De l'existence et du succès du modèle étatique de mise en tourisme, même si la population s'est approprié ce paysage construit à travers le regard des autres pour le faire sien, il résulte que dans les faits, ainsi que l'exprime T. Leicester (2008), « le paysage appartient aux agents qui en ont la gestion (c'est-à-dire les autorités et investisseurs) ainsi qu'aux touristes qui le consomment, et non aux habitants locaux ». De façon générale en effet, c'est un tourisme rural dont les ruraux eux-mêmes sont largement exclus (Leicester, 2008 ; Ged, 2009) et qui ne parvient pas à empêcher la migration des jeunes : lorsqu'il prend de l'ampleur les bénéfiques sont alors accaparés

par divers investisseurs (entreprises publiques ou privées, gouvernements locaux), et, lorsque ce n'est pas le cas, il ne génère au mieux que de faibles revenus à une portion très restreinte de la population (ici celle du quartier touristifié de Shuige). De leur côté, les touristes ne réalisent en réalité qu'une « consommation indirecte du paysage » (Déry, 2012), c'est-à-dire passée par le filtre de l'imaginaire nationaliste de l'État. La mise en tourisme procède ainsi à une instrumentalisation politique du paysage, des minorités ethniques, et également des touristes. Si l'instrumentalisation du paysage au profit de discours sur l'unité et l'identité nationales, que ce soit dans des états totalitaires, ou encore européens (Walter, 2004) ou nord-américains (Héritier, 2008), n'est pas nouvelle, le processus semble aller particulièrement loin en Chine : n'est-il pas alors, par le biais de la transposition d'imaginaires qu'elle réalise et la folklorisation des minorités, le reflet d'une volonté d'assimilation déguisée ? Pour G. Lavoie (1986), la folklorisation est bien un instrument de domination qui participe de l'assimilation.

37 Or, si « les autorités n'ont qu'une confiance modérée dans la capacité d'adhésion à leur modèle des minorités ethniques » (Frèches, 2013), malgré l'instrumentalisation, la folklorisation et l'essentialisation dont elle est l'objet, la population shui reste persuadée que le tourisme, via le modèle étatique, va permettre de protéger sa culture tout en lui apportant modernité, développement économique et amélioration du niveau de vie. Quant aux touristes, ils n'ont pas non plus, pour la plupart, une attitude de questionnement envers ce dernier (Nyiri, 2006). N'est-ce pas la preuve de la réussite de la stratégie étatique ? C'est en tout cas la preuve, ainsi que l'a fait remarquer T. Oakes (1998), que « le tourisme est une industrie dirigée par le pouvoir des représentations », représentations dont la construction est ici à mettre en relation avec l'histoire de la pensée chinoise (Cheng, 2002). Le tourisme fait inévitablement évoluer les imaginaires, en même temps qu'il en produit. Il n'en reste pas moins que l'un « des problèmes que pose la modernité, c'est la perte de ce sens profond du paysage qui caractérisait les sociétés traditionnelles » (Berque, 2016). Que deviennent les représentations du paysage spécifiques à la culture shui ? Le modèle étatique ne semble guère s'en soucier.

---

## Bibliographie

Allès E., 2011.– « En Chine, une tendance à "haniser" les régions frontalières et leurs populations, in *Le Monde*, 2 décembre 2011, <http://www.lemonde.fr/voyage/article/2011/12/02/une-tendance-a-haniser-les-regions-frontalières-et-leurs-populations>

Auzias D., Labourdette J.-P., 2016.– *Chine du Sud 2017/2018, Petit Futé*, 528 p.

Berque A., 1995.– *Les raisons du paysage : de la Chine antique aux environnements de synthèse*, Paris, Hazan, 192 p.

Berque A., 2010.– *Histoire de l'habitat idéal – De l'Orient vers l'Occident*, Éditions du Félin, Coll. Les marches du temps, 396 p.

Berque A., 2016.– *La pensée paysagère*, Éditions éoliennes, 125 p.

Brunel S., 2012.– *La planète disneylandisée : Pour un tourisme responsable*, Sciences Humaines Éditions, 306 p.

Cao H., Dehoorne O., 2009.– « Les groupes minoritaires en Chine : distribution spatiale et défis d'intégration », *Espace, Populations, Sociétés*, n° 3, p. 397-406, <https://eps.revues.org/4417>  
DOI : 10.4000/eps.4417

Che B. C., 2000.– *Yuanming yuan, le jardin de la Clarté parfaite*, Collection Jardins et paysages, 352 p.

Cheng A., 2002.– *Histoire de la pensée chinoise*, Paris, Éditions du Seuil, Collection « Points Essais », 696 p.

- Cheng A., dir., 2007.– *La pensée en Chine aujourd'hui*, Folio Essais Inédit, Gallimard, 478 p.
- Dan W. 2005.– *Partir ou rester : dans les montagnes du Guizhou, province du Sud-Ouest de la Chine ?*, Thèse de Géographie, Université Paris 10-Nanterre, 476 p.
- David B., 2007.– « Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine », *Hérodote*, 2, n° 125, pp. 143-156.  
DOI : 10.3917/her.125.0143
- Déry S., 2012.– « Le paysage comme ressource », *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement, Débats et Perspectives*, <http://vertigo.revues.org/11569>  
DOI : 10.4000/vertigo.11569
- Di Méo G., 2016.– « Une géographie sociale. Entre structures et représentations », *Cybergeo : European Journal of Geography. Les 20 ans de Cybergeo*. <http://cybergeo.revues.org/27761>
- Eco U., 1985.– *La guerre du faux*, Ed. Grasset et Fasquelle, coll. Poche, 377 p.
- Escande Y., 2005.– *Montagnes et eaux : la culture du shanshui*, Éditions Hermann, 293 p.
- Frèches J., 2013.– *Dictionnaire amoureux de la Chine*, Éditions Plon, Paris, 1055 p.
- Ged F., 2009.– « Ouverture au tourisme et mise en valeur du patrimoine culturel en Chine rurale : des contradictions structurelles ? », *Cité Chaillot*, [http://www.citechailot.fr/data/cite\\_4664f/categorie/323/article/tourisme-paysage08\\_6dbac.pdf](http://www.citechailot.fr/data/cite_4664f/categorie/323/article/tourisme-paysage08_6dbac.pdf)
- Ged F., 2010.– « Protection du patrimoine et développement du tourisme en Chine : quels enjeux pour quels territoires ? », *Tourisme et patrimoine, un mariage difficile, Mondes chinois*, n° 22, pp. 6-19.
- Gentelle P., dir., 2004.– *Chine, peuples et civilisation*, La Découverte, Poche, Paris, 219 p.
- Gladney D., 2004.– *Dislocating China : Muslims, Minorities and Other Subaltern Subject*, London, Hurst and Company.
- Héritier S., 2008.– « Le patrimoine au service de l'unité canadienne : Parcs et Lieux Historiques Nationaux », in Faure A., et Griffiths R., *La société canadienne en débats. What holds Canada Together ?*, Paris, L'Harmattan, pp. 143-159.
- Héritier S., 2013.– « Le patrimoine comme *chronogenèse*. Réflexions sur l'espace et le temps », *Annales de Géographie*, 1/2013, n° 689, p. 3-23, <http://www.cairn.info/revue-annales-de-geographie-2013-1-page-3.html>  
DOI : 10.3917/ag.689.0003
- Héritier S., 2015.– *Quels récits pour les espaces naturels protégés ? Expériences du monde (Australie, Canada, Etats-Unis d'Amérique, Nouvelle-Zélande)*, Habilitation à Diriger des Recherches, Université Jean Monnet, Saint-Etienne, Volume 3, Essai inédit, 190 p.
- Izikowitz, K. G., 1987.– « Les jardins et le principe vital en Asie orientale », in Koechlin B., Sigaut F., Thomas, J. M. C., Toffin G., *De la voûte céleste au terroir, du jardin au foyer*, Paris, Éditions de l'EHESS, pp. 81-88.
- Jin L., 2012.– *Shengtai bowuguan zai luyou qing jing zhong de xiandaixing biaoshu : Qianzhong Buyi zu cunluo de gean yanjiu. (Modernity Representation of the Ecomuseum in the Context of Tourism : A Case Study of Buyi Village in Central Guizhou)*, Thèse de Doctorat en Anthropologie, Xiamen University, 276 p.
- Jodelet D. (dir.), 2003.– *Les représentations sociales*, PUF, coll. Sociologie d'aujourd'hui, 447 p.  
DOI : 10.3917/puf.jodel.2003.01
- Knafou R., 1991.– « L'invention du lieu touristique : la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire », in *Revue de Géographie alpine*, tome 79, n° 4, pp. 11-19, [http://www.persee.fr/doc/rga\\_0035-1121\\_1991\\_num\\_79\\_4\\_3624](http://www.persee.fr/doc/rga_0035-1121_1991_num_79_4_3624)  
DOI : 10.3406/rga.1991.3624
- Lavoie G., 1986.– « Identité ethnique et folklorisation : le cas des Mongols de Chine », in *Anthropologie et Sociétés*, vol. 10, n° 2, pp. 57-74.  
DOI : 10.7202/006349ar
- Leicester T., 2008.– « Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine », in *Civilisations*, n° 57, *Tourisme, mobilités et altérités contemporaines*, <http://civilisations.revues.org/1370>  
DOI : 10.4000/civilisations.1370

- Mackerras C., 1984.– « Folksongs and dances of China's minority nationalities : Policy, tradition and professionalization », in *Modern China*, vol. 10, n° 2, pp. 187-226.
- Meunier F., 2016.– *Les représentations habitantes du paysage face aux mutations territoriales et aux enjeux touristiques en Chine. L'exemple d'un village minoritaire shui*, Mémoire de M1 en Géographie, Université de Tours, 143 p.
- Nyiri P., 2006.– *Scenic spots : Chineses Tourism, the State, and Cultural Authority*, China Program Books, 152 p.
- Oakes T., 1995.– “Ethnic Tourism in Guizhou : The Legacy of Internal Colonialism”, in *Tourism in China : Geographical, political, and Economic Perspectives*, ed. A. Lew and L. Yu, Boulder, West view, pp. 203-222.
- Oakes, T., 1997.– “Ethnic Tourism in Rural Guizhou : Sense of Place and the Commerce of authenticity”, in Picard, M. et R.E. Wood, *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu, University of Hawaii Press, pp. 35-70.
- Oakes T., 1998.– *Tourism and modernity in China*, Londres, Routledge.
- Office National du Tourisme de Chine, 2016.- « Guizhou, bref aperçu », CNTA, [http://www.otchine.com/Destinations\\_Guizhou.htm](http://www.otchine.com/Destinations_Guizhou.htm)
- Schein L., 1997.– “Gender and Internal Orientalism in China”, in *Modern China*, vol. 23, n° 1, pp. 69-98.  
DOI : 10.1177/009770049702300103
- Sofield T., Li F. M., 1998.– “Tourism development and cultural policies in China”, in *Annals of tourism research*, vol. 25, n° 2, pp. 362-392.  
DOI : 10.1016/S0160-7383(97)00092-3
- Spichiger R., Forney J., 2005.– « Indéfinissables paysages helvétiques », in Droz Y., Miéville-Ott V., *La polyphonie du paysage*, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, pp ; 53-71.
- Staszack J.-F., 2008.– « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe*, Tome 148, pp. 7-30.  
DOI : 10.3406/globe.2008.1537
- Taunay B., 2009.– *Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, Thèse de Doctorat en Géographie, Université de La Rochelle, 474 p., [https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/538154/filename/ThA\\_se\\_TAUNAY\\_complA\\_te.pdf](https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/538154/filename/ThA_se_TAUNAY_complA_te.pdf)
- Taunay B., 2010. — « Regard chinois sur le « plus beau paysage sous le ciel » », *Téoros*, vol. 29, n° 2, pp. 26-34.  
DOI : 10.7202/1024868ar
- Taunay B., 2011.– *Le tourisme intérieur chinois*, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Espace et Territoires », 255 p.
- Veg S., 2009.– « Tibet, nationalisme et modernité deux contributions chinoises au débat », In *Perspectives chinoises*, n° 108. pp. 106-116.  
DOI : 10.3406/perch.2009.3773
- Véron E., 2013.– « Les espaces ruraux touristiques dans le delta du Yangzi, entre intégration ville-campagne et développement rural », *EchoGéo*, n° 26, <https://echogeo.revues.org/13607>  
DOI : 10.4000/echogeo.13607
- Xiang W., 2011.– *L'aire Paysagère de Wulingyuan (Hunan, Chine) : à la recherche d'un équilibre entre protection et développement local*. Thèse de Géographie, Université de Grenoble. TEL-00751458. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00751458/document>
- Wei X. L., 2016.– « Tradition et création architecturales : le thème historique de l'art du jardin en évolution », In *Urbanités, Chroniques, Mondes urbains chinois*, 20 janvier 2016.
- Walter, F., 2004.– *Les figures paysagères de la nation. Territoire et paysage en Europe (XVIIe-XXe siècles)*, Paris, EHESS, Coll. « Civilisation et Sociétés », 528 p.

---

## Notes

1 Pendant la Révolution culturelle, aller à la campagne était synonyme de souffrances et de rééducation par le travail paysan (Taunay, 2011).

2 Types de caractères chinois représentant directement une chose concrète par un dessin. Ce sont généralement les caractères les plus anciens.

3 AQAPA (2014-2019) : « À qui appartiennent les paysages en Asie ? La mise en tourisme des hautes terres en Asie méridionale : dynamiques sociales et patrimonialisation des paysages dans les campagnes à minorités ethniques », projet porté par l'UMR CNRS 7324 CITERES de l'Université de Tours.

4 Au sens de D. Jodelet (2003), en tant que « forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ». Nous réserverons plus largement le terme d'imaginaires, au sens d'images mentales (Di Méo, 2016), aux représentations que les touristes ou les acteurs publics projettent sur les territoires des minorités ethniques.

5 1 ha = 15 mu, 1 mu = 0,07 ha.

6 Terme qui signifie, selon le *Dictionnaire du chinois contemporain* (1994), « site touristique », ou encore « site pittoresque à visiter ».

7 *Shanshui* est un mot chinois qui prit le sens de « paysage » dans la poésie lettrée au milieu du IV<sup>ème</sup> siècle (Berque, 1995 ; Escande, 2005).



8 Ainsi que le travail de terrain a permis de l'observer, par exemple chez les Miao, ou encore chez les Dong tel qu'à Zhaoxing (district de Liping) où, après l'entrée par une porte payante monumentale, ont été aménagés plan d'eau, promenade sur l'eau, ponts en bois, roues à aube, hébergements en bois et cheminements le long de ce plan d'eau et de la rivière.

9 Les premiers sont apparus au Guizhou dans les années 1990 (Jin, 2012).

10 Ainsi que le précise J.F. Staszack (2008), contrairement au terme français « exotisme » plus ambigu, l'anglais distingue *exotism* (l'exotisme de la chose) et *exoticism* (le goût pour la chose exotique).

11 Si ce n'est réinvention.

## Table des illustrations

	<b>Titre</b> Figure 1 : Sandu et la Préfecture du Qiannan au sein de la Province du Guizhou
	<b>Crédits</b> Réalisation E. Gauché. Fond de carte emprunté au site <a href="https://chine.in/guide/guizhou_1850.html">https://chine.in/guide/guizhou_1850.html</a>
	<b>URL</b> <a href="http://journals.openedition.org/rga/docannexe/image/3830/img-1.png">http://journals.openedition.org/rga/docannexe/image/3830/img-1.png</a>
	<b>Fichier</b> image/png, 84k
	<b>Titre</b> Photo 1 : La place de Shuige et, à droite, son écomusée (cliché de l'auteur)
	<b>URL</b> <a href="http://journals.openedition.org/rga/docannexe/image/3830/img-2.jpg">http://journals.openedition.org/rga/docannexe/image/3830/img-2.jpg</a>
	<b>Fichier</b> image/jpeg, 1,5M

## Pour citer cet article

### Référence électronique

Evelyne Gauché, « Mise en tourisme d'un village shui dans la province montagneuse du Guizhou (sud de la Chine) : imaginaires et instrumentalisation politique du paysage », *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine* [En ligne], 105-3 | 2017, mis en ligne le 09 janvier 2018, consulté le 16 janvier 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rga/3830>

## Auteur

### Evelyne Gauché

Maître de Conférences, Université de Tours, UMR CNRS 7324 CITERES,



evelyne.gauche@univ-tours.fr

---

## ***Droits d'auteur***



*La Revue de Géographie Alpine* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.