
Toerisme in China: een historisch perspectief

*Dr. Dineke Koerts, docent en onderzoeker Academie voor Toerisme, NHTV Breda, Postbus 3917, 4800 DX Breda
Koerts.M@nhtv.nl*

*Professor Dr. Stefan Landsberger, Associate Professor Chinese History and Society, Leiden Institute of Area Studies, Dept. Of Chinastudies, Universiteit van Leiden, en Professor of Contemporary Chinese Culture (em), Dept. Of Art, Religion and Cultural Studies, Universiteit van Amsterdam
e.s.r.landsberger@hum.leidenuniv.nl*

Sinds 1978 heeft de ontwikkeling van het toerisme in China een grote vlucht genomen. Hoewel zowel uitgaand als inkomend toerisme belangrijk zijn, is de binnenlandse markt met meer dan drie miljard toeristische bezoeken in 2013 veruit het omvangrijkste. Toerisme is niet alleen van belang om economische redenen maar wordt ook door de overheid gebruikt als een soft power instrument.

1 | Inleiding

In 2014 reisden ruim 117 miljoen Chinese toeristen naar het buitenland (Travel China Guide 2014). Dit is een groot aantal maar tegelijkertijd minder dan 9% van de totale bevolking die in dat jaar ruim 1,36 miljard zielen bedroeg (World Bank 2014). Dit geringe percentage geeft het enorme potentieel van deze markt aan en verklaart de huidige interesse in Chinese toeristen.

De uitgaande markt wordt niet alleen gretig bekeken vanwege de grote aantallen reizigers maar ook omdat de Chinezen als big spenders te boek staan, vooral als het om winkelen gaat (Osnos 2011; Li et al. 2011; Xu en McGehee 2012). In 2014 gaven Chinese toeristen in het buitenland circa 165 miljard dollar uit; Amerikaanse toeristen kwamen niet verder dan bijna 111 miljard terwijl de Duitsers rond de 92 miljard dollar spendeerden (UNWTO 2015).

Chinese toeristen zijn niet langer uitsluitend 'massa toeristen'. Een toenemend aantal reizigers is op zoek naar ervaringen die verder gaan dan de standaard pakketreis. Volgens Arlt (2013) groeit deze groep binnen afzienbare tijd uit tot 30 à 40% van de uitgaande markt. Deze 'nieuwe toeristen' willen een bestemming beter leren kennen dan tijdens een vijf-landen-in-tien-dagen reis mogelijk is; zij zijn op zoek naar kwaliteit en 'unieke' reisproducten. Een duikvakantie in Australië, een reis naar de Zuidpool of een bezoek aan de kleine steden in Europa - tegenpolen van de vervuilde megasteden thuis - zijn de nieuwe trends (UNWTO 2012; Arlt 2014; Garschagen 2015).

De getallen met betrekking tot het Chinees toerisme zijn imponerend maar geven geen inzicht in het onderliggende culturele en politieke kader. Zonder volledigheid te pretenderen plaatst dit artikel het toerisme in China in een historische context. Het gaat daarnaast in op de richting waarin het binnenlands toerisme zich de afgelopen decennia ontwikkeld heeft.

2 | Toerisme op het snijvlak van economie, politiek en cultuur

De ontwikkeling van het hedendaagse toerisme in China wordt beïnvloed door een scala aan economische, sociaal-politieke en culturele factoren. Ryan en Gu (2009), bijvoorbeeld, spreken van een combinatie van de noodzaak om economische groei te genereren, de transformatie van een socialistisch systeem naar een 'socialistische markteconomie met Chinese kenmerken' en een cultuur beïnvloed door Confuciaanse, Boeddhistische, Daoïstische en Maoïstische waarden.

Airey en Chong (2010, 2011) kijken naar de politieke en beleidsmatige aspecten. Zij zien toerisme als een strategisch onderdeel van de Reform and Opening-up politiek (in gang gezet in 1978), die in de eerste plaats economische maar ook ideologische, sociaal-culturele en diplomatieke doeleinden diende. Toerisme - met binnenlands toerisme als zwaartepunt - moet bijdragen aan het creëren van een 'harmonieuze samenleving' (waarover in paragraaf zeven meer) en socialistische maar ook Confuciaanse en andere traditionele waarden nieuw leven inblazen.

Oakes en Sutton (2010) en Nyíri (2006, 2009, 2010) leggen een verband tussen de ontwikkeling van het toerisme enerzijds en moderniteit, mobiliteit en cultural authority anderzijds. De economische ontwikkeling na 1978 heeft tot een massale migratie naar de Speciale Economische Zones aan de kust en de grote steden geleid. Deze mobiliteit is een voorwaarde voor modernisering en ontwikkeling maar zorgt er tevens voor dat de overheid minder grip op de bevolking heeft. Toerisme is één van de soft power instrumenten - naast bijvoorbeeld onderwijs en de media - die ingezet worden om culturele autoriteit over de in toenemende mate mobiele inwoners te handhaven en hen op te voeden tot 'moderne burgers'. Dit zijn geciviliseerde consumenten die geld uit geven (waarbij toerisme één van de preferente opties is), een patriottische attitude hebben en verder niet al te mondig zijn (Nyíri 2010). Bij bezienswaardigheden worden daartoe door de staat gesanctioneerde verhalen over China's glorieuze verleden, de 5.000 jaar oude cultuur, de daadkracht van de communistische leiders en patriottische (vaak anti-Japanse) heldendaden aan de bezoekers gepresenteerd. Volgens Oakes en Sutton (2010) is het toerisme cruciaal in de pogingen van de staat om zijn culturele autoriteit te handhaven op een moment dat het land ongekende economische en sociale transformaties doormaakt.

Yan en Bramwell (2008) - in hun artikel over toerisme in Qufu, de geboorteplaats van Confucius - spreken ook over toerisme als een overheidsinstrument om autoriteit te behouden over de interpretatie van het verleden voor ideologische doeleinden. Maar zij merken tevens op dat zelfs in China de hegemonie van de centrale overheid niet altijd absoluut is en soms moet wijken voor druk van de toeristenindustrie, de media of de lokale overheid.

Sofield en Li (2011) concluderen dat de overweldigende groei van het toerisme niet alleen veel geld heeft opgeleverd maar ook directe werkgelegenheid voor circa 9% van de beroepsbevolking heeft genereerd (en nog veel meer indirecte werkgelegenheid) en dat mede hierdoor het toerisme door de overheid is verheven tot een 'pillar industry' (p. 529).

Economische motieven zijn derhalve een belangrijke beweegreden om in toerisme te investeren: het stimuleren van de binnenlandse consumptie alsmede het creëren van banen zijn prioriteiten in een land

waar veel mensen nog steeds in armoede leven en waar de noodzaak om de welvaarts kloof tussen de kustprovincies en de rest van het land te verminderen zeer urgent is.

Maar - zoals het beknopte literatuuroverzicht laat zien - economische motieven zijn niet de enige reden waarom de staat toerisme tot een pijler van zijn ontwikkelingspolitiek heeft gebombardeerd. Toerisme dient ook politieke en culturele doeleinden en wordt gebruikt om communistische ideologie en patriotisme nieuw leven in te blazen en tegelijkertijd een moderne, op consumptie gerichte samenleving te bevorderen.

3 | Toerisme en geschiedenis

Toerisme wordt vaak als een Westers fenomeen beschouwd dat pas wereldwijde dimensies aannam toen Westerse toeristen de wereld begonnen te verkennen (Winter 2009). Echter, ook in niet-Westerse landen gingen mensen in het verleden voor toeristische doeleinden op pad en China vormt hierop geen uitzondering: toerisme hier is zeker geen 'Westerse' uitvinding maar kent een eigen historische traditie. De volgende paragrafen bieden een blik in het verleden en laten zien dat de manier waarop het toerisme in China zich ontwikkeld heeft, wortels in de geschiedenis heeft en tegelijkertijd in sterke mate door het heden beïnvloed wordt.

Historisch onderzoek probeert de transformatie van mensen, plaatsen, instellingen, ideeën en processen door de tijd heen te begrijpen waarbij de samenleving gezien wordt als een dynamisch samenspel van krachten die voortdurend in beweging zijn (Barracough 1991; Towner en Wall 1991). Om inzicht te krijgen in de geschiedenis van het toerisme in China werd gebruik gemaakt van geschreven bronnen. Towner (1998) onderscheidt als belangrijkste bronnen voor de historische studie van het Westers toerisme: statistische gegevens, persoonlijke documenten (zoals dagboeken en brieven), massacommunicatiemiddelen (tijdschriften, kranten, reisgidsen) en overige bronnen. Deze laatste categorie kent een grote diversiteit zoals romans, gedichten, graffiti, archeologische vondsten en beeldende kunst (schilderijen, foto's).

Hoewel er niet zonder meer van uitgegaan kan worden dat exact dezelfde bronnen beschikbaar zijn voor de historische studie van het toerisme in China, zijn er zeker overeenkomsten. Yan en McKercher (2013), bijvoorbeeld, noemen onder meer reisverslagen, literaire bloemlezingen, regionale kranten en beschrijvingen van het landschap of het dagelijks leven als belangrijke bronnen, aangevuld met visueel materiaal (schilderijen, inscripties). Maar altijd gaat het om fragmenten en onvolledige informatie die slechts een indruk geven van de toenmalige reisavonturen en waarbij vermeden moet worden om een meer coherent beeld van het verleden te schetsen dan destijds realiteit was.

Engelse vertalingen van verschillende van de bovengenoemde soorten bronnen werden gebruikt zoals bijvoorbeeld Strassberg's (1994) vertaling van reisverhalen en inscripties uit de tijd van het keizerrijk. Maar ook de werken van Cahill (1992) en Wu (1992) leveren een schat aan informatie op over reisverhalen, pelgrimstochten, dagboeken en memoires die een beeld geven van reizen in China in het verleden.

4 | Reizen in het keizerrijk

China is een land met eeuwenoude reistradities (Sofield en Li 1998). Niet alleen de keizers en de literaten (de geleerden-bureaucraten) reisden door het rijk; kooplui trokken er op uit met hun handelswaar; families reisden om samen traditionele festivals zoals het Chinese Nieuwjaar te vieren; anderen gingen op pad voor religieuze doeleinden of om te ontsnappen aan hongersnood (Guo et al. 2002). In deze paragraaf wordt nader ingegaan op de rituele reizen van de keizers, de excursies in de natuur die de literaten ondernamen en de door Boeddhisme en Daoïsme geïnspireerde bedevaarten van andere bevolkingsgroepen. Uit hun rondreizen ontstond een reeks scenic spots of mingsheng, de gebruikelijke term voor toeristische attracties in China, die nog steeds druk bezocht worden door binnenlandse toeristen (Nyíri 2006).

Het idee dat reizen een hoger doel moet dienen komt al in Confuciaanse en Daoïstische teksten naar voren (Strassberg 1994). Hierin wordt gesteld dat er een ethische of educatieve noodzaak dient te bestaan om een reis te rechtvaardigen. Voor Confucius (ca. 551–479 voor Chr.) zelf had reizen een negatieve connotatie; hij zwierf rond omdat China in die tijd in chaos verkeerde en hij geen vaste aanstelling aan het hof in één van de toenmalige machtscentra kon vinden. Het gewone volk werd gemaand thuis te blijven tenzij het echt niet anders kon. Voor de heersende klasse betekende op reis gaan voor eigen plezier een ernstig vergrijp dat tot onvoorspelbaar gedrag en destabilisatie van de samenleving zou kunnen leiden (Strassberg 1994; Guo 2006).

Excursies in de natuur met als doel zelfcultivering en het bestuderen van landschappen die de morele eigenschappen van de literaten symboliseerden, waren echter toegestaan. Een uitspraak van Confucius, die vaak door latere reizigers geciteerd werd om hun reizen te rechtvaardigen, luidde: 'The wise man delights in streams; the humane man delights in mountains' (Strassberg 1994). Confucius presenteerde op deze manier het idee van het moral self dat zijn spiegelbeeld in de natuur probeert te vinden en aan deugdzaamheid wint door dit te observeren. Het beklimmen van bergen - dichtbij de Hemel - werd een belangrijk reisdoel, niet zozeer vanwege de fysieke inspanning maar vanwege de vergezichten die zich vanaf de bergtoppen ontvouwen. Dergelijke panorama's konden de toeschouwer een symbolisch, alomvattend perspectief op de wereld en de werkelijkheid verschaffen (Strassberg 1994).

De Daoïstische Zhuangzi, waarschijnlijk het werk van verschillende auteurs waaronder Zhuang Zi, een filosoof uit de vierde eeuw voor Christus, beziet reizen meer als een bevrijding uit het onnatuurlijke keurslijf van de maatschappij. Door omzwervingen in de natuur kan de literatus dicht bij zijn authentieke aard en de Dao (de alomvattende kracht die het universum bestuurt en door al het leven stroomt) geraken en een fundamenteel relativisme ervaren. Confucianisme en Daoïsme sluiten elkaar niet uit; vele literaten waren tijdens hun ambtelijke carrière volgers van Confuciaanse principes om na hun pensionering het Daoïstische ideaal van een leven in de natuur, als dichter en schilder / kalligraaf te praktiseren (Fairbank et al. 1975).

De blijvende invloed van dit gedachtegoed op het toerisme blijkt bijvoorbeeld uit de populariteit van zowel 'water' als 'bergen' als bezienswaardigheden (Wang en Stringer 2000). De populariteit van bergen is ook te danken aan hun betekenis in de religieuze geografie van China. De keizers bezochten bergen tijdens hun rondreizen, die ook bedoeld waren om te imponeren en hun macht aan het volk te tonen. De belangrijkste bergen en bergketens waren (en zijn) de Vijf Grote Bergen of wu yue: Taishan in de provincie Shandong, Huashan in Shanxi, de zuidelijke Hengshan (Hunan), de noordelijke Hengshan (Shaanxi)

en Songshan (Henan). Alle vijf figuren sinds mensenheugenis in mythes en legendes. Boeddhistische en Daoïstische tempels, Confuciaanse rituelen en tradities uit het volksgeloof bestonden hier eeuwenlang naast elkaar (Wu 1992). Vooral Taishan - gelegen in het Oosten en geassocieerd met de opkomende zon, met geboorte (Strassberg 1994) en uiteindelijk met de bron van al het leven (Dott 2010) - werd één van de belangrijkste plekken waar de keizers eer betoonden aan de Hemel en de Aarde. Wanneer zij in gebreke bleven en Taishan vertoerd raakte, kon dit het welzijn van het hele rijk in gevaar brengen. Vaak werden deze keizerlijke expedities voorafgegaan door uitgebreide infrastructurele werken: wegen werden aangelegd, trappen in de berg uitgehouwen (Li 2008) terwijl inscripties op de berghellingen getuigen van de keizerlijke bezoeken.

Niet alleen de keizers, ook de verspreiding van het Boeddhisme in de eerste en tweede eeuw na Christus zorgde voor de popularisering van bergen als reisbestemmingen. Kloosters, tempels en relikwieën (zoals overblijfselen van beroemde monniken) werden druk bezocht door de gelovigen. Hierdoor werden vier 'nieuwe', 'Boeddhistische' bergen (Wu Taishan, Emeishan, Putuoshan en Jiu Huashan), toegevoegd aan de reeks van scenic spots. Ten tijde van de Ming dynastie (1368-1644) vormden deze vier bergen een Boeddhistische pelgrimsroute door het land (Naquin en Yü 1992).

Huangshan, of Yellow Mountain, een bergketen met 72 pieken in de provincie Anhui, werd in de loop der eeuwen ook een trekpleister van de eerste orde. Huangshan is vooral beroemd vanwege de associatie met Huangdi of de Gele Keizer, volgens legenden de vader van het 'gele ras' (Li en Sofield 2009); deze zou circa 5.000 jaar geleden op Huangshan naar onsterfelijkheid gezocht hebben. Volgens Li en Sofield (2009) zijn er in de loop der eeuwen meer dan 20.000 gedichten aan Huangshan gewijd. Ook is dit iconische landschap (steile bergen met hier en daar een tempel of paviljoentje afgewisseld met beekjes, watervallen en diepe kloven) op ontelbare manieren gevisualiseerd - schilderijen, kalenders, film, websites - waardoor het in alle 'Chinese geheugens' gegrift staat (Li en Sofield 2009).

Al deze scenic spots werden vereeuwigd en gepopulariseerd door reisverhalen, gedichten, geografische beschrijvingen en schilderijen en figuren nog steeds prominent in het binnenlands toerisme (Nyíri 2006). Hoewel deze uitingen voornamelijk aan landschappen zijn gewijd, drukken ze meer uit dan alleen bewondering voor de natuur. Petersen (1995) merkt op, dat ze beschouwd moeten worden als 'vehicles carrying Chinese philosophies and thoughts'. Kleine menselijke figuren in een landschap met hoge bergen verbeelden de Confuciaanse zoektocht naar inzicht in de werkelijkheid of de Daoïstische retraite uit de wereld. De toeschouwer kan zich identificeren met de afgebeelde figuren en hen navolgen op hun queeste.

Tegen het eind van de Mingdynastie (1368-1644) verwaterde de spirituele dimensie van het bezoeken van scenic spots. Brook (1998) stelt dat er in die tijd zoveel literaten waren dat niet iedereen erin slaagde een positie in het keizerlijke ambtenarenapparaat te verwerven. Deze literaten moesten daarom op een andere manier invulling aan hun leven geven en reizen werd een onderdeel van hun levensstijl (Brook 1998; Strassberg 1994). Tijdens hun tochten waren zij minder op zoek naar Confuciaanse inzichten maar hielden ze zich meer bezig met het onderzoeken van de geschiedenis van bepaalde locaties, het schrijven van lofdichten op het verleden of de schilderkunst (Naquin en Yü 1992). Hoewel de natuur nog steeds belangrijk was, roept het aanschouwen ervan nu, volgens Cahill (1992), eerder visuele en esthetische reacties dan transcendente gevoelens op. Daarnaast worden wereldse zaken zoals het nemen van een

Toerisme in China: een historisch perspectief

bad in de hot springs, het drinken van warme wijn of het bekijken van bergtoppen die op een springende tijger (of ander dier) lijken belangrijk (Cahill 1992).

Reizen voor plezier en recreatieve doeleinden was voorbehouden aan een kleine bovenklasse. Bepaalde reistradities – scenic spots die bezocht moeten worden, gedachten om te overpeinzen en gedichten om te reciteren – die vorm kregen ten tijde van het keizerrijk, spelen echter nog steeds een belangrijke rol in het huidige Chinese toerisme.

5 | 'I love traveling because I am a modern person'

In 1842 maakte het verdrag van Nanjing een einde aan de eerste Opium Oorlog (1839-1842). Deze oorlog, tussen de Qing dynastie (1644-1911) en Britse troepen, werd gevoerd over de handel in opium op Chinees grondgebied en de relaties tussen beide naties. De strijd werd in het nadeel van de Chinese legers beslecht. De Qing keizers moesten Hong Kong afstaan en werden verder gedwongen om vijf andere steden aan de kust open te stellen voor handel met de Britten die zich daar bovendien mochten vestigen.

De eerste Opium Oorlog luidde een tijdperk in dat in China de 'eeuw van vernedering' wordt genoemd. In de ruim 100 jaar na deze oorlog was China het toneel van onophoudelijke gevechten: koloniale mogendheden verwierven invloedssferen, de Qing dynastie stortte ineen, Japanse troepen bezetten grote delen van het land en na de Tweede Wereldoorlog brak er een burgeroorlog uit tussen de nationalististen en de communisten. Steeds meer buitenlanders stroomden het land binnen: van diplomaten en gezanten, kooplui en soldaten tot missionarissen en zendelingen. Inspelend op de reisbehoeften van deze buitenlanders openden Thomas Cook en American Express in het begin van de 20e eeuw vestigingen in Shanghai en Beijing (Zhang et al. 2000; Airey en Chong 2011).

Handelsmaatschappijen zoals Butterfield & Swire en Jardine Matheson & Co, beide Britse ondernemingen, begaven zich eveneens in de reisindustrie. Swire richtte al in 1872 de China Navigation Company op. Hun schepen vervoerden zowel vracht als passagiers op de Yangzi rivier en vormden zo een belangrijke verbinding met het binnenland in een tijd dat er vrijwel geen wegen waren (Swire, n.d.). Ook werden Westerse hotels gebouwd zoals het Grand Hotel des Wagons-Lits in Beijing in 1905 en het Cathay Hotel, het latere Peace Hotel, in Shanghai in 1929.

Het waren zeker niet alleen buitenlanders die het land bereisden in deze jaren. Rond 1930 - toen China tijdelijk weer verenigd was onder de nationalistische Guomindang met Nanjing als hoofdstad - maakten ook veel Chinezen, vooral uit de Shanghaiense upper class, plezierreizen. De Shanghai Commercial and Savings Bank zette een reisafdeling op, het latere China Travel Service of CTS (Dong 2006). CTS breidde langzaam maar gestaag uit met vestigingen in verschillende steden en een palet aan diensten: CTS regelde vervoer, zowel over land als per schip, transporteerde bagage, gaf reischeques uit, bouwde hotels en organiseerde pakketreizen. In 1929 waren de 500 tickets voor een Paasweekend in Hangzhou vanuit Shanghai in een mum van tijd uitverkocht. De Shanghaiense upper class maakte ook weekend-uitstapjes per trein naar bijvoorbeeld Nanjing, Suzhou of Wuxi om beroemde scenic spots te bezoeken (Dong 2006).

CTS gaf een tijdschrift uit, China Traveller of Lüxing zazhi, dat in 1934 ruim 10.000 abonnees had en tot 1952 verscheen, zelfs gedurende de oorlog. China Traveller publiceerde nationale en internationale

reisverhalen en had correspondenten in Japan, de USA, Frankrijk en Groot Brittannië. In haar analyse van het tijdschrift tussen 1927 en 1937 stelt Dong (2006) vast dat toerisme met moderniteit geassocieerd werd. Eén van de journalisten van het tijdschrift merkte in 1933 bijvoorbeeld op 'I love traveling because I am a modern person' (p. 195). Het tijdschrift introduceerde ook het idee van de zomervakantie (xiaoxia) bij het Chinese publiek. Moganshan, Guling, Qingdao en Beidahe werden de belangrijkste zomerbestemmingen en in de zomer van 1931 waren alle vier plaatsen volgeboekt met Chinese en Westerse toeristen (Dong 2006).

Ondanks de toenemende populariteit was reizen een hachelijk avontuur. Vervoer was problematisch, er waren verschillende soorten geld in omloop en bandieten waren er in overvloed. Uiteindelijk maakten de vanuit Mantsjoerije oprukkende Japanse troepen en de oorlogen in de jaren 30 en 40 een eind aan het ontluikende toerisme.

6 | Toerisme: de Volksrepubliek voor 1978

Tussen 1949 en 1978 bestond er nauwelijks binnenlands en uitgaand toerisme. Reizen naar het buitenland waren voorbehouden aan diplomaten en andere regeringsfunctionarissen en af en toe sporters of artiesten (Nyíri 2010). Ook het binnenlandse reisverkeer was aan banden gelegd. Reizen voor recreatieve doeleinden bestonden officieel niet; deze werden beschouwd als een niet-productieve 'bourgeois' activiteit en pasten daarom niet bij een socialistische levensstijl. Werk, studie of Partijbijeenkomsten waren vaak wel legitieme redenen om op pad te gaan. Soms ook werden modelarbeiders beloond met een reis maar altijd hield de overheid streng toezicht op de mobiliteit van de bevolking.

Een speciale vorm van door de overheid gesanctioneerde reizen waren de collectieve excursies van scholieren, studenten, soldaten, fabrieksarbeiders en overheidsbeambten naar locaties die een belangrijke rol in de revolutie gespeeld hadden. Dit waren bijvoorbeeld Shaoshan (de geboorteplaats van Mao Zedong), Zunyi (waar Mao de leider van de CPC werd) en Yan'an, het hoofdkwartier van de communisten tussen 1935 en 1947 (Chinese Posters Foundation en Landsberger 2010). Deze 'seculiere bedevaarten' (Wagner 1992) moesten het revolutionair elan levend houden en de bezoekers ervan overtuigen, dat de leiders van de communistische Partij door hun revolutionaire daadkracht en de talloze ontberingen die ze voor land en volk hadden doorstaan, ook capabel waren om het land na 1949 te regeren (Wagner 1992).

Inkomend toerisme diende met name politieke doeleinden en bezoekers waren voornamelijk overzeese Chinezen en 'buitenlandse vrienden' (waiguo pengyou): diegenen die China goedgezd waren en het land van nut konden zijn (Guo et al. 2002; Brady 2003). Aanvankelijk kwamen de 'buitenlandse vrienden' vooral uit de Sovjet Unie en Oost-Europa. Toen de spanningen tussen China en de Sovjet Unie¹ toenamen, werden zorgvuldig geselecteerde aanhangers van het socialisme en communisme uit het Westen uitgenodigd voor een bezoek in de verwachting dat ze een gunstig beeld van het land tegenover de buitenwereld zouden schetsen. Ze werden als VIPs behandeld en in de watten gelegd. Tijdens hun verblijf bezochten ze maar weinig toeristische bezienswaardigheden en des te meer modelfabrieken en -communes om de resultaten van het socialisme te bewonderen; verder spraken ze met zorgvuldig geselecteerde Partijleden en modelarbeiders (Zhang 1995; Sofield en Li 1998; Guo et al. 2002).

De meeste internationale bezoekers in de jaren 50 kwamen uit Europa en Australië. Onder hen bevonden zich beroemdheden als Jean Paul Sartre en Simone de Beauvoir (Hollander 2009), die in 1955

Toerisme in China: een historisch perspectief

zes weken in China verbleven. De Beauvoir (2001) schreef over haar ervaringen in *La Longue Marche* (gepubliceerd in 1957). Een hoogtepunt was haar ontmoeting met Zhou Enlai en Mao Zedong. Ze vond de Chinese leiders buitengewoon authentieke persoonlijkheden; ze bezaten een serene bescheidenheid, kenmerkend voor mannen die zo begaan zijn met de wereld dat ze zich niet druk maken om hoe ze overkomen (De Beauvoir 2001).

De Beauvoir was niet de enige die voor Mao en Zhou viel. Toen Hewlett Johnson, priester en Deken van Canterbury, oog in oog met Mao stond, werd hij getroffen door iets dat volgens hem op geen enkele foto zichtbaar was: Mao had een onbeschrijfelijke, zachtaardige en sympathieke blik in zijn ogen waaruit een preoccupatie met de noden, zorgen en strijd van anderen sprak (Johnson in Hollander 2009).

Gedurende de Culturele Revolutie (1966-1976)², toen zowel het Amerikaanse imperialisme als het Sovjet revisionisme zwaar onder vuur lagen in China, werden uitsluitend nog 'revolutionaire toeristen' uitgenodigd. Delegaties van het Japanse Rode Leger, de Black Panthers, Afrikaanse bevrijdingsbewegingen en het Palestijns Bevrijdingsfront (zie figuur één) wisselden elkaar af terwijl hun onkosten door de Chinese overheid betaald werden. Ze hadden bijeenkomsten met Rode Gardisten om revolutionaire ervaringen uit te wisselen en werden geen toeristen maar 'studie' of 'inspectie' groepen genoemd (Sang 2009).



Revolutionary
friendship - Friends
from Asia, Africa and
Latin America visit
the Museum of the
Chinese revolutionary
army'

Bron: Chinese Posters
Foundation en Lands-
berger (2013)
Ontwerp: Shen Jialin
Uitgever: Shanghai
renmin meishu
chubanshe, 1964

Rond 1971, toen de ergste fase van de Culturele Revolutie voorbij was - en talloze monumenten vernietigd waren - werden meer toeristen toegelaten. Tegen 1976 bedroeg hun aantal rond de 50.000 (Airey en Chong 2011). De meesten moesten nu wel zelf hun reis betalen maar konden nog steeds niet zelf hun route bepalen. China International Travel Service (CITS) selecteerde de bezienswaardigheden die - nog steeds - vooral met de revolutie te maken hadden. Gidsen moesten ervoor zorgen dat spontane ontmoetingen vermeden werden en dat de bezoekers de gewenste conclusies trokken. Ze vestigden daartoe vooral de aandacht op de vooruitgang die sinds 1949 geboekt was in bijvoorbeeld de gezondheidszorg en het onderwijs. Gidsen werden verder geacht 'verkeerde indrukken' te corrigeren en indien noodzakelijk politieke discussies niet uit de weg te gaan (Schell 1978; Barthes 2012). Ze waren, kortom, essentieel in het produceren van een Maoïstische 'andere wereld' (Kendall 2004) en slaagden daar wonderwel in.

In deze periode reisden veel Amerikaanse intellectuelen zoals Susan Sontag, John Kenneth Galbraith en Barbara Tuchman naar China (Hollander 2009). De meesten waren onder de indruk van de properheid, de soberheid en de toewijding van iedereen aan de revolutie. Carol Tavis, een Amerikaans psychologe, merkte op dat de Chinese samenleving diametraal verschilde van die in de USA - geen Watergate schandalen, geen energiecrisis, geen misdaad, geen pornografie, geen materialisme. De straten waren schoon, de mensen waren enthousiast en positief, de samenleving was stabiel en veilig (Tavis in Hollander 2009). Het onder de bezoekers overheersende gevoel was, dat de mensen weliswaar arm maar gelukkig waren en een nobel doel in hun leven hadden: het creëren van een socialistische maatschappij.

Hoewel enkele toeristen kritiek uitten op het feit dat ze niet vrij met mensen konden praten of reizen, konden de meeste journalisten, schrijvers en academici zich niet voorstellen dat een deel van de 'realiteit' die ze voorgeschoteld kregen in scène gezet was. Ze hadden immers alles 'met eigen ogen' gezien: de blije kinderen, de enthousiaste arbeiders, de nieuwe huizen, de fabrieken (Hollander 2009). De werkelijkheid werd echter vaak 'aangepast' zodat bezoekers de gedroomde toekomst van de socialistische heilstaat te zien kregen en niet de daadwerkelijke stand van zaken (Hollander 2009; Loh 1962).

Afgaand op de hoeveelheid positieve publiciteit die voortvloeide uit de bezoeken van 'buitenlandse vrienden' tussen circa 1950 en 1980, kan men concluderen dat de Chinese leiders meesters waren in het produceren van een samenleving die soms weinig te maken had met de realiteit, maar goed aansloot bij de sentimenten van die buitenlanders die op zoek waren naar een succesvolle revolutie.

7 | Toerisme na 1978

Sinds 1978 is het toerisme explosief gegroeid. Zoals boven beschreven, vormen economische redenen een belangrijk motief voor investeringen in de toeristische sector. Binnenlands toerisme stimuleert de groei van consumptieve bestedingen in eigen land en creëert daarnaast banen. De snelle groei van het toerisme komt echter ook voor een deel op conto van de voortgaande economische ontwikkeling; het ontstaan van een middenklasse, de groei van het besteedbare inkomen, nieuwe ideeën over vrije tijd en vrijetijdsbesteding en het toegenomen aantal vakantiedagen hebben allemaal bijgedragen aan de grote aantallen Chinese toeristen.

Maar toerisme houdt de overheid ook om andere redenen bezig: het mogelijke nut ervan als een soft power instrument. In dit opzicht speelt toerisme een belangrijke rol bij het vormgeven van een nationale identiteit waarin patriottisme en het - vermeende - Confuciaanse concept van een harmonieuze samen-

Toerisme in China: een historisch perspectief

leving (hexie shehui) belangrijke ingrediënten zijn. In 2005 introduceerde de toenmalige president Hu Jintao dit concept met een citaat van Confucius over harmonie (Penny 2012). De snelle veranderingen hebben geleid tot toenemende sociale ongelijkheid en conflicten hetgeen als een bedreiging voor de stabiliteit en de hegemonie van de communistische partij wordt gezien. De oproep tot harmonie duidde op het inslaan van een koers waarin niet meer uitsluitend de economie prioriteit heeft, maar waarin de menselijke, culturele en ecologische dimensies van ontwikkeling belangrijker werden. Door hier meer aandacht aan te besteden zou uiteindelijk een evenwichtige en harmonieuze samenleving gerealiseerd moeten worden.

Het Confuciaanse idee dat reizen een educatief doel moet dienen is vandaag de dag onder meer zichtbaar in het Rood Toerisme, dat - naar de overheid hoopt - een soft power instrument kan zijn bij het in stand houden van een socialistische morele en politieke orde. Rood Toerisme is een poging de bevolking ervan te overtuigen dat de positie van de communistische partij legitiem is vanwege haar leidende rol in het verslaan van de imperialistische machten, bij de stichting van de Volksrepubliek en de modernisering. Tegelijkertijd worden socialistische normen en idealen er nieuw leven mee ingeblazen en stimuleert het de economische ontwikkeling van arme gebieden, zoals Yan'an, door het oude revolutionaire erfgoed voor toeristische doeleinden aan te wenden (Li en Hu 2008; Huang 2010; Rioux 2010). De vormgeving is echter eigentijds: met behulp van elementen uit de entertainmentindustrie worden de locaties aantrekkelijk gemaakt voor met name de jongere generatie, die niet meer gelokt kan worden met lezingen over het communisme. In Yan'an kunnen bezoekers zich verkleden in revolutionaire uniformen en zo op de foto gaan; of ze kunnen achter Mao's bureau gaan zitten en zich voor een moment inbeelden dat ze de Grote Roerganger zijn (Branigan en Chung 2009).

De overheid probeert niet alleen door middel van Rood Toerisme haar gezag te laten gelden. Sinds 1978 hebben scenic spots overall identieke kenmerken gekregen: entreekaarten en hekken, door de regering gesanctioneerde interpretatie, winkels, restaurants en voorstellingen die vaak bestaan uit reconstructies van 'traditionele ceremonies' (Nyíri 2009). Veel van deze scenic spots bestaan uit de boven beschreven locaties (bergen, rivieren, tempels, vergezichten) en geven inhoud aan het thema van de 5.000 jaar oude Chinese cultuur. Anderen zijn nieuwe attractieparken waar, bijvoorbeeld, de beproevingen van Confucius tijdens zijn omzwervingen gestalte krijgen (in Qufu) of waar historische periodes worden verheerlijkt zoals in het Tang dynastie (618-907) attractiepark in Xi'an.

Met behulp van reeds eeuwenlang bestaande en nieuw gecreëerde scenic spots lijkt de regering de unieke kernwaarden van het land te willen bepalen. Ter versterking van het nationale bewustzijn wordt China gepresenteerd als een harmonieuze samenleving met eeuwenoude culturele tradities waar exotische minderheden en Han-Chinezen vreedzaam samen leven en waar de communistische partij het land opstuwt in de vaart der volkeren. Dat de overheid voor een belangrijk deel in staat is om te bepalen waar scenic spots gemaakt worden en hoe ze geïnterpreteerd worden, hangt samen met de verregeande integratie van economie en politiek. In vrijwel elk toeristisch project is met name de lokale overheid zowel stakeholder als toezichthouder (Nyíri 2009) en aangezien veel toeristische bedrijven dochterondernemingen van staatsbedrijven zijn, zullen die niet snel van het overheidsbeleid afwijken.

8 | Conclusie

Het toerisme in China heeft na 1978 vorm gekregen door enerzijds historische reistradities en anderzijds economische en politieke machtsstructuren. Toerisme wordt vooral gebruikt als aanjager van ontwikkeling in regio's die achterblijven in economische groei en weinig industrie hebben. Hier is toerisme een motor voor het scheppen van werkgelegenheid. Daarnaast is toerisme een belangrijk middel om de binnenlandse consumptie te stimuleren. Toerisme speelt ook een rol in de constructie van een nationale identiteit waarvan patriotisme maar ook socialistische, Confuciaanse en andere traditionele waarden én een moderne consumptie-attitude ingrediënten zijn.

De gedachte dat toerisme een ethisch of educatief doel moet dienen (zoals bijvoorbeeld - maar niet uitsluitend - in Rood Toerisme gebeurt) is niet nieuw: het vertoont sterke overeenkomsten met Confuciaanse concepten over reizen. Een historische continuïteit kan ook gezien worden in het gegeven dat toerisme voornamelijk draait om het consumeren van scenic spots. Na 1978 greep men terug op de van oudsher bekende reistradities: het bezoeken van de klassieke scenic spots - onderdeel van de Chinese common knowledge - en de creatie van nieuwe scenic spots. De toerist van nu is echter lang niet altijd meer een modeltoerist die scenic spots op de voorgeschreven manier consumeert. Ervaren reizigers plannen steeds vaker hun eigen reizen en geleidelijk aan vervuilen zij de collectiviteit van pakketreizen voor meer individualiteit. Dat maakt de uitkomst van het overheidsproject om toerisme als soft power instrument in te zetten onzeker.

Literatuur

- Airey, D. & K. Chong (2010) National policy-makers for tourism in China. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 295-314.
- Airey, D. & K. Chong (2011) *Tourism in China. Policy and development since 1949*. London, United Kingdom: Routledge.
- Arlt, W.G. (2013) The second wave of Chinese outbound tourism. *Tourism Planning & Development*, 10(2), 126-133.
- Arlt, W.G. (2014, January 1) Nine important developments in China's outbound tourism 2013. *Forbes*. www.forbes.com/sites/profdrwolfgangarlt/2014/01/01/nine-important-developments-in-chinas-outbound-tourism-2013/
- Barracough, G. (1991) *Main trends in history*. New York, NY: Holmes and Meier.
- Barthes, R. (2012) *Travels in China*. Cambridge, United Kingdom: Polity Press.
- Brady, A.-M. (2003) *Make the foreign serve China. Managing foreigners in the People's Republic*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Branigan, T. & D. Chung (2009, September 28). Re-enacting the making of Mao's China. *The Guardian* [Video]. www.guardian.co.uk/world/video/2009/sep/28/china-communism
- Brook, T. (1998). *The confusions of pleasure. Commerce and culture in Ming China*. Berkeley: University of California Press.
- Cahill, J. (1992) Huang Shan paintings as pilgrimage pictures. In: Naquin, S. & C. Yü (Eds.), *Pilgrims and sacred sites in China* (pp. 246-292). Berkeley: University of California Press.
- Chinese Posters Foundation & S.R. Landsberger (2010) *Revolutionary networking (1966-1976)*. <http://chineseposters.net/themes/revolutionary-networking.php>
- Chinese Posters Foundation & S.R. Landsberger (2013) *Revolutionary friendship (Friends from Asia, Africa and Latin America visit the Museum of the Chinese revolutionary army)*. <http://chineseposters.net/themes/african-friends.php>
- De Beauvoir, S. (2001) *The Long March. An account of modern China*. London, United Kingdom: Phoenix Press.
- Dong, M.Y. (2006) Shanghai's China Traveler. In: Dong, M.Y. & J.L. Goldstein (Eds.), *Everyday modernity in China* (pp. 195-226). Seattle: University of Washington Press.
- Dott, B.R. (2010) Spirit money: Tourism and pilgrimage on the sacred slopes of Mount Tai. In: Oakes, T. & D.S. Sutton (Eds.), *Faiths on display. Religion, tourism and the Chinese state* (pp. 27-49). Plymouth, United Kingdom: Rowman and Littlefield.

Toerisme in China: een historisch perspectief

- Fairbank, J.K., E.O. Reischauer & A.M. Craig (1975) *East Asia. Tradition and transformation*. London, United Kingdom: George Allen & Unwin.
- Garschagen, O. (2015, 3 Augustus), Yang Lulu wil nu ook bruin worden. NRC Handelsblad.
- Guo, C. (2006) Tourism and the spiritual philosophies of the "Orient". In: Timothy, D./J. & D.H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 121-138). London, United Kingdom: Routledge.
- Guo, W., L.W. Turner & B.E.M. King (2002) The emerging golden age of Chinese tourism and its historical antecedents: a thematic investigation. *Tourism, Culture and Communication*, 3, 131-146.
- Hinton, C., G. Barmé & R. Gordon (2003) *Morning Sun*. A film and website about the Cultural Revolution, www.morningsun.org. Brooklyn, MA: Long Bow Group.
- Hollander, P. (2009) *Political pilgrims. Western intellectuals in search of the good society* (4th ed.). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Huang, S. (2010) Evolution of China's tourism policies. *International Journal of Tourism Policy*, 3(1), 78-84.
- Kendall, T. (2004) Marco Polo, Orientalism and the experience of China: Australian travel accounts of Mao's Republic. *Asian Studies Review*, 28, 373-389.
- Li, F.M.S. (2008) Culture as a major determinant in tourism development in China. *Current Issues in Tourism*, 11(6), 492-513.
- Li, F.M.S. & T.H.B. Sofield (2009) Huangshan (Yellow Mountain), China. The meaning of harmonious relationships. In: Ryan, C. & H. Gu (Eds.), *Tourism in China. Destination, cultures and communities* (pp. 157-167). London, United Kingdom: Routledge.
- Li, X. (R.), C. Lai, R. Harrill, S. Kline & L. Wang (2011) When East meets West: An exploratory study on Chinese outbound tourists' travel expectations. *Tourism Management*, 32(4), 741-749.
- Li, Y. & Z. Hu (2008) Red Tourism in China. *Journal of China Tourism Research*, 4, 156-171.
- Loh, R. (1962) *Escape from Red China*, by Robert Loh as told to Humphrey Evans. New York, NY: Coward-McCann.
- Naquin, S. & C. Yü (1992). Introduction. In: Naquin, S. & C. Yü (Eds.), *Pilgrims and sacred sites in China* (pp. 1-38). Berkeley: University of California Press.
- Nyíri, P. (2006) *Scenic spots: Chinese tourism, the state, and cultural authority*. Seattle: University of Washington Press.
- Nyíri, P. (2009) Between encouragement and control. Tourism, modernity and discipline in China. In: Winter, T., P. Teo & T.C. Chang (Eds.), *Asia on tour. Exploring the rise of Asian tourism* (pp. 153-169). London, United Kingdom: Routledge.
- Nyíri, P. (2010) *Mobility and cultural authority in contemporary China*. Seattle: University of Washington Press.
- Oakes, T. & D.S. Sutton (2010) Introduction. In: Oakes, T. & D.S. Sutton (Eds.), *Faiths on display. Religion, tourism and the Chinese state* (pp. 1-25). Plymouth, United Kingdom: Rowman and Littlefield.
- Osnos, E. (2011, April 18) The Grand Tour. Europe on fifteen hundred yuan a day. *The New Yorker*. www.newyorker.com/reporting/2011/04/18/110418fa_fact_osno.
- Penny, B. (2012) Searching for a sage today. In: Barmé, G.R. (Ed.) with J. Goldkorn, C. Cartier & G. Davies, *China Story Yearbook 2012. Red rising. Red eclipse* (pp. 144-162). Canberra, Australia: ANU College of Asia & the Pacific.
- Petersen, Y.Y. (1995) The Chinese landscape as a tourist attraction: Image and reality. In: Lew, A.A. & L. Yu (Eds.), *Tourism in China. Geographic, political and economic perspectives* (pp. 141-154). Boulder, CO: Westview Press.
- Rioux, Y.L. (2010) Pilgrim or tourist? The transformation of China's revolutionary holy land. In: Oakes, T. & D.S. Sutton (Eds.), *Faiths on display. Religion, tourism and the Chinese state* (pp. 79-102). Plymouth, United Kingdom: Rowman and Littlefield.
- Ryan, C. & H. Gu (2009) Introduction. The growth and context of tourism in China. In: Ryan, C. & H. Gu (Eds.), *Tourism in China. Destination, cultures and communities* (pp. 1-8). London, United Kingdom: Routledge.
- Sang, Y. (2009) 1979: Huang Shan, selling scenery to the bourgeoisie. An oral history account of Chinese tourism, 1949-1979. *China Heritage Quarterly*, 18. www.chinaheritagequarterly.org/features.php?search-term=018_1979huangshan.inc&issue=018.
- Schell, O. (1978) *In the People's Republic. An American's firsthand view of living and working in China*. New York, NY: Vintage Books.
- Sofield, T.H.B. & F.M.S. Li (1998) Tourism development and cultural policies in China. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 362-392.
- Sofield, T. & S. Li (2011) Tourism governance and sustainable national development in China: a macro-level synthesis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 501-534.

-
- Strassberg, R.E. (1994) *Inscribed landscapes. Travel writing from imperial China*. Berkeley: University of California Press.
- Swire, J. & Sons Ltd (n.d.). About Swire. Our Story. www.swire.com/en/about-us/our-story.
- Towner, J. (1988) Approaches to tourism history. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 47–62.
- Towner, J., & G. Wall (1991) History and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 71–84.
- Train, B.R. (1998) The Great Proletarian Cultural Revolution. <http://www.islandnet.com/~ltmurnau/text/cultrev.htm>
- Travel China Guide (2014) *China Outbound Tourism in 2014*. Xian, People's Republic of China: Travel China Guide. www.travelchinaguide.com/tourism/2014statistics/outbound.htm.
- UNWTO (2012) Understanding Chinese outbound tourism. What the Chinese blogosphere is saying about Europe. Madrid, Spain: World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission.
- UNWTO (2015) *Tourism highlights*. Madrid, Spain: World Tourism Organization (UNWTO).
- Wagner, R.G. (1992) Reading the Chairman Mao Memorial Hall in Peking: The tribulations of the implied pilgrim. In: Naquin, S. & C. Yü (Eds.), *Pilgrims and sacred sites in China* (pp. 378–423). Berkeley: University of California Press.
- Wang, J. & L.A. Stringer (2000) The impact of Taoism on Chinese leisure. *World Leisure Journal*, 3, 33–41.
- Winter, T. (2009) Asian tourism and the retreat of Anglo-Western centrism in tourism theory. *Current Issues in Tourism*, 12(1), 21–31.
- World Bank (2014) *Data - Countries and Economies -China*. Washington, DC: World Bank. <http://data.worldbank.org/country/china>
- Wu, P. (1992) An ambivalent pilgrim to T'ai Shan in the seventeenth century. In: Naquin, S. & C. Yü (Eds.), *Pilgrims and sacred sites in China* (pp.65–88). Berkeley: University of California Press.
- Xu, Y. & N.G. McGehee (2012) Shopping behaviour of Chinese tourists visiting the United States: Letting the shopper do the talking. *Tourism Management*, 33(2), 427–430.
- Yan, H. & B. Bramwell (2008) Cultural tourism, ceremony and the state in China. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 969–989.
- Yan, L. & B. McKercher (2013) Travel culture in Eastern Jin China (317–420 AD): The emergence of a travel culture of landscape appreciation. *Annals of Tourism Research*, 43, 20–36.
- Zhang, G. (1995) China's tourism development since 1978: policies, experiences and lessons learned. In: Lew, A.A. & L. Yu (Eds.), *Tourism in China. Geographic, political and economic perspectives* (pp. 3–17). Boulder, Co: Westview Press.
- Zhang, G., R. Pine & H.Q. Zhang (2000) China's international tourism development: present and future. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(5), 282–290.

Noten

1. In 1950 hadden China en de Sovjet Unie een vredes- en samenwerkingsverdrag voor de duur van 30 jaar afgesloten. Al gauw ontstonden echter ideologische verschillen van mening. De door Chroesjtsjov ingezette politiek van destalinisatie in een tijd dat de Chinezen Stalin nog als lichtend voorbeeld zagen, zette kwaad bloed. De eveneens door Chroesjtsjov verkondigde theorie dat meerdere wegen naar het socialisme kunnen leiden, maakte een eind aan een eenduidige interpretatie van het Marxisme-Leninisme en werd in China als een uitverkoop aan het kapitalisme beschouwd. De kloof werd alleen maar groter toen in China de Grote Sprong Voorwaarts (Dayuejin, 1958–1961) gelanceerd werd. Deze massabeweging was niet alleen bedoeld om een stap voorwaarts te maken op economisch gebied, Engeland in 15 jaar voorbij te streven en de transitie naar een communistische samenleving te maken. De Chinezen wilden ook de Sovjet Unie laten zien dat hun aanpak en inzet van massacampagnes meer succesvol zouden zijn dan de Sovjet planeconomie. De Grote Sprong Voorwaarts werd in de Sovjet Unie echter als een linkse aberratie afgedaan. Een ander geschilpunt was de door de Russen in 1957 toegezegde hulp bij het fabriceren van Chinese nucleaire wapens. In 1960 werden echter alle Sovjet-technici teruggedroepen. In de daarop volgende jaren namen de conflicten voortdurend toe en in 1969 kwam het zelfs tot gewapende schermutselingen bij de Amoer rivier en in Centraal Azië (Fairbank et al. 1975).
2. De Culturele Revolutie (Wenhua Dageming, 1966–1976) was een complexe massabeweging van ongekende omvang. Om tegenwicht te bieden aan zijn verzwakte positie binnen de Communistische Partij, probeerde Mao zijn machtsbasis bij het leger en onder scholieren en studenten te versterken. Maar de Culturele Revolutie was veel meer dan een strijd om de macht binnen de Partij en het land. Het was ook een campagne - met elkaar in snel tempo opvolgende subcampagnes - waarin definitief met het verleden afgerekend en het heden in een staat van permanente revolutie gebracht moest worden. Ook was er sprake van volksverzet tegen de na 1949 ontstane macht van de Partij en de overheid. Vanaf 1966 trokken scholieren en studenten als 'Rode Gardisten' door het

Toerisme in China: een historisch perspectief

land om fabrieken, universiteiten en overheidsgebouwen te bezetten. Ze zagen zichzelf als 'Mao's kleine soldaten': ze moesten de Revolutie beschermen en alle 'oude dingen' (zoals tempels) en alle andersdenkenden vernietigen. Gedurende de meest gewelddadige fase verkeerde het hele land in een staat van chaos, ontstond er een persoonlijkheidscultus rond Mao en was het Rode Boekje met het gedachtegoed van Mao verplichte kost voor iedereen. Al snel leidde het fanatisme en dogmatisme van de Rode Gardisten er toe dat de beweging in honderden facties uiteenviel die niet alleen de gevestigde orde maar ook elkaar bevochten; excessief geweld leidde tot de dood van - naar schatting - 1,5 miljoen mensen (de exacte cijfers zijn nog steeds een goed bewaard staatsgeheim). Om een totale burgeroorlog te voorkomen, ontbond Mao in de zomer van 1968 de Rode Gardes. Hij riep het leger te hulp om de orde te herstellen en de Rode Gardisten - desnoods met geweld - terug naar hun provincies en scholen te sturen. De meesten gaven hier gehoor aan; honderdduizenden radicale jongeren die hier geen zin in hadden, werden te werk gesteld op het platteland in - alweer - een nieuwe campagne om 'van de boeren te leren'. Hoewel de meest gewelddadige fase hiermee ten einde was, duurde de Culturele Revolutie voort tot de dood van Mao in 1976 (Train 1998; Hinton et al. 2003).