

*Des cartes postales*

Benjamin Taunay

27 avril 2008

## Carte postale de la Grande muraille (Chine)



### La Grande muraille à Badaling

Photo : Benjamin Taunay (2005)

Un proverbe chinois dit que « celui qui n'est pas allé sur la grande muraille n'est pas vraiment un homme » (不到长城非好汉, *Bu dao chang cheng fei hao han*). C'est ce que nous montre cette première photo : avec une attestation de la visite de ce « haut lieu touristique » [\[1\]](#), le touriste chinois pourra « gagner de la face ».

Les sites touristiques en Chine sont classés par un système fondé sur un nombre de « A », attribués selon l'importance du lieu aux yeux du gouvernement chinois. Les sites les plus importants ont quatre « A », ce sont les « AAAA ». Ces 187 sites, répartis dans 31 provinces (régions et municipalités autonomes incluses), sont des lieux élus « attractions nationales » selon la définition du gouvernement et tout le monde ou presque en Chine connaît leur existence. En prouvant par leurs photos et un certificat (simple attestation papier de la visite délivré avec tampon par l'administration du site touristique, le gouvernement de la municipalité de Pékin ici) qu'ils ont visité les sites en question, les Chinois augmenteront leur prestige social de retour chez eux. Ils pourront montrer à leurs amis une attestation comme celles visibles sur la photo n°1 (à gauche des fils de couleur, ces derniers étant des souvenirs de la visite).

Les touristes veulent donc un lieu « beau », mais le sublime ici n'est pas le même que pour les Occidentaux et le patrimoine n'est pas traité avec la même déférence. Le romantisme européen de la ruine fait ici place à une muraille faite de briques neuves montrant que la

question du vrai et du faux semble être éloignée des préoccupations chinoises : « *le culte de la mémoire en Chine ne s'exprime pas avec la même déférence pour les constructions prestigieuses qu'en Europe* » (Zhang Liang, 2005, « La naissance du concept de patrimoine en Chine »). Le décor de carte postale importe plus que l'authentique et cette partie de la Grande muraille est beaucoup plus visitée que celle de *Simatai*, repaire d'Occidentaux (photo n° 2).



**La Grande muraille à Simatai**  
Photo : Benjamin Taunay (2005)

Une visite à *Badaling* permettra donc à un Chinois d'acquérir de la considération, de la « face », devant ses amis. Dans la société chinoise chaque individu a une place et un statut qui lui est attribué selon ce qu'il a prouvé. Tel était le cas du système des lettrés et du concours qui donnait accès à une charge, un rang et un statut prouvant aux autres que le titulaire de la charge était bien « à sa place ». Placés au coeur d'une « société du statut » (Sanjuan, 2007), les Chinois doivent en permanence se valoriser au sein des multiples réseaux au sein desquels ils sont insérés.

C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les touristes nationaux courent de lieux touristiques en lieux touristiques et pourquoi, à chaque visite, des stands de photographes sont situés aux principaux points de la visite. A chacun de ces emplacements les touristes peuvent se faire prendre en photos dans des poses stéréotypées : ils peuvent par exemple s'habiller avec des costumes de mandarins ou demander à modifier l'arrière-plan de la photo (une muraille plus éclairée ou bien des reflets colorés sur celle-ci). Ces photos, parce qu'en format numérique sont très rapidement développées et tout aussi vite encadrées. Elles sont enfin assorties de la date et du lieu. Cette pratique de la photo stéréotypée n'est pas propre à la Grande muraille mais se retrouve au contraire dans tous les sites touristiques chinois « AAAA ». Sur la plage de *Beihai* par exemple (province du Guangxi) des chaises uniquement destinées à se faire prendre en photo sont disposées tous les 50 mètres. Au sommet des montagnes à caractère touristique, ce type de chaises est également très fréquent.

Ainsi, à l'opposé du touriste occidental qui cherche surtout à rendre « l'atmosphère » du lieu sur ses clichés, les touristes nationaux chinois ont l'obsession d'être « dans l'image », afin de prouver qu'ils ont visité un « haut lieu touristique ».

Benjamin Taunay

[1] « Lieu condensant une forte charge imaginaire, incarnant des pratiques et fonctionnant comme modèle pour d'autres lieux touristiques et urbains, et rêvé et pratiqué par tous les touristes du monde. » (Equipe MIT, 2005)

© Les Cafés Géographiques - [cafe-geo.net](http://cafe-geo.net)