



**HAL**  
open science

# Comment les femmes chinoises voient les femmes françaises

Yan Huang

► **To cite this version:**

Yan Huang. Comment les femmes chinoises voient les femmes françaises : L'image de l'Autre et l'identité du Moi. Éditions Le Manuscrit, 2023, Espace interculturel Chine-Europe, Zheng Lihua, 9782304055047. hal-04224391

**HAL Id: hal-04224391**

**<https://hal.science/hal-04224391>**

Submitted on 2 Oct 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

COMMENT LES FEMMES CHINOISES  
VOIENT LES FEMMES FRANÇAISES

ISBN 978-2-304-05504-7  
© Éditions Le Manuscrit, octobre 2023

HUANG YAN

Comment les femmes  
chinoises voient les  
femmes françaises

L'image de l'Autre et l'identité du Moi

*Espace interculturel Chine-Europe*

Éditions Le Manuscrit  
Paris

Dans la même collection

*Réussir un projet coopératif interculturel*, Brigitte Charles-Pauvers, Lihua Zheng, Jie Zhang, 2023

*Les erreurs pragmatiques chez des apprenants chinois spécialisés en FLE*, Jiquan Lu, 2022

*Épidémies et catastrophes dans la littérature chinoise contemporaine*, Xiangrong Chen et Raymond Rocher, 2022

*Les attitudes et les comportements des Chinois et des Français face à l'incertitude dans le travail : une approche interculturelle*, Luwei Xing, 2022

*Les jeux de communication pragmatico-interculturels des Chinois*, Youzhong Fang, 2021

*Représentation, évolution et réflexion du choc culturel dans les entreprises à capitaux étrangers en Chine*, Jiang Xi, 2021

*Intercultural Communication Between Chinese and French*, Zheng Lihua, 2019

*Le téléphone portable et ses implications sociales*, Xia Gaoqin, 2019

*Communication interculturelle entre les Chinois et les Français*, Zheng Lihua, 2019

*Chine-France : connaître et reconnaître*, Yang Xiaomin et Zheng Lihua, 2017

*Les représentations et les pratiques de la beauté*, Li Shujun, 2016

*How The Chinese See The Europeans*, Zheng Lihua, Dominique Desjeux et Anne-Sophie Boisard, 2016

*Le parler des femmes dirigeantes en Chine*, Yu Peng, 2014

*La norme ISO 9000 en Chine : Une approche interculturelle*, Ye Jianru et Zheng Lihua, 2012

Collection  
« Espace interculturel Chine-Europe »

Les échanges politique, économique et culturel entre la Chine et l'Europe se sont beaucoup développés depuis l'ouverture de la Chine en 1978, mais il faut reconnaître que la présence européenne en Chine ne correspond pas à la place qu'elle devrait y occuper. Les différences culturelles comptent parmi les obstacles les plus difficiles à franchir, d'autant plus que souvent, on ne prend pas ou ne veut pas prendre conscience de leur réalité. Un réel dialogue interculturel s'avère impératif si l'on veut comprendre plus en profondeur les problèmes qui surgissent dans la coopération entre les deux parties.

Cette collection a pour objectif de fournir un espace de dialogue entre les cultures en regroupant des recherches centrées sur les réalités de contacts interculturels entre les Chinois et les Européens, visant notamment les difficultés que rencontrent les entreprises européennes en Chine et les entreprises chinoises en Europe, les images que les uns se font des autres, les migrations de pensées et de technologies, les mécanismes de construction de la confiance, etc.

Comité scientifique

ZHENG Lihua, directeur de collection, professeur et directeur de thèse en sociolinguistique à l'Université des Etudes étrangères du Guangdong.

YANG Xiaomin, directrice adjointe de collection, professeur en anthropologie sociale à l'Université des Etudes étrangères du Guangdong.

XU Zhenhua, professeur et directeur de thèse en littérature à l'Université des Etudes étrangères du Guangdong.

Dominique DESJEUX, professeur et directeur de thèse en anthropologie et en sociologie à l'Université Paris Cité.



# Sommaire

Introduction.....	9
Chapitre I	
L'image des femmes occidentales en Chine : hier et aujourd'hui.....	15
1.1 L'image des femmes occidentales en Chine à travers la traduction .....	16
1.2 L'image des femmes françaises en Chine d'aujourd'hui.....	28
Conclusion du chapitre .....	47
Chapitre 2	
La beauté .....	49
2.1 Les styles de la mode .....	50
2.2 La beauté de la femme française imaginée .....	58
2.3 La beauté et l'âge.....	83
2.4 La beauté extérieure émanant de l'intérieur .....	100
Conclusion du chapitre .....	130
Chapitre 3	
La sexualité.....	135
3.1 Les cigarettes.....	137
3.2 La pilule contraceptive.....	142
3.3 Le soutien-gorge.....	152
3.4 La nudité.....	155
3.5 Le tampon hygiénique et le jouet sexuel.....	161
Conclusion du chapitre .....	163



Chapitre 4	
L'amour et le mariage .....	165
4.1 L'amour et l'âge .....	166
4.2 Le débat sur la nécessité du mariage .....	175
4.3 L'individu et le collectif dans la vie en couple.....	188
4.4 La séparation entre le mariage, le sexe et l'amour..	201
Conclusion du chapitre .....	221
 Chapitre 5	
La maternité.....	223
5.1 La nouvelle maternité .....	224
5.2 La maternité intensifiée par la modernité.....	240
5.3 La maternité et sa valorisation sociale.....	270
5.4 La maternité et les besoins d'accomplissement de soi de la mère .....	277
Conclusion du chapitre .....	287
 Chapitre 6	
L'image utopique et l'identité construite .....	291
6.1 L'image française et la différenciation sociale chinoise.....	292
6.2 Les représentations d'une féminité idéale.....	312
Conclusion du chapitre .....	332
 Conclusion générale.....	335
 Bibliographie.....	345
 Annexes .....	363
I. Liste des articles sur le réseau WeChat .....	363
II. Liste des vlogues sur Le petit Livre rouge .....	371
III. Liste des interviewées .....	372

## Introduction

L'Orient et l'Occident, en tant que deux parties géographiques du monde, rappellent souvent des oppositions dualistes telles que « traditionnel-moderne », « réservé-ouvert » et « arriéré-avancé ». L'Occident a été et reste un objet de l'imaginaire collectif des Chinois, ainsi qu'une référence importante par rapport à laquelle les Chinois peuvent se connaître et s'identifier.

Parmi les caractéristiques de l'Occident perçues par les Chinois, il y en a deux qui nous paraissent représentatives : la liberté féminine et la particularité française. La première est liée à l'angle sous lequel les femmes chinoises voient l'Occident. Quand le mouvement féministe a été introduit en Chine au début du xx<sup>e</sup> siècle, les femmes occidentales, avec leurs mentalités et leurs expériences, ont été prises comme modèles pour les femmes chinoises encourageant celles-ci à se libérer et à participer à la révolution et au relèvement de la nation. En effet, le mouvement féministe s'est déclenché en Chine en même temps que le processus de la modernisation, la libération des femmes était considérée alors comme un

des enjeux de la modernité, et le patriarcat était censé devoir être renversé en même temps que la féodalité dont il était un des piliers. La modernisation ayant démarré dans les pays occidentaux, la Chine s'y initiait en suivant leurs démarches. Ce qui distinguait le groupe de « la nouvelle femme » chinoise de leurs aînées traditionnelles, c'étaient leurs manières de penser et de se comporter inspirées par l'esprit occidental. Même à l'époque actuelle, la mode de l'Occident reste une référence importante pour beaucoup de femmes chinoises. Pour lutter contre le phallocentrisme qui reste encore dominant dans l'environnement socioculturel, une des armes des femmes chinoises d'aujourd'hui est de recourir à la mode occidentale : elles adorent les marques occidentales et l'art de vivre occidental et revendiquent la liberté et l'indépendance tout comme les femmes occidentales. En revanche, les hommes chinois ne respirent pas au même rythme qu'elles. Quand les hommes regardent l'opposition est-ouest, ils voient en premier lieu des différences et des différends sur les plans politique et économique et ils ne s'intéressent pas autant que les femmes aux différences entre les modes de vie. De plus, ce que la plupart des hommes chinois recherchent chez l'épouse idéale, ce sont plutôt des qualités dites traditionnelles, comme la tendresse, la sagesse, voire même l'obéissance. Ces attentes de la partie masculine aggravent d'une certaine manière l'angoisse identitaire des femmes chinoises qui refusent d'être objectivées. De ce fait, les femmes chinoises tendent à idéaliser la vie privée des femmes occidentales, ainsi que l'environnement socioculturel dans lequel elles se trouvent. Les représentations imaginaires de l'Occident participent ainsi à la redéfinition de la féminité et des vertus féminines par les femmes chinoises.

Le deuxième trait de l'Occident qui nous intéresse est la particularité des femmes françaises par rapport aux autres femmes étrangères. En effet, l'image des femmes françaises représentée par le public chinois féminin se distingue par

l'excellence. Elle se présente comme l'exemple premier de la femme moderne. Aux yeux de beaucoup de Chinoises, les Françaises sont élégantes, romantiques, intellectuelles, etc. Bref, elles leur attribuent toutes les qualités qu'on attend d'une femme moderne. Même si la plupart des femmes chinoises n'ont pas de contact direct avec les Françaises, cela ne les empêche pas de se former une image vague, mais favorable des femmes françaises. Il est probable que cette image trouve son origine dans les romans et les films français, mais à notre époque elle continue à se développer dans les médias, car les publicités et les magazines n'ont cessé d'inciter les femmes chinoises à vivre comme les Françaises. Les articles comme « Pourquoi les Françaises ne vieillissent pas ? », « Les secrets des Françaises pour manger sans grossir », « Les secrets de l'élégance des Françaises » abondent sur les réseaux sociaux. Il s'agit sans doute d'un stéréotype, mais curieusement, d'un stéréotype fortement positif. L'existence des stéréotypes des cultures étrangères est un phénomène banal, mais il n'est pas difficile de discerner les particularités qui distinguent l'image des femmes françaises de celle des autres. D'abord, cette image ne concerne qu'une partie de la population d'un pays, mais pourtant se mélange avec celle de l'ensemble national. On dénote facilement des impressions marquées sur les peuples de grands pays comme les États-Unis et le Royaume-Uni. Par exemple, on parle souvent de la manière aristocratique des Britanniques et de la rigueur des Allemands. Mais ces clichés concernent l'ensemble d'une population. Pourtant, quand on parle des Français élégants, romantiques et intellectuels, on ne sait pas si ces images sont attribuées plus aux femmes françaises qu'aux hommes français. Par ailleurs, même si on a aussi des impressions distinctives sur les femmes de certains pays, comme l'obéissance et l'érotisme des Japonaises, ou la situation difficile des femmes indiennes, ces impressions sont souvent négatives et suscitent des sentiments comme la pitié, l'inquiétude, ou même le mépris. Par contre, les femmes

françaises bénéficient chez les femmes chinoises d'une image essentiellement positive et encourageante, une image anti-phallogratique, au moins en apparence, qui représente un modèle réconfortant et un état de vie idéal.

L'une des tâches de cette étude consiste à nous interroger sur le processus de la formation de l'image des femmes françaises et sur les raisons du choix de cette image comme modèle pour les femmes chinoises. Cela nous semble être lié au développement féministe de la France et à l'introduction et la réception des romans, des cinémas, et des pensées philosophiques en Chine. Une récapitulation chronologique pourrait éclairer le contexte de notre recherche.

Une deuxième tâche, la plus importante, de notre recherche, sera de creuser certains des liens entre l'image de l'Autre et l'identité du Moi et de savoir comment l'image des femmes françaises, en tant que représentation sociale, reflète la vie des femmes chinoises et interagit avec l'identité des femmes chinoises. Au fur et à mesure de l'accélération des moyens de communication et de l'expansion de la culture de masse, l'image des Françaises n'est plus limitée au cercle élitaire, mais circule plus largement de façon plus étendue et plus populaire. Cette image dont les femmes chinoises parlent aujourd'hui, ce n'est plus une personne physique dans la société, ni un personnage dans un roman, mais un être mythique créé par et pour le public féminin chinois, censé être capable de résister au vieillissement, à l'embonpoint, à l'asservissement, et à la vulgarité. Ce qui nous semble important, c'est de saisir les qualités inspirantes de cette image et de connaître les raisons qui poussent les femmes chinoises à s'en inspirer. Pour nous, ce sont les qualités de cette image française qui reflètent ce que sont les femmes chinoises, ce qu'elles veulent être, ce qui leur manque, et ce qu'elles attendent. L'image de l'Autre, c'est le Moi de ceux qui le regardent.

Une dernière tâche, non moins importante, sera d'éclairer l'environnement socioculturel où interagissent

les représentations sociales. En effet, « la femme » étant une identité socialisée, l'image des femmes est étroitement liée à l'environnement socioculturel. Quand on parle d'une image d'un groupe, on évoque inévitablement le contexte socioculturel du côté de ceux qui sont regardés, mais aussi celui du côté de ceux qui regardent.

En ce qui concerne la méthodologie, notre travail s'appuie d'abord sur notre propre double identité, étant à la fois chercheuse et femme chinoise. Grâce à cette double identité, nous pouvons nous interroger sur notre expérience féminine, communiquer avec plus de facilité avec d'autres femmes, soit en face à face soit sur les réseaux sociaux, et observer de près la vie quotidienne des femmes chinoises. Nous avons également effectué une préenquête auprès des étudiants chinois sur les stéréotypes des femmes françaises : parmi les mots associés aux femmes françaises cités par une centaine d'étudiants, la grande majorité des mots sont évalués comme « positif » par ceux qui les citent. Une analyse plus approfondie sur les textes et les conversations concernant ce sujet nous a aidé à comprendre les raisons socioculturelles de l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises et l'identité des femmes chinoises reflétée par l'image de l'Autre.

La présente thèse se composera de six chapitres. Le premier chapitre sera un éclaircissement du contexte de notre recherche. Nous y donnerons une récapitulation historique de l'introduction de l'image des femmes occidentales en Chine et un aperçu de l'image actuelle des femmes françaises en Chine. Les quatre chapitres suivants (2, 3, 4 et 5) formeront l'ensemble des analyses de notre corpus. Nous aborderons les représentations de l'image des femmes françaises tout en réfléchissant sur l'expérience féminine et l'identité féminine des femmes chinoises : le chapitre 2 et le chapitre 3 concerneront l'expérience féminine de toutes les femmes, porteront donc respectivement sur la beauté et la sexualité ; le chapitre 4, consacré à l'amour et au mariage, visera à aborder

la relation entre les femmes et les hommes; le chapitre 5 portera sur la maternité, un thème qui ne concerne qu'une partie des femmes, mais qui s'avère incontournable pour toute étude sur l'identité féminine. Dans le dernier chapitre, nous réfléchirons sur l'idéalité de l'image des femmes françaises, qui reflète la distinction au sein de la société chinoise et représente la féminité idéale correspondante aux dernières tendances féministes.

## **Chapitre I**

### **L'image des femmes occidentales en Chine : hier et aujourd'hui**

Dans ce chapitre, nous allons d'abord faire une récapitulation historique de l'introduction de l'image des femmes occidentales en Chine et analyser la « co-variation » de cette image avec la société chinoise. Puis, en passant du diachronique au synchronique, nous allons mettre l'accent sur l'image actuelle des femmes françaises en nous basant sur le résultat de la préenquête et sur des données fournies par les réseaux sociaux.



## **1.1 L'image des femmes occidentales en Chine à travers la traduction<sup>1</sup>**

L'introduction de l'image d'un Autre étranger dans une autre culture passe souvent par la traduction. Nous parlons ici de la traduction, non pas au sens traditionnel du terme, soit le processus de la traduction du texte d'une langue originelle à une langue cible, mais plutôt au sens défini par les études de traduction culturelle et par la sociologie de traduction, qui s'intéressent aux phénomènes des déplacements de concepts, de représentations et de valeurs que peut engendrer le métissage et qui pensent que « *la traduction n'est pas seulement une opération linguistique, mais elle est tout entière prise dans un ensemble d'interrelations sociales et culturelles, d'abord au sein de sa propre culture, et ensuite entre les cultures étrangères en présence* »<sup>2</sup>. Dans cette partie, en nous appuyant sur les théories de la sociologie de traduction, nous allons analyser comment l'image des femmes occidentales varie en fonction de l'évolution de la société chinoise.

### *1.1.1 Les femmes occidentales en Chine dans la traduction*

L'introduction de l'image de l'Occident en Chine a connu deux essors dans l'histoire récente du pays, suivant les changements de son environnement politique et le développement de ses technologies de communication.

---

1 Cette section se réfère à un de nos propres articles déjà publiés, voir : HUANG, Yan. "Co-variation of Translation and Social Culture: A Study on the Translation of Western Female Image in China". In: ZHAO, You-Bin and Zhang, Zhi-Qing. *Proceeding of the third international conference on globalization: Challenges for translators and interpreters*. Salt Lake City: American Academic Press, 2020, pp. 91-96.

2 CORDONNIER, Jean-Louis. Aspects culturels de la traduction : quelques notions clés. *Meta : journal des traducteurs*, 2002, vol. 47, no 1, pp.38-50.

L'un a accompagné le mouvement du 4 mai au début du xx<sup>e</sup> siècle, l'autre a été déclenché par la Politique de réforme et d'ouverture à la fin des années 1970. Les caractéristiques des images des femmes occidentales évoluent ainsi selon les époques différentes.

### *1.1.1 a Le début du xx<sup>e</sup> siècle*

En 1899, Lin Shu traduisit en chinois pour la première fois *La Dame aux camélias* (d'Alexandre Dumas fils), roman dont l'égérie devint l'image la plus populaire des femmes occidentales en Chine au début du xx<sup>e</sup> siècle. Plus tard, des images telles que celle de Portia (dans *Le Marchand de Venise* de William Shakespeare), celle de Nora (dans *Une Maison de poupée* d'Henrik Ibsen) et celle de Salomé (dans *Salomé* d'Oscar Wilde) furent introduites en Chine par la traduction des romans. Dans ces images, les Chinois de l'époque virent le désir pour l'éducation, la curiosité pour les nouveautés, et l'aspiration à l'amour et à la liberté sexuelle, toutes ces caractéristiques étant interprétées comme des symboles des Lumières, amenant les intellectuels chinois à réfléchir sur le statut des femmes en Chine et au destin de la nation. Ces images, étant interprétées par les intellectuels masculins qui initièrent la modernisation ainsi que le féminisme primaire en Chine, furent assimilées à la construction de l'identité des « nouvelles femmes » du mouvement du 4 mai.

L'image des femmes occidentales de l'époque était ainsi fortement subjective et politique. Les traducteurs étaient principalement des intellectuels masculins, ayant accès aux pensées occidentales et s'opposant aux érudits bureaucrates de la société féodale. Yan Fu, écrivain, qui traduisit en Chine de nombreux écrits philosophiques occidentaux et exerça une grande influence sur le mouvement intellectuel de la Chine à partir de la fin du xix<sup>e</sup> siècle, affirma, à partir des différences qu'il avait constatées entre les femmes chinoises et les femmes

occidentales, que la moralité traditionnelle chinoise excluait les femmes du droit à l'éducation et qu'elle constituait une raison majeure entravant le développement du pays<sup>3</sup>. Liang Qi-Chao, en tant qu'initiateur et représentant des Lumières à la chinoise, prit les « femmes traditionnelles » comme objet de critiques et de transformation. Non seulement il traduisit et présenta l'image des femmes occidentales, mais aussi il la créa<sup>4</sup>. Ces images ne furent pas traduites de manière neutre de l'original à la cible, mais réécrites et manipulées. Ce qui déterminait l'habitus des traducteurs ou, plus précisément, des auteurs, c'étaient leurs préoccupations envers l'avenir de la nation. Ils modelèrent l'idéal de la femme moderne chinoise sur l'image des femmes occidentales. Certes, la cause féminine les préoccupait, mais ils considéraient les femmes comme un objet à transformer sans respecter la subjectivité féminine, ce qui, aux yeux de nombreuses féministes, distingue ce courant idéologique des mouvements féministes authentiques.

### *1.1.1 b La fin des années 1970*

Depuis la Politique de réforme et d'ouverture, le pays qui s'était enfermé pendant plus d'une décennie s'est remis à s'ouvrir, et les pensées occidentales ont à nouveau afflué dans le pays. Les images féminines dans les romans réalistes comme *Jane Eyre* (de Charlotte Brontë), *Autant en emporte le vent* (de Margaret Mitchell), *Orgueil et préjugés* (de Jane Austen) ont été traduites en chinois et fortement appréciées par les lectrices chinoises. Différentes des images féminines

---

3 WANG, Mei-Xiu. « Le mouvement des femmes chinoises modernes sous l'influence des pensées occidentales ». *Journal de l'Université de Beijing (Édition de philosophie et de sciences sociales)*, 1995, {4} (04):105-111. (王美秀. 西学东渐影响下的中国近代妇女运动[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 1995, {4} (04):105-111.)

4 HU, Ying. *Tales of translation: composing the new woman in China, 1899-1918*. Palo Alto: Stanford University Press, 2000.

occidentales introduites au début du xx<sup>e</sup> siècle, celles qui étaient transmises en Chine à cette période étaient principalement issues des romans écrits par des écrivaines. Par rapport aux thèmes plutôt politiques tels que les femmes au foyer se libérant du mariage traditionnel et les héroïnes sauvant le pays, les écrivaines donnaient des images féminines dans la vie quotidienne. Dans leurs écrits, on trouvait davantage de descriptions sur la mentalité et le sentiment des femmes dans leurs relations amoureuses et dans leur mariage, ainsi que sur les expériences des femmes lors de la poursuite de leur propre idéal. Leur narration s'avérait également plus émotionnelle et féminine. Les lectrices chinoises pouvaient donc éprouver de l'empathie et ressentir de la subjectivité féminine en lisant leurs écrits.

Ce qui est entré en Chine en même temps étaient les pensées de la deuxième vague féministe occidentale, représentée par *Le Deuxième Sexe* (de Simone de Beauvoir). Cela a invité les Chinoises à réfléchir plus profondément sur la relation entre les différences biologiques de genres et l'égalité de genres, sur la définition de la féminité ainsi que sur ses avantages et inconvénients quant aux conditions de vie des femmes. Au niveau de la traduction, les critères pendant cette période étaient la fidélité au texte source, la fluidité du texte cible et l'invisibilité du traducteur. Après une longue fermeture, les gens désiraient voir le monde extérieur. Ainsi que le proclamait le slogan de l'époque, celui de « 实事求是 » (*shi shi qiu shi* : il faut rechercher la vérité dans les faits). On voulait pouvoir comprendre les événements extérieurs et les pensées occidentales d'une manière complète et objective. Or, à l'époque, la capacité multilingue était encore un capital intellectuel rare.

Grâce au développement de la technologie de reproduction d'images, ont également été traduits à cette période de l'Occident en Chine une grande quantité de films, de séries télévisées et de revues de mode, apportant aux femmes

chinoises des références visuelles, concrètes et actuelles. De surcroît, la sexualité et la beauté physique, qui avaient été réprimées pendant une trentaine d'années, ont enfin eu l'occasion de rebondir. Une vogue de la mode moderne a ainsi été déclenchée.

On peut dire que les représentations du groupe émergeant qu'on appelle « femmes urbaines » sont indissociables de la référence fournie par l'image des femmes occidentales. En effet, en chinois, « 洋气 » (*yang qi*, un mot qui combine « outre-mer » et « air ») est un synonyme de « moderne » et de « à la mode ».

### *1.1.1 c Notre « nouvelle ère »*

Ce qui a considérablement changé par rapport au début de la Politique de réforme et d'ouverture, ce sont les technologies de communication et les audiences. Si la traduction dans l'édition et dans des médias traditionnels reste toujours attachée aux anciens principes, de nombreuses activités de traduction spontanée ont émergé dans les nouveaux médias du Web 2.0, en particulier les sites de streaming et les médias sociaux, caractérisés par l'instantanéité, l'interactivité et la fragmentation des contenus.

Depuis le <sup>xxi</sup>e siècle, un grand nombre de films et de séries télévisées occidentaux ont été présentés sur les plateformes de streaming en Chine. Contrairement au long processus de la traduction et du doublage officiels, la traduction des sous-titres faite par les plateformes de streaming est presque instantanée. Du point de vue de l'impact sur le public, nous pouvons dire que les pratiques de traduction spontanée forment un courant irrésistible, bien qu'il nous reste à discuter de leur légitimité.

Outre la rapidité, une autre caractéristique significative de ce type de pratiques de traduction, c'est la grande autonomie des traducteurs : d'une part, ils sont eux-mêmes

des fans et des membres de l'audience, et par rapport aux traducteurs traditionnels, que ce soit dans la littérature ou dans le journalisme, ils possèdent une grande liberté quant au choix des œuvres à traduire, car ils font de la traduction par plaisir ; d'autre part, ils n'ont pas beaucoup de contraintes en termes de qualité et de style de traduction. Les traducteurs se libèrent du principe traditionnel d'équivalence, ne cherchant ni la domestication ni l'étrangéisation. À en juger par la conversion des langues, il ne semble pas y avoir une uniformité de règles pour la traduction effectuée par les équipes de fansub. Mais en fait, il existe des règles internes de telle traduction, seulement elles sont différentes des règles formelles. L'habitus des traducteurs de fansub doit être examiné dans le champ des amateurs de culture populaire occidentale (y compris les traducteurs et l'audience), soit un champ où circule le bilinguisme et abondent les échanges culturels et les nouveaux mots à la mode. Dans ce champ, les langues étrangères ne posent pas de réels problèmes aux membres, qui maîtrisent au moins une langue étrangère et la maîtrise des langues étrangères des traducteurs ne leur donne pas de position supérieure dans ce champ. En même temps, à moins qu'il y ait des erreurs flagrantes dans la traduction, l'audience discute rarement de la qualité de la traduction au niveau linguistique. S'il y existe dans ce champ une sorte de supériorité conférée aux traducteurs, elle ne dérive pas de leur aptitude en langue, mais de leur bénévolat et de leur temps consacré à la traduction. Leur traduction n'a pas pour but d'éclairer le public, mais de rendre plus facile la compréhension et plus ludique l'expérience (de regarder les films et les séries télévisées). Il leur arrive de proposer des matériaux étrangers afin de provoquer des discussions dans le champ, discussions constituant de nouveaux éléments de la culture populaire locale.

Vers les années 2000, le public chinois est entré en contact avec des séries télévisées occidentales telles que *Friends* et *Sex*

*and the City*. Différentes des séries télévisées chinoises, dont la production s'est souvent faite en quelques mois et puis la diffusion en quelques semaines, celles américaines suivent une chronologie qui correspond souvent au temps réel et s'étend sur plusieurs années. Cela fait que sa version traduite ne peut être efficace que sur les médias en streaming. Le mode de vie urbaine et les expériences de vie des personnages représentés par ces pièces ont eu un impact profond sur les générations chinoises nées après la Politique de réforme et d'ouverture, ayant grandi dans l'ère d'Internet et ayant appris l'anglais comme cours obligatoire à l'école. C'est à travers ces œuvres que les jeunes de ces générations ont eu leurs premières impressions sur la vie urbaine moderne occidentale. Certains d'entre eux ont après vécu la vie occidentale en poursuivant leurs études ou en travaillant ou en s'installant même dans des villes occidentales. Au sein de ces générations, ceux qui possèdent de plus riches expériences interculturelles se chevauchent avec les membres de la communauté des amateurs des films et des séries télévisées occidentaux. Pour eux, leurs expériences interculturelles constituent un capital culturel important. Leurs goûts esthétiques, leurs manières de communiquer avec les autres et leurs modes de vie sont étroitement liés à l'influence des œuvres traduites auxquelles ils ont eu accès dans leur trajectoire de vie. Cela est d'autant plus vrai pour les femmes chinoises de ces générations que les femmes occidentales représentées dans ces pièces (telles que des femmes accomplissant leurs propres objectifs, vivant de manière indépendante, désirant afficher leurs charmes sexuels, etc.) sont très différentes de celles des générations précédentes. Ces différences ont été d'une certaine manière à l'origine de certains problèmes sociaux dont nous parlons souvent aujourd'hui. Au cours de ces quelques dernières années, on a assisté à une explosion des œuvres télévisées occidentales portant sur des sujets féminins, telles que *The Marvelous Mrs Maisel*, *Why Women Kill* et *The Handmaid's Tale*.

Ces œuvres résonnent avec les téléfilms populaires chinois destinés au public féminin. Cela a provoqué d'intenses discussions au sein de la société chinoise et en particulier sur les réseaux sociaux.

Examinons de plus près le champ des réseaux sociaux. En raison de la légitimité du fansub et de l'anonymat, il est difficile aux fansubbers, de réaliser des bénéfices à travers leurs activités de traduction bénévole. Mais certains auteurs du self-media peuvent le faire. Ils produisent leurs contenus en expliquant ou en incorporant des informations occidentales. Sans prétendre être traducteurs puisqu'ils ne font pas de traduction équivalente de texte à texte, ils pratiquent tout le temps la traduction.

Dans le champ de la vie quotidienne des femmes urbaines, les contenus médiatiques les plus diffusés, comme les tendances de la mode, les anecdotes des célébrités, les critiques de films et de séries télévisées et les connaissances parentales, font souvent référence à de nombreuses informations occidentales, tantôt pour informer les lectrices sur ce qui se passe dans le monde, tantôt pour comparer les cultures féminines, tantôt pour déclencher des discussions sur les thèmes féminins. Ces contenus partagés constituent le contexte dans lequel les auteurs et le public peuvent dialoguer et interagir. Prenons l'exemple de l'une des autrices les plus connues sur les réseaux sociaux chinois : elle gère sur WeChat un compte public axé sur la mode, mais elle y diffuse souvent des anecdotes des célébrités occidentales, des films et des séries de télévision, et parfois des idées sur la parentalité, ou d'autres choses qui intéressent son public, composé principalement de femmes urbaines. Dans chacun de ses articles, elle introduit des informations occidentales et les réinterprète à sa manière. Pour le recrutement d'assistants, elle exige clairement que les candidats aient d'excellentes compétences en langues étrangères. Nous constatons que de nombreux comptes connus sur les réseaux sociaux et axés sur



la parentalité ont été créés par de jeunes mères qui vivent ou ont vécu dans les pays occidentaux. Différents des comptes axés sur les connaissances pédiatriques, les comptes gérés par ces mères riches de leurs expériences interculturelles accordent plus d'attention à la relation mère-enfant et à la santé mentale des mères. Les autrices composent leurs articles en se basant sur leurs expériences parentales acquises dans des cultures différentes. La traduction et l'introduction des guides parentaux occidentaux et des opinions des experts occidentaux sont non seulement incontournables, mais aussi les plus intéressantes pour leurs lectrices.

La lecture fragmentée et la communication instantanée déterminent le pouvoir des réseaux sociaux dans la création d'une culture sociale, pouvoir que ne peut égaler aucun autre moyen de communication. Par exemple, peu de Chinoises ont lu la traduction chinoise de *The Handmaid's Tale*, le roman féministe de Margaret Atwood, certaines ont vu quelques épisodes de la série télévisée basée sur le roman et traduite par les équipes de fansub, mais la plupart des femmes urbaines chinoises, si elles s'activent sur les réseaux sociaux, ont eu au moins un aperçu des sommaires et des commentaires du drame rédigés par les auteurs de self-media, et ont eu plus ou moins de compréhension et de réflexion sur l'horreur de la société extrêmement patriarcale décrite dans l'œuvre.

Il nous convient de revenir à la traduction. En apparence, la traduction occupe seulement une petite partie de ces contenus de self-media, et dans la plupart des cas sous la forme d'une brève description écrite avec les propres mots des auteurs au lieu d'une traduction complète. Mais la traduction est assimilée à la production des contenus. Or, même pour les auteurs qui recourent le plus à la traduction, leur capital ne dérive pas de leur capacité de convertir les langues, mais de leur capacité de faire le choix parmi une énorme quantité d'informations dans une langue étrangère, de composer des informations et d'attirer l'attention du

public. L'habitus des auteurs dans ces activités est conditionné par les règles à l'intérieur du champ. Les contenus produits par les auteurs, qui répondent au besoin de lecture du public, peuvent recevoir de ce dernier des retours immédiats. Ainsi, les auteurs et l'audience sont tous acteurs et agents agissant dans le même champ et créant ensemble la culture. Bien que les auteurs aient une grande liberté dans leur choix de contenus et de style linguistique, ils ne peuvent pas ignorer l'habitude de lecture de l'audience et ils doivent ajuster leurs discours en fonction de l'orientation des opinions publiques. Il existe en effet une forte intersubjectivité entre les auteurs et les lecteurs.

Regardons enfin le rôle des auteurs de self-media dans la constitution des images des femmes occidentales. Ces auteurs ne se contentent plus de traduire les images des femmes occidentales, ils les produisent en même temps. Les auteurs eux-mêmes sont d'abord les récepteurs des images des femmes occidentales. Ils combinent les informations reçues et sélectionnées avec la réalité des femmes en Chine, les résumant et les présentent à leur manière, de sorte à cibler les préoccupations des femmes chinoises et à créer une résonance dans le champ féminin. Prenons pour exemple les sujets féminins les plus chauds durant ces dernières années : lorsqu'il s'agit de la violence domestique, de l'agression sexuelle, de la santé mentale des femmes et de la diversité des genres, ces auteurs réagissent tellement vite que parfois on ne peut même pas distinguer les événements récents déclenchant les discussions des discussions récentes exposant les événements. Dans ce contexte, la subjectivité des auteurs n'est pas individuelle, mais collective, étant partagée par les autres acteurs du champ, et fait partie de l'habitus qui caractérise l'idéologie et les comportements du groupe. On peut dire que les auteurs sont les porte-parole de l'imaginaire social, qui, initié dans le champ, se répercute dans le champ avec ses valeurs esthétiques et éthiques et

constitue une référence importante que les femmes chinoises contemporaines utilisent pour construire leur identité et former leur habitus.

### *1.1.2 La co-variation entre la traduction et la société*

De l'époque du mouvement du 4 mai au début de la Politique de réforme et d'ouverture et jusqu'à la nouvelle ère dans laquelle nous nous trouvons actuellement, les informations sur les « Autres » occidentaux ne cessent de s'accroître et la circulation des informations, de s'accélérer, mais on peut constater plusieurs tendances illustrant la co-variation entre la traduction et la société chinoise.

Tout d'abord, le niveau en langue étrangère du public s'améliore constamment et l'entrée de la langue source dans le contexte cible devient beaucoup plus facile. En réalité, lorsque Lin Shu introduisit pour la première fois en Chine l'histoire de *La Dame aux camélias*, il ne comprenait pas le français lui-même et dut travailler avec une personne bilingue qui interpréta le roman pour qu'il le récrive. À l'époque, rares étaient ceux qui maîtrisaient une langue étrangère, et seul un très petit nombre d'élites et de missionnaires occidentaux en Chine pouvaient pratiquer le bilinguisme. De nos jours, de plus en plus de gens sont capables de lire et de communiquer en langues étrangères. D'ailleurs, la langue cible elle-même – le chinois dans ce cas – a fortement changé à cause de l'envahissement des langues et des cultures étrangères. L'écart entre les langues n'est plus aussi énorme qu'il ne l'était auparavant. La fonction primaire de la traduction n'est plus de faire comprendre, mais de rendre la compréhension plus rapide et plus aisée. En conséquence, les exigences de qualité de traduction varient en fonction de l'accessibilité des contenus : bien que les lecteurs exigent toujours une bonne qualité pour la traduction littéraire et celle académique, ils n'attendent pas autant de qualité pour la traduction de

ces contenus fragmentaires dans le domaine de la culture populaire. Ce qu'ils recherchent avant tout, ce sont la rapidité et le plaisir. Les vidéos fournies par les équipes de Fansub sont souvent sous-titrées dans les deux langues de manière à ce que les spectateurs puissent lire deux lignes en même temps. Les auteurs de self-media, quand ils ont besoin de citer les informations qu'ils lisent ailleurs en langues étrangères, postent souvent un paragraphe entier du texte source (souvent en format de capture d'écran) et n'en font qu'un bref résumé, en supposant que les lecteurs peuvent lire le texte source eux-mêmes s'ils ont besoin de plus d'informations.

Ensuite, la visibilité de la subjectivité du traducteur a évolué sous la forme de U. Les traducteurs au début du xx<sup>e</sup> siècle étaient des élites et des leaders d'opinion qui avaient pour vocation de transformer et faire évoluer la société chinoise, et leur subjectivité, à l'instar de leur motivation politique, était mise en évidence dans leur traduction. Le manque d'expérience interculturelle et le faible niveau d'éducation du grand public expliquent également la manifestation politique et subjective des traducteurs. Depuis le début de la Politique de réforme et d'ouverture, le rôle des traducteurs est devenu celui d'un informateur qui se devait d'être invisible. À cela correspondaient le désir de connaissances des gens et le réveil de leur conscience critique. A l'ère du Web 2.0, les traducteurs (ou plutôt les auteurs) se présentent comme des interlocuteurs. Leur subjectivité et leur intention d'établir une intersubjectivité avec les lecteurs produisent exactement le capital qui leur permet d'ajouter de la valeur aux contenus qu'ils traduisent.

De plus, la motivation qui déclenche l'introduction de l'image des femmes occidentales a également connu des changements. L'image a été traduite et recréée d'abord du point de vue masculin, puis du point de vue féminin, maintenant elle est cocréée par la communauté féminine. Cet « Autre » fournit une référence aux femmes chinoises dans

la construction de leur identité. Cette référence était d'abord motivée par une ambition politique, puis par une sollicitude et une préoccupation à l'égard des femmes dans la vie sociale, et maintenant par un plaisir esthétique dans la vie privée et quotidienne. Cela renvoie également à la montée des femmes chinoises dans la pyramide des besoins : elles sont passées des niveaux de besoins plus fondamentaux (ceux de nécessités physiologiques et de sécurité) aux niveaux supérieurs des besoins psychologiques et d'accomplissement de soi.

Enfin, au fur et à mesure que se réduit la fonction linguistique des activités de traduction s'élargit leur fonction sociale. L'immédiateté et l'interactivité de la communication rendent les informations traduites capables de s'adapter immédiatement à l'actualité de la culture cible et de déclencher des discussions sociales. Plus les informations occidentales sont traduites de manière moins littérale, mais plus compréhensible et qu'elles se mêlent avec les discussions sociales, plus l'intertextualité se fait sentir et qu'elle permet à la traduction de s'engager dans la production de la culture sociale. Les traducteurs (auteurs), moins contraints par le texte lui-même, se forment leur habitus de traduction dans le champ social où ils coexistent et coopèrent avec les lecteurs. Ainsi, la traduction elle-même participe à la trajectoire au cours de laquelle se forme l'habitus des différents acteurs du champ.

## **1.2 L'image des femmes françaises en Chine d'aujourd'hui**

À nos jours, la voix féminine se fait de plus en plus entendre, et on voit l'image des femmes françaises ressortir et se distinguer de l'image des femmes occidentales en général. Avant d'entrer dans le détail et d'analyser l'interaction entre l'image des femmes françaises et la vie des femmes chinoises, il nous semble nécessaire d'avoir un aperçu de l'image actuelle

des femmes françaises en Chine. Pour cela, nous avons réalisé une préenquête par un jeu d'association des mots auprès des étudiants et fait une recherche primaire sur les réseaux sociaux.

### *1.2.1 L'image des femmes françaises selon le résultat de l'enquête par l'association des mots*

Cette enquête s'est faite auprès de 184 étudiants âgés de 19 à 21 ans, dont 24 sont étudiants masculins et 160, étudiantes féminines. Les étudiants de cet âge sont souvent intéressés par la culture occidentale et peuvent y accéder par de divers moyens, mais ils ne sont pas assez matures ou expérimentés pour développer des opinions critiques et individuelles et résister aux stéréotypes. Les opinions de ce groupe nous semblent pouvoir le mieux représenter les stéréotypes d'une image d'un Autre occidental.

Cette enquête a été réalisée principalement auprès des étudiantes féminines, car c'est la vie des femmes chinoises qui nous intéresse, et les 24 étudiants masculins ont été fait entrer dans l'enquête comme un groupe de contrôle. Cependant, le résultat ne nous montre pas de différences significatives entre les opinions des garçons et celles des filles. Il nous semble que tous ces étudiants, masculins ou féminins, sont conditionnés par le même environnement social et médiatique, et que le thème de l'image des femmes françaises suffit à créer un champ dans lequel prédomine la subjectivité féminine et se voit suspendu le regard masculin. Autrement dit, même si le machisme existe au fond du cœur de ces garçons, ils le répriment spontanément en entrant dans ce champ dominé par les valeurs féminines. Cette résistance au regard masculin est aussi un élément qui nous intéresse dans l'image des femmes françaises. Ne voulant pas exclure les hommes des préoccupations sur la vie des femmes, la cause féminine étant en fin de compte une cause humaine, nous décidons d'inclure

les opinions de ces 24 jeunes hommes dans le résultat de notre enquête par l'association des mots.

Nous avons demandé à chaque étudiant(e) de citer cinq à dix mots ou expressions qu'ils considèrent comme étant associés au thème de « la femme française » et de donner à chaque mot cité un jugement qualifié de « positif/négatif/neutre ». De cette manière, nous avons réussi à recueillir 1 217 mots, dont 1 093 étaient jugés comme étant positifs, 97, négatifs, et 27, neutres.

	Concept	Mots chinois cités	Ind.1 %	Ind.2 %	Ind.3 De -1 à 1
1	Élégante	优雅 ( <i>you ya</i> : élégant, élégance)	67,4	10,2	0,99
2	Parfum	香水 ( <i>xiang shui</i> : parfum) 香气 ( <i>xiang qi</i> : parfumé)	55,4	8,4	0,78
3	Romantique	浪漫 ( <i>lang man</i> : romantique)	53,8	8,1	0,94
4	À la mode	时尚 ( <i>shi shang</i> : à la mode) 时髦 ( <i>shi mao</i> : à la mode) 潮流 ( <i>chao liu</i> : la mode) 会打扮 ( <i>bui da ban</i> : savoir se parer) 会穿衣 ( <i>bui chuan yi</i> : savoir s'habiller)	45,1	7,2	0,97
5	Belle apparence	美丽 ( <i>mei li</i> : belle) 漂亮 ( <i>piao liang</i> : jolie) 好看 ( <i>hao kan</i> : agréable à voir)	23,9	3,6	1,00
6	Délicate	精致 ( <i>jing zhi</i> : délicate, délicatesse)	17,4	2,6	0,88
7	Chanel	香奈儿 ( <i>xiang nai er</i> : Chanel)	16,3	2,5	0,93

8	Sexy	性感 ( <i>xing gan</i> : sexy) 风情万种 ( <i>feng qing wan zhong</i> : aguichante)	15,2	2,3	0,79
9	Bien bâtie	身材好 ( <i>shen cai hao</i> : bien bâtie) 苗条 ( <i>miao tiao</i> : mince) 高挑 ( <i>gao tiao</i> : grande) 瘦高 ( <i>shou gao</i> : mince et grande) 瘦 ( <i>shou</i> : maigre) 娇小 ( <i>jiao xiao</i> : petite et mignonne) 纤细 ( <i>qian xi</i> : mince) 不胖 ( <i>bu pang</i> : pas corpulente)	16,3	2,5	0,81
10	Indépendante	独立 ( <i>du li</i> : indépendante, indépendance)	13,0	2,0	0,92
11	Luxe	奢侈品 ( <i>she chi pin</i> : produit de luxe) 名牌 ( <i>ming pai</i> : grande marque) 奢华 ( <i>she hua</i> : luxueux) 高级定制 ( <i>gao ji ding zhi</i> : haute couture) 高档 ( <i>gao dang</i> : haut de gamme)	11,4	1,8	0,55
13	Ouverte	开放 ( <i>kai fang</i> : ouverte, ouverture)	12,0	1,8	0,41
12	Coiffure	金发 ( <i>jin fa</i> : cheveux blonds) 长发 ( <i>chang fa</i> : cheveux longs) 卷发 ( <i>juan fa</i> : cheveux frisés) 刘海 ( <i>liu hai</i> : frange)	11,4	1,7	0,76
14	Charmante	魅力 ( <i>mei li</i> : charme) 迷人 ( <i>mi ren</i> : charmante)	9,2	1,4	1,00



15	Intellectuelle	知性 ( <i>zhi xing</i> : intellectuelle) 爱读书 ( <i>ai du shu</i> : aimer la lecture)	9,2	1,4	1,00
16	Libre	自由 ( <i>zi you</i> : libre, liberté)	8,2	1,2	1,00
17	Enthousiaste	奔放 ( <i>ben fang</i> : débordante d'enthousiasme) 热情 ( <i>re qing</i> : enthousiaste)	8,2	1,2	0,73
18	Blonde et blanche	金发碧眼 ( <i>jin fa bi yan</i> : cheveux blonds et yeux bleus) 蓝眼睛 ( <i>lan ya jing</i> : yeux bleus) 高鼻梁 ( <i>gao bi liang</i> : nez raide) 皮肤白 ( <i>pi fu bai</i> : peau blanche) 麦色皮肤 ( <i>mai se pi fu</i> : peau bronzée) 白人 ( <i>bai ren</i> : race blanche)	8,2	1,3	0,88
19	Art	艺术 ( <i>yi shu</i> : art) 油画 ( <i>you hua</i> : peinture à l'huile) 电影 ( <i>dian ying</i> : cinéma) 歌剧 ( <i>ge ju</i> : opéra) 文艺 ( <i>wen yi</i> : artistique et littéraire)	6,5	1,1	1,00
20	Robe	裙子 ( <i>qun zi</i> : robe) 连衣裙 ( <i>lian yi qun</i> : robe) 礼服 ( <i>li fu</i> : tenue de soirée) 小黑裙 ( <i>xiao bei qun</i> : petite robe noire)	7,1	1,1	1,00
21	<i>Qi Zhi</i>	气质 ( <i>qi zhi</i> : tempérament)	6,5	1,0	1,00

22	Confiance en soi	自信 ( <i>zì xìn</i> : confiance en soi)	6,0	0,9	1,00
23	Cosmétique	化妆品 ( <i>huà zhuāng pǐn</i> : produit de cosmétique) 口红 ( <i>kǒu hóng</i> : rouge à lèvres)	5,4	0,8	0,80
24	Nonchalante	慵懒 ( <i>yōng lǎn</i> : nonchalante)	5,4	0,8	0,60
25	Paris	巴黎 ( <i>bā lí</i> : Paris)	4,9	0,7	1,00
26	Art de vivre	爱生活 ( <i>ài shēng huó</i> : aimer la vie) 会享受 ( <i>huì xiǎng shòu</i> : savoir jouir de la vie) 生活品质 ( <i>shēng huó pǐn zhì</i> : qualité de vie)	4,9	0,7	1,00
27	Féminisme	女权 ( <i>nǚ quán</i> : droits des femmes) 女性主义 ( <i>nǚ xìng zhǔ yì</i> : féminisme)	4,3	0,7	0,88
28	Tabagisme	抽烟 ( <i>chōu yān</i> : fumer) 吸烟 ( <i>xī yān</i> : fumer) 香烟 ( <i>xiāng yān</i> : cigarette)	4,3	0,7	-0,13
29	Décontractée	随性 ( <i>suí xìng</i> : décontractée)	4,3	0,7	1,00
30	Pâtisserie	甜品 ( <i>tián pǐn</i> : dessert) 马卡龙 ( <i>mǎ kǎ lóng</i> : macaron)	3,3	0,5	0,67
31	Amour	爱情 ( <i>ài qíng</i> : amour)	2,7	0,4	0,60
32	Orgueilleuse	高傲 ( <i>gāo ào</i> : orgueilleuse) 骄傲 ( <i>jiāo ào</i> : orgueilleuse)	2,7	0,4	0,20
33	Hauts talons	高跟鞋 ( <i>gāo gēn xié</i> : hauts talons)	2,7	0,4	0,60
34	Alcool	喝酒 ( <i>hē jiǔ</i> : boire) 红酒 ( <i>hóng jiǔ</i> : vin rouge) 葡萄酒 ( <i>pú táo jiǔ</i> : vin)	2,7	0,4	0,20

35	Boulangerie	面包 ( <i>mian bao</i> : pain) 牛角包 ( <i>niu jiao bao</i> : croissant) 法棍 ( <i>fa gun</i> : baguette)	2,7	0,4	0,80
36	Goût	品味 ( <i>pin wei</i> : goût)	2,2	0,3	1,00
37	Thé	下午茶 ( <i>xia wu cha</i> : thé de l'après-midi)	2,2	0,3	1,00
38	Café	咖啡 ( <i>ka fei</i> : café)	2,2	0,3	0,50
39	Sensible	感性 ( <i>gan xing</i> : sensible)	2,2	0,3	1,00
40	Mature	成熟 ( <i>cheng shu</i> : mûre)	2,2	0,3	1,00
41	Tendresse	温柔 ( <i>wen rou</i> : tendresse)	2,2	0,3	0,50
42	Rose	玫瑰 ( <i>mei gui</i> : rose) 玫瑰人生 ( <i>mei gui ren sheng</i> : la vie en rose)	2,2	0,3	1,00
43	Noble	高贵 ( <i>gao gui</i> : noble)	2,2	0,3	0,25
44	Joviale	开朗 ( <i>kai lang</i> : joviale) 活泼 ( <i>huo po</i> : animée, joyeuse)	2,2	0,3	1,00
45	Amélie Poulain	天使爱美丽 ( <i>tian shi ai mei li</i> : Amélie Poulain)	1,6	0,2	1,00
46	Semaine de la mode	时装周 ( <i>shi zhuang zhou</i> : semaine de la mode)	1,6	0,2	1,00
47	Rendez-vous	约会 ( <i>yue hui</i> : rendez- vous)	1,6	0,2	0,67
48	Shopping	购物 ( <i>gou wu</i> : shopping)	1,6	0,2	-0,33
49	Individualiste	自我 ( <i>zi wo</i> : égocentrique) 个人主义 ( <i>ge ren zhu yi</i> : individualisme)	1,6	0,2	1,00

Indice 1 : proportion des enquêtés qui citent le concept

Indice 2 : proportion des mots liés au concept dans tous les mots cités

Indice 3 : valeur de favorabilité (de -1 à 1)

Nous utilisons trois indices, dont les deux premiers se présentent en pourcentage, pour mesurer la valeur de chaque concept cité :

Le premier indice est la proportion des personnes qui ont cité le concept parmi toutes les personnes ayant participé à cette enquête. Cet indice nous renseigne sur la probabilité que les gens associent ce concept à l'image des femmes françaises, et reflète donc le degré d'association entre le concept et l'image.

Le deuxième indice est la proportion du nombre de fois où le concept est cité par rapport au nombre de tous les mots cités. Cet indice nous renseigne sur l'importance relative du concept dans l'image générale des femmes françaises.

Le troisième indice est la valeur de favorabilité. Chaque enquêté(e) ayant donné à chaque mot qu'il/elle citait une note en spécifiant « positif/négatif/neutre », nous pouvons calculer la valeur de favorabilité de l'image générale ainsi que celle des concepts fréquemment cités et avoir une idée de la réception de l'image des femmes françaises en Chine. Nous avons attribué la valeur « 1 » à chaque note positive, « -1 » à la note négative, et « 0 » à la note neutre. Si la note moyenne est positive, cela veut dire que le concept évalué est généralement favorable, et plus la note approche de « 1 », plus le concept est apprécié. Parmi l'ensemble des 1 217 mots que nous avons obtenus de nos enquêtés, 1 093 sont marqués positifs par ceux qui les citent, 97 négatifs, et 27 neutres, ainsi la valeur de favorabilité est de 0,82  $((1\ 093*1+97*-1+27*0)/1\ 217)$ .

Prenons l'exemple du concept « à la mode ». 83 personnes ont cité 88 mots qui renvoient à cette idée<sup>5</sup>, et parmi les

---

5 Le nombre de personnes qui citent un concept est parfois inférieur au nombre des mots cités qui sont liés au concept, parce que certains enquêtés ont cité plus d'un mot qui renvoie à un même concept : par exemple, une enquêtée a cité à la fois « 时尚 (à la mode) » et « 会穿衣 (savoir bien s'habiller) », toutes les deux expressions nous paraissent adéquates au concept « à la mode ».

88 mots, 86 sont marqués « positif », 1 négatif, et 1 neutre. La proportion des personnes citant le concept est donc de 45,1 % (83/184), l'importance relative du concept est de 7,2 % (88/1217), et sa valeur de favorabilité est de 0,97  $((86*1+1*-1+1*0)/88)$ .

Nous avons compté la fréquence des mots cités par nos enquêtés. Après avoir associé les synonymes ou les termes qui renvoient au même concept, nous avons obtenu un tableau de 49 concepts qui ont été cités au moins trois fois.

Dans la plupart des cas, il nous paraît qu'un seul mot cité suffise à constituer un concept qui mérite d'être approfondi, surtout lorsqu'il s'agit de concepts abstraits tels que « élégance » et « romantisme », qui, en un seul mot, renvoient déjà à de très riches représentations.

Mais pour certains mots plus concrets, il nous paraît nécessaire de les encoder pour pouvoir peser sur ce qui intéresse nos enquêté(e)s. Nous avons par exemple uni dans le tableau les mots qui renvoient à la bonne taille, même si certains mots semblent s'opposer, comme « grande » et « petite ». Mais tous ces mots cités qui renvoient à la bonne taille n'ont pas reçu de note positive, trois mots qui signifient la haute taille ont reçu une note négative. Nous les avons listés comme un mot lié à la bonne taille parce qu'il existe d'autres mots cités qui combinent « grande » et « mince ». De plus, ce n'est pas parce que la haute taille fait penser à la mauvaise taille que le mot a reçu une note négative, mais plutôt parce que la haute taille des femmes risque de déséquilibrer au sens commun la balance entre la féminité et la masculinité. Au sens commun, quand il s'agit de la taille, le mot « grande » est dans la plupart des cas meilleur que « petite ». Mais nous avons aussi inclus dans ce concept un mot qui renvoie à la petite taille, car le mot chinois cité est « *jiao xiao* (娇小) », qui signifie « petite » et « mince », et se traduit plutôt par « mignonne ». Nous avons aussi associé les mots qui renvoient à la race blanche, tels que « blanche », « blonde » et « yeux bleus ».

En effet, même si la France est un pays multiracial, l'image des femmes françaises la plus représentative aux yeux des Chinois reste celle d'une femme blanche.

Il existe des mots cités qui renvoient à plus d'un concept. Par exemple, une étudiante a cité une expression « blonds cheveux frisés », et nous l'avons listé au concept de « coiffure » ainsi qu'à celui de « race blanche ». Il y a des concepts concrets listés qui pourraient renvoyer à un ou plusieurs concepts abstraits listés ailleurs, par exemple, « coiffure » et « robe » s'orientent vers « à la mode », « pâtisserie » et « thé » font souvent penser à « l'art de vivre », et presque tous les concepts positifs peuvent se résumer au mot le plus cité, celui de « élégance », dont les représentations sont tellement riches qu'il peut toucher presque tous les aspects de la vie des femmes, de l'apparence physique à l'attitude envers la vie. Donc, ces 49 concepts que nous avons listés dans ce tableau ne sont pas mis en parallèle, car ils sont associés et mutuellement inclusifs entre eux.

On voit à travers ces mots-clés que l'image des femmes françaises s'ancre principalement sur le plan esthétique. On pourrait même, avec ces mots, décrire une figure féminine très visuelle et stéréotypée : elle serait blanche, mince, très à la mode, mais pas superficielle ; elle porterait une robe florale ou une tenue de couleur sombre ; elle tiendrait en main un livre, une cigarette, une tasse de café ou un verre de vin ; elle aurait l'air décontractée et nonchalante à l'extérieur, mais l'esprit ouvert et la passion pour la vie à l'intérieur... C'est une image très visuelle, mais on a tendance à expliquer son apparence visible par ce qui est invisible. Ou on peut dire que cette image représente l'extériorisation de la qualité d'esprit et l'attitude envers la vie. Cette beauté féminine et idéale se distingue de la beauté féminine qu'on dit traditionnelle et chinoise, qui est plus discrète et désintéressée.

Selon les valeurs de favorabilité, cette image est évidemment bien appréciée par nos enquêté(e)s chinois : presque tous les mots ont reçu la note moyenne positive, et quelques-uns n'ont même reçu aucune note négative ou neutre. Cependant, les concepts avec des notes moyennes relativement basses, soit les concepts discutables dans l'image des femmes françaises, nous intéressent davantage : si certains concepts tels que « parfum », « café » et « dessert » ayant reçu des notes négatives peuvent être liés aux goûts personnels des enquêté(e)s, d'autres concepts discutables semblent s'expliquer par l'opposition entre les valeurs occidentales et chinoises. Pour « le tabac » et « l'alcool », dont les valeurs de favorabilité se trouvent parmi les plus basses, leurs représentations en Chine sont associées non seulement aux nocivités pour la santé, mais aussi à la masculinité stéréotypée et à l'immoralité féminine. « Le luxe », « le shopping », « la noblesse », ces mots qui font penser au matérialisme s'opposent à la frugalité et à la modération, valeurs recommandées par la tradition chinoise, et ont ainsi reçu des notes relativement basses. De même, « la nonchalance » qui est à l'opposé de la diligence, et « l'orgueil », à l'opposé de la modestie, ne sont pas bien appréciés non plus. Les mots qui font penser à l'ouverture sexuelle, tels que « sexy », « ouverte », et « enthousiaste », ont aussi reçu des notes moins bonnes, ce qui nous apprend que les jeunes sont assez discrets quand il s'agit de la sexualité. Le fait que le mot « tendresse » apparaisse dans la liste nous a surpris, car normalement la tendresse, à l'instar de l'attitude discrète et timide, est jugée plutôt comme « orientale » dans les discours sur la féminité. Il est probable que le mot « tendresse » représente aux yeux de nos enquêté(e)s la différence entre les Françaises et les autres Occidentales et non pas celle entre les Françaises et les Chinoises, étant donné que pour beaucoup de Chinois, par rapport aux cultures américaines et anglo-saxonnes, la culture française se rapproche plus de la culture chinoise. Cependant, une enquêtée parmi les quatre

enquêté(e)s ayant cité le mot « tendresse » l'a jugé négatif, ce qui nous conduit à penser que ce mot qui fait penser à la docilité susciterait des émotions négatives de la part des femmes.

Cette petite enquête par l'association des mots nous révèle une attitude ambivalente des jeunes étudiants envers les féminités, surtout envers celles stéréotypées par la tradition chinoise.

### *1.2.2 L'image des femmes françaises selon le résultat d'une recherche de la cooccurrence des mots sur le réseau WeChat*

Les articles publiés sur le réseau WeChat constituent une grande partie de notre corpus. Le réseau WeChat, en tant qu'application mobile, est actuellement le média social le plus utilisé en Chine. Il est avant tout un moyen de communication qui permet à ses utilisateurs de s'envoyer des messages textuels et vocaux ainsi que des appels audio et vidéo. L'application fournit aussi à chaque compte personnel une fonction de microblogue appelée « cercle d'amis » ou « moments » pour que l'utilisateur puisse poster des images et des textes courts et partager des articles publiés par les comptes publics. Ces contenus postés par un compte personnel ne peuvent être vus que par les correspondants du compte. Un autre type de compte s'appelle « compte public ». Un compte public peut être géré par un individu ou une organisation. Il est « public » parce qu'il permet de publier des articles qui peuvent être lus et transmis par tous les utilisateurs. Les utilisateurs des comptes personnels peuvent s'abonner aux comptes publics qui les intéressent, et ils peuvent aussi transmettre les articles publiés par les comptes publics à leurs correspondants et leurs groupes, ou faire un partage sur leurs propres microblogs. Les comptes publics sur le réseau WeChat sont actuellement devenus des porte-parole importants pour toutes sortes d'organisations, les médias les plus populaires,



ainsi que le moyen principal par lequel les Chinois acquièrent des informations.

Étant donné l'importance du réseau WeChat dans la vie quotidienne des Chinois, nous avons commencé notre travail à partir d'une recherche générale sur ce réseau. À l'aide du moteur de recherche de WeChat, on peut chercher des articles avec un mot-clé et les trier par nombre de lectures. Avec le mot-clé « femme française » (en chinois : 法国女人 *fa gou nv ren* ou 法国女性 *fa gou nv xing*), les articles qu'on peut trouver sont innombrables. Nous avons consulté des centaines d'articles pendant la recherche, mais pour avoir un premier aperçu de l'image des femmes françaises sur le média social, nous en avons sélectionné 50 parmi les plus lus de manière à ce que nous puissions analyser les mots en relation de cooccurrence avec l'image des femmes françaises. Ce sont les 50 articles les plus lus (hormis ceux qui sont fortement répétitifs et ceux qui sont manifestement publicitaires et n'ont pas de contenu intéressant) que nous avons pu trouver avant la date du 27 juin 2020, et qui ont été publiés entre les années 2014 et 2020. Les comptes publics qui les publiaient sont principalement ceux qui sont axés sur la mode, la vie féminine, ou la culture française.

Voici une liste des 100 mots les plus utilisés par ces 50 articles, les mots qui n'ont pas de sens et qui ne reflètent pas les points de vue des articles (comme certains adverbes modifiant d'autres mots et des verbes fréquemment utilisés dans tous types de discours) en ont été exclus.

	<b>Mot chinois</b>	<b>Fréq.</b>	<b>Traduction en français</b>
1	法国 ( <i>fa guo</i> )	901	France, français
2	女人 ( <i>nv ren</i> )	713	Femme
3	生活 ( <i>sheng huo</i> )	203	Vie, vivre
4	优雅 ( <i>you ya</i> )	196	Élégance, élégante
5	巴黎 ( <i>ba li</i> )	157	Paris

6	法式 ( <i>fa shi</i> )	136	Style français, à la française
7	中国 ( <i>zhong guo</i> )	116	Chine, chinois
8	时尚 ( <i>shi shang</i> )	111	Mode, fashion
9	风格 ( <i>feng ge</i> )	103	Style
10	衣服 ( <i>yi fu</i> )	97	Vêtements
11	孩子 ( <i>hai zi</i> )	90	Enfant
12	女性 ( <i>nv xing</i> )	87	Femme, féminité
13	美丽 ( <i>mei li</i> )	86	Beauté, belle
14	电影 ( <i>dian ying</i> )	85	Film
15	搭配 ( <i>da pei</i> )	83	Assortissement, assortir (des vêtements)
16	精致 ( <i>jing zhi</i> )	81	Délicatesse, finesse
17	感觉 ( <i>gan jue</i> )	71	Sentiment, sentir
18	年轻 ( <i>sheng huo</i> )	65	Jeunesse, jeune
19	性感 ( <i>xing gan</i> )	65	Sexy, sensuelle
20	气质 ( <i>qi zhi</i> )	65	<i>Qi zhi</i> , tempérament
21	爱情 ( <i>ai qing</i> )	65	Amour
22	身材 ( <i>shen cai</i> )	65	Stature, ligne de corps
23	年龄 ( <i>nian ling</i> )	63	Âge
24	时间 ( <i>shi jian</i> )	63	Temps
25	时髦 ( <i>shi mao</i> )	61	Chic, à la mode
26	男人 ( <i>nan ren</i> )	59	Homme
27	自然 ( <i>zi ran</i> )	57	Nature, naturel
28	女孩 ( <i>nv hai</i> )	52	Fille
29	永远 ( <i>yong yuan</i> )	52	Éternellement
30	世界 ( <i>shi jie</i> )	50	Le monde
31	人生 ( <i>ren sheng</i> )	50	La vie
32	简单 ( <i>jian dan</i> )	50	Simplicité, simple
33	朋友 ( <i>peng you</i> )	47	Ami
34	浪漫 ( <i>lang man</i> )	47	Romantique
35	适合 ( <i>shi he</i> )	46	Convenir à, s'adapter à
36	追求 ( <i>zhuai qiu</i> )	45	Poursuite, poursuivre
37	故事 ( <i>gu shi</i> )	43	Histoire
38	工作 ( <i>gong zuo</i> )	42	Travail, travailler
39	颜色 ( <i>yan se</i> )	42	Couleur
40	别人 ( <i>bie ren</i> )	41	Autrui

*Comment les femmes chinoises voient les femmes françaises*

41	品牌 ( <i>pin pai</i> )	41	Marque
42	自信 ( <i>zi xin</i> )	41	Confiance en soi
43	经典 ( <i>jing dian</i> )	40	Classique
44	Jeanne	39	Jeanne Damas
45	魅力 ( <i>mei li</i> )	39	Charme
46	名牌 ( <i>ming pai</i> )	38	Marque réputée
47	穿衣 ( <i>chuan yi</i> )	38	Habillement
48	好看 ( <i>hao kan</i> )	37	Belle, joli, agréable à voir
49	艺术 ( <i>yi shu</i> )	37	Art
50	设计 ( <i>she ji</i> )	37	Design
51	零食 ( <i>ling shi</i> )	37	Collation (ce que les femmes françaises n'aiment pas)
52	演员 ( <i>yan yuan</i> )	36	Acteur, actrice
53	运动 ( <i>yun dong</i> )	36	Sport
54	打扮 ( <i>da ban</i> )	34	Se parer
55	国内 ( <i>guo nei</i> )	33	Interne au pays, en Chine
56	复古 ( <i>fu gu</i> )	33	Vintage
57	女生 ( <i>nv sheng</i> )	33	Fille
58	母亲 ( <i>mu qin</i> )	32	Mère
59	照片 ( <i>zhaopian</i> )	32	Photo
60	自我 ( <i>zi wo</i> )	32	Le moi
61	家居 ( <i>jia ju</i> )	31	Décoration de la maison
62	家庭 ( <i>jia ting</i> )	31	Famille
63	独立 ( <i>du li</i> )	31	Indépendance, indépendante
64	食物 ( <i>shi wu</i> )	31	Alimentation
65	慵懒 ( <i>yong lan</i> )	30	Nonchalance, nonchalante
66	牛仔裤 ( <i>niu zai ku</i> )	30	Blue-jean
67	衬衫 ( <i>chen shan</i> )	30	Chemise
68	黑色 ( <i>hei se</i> )	30	Noir
69	博物馆 ( <i>bo wu guan</i> )	29	Musée
70	自由 ( <i>zi you</i> )	29	Liberté, libre
71	香水 ( <i>xiang shui</i> )	29	Parfum
72	妈妈 ( <i>ma ma</i> )	28	Maman
73	精神 ( <i>jing shen</i> )	28	Esprit, mentalité

74	30	27	30 (désignant l'âge dans la plupart des cas)
75	Kristin	27	Kristin Scott Thomas
76	习惯 ( <i>xí guan</i> )	26	Habitude
77	健康 ( <i>jiàn kāng</i> )	26	Santé
78	少女 ( <i>shǎo nǚ</i> )	26	Jeune fille
79	年纪 ( <i>nián jì</i> )	26	Âge
80	态度 ( <i>tài dù</i> )	26	Attitude
81	细节 ( <i>xì jié</i> )	26	Détail
82	装饰 ( <i>zhuāng shì</i> )	26	Décoration
83	高级 ( <i>gāo jí</i> )	26	Haut de gamme, supérieur
84	咖啡 ( <i>kā fēi</i> )	25	Café
85	家务 ( <i>jiā wù</i> )	25	Travaux domestiques
86	模特 ( <i>mó tè</i> )	25	Mannequin
87	欧洲 ( <i>ōu zhōu</i> )	25	Europe, européen
88	社会 ( <i>shè huì</i> )	25	Société
89	美好 ( <i>měi hǎo</i> )	25	Beau, excellent, bien-être
90	50	24	50 (désignant l'âge dans la plupart des cas)
91	内心 ( <i>nèi xīn</i> )	24	Fond du cœur
92	漂亮 ( <i>piào liang</i> )	24	Joli
93	色彩 ( <i>sè cǎi</i> )	24	Couleur
94	中年 ( <i>zhōng nián</i> )	23	Âge moyen
95	奢侈品 ( <i>shè chí pǐn</i> )	23	Luxe
96	奶油 ( <i>nǎi yóu</i> )	22	Crème
97	完美 ( <i>wán měi</i> )	22	Parfait
98	岁月 ( <i>sù yuè</i> )	22	Âge, temps
99	丝巾 ( <i>sī jīn</i> )	22	Foulard
100	健身 ( <i>jiàn shēn</i> )	22	Gymnastique, fitness

Nous pouvons facilement constater que la liste est similaire à celle des mots fréquemment cités dans l'enquête par l'association des mots : à l'exclusion de trois mots qui sont directement liés au thème (« France », « femme » et « vie »), le mot « élégance » est le mot qui se répète le plus. Si le mot-clé de la France aux yeux des Chinois est « romantique », le

mot « élégante » est indiscutablement le mot-clé des femmes françaises. La mode est ce qui intéresse le plus les lecteurs, car de nombreux mots dans cette liste peuvent être ramenés à la mode et la belle apparence. En effet, la plupart de ces articles sont axés sur la mode, mais presque tous ces articles préfèrent faire ressortir une attitude positive envers la vie à travers les descriptions sur la mode « à la française ».

Comme ces articles s'intéressent à la vie féminine, les mots qui ne sont pas associés à la mode, mais qui sont incontournables pour parler de la vie des femmes entrent aussi dans la liste, comme « enfant », « homme », « travail », et « famille », etc., et comme beaucoup d'articles comparent la vie des Françaises à celle des Chinoises, le mot « Chine » se trouve aussi au premier rang.

Ce qui distingue cette liste de celle du résultat de l'association des mots, ce sont les mots qui renvoient à l'âge. Plusieurs mots se référant à l'âge et au temps apparaissent dans la liste, y compris même le chiffre 30, qui est considéré comme le début de l'âge moyen, et le chiffre 50, le début de la vieillesse. En effet, de nombreux articles, y compris des articles sur la mode, essaient d'affronter l'angoisse liée à l'âge. L'occurrence de ces mots dans ces articles nous montre également des différences générationnelles : nos enquêtés ayant participé au jeu d'association des mots sont des jeunes étudiants, alors que les auteurs sur le réseau WeChat appartiennent plutôt à une tranche d'âge plus âgée et qu'ils s'adressent à un groupe également plus âgé.

À part WeChat, une recherche supplémentaire a été effectuée sur Le petit Livre rouge.

Le petit Livre rouge fait partie, tout comme WeChat, Weibo et TikTok, des médias sociaux populaires en Chine. TikTok fut initié en Chine avant de devenir mondialement populaire, mais Weibo et Le petit Livre rouge peuvent être considérés comme des substitutions chinoises de Twitter et

d'Instagram, médias sociaux les plus populaires à l'échelle mondiale, mais inaccessibles en Chine. Weibo et Tik Tok sont les médias sociaux les plus utilisés en Chine après WeChat. Weibo, analogue de Twitter, se caractérise par l'instantanéité et la brièveté des contenus. C'est le moyen préféré pour savoir ce qui se passe dans l'actualité et ce qui intéresse le grand public. Mais l'image des femmes françaises manque de l'instantanéité nécessaire pour provoquer des discussions sur Weibo. Et comme l'ouverture de la plateforme permet à tout utilisateur d'exprimer instantanément ses points de vue et ses émotions dans tous les contenus, il constitue un espace où le populisme, l'ultranationalisme et le machisme s'expriment plus ouvertement et plus manifestement, ce n'est donc pas un champ qui convient aux discours sur l'idéalité représentée par l'image de l'Occident. Tik Tok, l'application mobile de partage de vidéo, se caractérise par la drôlerie. Ses utilisateurs sont nombreux, mais par rapport aux autres médias sociaux, son marché est descendant et marginalisé : son public est composé plutôt de jeunes, de gens âgés, et de groupes moins instruits dont les revenus sont relativement faibles et ses contenus, souvent futiles, sont moins élaborés. Nous préférons donc délaissier ces deux médias sociaux malgré leur popularité.

Si Le petit Livre rouge nous intéresse, c'est parce que ce média social, étant axé sur la consommation et le mode de vie, constitue une communauté très féminisée au sein de laquelle l'image des femmes occidentales est fréquemment décrite. C'est une application de partage de photos et de vidéos, ouverte à tous les utilisateurs, et qui propose automatiquement à ses visiteurs ce qui pourrait les intéresser selon ce qu'ils ont déjà regardé. L'image des femmes françaises y est présentée principalement sous trois formes : les vlogues des organisations françaises qui ont ouvert un compte sur la plateforme pour intéresser le marché chinois, les photos

transportées des médias sociaux occidentaux, et les vlogues des femmes chinoises qui connaissent la culture française.

Les vlogueuses chinoises qui parlent de l'image des femmes françaises nous présentent le lien étroit entre le Moi idéal aux yeux des femmes chinoises et l'image des femmes françaises. Ce sont dans la plupart des cas des femmes chinoises qui vivent ou ont vécu en France. Quand elles parlent de ce qu'elles ont appris des femmes françaises, elles parlent en réalité de leurs propres expériences et de leurs propres choix. Elles présentent leurs propres images, renforcées par des éléments qui renvoient aux stéréotypes des femmes françaises : la coiffure, le maquillage, et l'habillement de style français chez elles ; la rue parisienne, le café, ou la chambre décorée en arrière-plan ; certaines d'entre elles préfèrent même s'exprimer en français dans les vlogues. Les discours sur la désillusion de la vie occidentale sont devenus de plus en plus populaires avec la consolidation de la conscience nationale de la population chinoise. Cela nous semble normal, car on croit volontiers que plus on vit au sein de la culture occidentale, plus on dissipe l'illusion d'un Occident idéal. Mais quand ce sont les femmes qui parlent de la beauté féminine et de la vie féminine à la française, elles préfèrent – au lieu de briser l'illusion – renforcer les stéréotypes à partir de leurs propres exemples.

L'image des femmes françaises devient l'étiquette que ces vlogueuses francophiles préfèrent émettre et qui peut leur attirer l'attention de l'audience. Elles parlent de leur propre « Moi », le Moi amélioré par la féminité apprise des femmes françaises. C'est aussi ce que leurs audiences attendent : le mode de vie valorisant la féminité et représenté par les stéréotypes des femmes françaises.

## **Conclusion du chapitre**

L'image des femmes occidentales s'est introduite en Chine avec les trois vagues de traduction des informations occidentales en Chine, corrélées aux évolutions politiques et culturelles au sein de la société chinoise, ainsi qu'aux développements des moyens de transport et de communication. Les images des femmes occidentales popularisées au cours de ces trois vagues ont respectivement leurs propres caractéristiques correspondant aux traits de leurs époques. Et les valeurs que l'image des femmes occidentales représentent au cours de ces trois vagues s'allient implicitement aux principes des trois vagues du féminisme.

L'image des femmes occidentales introduite en Chine au début du xx<sup>e</sup> siècle s'est inspirée des mouvements suffragistes occidentaux : en Chine, les intellectuels ont traduit et réécrit les personnages féminins occidentaux pour encourager les femmes chinoises à sortir du foyer, à recevoir de l'éducation, et à contribuer au renouveau de la nation. Mais différent des mouvements suffragistes occidentaux, qui étaient initiés par les femmes elles-mêmes et luttait contre le pouvoir masculin, le mouvement féministe chinois de l'époque était initié par les intellectuels principalement masculins et devait s'inscrire dans le Mouvement de la nouvelle culture. L'image des femmes occidentales introduite en Chine après la Politique de réforme et d'ouverture était plus attachée à la deuxième vague du féminisme : les Chinoises commencent à prendre en compte la socialisation de genre et la construction d'identité sexuée, et les images des Occidentales introduites en Chine pendant cette période ont fait réfléchir les femmes chinoises sur leur identité dans la vie familiale ainsi que dans la vie sociale. À notre nouvelle ère, au fur et à mesure du développement des nouveaux médias, la subjectivité des femmes chinoises se manifeste de plus en plus dans leurs représentations de l'image des femmes occidentales.



L'esthétique, la consommation et la liberté sexuelle constituent le noyau de l'image de cette époque. Cela reflète les nouveaux besoins des femmes chinoises, les besoins supérieurs qui ont émergé avec l'augmentation de leur statut social et celle de leur capacité financière. Ce phénomène correspond aux revendications de la troisième vague du féminisme aspirant à redécouvrir la corporéité et la sensibilité des femmes et à revaloriser la féminité. Bref, l'image des femmes françaises, avec son apparence élégante, sa richesse spirituelle et son attitude ouverte envers ses propres désirs, ressort de l'image des femmes occidentales en général et devient un modèle de la féminité idéalisée pour les femmes chinoises.

## Chapitre 2

### La beauté

L'image des femmes françaises se présente en premier lieu comme un modèle de l'esthétique, surtout de la mode. Roland Barthes analyse la nature signifiante du vêtement de mode. Ainsi, dit-il : « *Les signifiants appartiennent à un ordre physique qui est le continu vestimentaire, le fragment d'espace corporel occupé par le vêtement, tandis que les signifiés sont donnés à travers un ordre écrit, à travers une littérature*<sup>1</sup>. » Il distingue trois vêtements différents : le vêtement réel, le vêtement-image et le vêtement écrit, et explique le phénomène de la mode à l'aide des variables de la structure des signifiants dans le vêtement écrit<sup>2</sup>.

À l'époque, le journal de mode était le principal producteur de vêtements écrits. L'autorité du journal de mode et ce moyen de communication unidirectionnelle et descendante rendaient la mode plus ou moins mécanisée et monopolisée.

---

1 BARTHES, Roland. « « Le bleu est à la mode cette année » : Note sur la recherche des unités signifiantes dans le vêtement de mode ». *Revue française de sociologie*, 1960, pp.147-162.

2 BARTHES, Roland. *Système de la mode*. Paris : Média Diffusion, 2015.

Aujourd'hui, les moyens de communication ont changé, le journal de mode n'a plus l'exclusivité de la production du vêtement-image ni du vêtement écrit. La mode s'est diversifiée avec la diversification du public, et la valeur symbolique du vêtement est devenue plus étendue. Le vêtement n'est plus seulement un objet de consommation, mais porte plus de sens, et dans certaines circonstances la mode est même devenue une sorte de symbole anti-consommation.

Dans la culture populaire en Chine, l'image des femmes françaises est le support originel d'un vêtement-image, mais le vêtement écrit lié à cette image est presque toujours produit par les femmes chinoises elles-mêmes. On s'intéresse, non seulement au vêtement dans l'image visuelle, mais aussi aux autres signes tels que la coiffure, l'allure, l'arrière-plan, etc. Les femmes chinoises réécrivent les images qu'elles reçoivent et redéfinissent la mode selon leurs propres besoins, et tout au long de ce processus, elles enrichissent les signifiés des signes tout en leur attachant de nombreuses qualités propres aux femmes contemporaines. La mode ne se limite plus au vêtement, mais devient un art de vivre, et elle reflète certaines attitudes et valeurs.

Dans ce chapitre, nous allons d'abord situer le « style français » dans la carte géographique des représentations des « styles » de mode, et discuter de ce qui le distingue des autres styles aux yeux des Chinoises, puis analyser les valeurs d'esprit liées aux valeurs esthétiques représentées par l'image des femmes françaises afin de discerner la subjectivité féminine dans le discours sur la beauté féminine.

## **2.1 Les styles de la mode**

En ce qui concerne la beauté féminine moderne, les images des femmes étrangères sont couramment utilisées pour constituer un univers composé de « styles » variés. Les images visuelles des femmes de différentes nations

sont abondamment stéréotypées de telle sorte que chacun puisse décrire sa préférence pour un certain style de mode en nommant la nation porteuse de ce style. Par rapport aux images politique ou économique des pays qui constituent un champ agité par des débats idéologiques, l'univers composé des images des femmes étrangères est plutôt culturel et esthétique. Les différences entre les pays nommés par ceux qui parlent de la mode y sont interprétées comme des préférences personnelles et esthétiques, plutôt que comme des références aux conflits idéologiques.

### *2.1.1 L'Occident et l'Orient dans la mode*

Comme dans tous les discours qui concernent les phénomènes interculturels, l'opposition orient-occident existe aussi dans le domaine de la mode. En Chine, on emploie les termes « 欧美 » (*ou mei* : euro-américain) et « 日韩 » (*ri han* : japonais-coréen) pour résumer les deux grandes catégories de styles de la mode contemporaine.

Malgré l'existence de cette distinction entre l'Occident et l'Orient dans les expressions courantes liées au domaine de la mode, la mode contemporaine est en réalité un univers nettement occidentalisé à l'échelle mondiale. Imaginons un voyage traversant le temps dans une région déterminée, ou un voyage traversant le monde à une époque ancienne, nous verrions des habillements très variés, portés par les gens à différentes époques ou dans différentes régions. Cependant, à notre temps, les vêtements portés par les gens du monde entier ne présentent que peu de différences. La structure des prêts-à-porter contemporains est issue de celle des costumes créés à l'époque de l'industrialisation de l'Occident, notamment l'habillement féminin moderne qui a été transformé à partir du costume masculin en vue de faciliter les mouvements et qui est devenu désormais très différent de l'habillement des femmes de l'époque prémoderne. Quand on parle du style

« japonais-coréen » en Chine, on parle en fait de l'habillement contemporain qui s'adapte aux Asiatiques orientales, différent des mots comme « kimono » ou « hanbok », qui désignent les vêtements traditionnels japonais ou coréens.

Cependant, quand l'adjectif « 中式 » (*zhong shi* : chinois) est employé pour décrire un style de mode, il désigne plutôt les éléments antiques et nationaux qui décorent les prêts-à-porter (par exemple, les nœuds chinois ou les dessins au lavis sur les T-shirts) ou les costumes destinés aux occasions spéciales comme le « cosplay » et les cérémonies. Voici une bizarrerie dans le domaine de la mode en Chine : les éléments nationaux apparaissent comme étant plus exceptionnels et moins courants que les éléments étrangers. Quotidiennement, ce que les Chinoises urbaines portent se résume plutôt par le style « euro-américain » ou « japonais-coréen ».

Or, les mots qu'on utilise pour parler des styles sont des codes pour exprimer l'inspiration et le goût de chacun et n'indiquent point l'origine des créateurs ou des produits. Par exemple, on pourrait entendre dire d'une chanteuse coréenne qu'elle a un « style euro-américain » à cause de son maquillage estompé et son vêtement noir ; un tailleur rosé de Chanel, même fabriqué en France, pourrait être considéré comme très « à la japonaise ». Les codes employés pour repérer les styles ne sont pas des critères définis et déterminés, mais des représentations sociales créées au cours de la communication et peuvent à leur tour faciliter cette communication. Ce que les codes représentent peut évoluer en fonction des circonstances et des préférences de chacun, mais ces codes sont compréhensibles et partageables par tous les interlocuteurs.

Les vendeurs utilisent ces mots pour attirer une certaine clientèle. Les rédacteurs de mode expliqueraient les différences de style par des couleurs, des structures, des tissus, etc., non pas dans l'objectif de définir les distinctions, mais de donner des conseils et d'argumenter des choix individuels :

si on veut s'habiller selon un style français par exemple, on peut consulter les recommandations de ces rédacteurs, mais on ne trouve que des idées issues du sens commun et des impressions personnelles, loin des vérités universelles.

Les oppositions entre les différents styles ressortent plus explicitement lorsqu'ils sont mis en parallèle. Par exemple, séparément, on dirait que le style coréen-japonais implique des couleurs sombres ou brillantes, des lignes courbes ou droites, et le style euro-américain pourrait varier en fonction des tendances actuelles et des préférences personnelles de celui qui le présente. Mais quand on compare ces deux grandes catégories parallèlement, on évoquerait des différences visuelles liées aux différences culturelles stéréotypées. Ainsi, les couleurs sombres et froides sont plus souvent considérées comme des références au style euro-américain, et les couleurs claires et douces, au style coréen-japonais ; le maquillage estompé et mat est plus souvent vu comme une marque du style euro-américain, et le maquillage délicat et lumineux, celle du style coréen-japonais. Bref, si le style euro-américain convient mieux aux femmes matures, puissantes et audacieuses, le style coréen-japonais paraît relativement plus approprié pour les femmes jeunes, mignonnes et réservées. Ce qui fait la différence entre les styles, ce n'est pas vraiment le « vêtement réel », mais les moyens de représenter le « vêtement-image » et le « vêtement écrit » qui donnent des impressions de style. Une autrice a écrit ainsi sur la beauté des femmes matures :

*« Depuis des milliers d'années, l'image féminine préférée en Asie doit être celle d'une femme jolie, blanche (de peau), jeune, chaste, innocente, naïve, mignonne et timide. Cette image doit contraster avec la virilité de l'homme qui peut la protéger. L'image féminine préférée en Europe doit être celle d'une femme charmante, mature, confiante, indépendante et puissante. Seul l'homme qui peut conquérir une telle femme peut témoigner de sa propre valeur. » (Article WeChat N°70)*

En réalité, ces différences sont plus compliquées et idéologiques aux yeux des femmes qui optent pour un style éloigné de leur culture. Quand une femme chinoise parle de son inclination pour le style japonais-coréen, les raisons qu'elle donne sont souvent simples et portent sur l'apparence : les couleurs et les structures vont mieux aux Asiatiques ; il existe une similarité interethnique ; le modèle correspond mieux à sa taille, à sa couleur de peau et à son âge ; le style euro-américain, par contre, produirait un air trop guindé chez une femme de peau jaune, etc. En revanche, une femme chinoise qui préfère le style euro-américain lui attribue plus de sens : la maturation féminine, la modernité, la puissance, la rébellion, etc. Une interviewée nous a expliqué les différences entre les deux styles en empruntant des mots anglais :

*« Le style japonais-coréen, je le trouve très soft ; le style euro-américain est très tough, très chic. Je trouverai cette femme très indépendante et très charmante [si elle s'habille selon un style euro-américain]. L'autre côté [celui du style japonais-coréen], c'est trop souple. Je n'aime pas le style des fillettes voisines. Je préfère le qi chang plus puissant. Même si ce que je veux acheter n'est qu'une robe, je choisirai celle qui renforce mon qi chang. Cela m'attire plus et me va mieux. Parce que je ne suis pas une fillette tendre et sage. Je suis très assertive. C'est pour ça que les marques euro-américaines me conviennent plus. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Le mot *qi chang* (气场) est traduit littéralement par « champ d'atmosphère ». Il désigne l'aura invisible qui se dégage d'une personne. Quand on dit qu'une personne a du *qi chang* grand et puissant, cela veut dire qu'elle fait ressentir une énergie vigoureuse et un charisme impressionnant.

Dans cet univers de la mode, composé de deux grands styles, on peut percevoir des liens avec au moins deux dimensions des différences culturelles entre l'Occident et l'Orient (cf. : les six dimensions de Hofstede) :

La dimension masculinité-féminité : tant dans la mode vestimentaire féminine que dans le cosmétique, le style dit « occidental » renforce davantage le côté de la masculinité, comme l'affirmation de soi et l'agressivité; le style oriental accentue le côté de la féminité comme la douceur et la sollicitude. Il est à noter que l'opposition masculinité-féminité est définie selon un modèle sociologique, nous l'empruntons ici pour expliquer les différences dans les représentations formulées par la mode. Cela ne veut pas dire que les femmes chinoises qui préfèrent le style occidental veulent supprimer la féminité ou s'habiller comme des hommes. Pour elles, l'assertivité ou l'agressivité constitue un autre aspect de la féminité qu'elles souhaitent faire voir à travers l'habillement et le maquillage. La mode est en effet un des rares moyens disponibles par lesquels les femmes peuvent exprimer la féminité et la beauté définies par elles-mêmes.

La dimension indulgence-restriction : le style occidental encourage l'expression de l'envie et du plaisir et dévoile une plus grande tolérance à la sensualité alors que le style oriental s'avère plus réservé et plus orienté vers la naïveté, la timidité et l'innocence des femmes. La sensualité y est aussi perceptible, mais de façon discrète.

La mode est un univers directement lié à la fois à la culture populaire et à l'industrie du divertissement. Depuis des décennies, les cultures populaires étrangères, notamment américaine, japonaise et coréenne, envahissent notre quotidien et participent à la création d'un nouveau discours sur les styles. Pourtant, l'image de la France et surtout des Françaises y occupe une place inébranlable.

### *2.1.2 Le style français de distinction*

S'inscrivant dans la grande catégorie dite du « style euro-américain », le style français se distingue du style américain et compose avec celui-ci un autre dualisme.



Certaines interviewées trouvent le style américain plus familier et le style français ou européen plus formel :

*« En Amérique, les gens sont très “casual”. Ils portent des jeans déchirés ou des mini-jupes et des tongs aux pieds pour aller à l’école. Ça, c’est inacceptable en Europe! En Europe, il faut bien s’apprêter pour aller à l’église ou au bar. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

D’autres, par contre, expriment une impression contraire et estiment que le style américain est trop sophistiqué alors que le style français est plus décontracté :

*« Regardez les célébrités américaines, elles ont l’air très exagéré. Du maquillage très lourd, des costumes “blingbling”, des formes comme Kim Kardashian. Mais les femmes françaises ont l’air paisible et détendu... »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d’études en France)

Les représentations visuelles semblent varier en fonction des circonstances et des objets auxquels nos enquêtées font appel, ainsi que de leurs goûts personnels. Mais ce qui est uniforme est le fait que le style français et l’image des femmes françaises qui l’incarne sont porteurs de sens spirituels plus profonds.

Dans un article sur WeChat, l’autrice qui a vécu pendant des années en France ainsi qu’aux États-Unis décrit le style français et l’a comparé avec le style américain en soulignant la richesse de la culture française :

*« Les femmes américaines et les femmes françaises sont toutes libres et détendues, mais de façon curieusement différente. La liberté selon le style américain dénote une certaine forme de simplicité et de négligence. Mais la liberté selon le style français dénote une certaine forme de délicatesse. La décontraction que les femmes françaises manifestent est en fait conditionnée*

*par les qualités supérieures qui résultent de leur culture riche et brillante. Elles semblent distraites, mais derrière cette apparence c'est l'histoire et l'idéologie de leur culture. C'est pourquoi elles sont toujours imitées, mais jamais surpassées.* » (Article WeChat N°54)

Celles qui « imitent les Françaises, mais n'arrivent jamais à les surpasser » comprennent les femmes du monde entier. La supériorité de l'image des Françaises consiste à sa présence dont une certaine manière est d'être absente dans le domaine de la culture populaire.

Comme on le sait, la culture populaire en Chine a été fortement pénétrée par les industries de divertissement venues des États-Unis, du Japon (depuis la Politique de réforme et d'ouverture) et de la Corée du Sud (depuis les années 1990). Que ce soit dans le domaine de la musique populaire ou dans le domaine du cinéma et de la télévision, ce sont les œuvres et les artistes (précisément les idoles comme les chanteurs pop et les acteurs de film) de ces pays qui prédominent et qui influencent les masses chinoises. En revanche, la musique et les films français sont considérés comme destinés aux marchés de niche. Singulièrement, on classe volontiers les films français dans la catégorie des films d'art, les actrices françaises sont appréciées comme d'excellentes artistes, et les amateurs de films français sont ainsi souvent étiquetés comme intellectuels de goût. D'ailleurs, la France, souvent absente du champ de la culture populaire, prédomine dans celui de la culture élitaire comme la littérature, les beaux-arts et la philosophie. Cela renforce notre impression sur l'excellence de la culture française qui doit nourrir les femmes françaises.

D'un autre côté, la culture populaire du Japon et celle des États-Unis qui influencent notre culture de masse nous offrent aussi des éléments sur l'image des femmes françaises, car les femmes américaines et les femmes japonaises agissent parfois comme les intermédiaires de l'image des femmes françaises. Sur le rayon « lectures pour femmes » des librairies

en Chine, on voit de nombreux livres qui présentent et enseignent l'art de vivre des femmes françaises, et nombreux parmi eux sont écrits par des Américaines ou des Japonaises avant d'être traduits en chinois. Dans les séries télévisées et les films, américains ou japonais, les personnages féminins admirent les Françaises et envient la vie à la française, elles partent pour Paris en espérant vivre comme une Parisienne quand elles se sentent déprimées dans leur propre vie ou désirent devenir une meilleure personne.

De plus, de nombreuses marques de mode et de luxe, dont la clientèle ciblée se compose principalement de femmes, sont d'origine française. Ces marques profitent de l'image des femmes françaises et la renforcent à leur tour.

Avec la chevalerie, le romantisme, et le féminisme qui se développent dans l'histoire hexagonale, et avec les valeurs de liberté, d'égalité et de fraternité que les Chinoises comprennent vaguement, la France donne la fantastique impression d'un pays où les femmes sont libérées, respectées et adorées. Comme la mode devient un signifiant de ces valeurs, le style français se distingue ainsi des autres styles aux yeux des femmes chinoises.

## **2.2 La beauté de la femme française imaginée**

En examinant les contenus créés par les auteurs s'activant sur les réseaux sociaux, nous pouvons confirmer que le mot le plus utilisé pour décrire les femmes françaises était « 优雅 » (*you ya* : élégant ou élégance). Cela correspond au résultat de l'enquête faite à travers le jeu d'association des mots : parmi les mots qui sont donnés par les étudiants enquêtés et qu'ils considèrent comme associés au thème de la femme française, celui dont la fréquence est la plus élevée est aussi *you ya*. En creusant les contenus qui décrivent l'élégance des femmes françaises, et en discutant avec les femmes chinoises interviewées, on découvre la richesse de ce mot : il est utilisé

pour exprimer non seulement le beau d'un point de vue physique et l'allure des femmes, mais aussi la qualité d'esprit et leur attitude envers la vie. Les références et les exemples cités pour représenter cette élégance imaginée et admirée par les Chinoises varient selon les goûts de chacune, mais toutes portent l'accent sur une beauté qui reflète une vigueur intérieure et une attitude positive. En fait, la dénotation de ce mot est tellement riche qu'elle comprend presque toutes les représentations de la femme française qui sont appréciées et poursuivies par les femmes chinoises, passant de la mode, à l'allure et à l'art de vivre. L'élégance manifeste, en tant que le noyau de ces représentations, une envie féminine de refuser le regard masculin qui transforme les femmes en objets et de faire montre d'une beauté intérieure à travers la beauté extérieure, et elle désigne une beauté qui permet aux femmes de s'exprimer et de se plaire. Ce qui n'est pas facile pour les femmes chinoises utilisant ce mot, c'est de conformer l'extérieur à l'intérieur et d'équilibrer l'attente des autres et leur propre envie dans la vie réelle.

### *2.2.1 Les modèles de mode*

L'image des femmes françaises s'exprime d'abord comme l'image visuelle comprenant l'habillement, le maquillage, la stature, etc. Notre impression générale sur les femmes françaises provient essentiellement des vedettes françaises, admirables, mais presque inimitables. Donc les conseils pratiques que les rédactrices de mode chinoises nous donnent pour créer un « french look » dans la vie quotidienne proviennent plutôt des influenceuses françaises : « *Les influenceuses sont les nouvelles stars de la mode. Blogueuses et instagrammeuses illustrent et font vivre les tendances à coup de posts Insta', de placements de produits, de photos de looks. Passage en revue*

*des it-girls 2.0 incontournables*<sup>3</sup>. » Plusieurs interviewées ont mentionné que l'image typique du style français à leurs yeux est celle de Jeanne Damas, l'influenceuse française, en robe portefeuille. Pour décrire l'image des femmes françaises, les adjectifs comme « élégante », « nonchalante », « naturelle » sont fréquemment utilisés non seulement par les interviewées, mais aussi par les étudiantes ayant participé à l'enquête d'association des mots. Et certaines interviewées ont comparé les influenceuses françaises avec celles américaines afin d'expliquer leur préférence pour le style français. Les opinions de nos interviewées ressemblent beaucoup à celles des articles en ligne. En effet, elles ont reconnu que c'est essentiellement par l'intermédiaire des articles sur WeChat qu'elles avaient fait connaissance avec le style français.

Le mot « influenceur », un terme nouveau de l'époque du Web 2.0, est approximativement l'équivalent du mot chinois « 网红 » (*wang hong* : littéralement, célébrité en ligne ou célèbre en ligne). Quand le mot « *wang hong* » est utilisé comme un nom et qu'il désigne une profession, il correspond en français à l'« influenceur ». Mais quand il est utilisé comme un adjectif, il peut qualifier tout ce qui devient célèbre et populaire à travers les réseaux sociaux, y compris les personnages d'autres professions, les lieux et les objets.

Le *wang hong*, en tant que nouvelle profession, évoque des émotions assez contrastées dans le contexte chinois.

Selon une information qui se transmet sur Internet, la plupart des jeunes Chinois de la génération Z (nés après 1995, natifs de l'ère digitale, pour qui les nouvelles technologies font partie intégrante de leur socialisation) désirent devenir influenceurs professionnels, car ils considèrent cette profession comme pouvant leur permettre facilement d'attirer l'attention et l'admiration et de gagner de l'argent.

---

3 Voir le site *le journal des femmes* : <https://www.journaldesfemmes.fr/mode/magazine-mode/1989449-blogueuses-instagrammeuses-influenceuses/>

Cette information est tellement répandue qu'on ne peut plus vérifier ni sa source ni son authenticité. Mais tous les articles qui la citent expriment de l'inquiétude pour ce phénomène et pour la génération en question.

Les images des influenceurs chinois sont bien stéréotypées, avec des caractéristiques qui décrivent principalement des influenceuses : jeunes femmes dans la vingtaine, dont le visage a évidemment subi des chirurgies esthétiques, qui adorent les marques de luxe et la vie luxueuse, qui poursuivent sans pudeur les hommes riches, et qui incarnent parfaitement la vanité et la superficialité. Il existe même les termes de « 网红脸 » (*wang hong lian* : visage d'influenceuse) pour décrire un visage opéré doté de grands yeux, d'un nez raide, et d'un menton pointu. On dit souvent ironiquement que les trois atouts des influenceuses chinoises sont les opérations plastiques faites en Corée du Sud, les techniques de maquillage apprises auprès des Japonaises, et les applications mobiles chinoises leur permettant d'éditer des portraits photographiques. Les gens se moquent du fait qu'il y a trop de filles ayant un tel visage et qu'il est difficile de les distinguer l'une de l'autre. Mais de plus en plus de filles se font opérer pour avoir un tel visage parfait bien que sans caractère.

Juste au moment où nous écrivons ces lignes, une actualité de divertissement discutée sur les nouveaux médias chinois confirme l'existence d'un tel phénomène : un chanteur célèbre de quarante ans a annoncé officiellement son mariage avec une influenceuse d'une vingtaine d'années. Tout de suite, les internautes, curieux, ont fouillé les comptes de sa nouvelle épouse sur les réseaux sociaux et ont trouvé que les photos postées par cette dernière étaient presque identiques à celles de quelques autres influenceuses. Les photos prises par ces filles ont donc été mises en parallèle par les curieux et transmises dans les médias : les mêmes locations, les mêmes angles, les postures et vêtements similaires, même les textes sous-titrés écrits selon le même style. On a même trouvé un

lien entre ces filles et une autre influenceuse qui avait épousé un autre chanteur célèbre de cinquante ans quelques années auparavant. Apparemment, il existe une institution qui forme ces filles pour qu'elles deviennent célèbres en ligne et qu'elles apprennent à plaire aux hommes riches.

Ce qui étonne les internautes, c'est qu'il peut exister de telles formations. Mais ce qui est plus étonnant, c'est que cette formation peut véritablement fonctionner. Les gens critiquent l'uniformité esthétique, la superficialité et le matérialisme représentés par ce fait. Les critiques accusent non seulement ces filles qui acceptent d'être dépersonnalisées et matérialisées, mais aussi le regard masculin qui les y a poussées. Tels phénomènes ayant sombré l'image des influenceuses chinoises, les influenceuses françaises deviennent des exemples dans certains articles de mode écrits par des blogueuses chinoises dotées d'une conscience féminine.

Ces célébrités françaises de la nouvelle génération, comme Jeanne Damas et Sabina Socol, débute sur les nouveaux médias comme Instagram et Twitter, et deviennent les icônes qui renouvellent la mode française et l'image des Françaises à l'échelle mondiale. Les réseaux sociaux occidentaux étant inaccessibles en Chine, certaines blogueuses chinoises qui s'activent à la fois sur les réseaux sociaux occidentaux et sur les réseaux sociaux chinois (comme WeChat et Weibo) nous servent d'intermédiaires et d'interprètes. Il est à noter que ces blogueuses, différentes des influenceuses qui cherchent principalement à s'illustrer au moyen de photos et de clips de leur vie propre et à vendre leurs produits, sont plutôt des autrices ou rédactrices qui élaborent des articles en exprimant leurs propres idées ou en réunissant des informations concernant la mode. Bien sûr, certaines d'entre elles sont à la fois influenceuses, mais elles cherchent à se distinguer des autres influenceuses stéréotypées qui leur apparaissent superficielles et identiques entre elles.

Une de ces blogueuses célèbres a consacré un article – un des articles les plus lus parmi ceux de la même autrice ainsi que ceux portant sur l’image des femmes françaises – à la présentation des influenceuses françaises et à l’analyse de ce qui les distinguait :

*« Le style français est maintenant en vogue ! Mais, ce qu’on dit du “style français” n’est pas un modèle fixe, même s’il existe quelque chose en commun. Après tout, les filles françaises sont toutes différentes, chacune a son propre style. [...] Beaucoup de lectrices m’ont demandé comment s’habiller selon le style français. En fait le style français est un sentiment général. Il ne suffit pas de porter quelques articles dits à la française. Si on veut apprendre l’essence du style français, le moyen le plus simple et le plus rapide est de suivre certaines blogueuses françaises. » (Article WeChat N°06)*

Dans cet article, elle n’a pas précisé ce qu’est le style français. Mais elle l’a décrit en donnant des exemples qui lui semblaient très à la française dans ses autres articles. En synthétisant les articles les plus lus sur le style français, publiés par l’autrice mentionnée ci-dessus et d’autres blogueurs, on peut constater ces « quelque chose en commun » du style français en vogue au cours de ces dernières années : en habillement, de petites robes noires, des robes portefeuilles, des chemises blanches, des pantalons droits en denim, des vestes de couleurs peu saturées, des chaussures à talons moyens ou des chaussures plates ; en maquillage, un fond de teint léger qui ne cache guère les taches, des sourcils épais et bruts, peu d’ombre à paupières, des lèvres très rouges qui éclairent le visage.

Pour expliquer leur préférence pour le style français, certaines interviewées opposent les influenceuses françaises aux influenceuses américaines. En nous parlant de son impression concernant Jeanne Damas, citée en exemple typique des femmes françaises, une interviewée nous a dit :



*« Elle n'est pas comme les femmes américaines, qui me semblent un peu nerveuses. Les femmes françaises sont plus tranquilles et plus renfermées. Elles ont leur propre beauté. J'adore ces femmes qui me semblent être à leur aise. Je n'aime pas les femmes américaines comme... comme les Kardashian. »*  
(Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Le nom des sœurs Kardashian-Jenner ressort plusieurs fois dans les articles ou les conversations sur l'image des Françaises. Quand nos enquêtées veulent expliquer la particularité des Françaises, elles mentionnent ces célébrités américaines pour les mettre en contraste avec les Françaises. En effet, les Kardashian sont les influenceuses étrangères les plus connues en Chine et l'exemple le plus typique du style américain depuis ces dernières années à cause de leur réputation aux États-Unis voire dans le monde entier. Mais elles sont davantage connues par les femmes chinoises qui suivent de près les informations en relation avec la culture populaire occidentale et qui connaissent les influenceuses françaises comme Jeanne Damas. Cependant, les informations sur les Kardashian mélangeant la mode avec des scandales dramatiques, et on les suit toujours avec curiosité et même une certaine moquerie. Les impressions exprimées par les interviewées sont bien vagues, mais leur inclination est explicite. Les articles sur WeChat établissent des comparaisons plus détaillées.

*« Les blogueuses de mode de France semblent assez différentes de celles des États-Unis. Sur l'Instagram de Kendall Jenner, on voit chez elle des dizaines de styles variés. Mais les filles françaises semblent assez réservées, elles sont plus attachées à leurs propres signes caractéristiques. Elles préfèrent les modèles classiques. Elles portent un seul article qu'elles préfèrent encore et encore. Elles ne font que de petites modifications à leur propre style qui dure. »*  
(Article WeChat N°14)

Ces points de vue mettent en valeur la fonction de distinction de la mode et critiquent les imitations qui ne respectent pas les personnalités. Les influenceuses chinoises et américaines étant critiquées pour leurs uniformité et dépersonnalisation, les articles qui citent les influenceuses françaises en exemple font bien attention à éviter de tomber dans un autre cliché. Ils expliquent volontiers que ces exemples offerts sont assez simples pour ne pas cacher la personnalité tout en restant en vogue. Ils cherchent aussi à donner des principes plutôt qu'à fournir des indications détaillées. Des principes comme « limiter le nombre de couleurs », « choisir les couleurs peu voyantes comme le noir, le blanc, le gris et le brun », « insister sur la simplicité », « faire voir un seul détail, le plus visible » sont mentionnés dans plusieurs des articles. En bref, le style français doit être simple, naturel, mais raffiné. De nombreuses blogueuses le résumant par un terme qui combine l'anglais et le français : *effortless chic* (le chic sans effort), compréhensible pour celles qui suivent des informations en langue originelle sur la mode occidentale.

*« Un principe d'or de l'habillement : n'importe quels efforts mis à l'habillement et au maquillage pour avoir une telle apparence raffinée, il faut absolument apparaître "effortless", comme si tout se passait naturellement. » (Article WeChat N°10)*

Les femmes chinoises qui expriment leur adoration pour les modèles de mode français considèrent souvent que la mode des Français est plus personnalisée et moins aliénée par rapport aux autres modèles. Cependant, les autrices de mode qui parlent de la mode française ne s'empêchent pas d'imposer de nouvelles limites et critères sur la mode tout en cherchant à s'opposer au diktat de la mode, étant donné que les lois de l'imitation n'y semblent pas plus évitables qu'ailleurs. Celles qui poursuivent le « *effortless chic* » finissent par déployer tous leurs efforts afin de cacher ceux qu'elles

ont mis en œuvre pour se faire belles. Certes, cela constitue une autre forme d'aliénation, mais on y voit que ces femmes chinoises cherchent à se réjouir du plaisir et du sentiment d'appartenance procuré par les pratiques de la mode tout en résistant spontanément à l'aliénation inévitable.

### *2.2.2 L'apparence physique et la chirurgie esthétique*

En plus de l'habillement, les influenceuses chinoises et américaines sont aussi critiquées par certaines blogueuses chinoises pour leur uniformité vis-à-vis de l'apparence physique. Une blogueuse francophile, déplorant la situation en Chine, a ainsi mentionné la situation aux États-Unis :

*« On dirait que la situation en Occident doit être meilleure, car la société est plus développée, l'esprit est plus ouvert, on y exerce sa personnalité et la liberté, la société occidentale serait donc plus indulgente à l'égard des femmes ! Regardons les vedettes d'Hollywood, les rides sur leurs visages sont quand même visibles. Ben... Pour celles qui le croient, je dirai qu'elles ne connaissent pas du tout la culture occidentale. [...] En fait, l'esthétique en Occident n'est pas moins uniforme qu'en Asie. Bref, si toutes les Chinoises veulent le menton pointu de Fan Bing-Bing et les lèvres souriantes d'Angelababy, ce que les Occidentales veulent, ce sont les lèvres d'Angelina Jolie et les fesses de Kim Kardashian. [...] À cette époque d'influenceuses, les lèvres, les fesses et les seins des Kardashian, avec l'exportation des cultures et des techniques américaines, ont rendu populaire à l'échelle occidentale "le visage d'influenceuse" du style américain. » (Article WeChat N°72)*

Dans cet article qui critique l'uniformité en esthétique du monde entier, l'autrice n'a pas pris les femmes françaises en contre-exemple. Elle n'a mentionné que le fait que Jeanne Damas n'avait pas autant de suiveurs qu'une autre influenceuse française du style Kardashian, et que même les influenceuses françaises avaient un prototype – Jane Birkin. Mais cette blogueuse est très attachée à la culture française

et a déjà publié de nombreux articles qui faisaient l'éloge de l'élégance naturelle à la française.

S'il existe aussi un prototype des influenceuses françaises et du style français, aux yeux des Chinoises, la typologie qui intègre des influenceuses au style français est tout de même très différente de celle qui définit le style Kardashian. Ce qui rend analogues les influenceuses françaises, c'est l'allure et l'attitude, quelque chose d'abstrait. Cela diffère des influenceuses chinoises et américaines stéréotypées qui ont subi des chirurgies esthétiques pour avoir un visage et une stature presque identiques à leurs prototypes. Les femmes françaises sont ainsi citées en exemples pour freiner le courant de la chirurgie esthétique qui attire de plus en plus les femmes chinoises.

Sur Le petit Livre rouge, une vlogueuse chinoise demeurant actuellement à Paris parle de l'angoisse liée à l'apparence. D'après son récit dans ce vlogue, elle a été pendant une longue période mécontente de son apparence, surtout de sa mâchoire trop large et trop carrée, et elle a voulu la faire affiner par la chirurgie esthétique, mais elle a changé d'idée après être arrivée à Paris pour ses études à l'âge de trente ans, parce qu'elle a découvert que « les gens à Paris apprécient la beauté sous toutes ses formes ». Elle dit dans ce vlogue :

*« Quand je faisais voir à mon copain français les photos des influenceuses chinoises, il m'a demandé si ces photos étaient celles d'une et même personne. Certes, les influenceuses sont de plus en plus distinctes et éclairées, mais autrefois on se sentait non qualifiée pour être influenceuse si on n'avait pas de menton pointu. [...] Maintenant, je trouve plus correcte la décision de ne pas avoir subi l'opération que j'avais plusieurs fois eu l'intention de faire. [...] Je trouvais ma peau trop bronzée, mais quand je suis arrivée à Paris, tout le monde me demandait comment je m'étais fait ce joli bronzage. [...] L'esthétique du grand public peut vraiment influencer le goût d'une personne. Depuis que je suis arrivée à Paris, je trouve même que ma mâchoire carrée est une manifestation de la force féminine. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°1)*

Un article intitulé « Pourquoi les Femmes françaises n'aiment pas la chirurgie esthétique? » raconte ce que l'autrice a appris d'une de ses amies qui venait de rentrer en Chine après son long séjour en France. L'amie de l'autrice s'était indignée du foisonnement de publicités de chirurgie plastique qu'elle voyait dans les stations de métro en Chine et a dit à l'autrice que de telles publicités, qui objectivaient les femmes pour plaire au regard masculin, étaient interdites en France afin de défendre l'égalité entre les sexes.

*« À moins qu'on affiche aussi un visage d'homme à côté et propose aux hommes de subir aussi ces opérations! Voilà l'inégalité entre les hommes et les femmes. Pourquoi ces publicités de chirurgie esthétique ne ciblent que les femmes? Pousser uniquement les femmes à subir ces opérations, c'est pour plaire aux hommes! » (Article WeChat N°73)*

L'autrice s'est rendu compte qu'elle ne s'était jamais aperçue elle-même d'une telle inégalité si évidente, et s'est émerveillée de la conscience féminine que son amie avait acquise grâce à ses expériences en France. Par la suite, cette amie a informé l'autrice que la chirurgie esthétique n'était pas du tout appréciée par les femmes françaises.

*« Parce que les Françaises sont très confiantes en leur propre apparence. L'éducation qu'elles reçoivent depuis leur plus jeune âge leur enseigne à acquérir la maîtrise de soi, à valoriser leurs propres caractéristiques, à ne jamais être obsédées par les visages de la mode. C'est bien d'être différente, pourquoi modifier le visage pour ressembler à une autre personne? » (Article WeChat N°73)*

Ce que l'autrice a écrit dans le reste de cet article ne nous surprend pas : elle a lié la chirurgie esthétique à la consommation matérialiste et à l'infertilité d'esprit, a attribué l'indépendance des Françaises à leur richesse d'esprit et

a proposé aux femmes chinoises d'apprendre auprès des Françaises.

Cependant, l'assertion de cet article sur l'attitude des Françaises à l'égard de la chirurgie esthétique est purement personnelle. Après tout, ce n'est qu'un journal personnel qui raconte des impressions et des réflexions individuelles. Même si ce qu'il expose correspond aux impressions générales du public féminin chinois sur les Françaises, un événement exceptionnel, même le plus occasionnel, pourrait contester cette opinion, sans parler des données statistiques qui confirment la popularisation de la chirurgie esthétique en France.

Effectivement, une actualité de l'année 2019 concernant Brigitte Macron ayant passé des heures dans une clinique esthétique a ainsi choqué le public chinois. Après les premiers reportages très brefs, qui transmettaient cette information avec de l'étonnement et de l'ironie, les blogueuses francophiles et féminines ont rapidement réagi en exprimant des points de vue qui réintégraient cette anecdote à l'image typique des Françaises.

Le compte public de WeChat géré par un groupe médiatique d'immigrants chinois en Europe a publié un article intitulé « Les Influenceuses françaises ne profitent pas de leur visage : est-ce qu'elles n'aiment pas la beauté? ». Après avoir comparé les influenceuses chinoises coquettes, mais semblables les unes aux autres avec les influenceuses françaises possédant l'intelligence, la personnalité et l'allure comme atouts – les atouts pour les influenceuses chinoises étant par contre la chirurgie, le maquillage et les filtres d'image –, l'auteur a affirmé que la France était en réalité un pays dont le marché et les techniques de chirurgie esthétique étaient très développés. L'article a ensuite mentionné que Brigitte Macron avait subi des chirurgies esthétiques, mais que son apparence n'avait pas beaucoup changé.

*« Mais en réalité, l'attitude de Brigitte à l'égard de la chirurgie esthétique représente le mieux l'attitude des Françaises et leur manière de poursuivre la beauté. C'est précisément parce que l'esthétique et les techniques des Français sont déjà très développées que les femmes françaises peuvent garder leur calme et leur rationalité. Ce qu'elle poursuit à travers la chirurgie esthétique, c'est une beauté naturelle. » (Article WeChat N°74)*

Un autre article sur WeChat, publié par le compte d'une institution de formation de français, met également l'accent sur ce naturalisme de la chirurgie esthétique en France. Cet article a cité deux reportages français du site Web du Parisien auxquels il avait fait référence : l'un est intitulé « La Chirurgie esthétique va-t-elle trop loin », et l'autre « La chirurgie esthétique française, à la recherche du naturel ». Le premier reportage n'a été mentionné que d'une manière brève et furtive, juste pour montrer que la France connaît la même tendance que la Chine : les femmes qui se rendent chez les chirurgiens esthétiques sont de plus en plus jeunes. Mais selon le deuxième reportage, même si la tendance est la même, les demandes des Françaises se rendant chez les chirurgiens esthétiques restent assez différentes de celles des Chinoises.

*« Différente de la mode chinoise en chirurgie esthétique qui forge "les visages d'influenceuses", la préférence des Françaises se rendant dans les cliniques est d'obtenir un résultat le plus proche possible du naturel et de façon très allégée. » (Article WeChat N°75)*

L'article souligne aussi l'importance aux yeux des Françaises de respecter la personnalité du visage de chacun. À la fin de l'article, la rédactrice exprime ses propres points de vue en critiquant l'uniformité des critères de beauté :

*« Nous sommes troublées par toutes sortes de critères esthétiques dans la vie quotidienne. Certes, l'aspiration à la beauté n'est pas blâmable. Mais*

*les critères de beauté ne doivent pas être uniformes. [...] On doit d'abord se satisfaire soi-même, au lieu de plaire au public et de suivre un courant populaire. [...] Ces nouvelles techniques [de chirurgie esthétique] ne peuvent pas durer longtemps. D'après moi, ce qui est le plus important, c'est de faire des exercices régulièrement et de suivre un régime approprié. Ce qui est beau, c'est ce qui est sain et naturel. » (Article WeChat N°75)*

De tels points de vue pourraient conduire à un résultat à double tranchant en calmant ou en encourageant les Chinoises tentées par la possibilité de devenir plus belles en apparence, mais hésitant encore par crainte de l'insécurité ou de la dépersonnalisation. Même si telles influences sur leurs décisions finales sont probablement très limitées, les femmes chinoises pourraient quand même tirer argument de l'attitude des Françaises pour justifier leurs propres choix. Et l'accent mis sur le naturel, qui ressort de l'image des femmes françaises, revient de manière récurrente, mais différente dans leurs justifications. Une lectrice a laissé le commentaire suivant après avoir lu un des articles mentionnés ci-dessus. Chez elle, ce qui est naturel, c'est le visage sans retouche.

*« J'avais toujours le sentiment que mes yeux n'étaient pas beaux, parce que l'une de mes paupières a un pli peu évident et l'autre n'a pas de pli. J'avais l'intention de me faire faire des plis distincts aux paupières. Mais, si toutes les femmes avaient les mêmes yeux, personne n'aurait de personnalité. Il est quand même plus agréable et naturel d'être vraiment moi-même. » (Commentaire sur Article WeChat N°72)*

Certaines femmes, favorables à la chirurgie esthétique, mais contraintes par leurs conditions financières ou par la crainte des risques, trouvent leur excuse chez les femmes françaises qui considèrent l'opération comme irrationnelle. Mais avec le développement des techniques, le marché s'élargit de plus en plus et l'attitude des femmes chinoises devient de plus en plus ouverte.



En chinois, il existe en fait deux termes courants qui désignent la chirurgie esthétique : « 整容 » (*zheng rong*) et « 医美 » (*yi mei*). Le premier se traduit littéralement par « modification du visage » – on utilise alternativement le terme « 整形 » (*zheng xing*) qui inclut la modification du corps –, il désigne principalement les opérations invasives qui produisent une transformation évidente de l'apparence physique. Le deuxième, traduit littéralement par « cosmétologie médicale », désigne plutôt les thérapies instrumentales visant à améliorer et à rajeunir la peau (souvent par des moyens non invasifs). Celui-ci correspond alors au principe des Françaises de « restituer un visage harmonieux, naturel, reposé, qui respecte la personnalité de chacun » (Article *WeChat* N°75). La distinction des termes permet de segmenter les clients et de faciliter l'acceptation de la chirurgie esthétique par le public. Il y a même le terme récent « 微整形 » (*wei zheng xing*) qui ajoute le préfixe « micro » au mot *zheng xing* pour persuader les clients potentiels, mais hésitants que les opérations mini-invasives seront plus sécuritaires et auront un résultat plus naturel. Une amie a plaisanté sur sa tentative dans une conversation et a exprimé son désir d'avoir un traitement de la peau par rayon.

*« Pas d'injection, pas d'implantation ! J'ai du mal à accepter les opérations invasives. Mais, j'entends dire qu'il existe maintenant des moyens qui peuvent lifter et rajeunir la peau avec du rayon. Je suis vraiment tentée par ça. Je dois commencer à épargner de l'argent ! »* (Interviewée N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Par rapport aux femmes d'âge mûr dont le visage, devenu leur symbole personnel affirmé, risque d'être l'objet d'une perte d'identité en étant modifié, et qui sont plutôt tentées par les thérapies rajeunissantes leur permettant d'avoir une meilleure mine que celle des autres femmes du même âge,

les femmes jeunes (vers vingt ans) sont persuadées qu'un nouveau visage, plus beau que l'originel, leur permettra un meilleur démarrage quand elles entreront dans la société et souhaitent une modification de leur apparence.

Les deux seules femmes qui nous ont parlé volontairement de leurs expériences de chirurgie plastique faite à l'âge mûr sont toutes deux gérantes de salons de beauté (Interviewées N°s1 et13). Pour des raisons professionnelles, les changements évidents à la suite des opérations leur amènent plus de bénéfices que d'inconvénients. L'une d'entre elles nous a montré une photo de son ancienne apparence pour nous persuader de l'efficacité de son opération :

*« Regarde, que j'étais moche. Mais le résultat est très naturel, non ? »*

(Interviewée N°13, 31 ans, divorcée, 1 fille, gérante d'un salon de beauté, titulaire de baccalauréat)

Elle nous souriait avec son visage bien différent de l'originel qui nous paraissait pourtant plutôt joli bien que moins éblouissant que l'actuel. Cette femme insistait aussi sur le « naturel », mais ce que le mot désignait chez elle, c'était l'invisibilité des traces d'opérations, et non pas son état originel. Le seul inconvénient qu'elle a eu, c'est que sa fille ne la reconnaissait plus. Le reste lui semblait négligeable par rapport à la beauté et la nouvelle vie qu'elle a gagnées.

*« Ma fille s'est demandé pourquoi Maman a changé, mais je lui ai dit que Maman était toujours la même. Elle s'y est habituée rapidement. »*

(Interviewée N°13, 31 ans, divorcée, 1 fille, gérante d'un salon de beauté, titulaire de baccalauréat)

Elle a insisté sur son indépendance quant à cette décision et dénié l'influence du regard de l'autre sexe :

« *Je suis divorcée, donc je fais ce que je veux.* » (Interviewée N°13, 31 ans, divorcée, 1 fille, gérante d'un salon de beauté, titulaire de baccalauréat)

Beaucoup de Chinoises s'appuient sur l'image des femmes françaises pour critiquer la chirurgie esthétique, car pour elles, cette image représente le naturel et la pluralité esthétique et peut être une arme dans la lutte contre l'angoisse liée à l'apparence et l'aliénation du corps. Pourtant, le marché de la chirurgie esthétique s'élargissant, l'image des femmes françaises est également utilisée pour justifier la quête de la beauté des femmes. Dans tous ces discours, quelle que soit leur attitude vis-à-vis de la chirurgie esthétique, le naturel du sujet féminin et la résistance au regard masculin sont les principes auxquels adhèrent les femmes chinoises qui invoquent l'image des femmes françaises.

### *2.2.3 La gestion du corps*

Une autre caractéristique physique des femmes françaises aux yeux des femmes chinoises est leur « bonne taille », surtout leur minceur, qui constitue une mode à contre-courant de la culture populaire américaine.

Le thème des formes du corps est assez délicat. Les femmes en parlent tout le temps entre elles, mais refusent d'être elles-mêmes l'objet de la discussion. Ce qui est commun entre le visage et le corps, c'est qu'ils appartiennent l'un et l'autre à l'apparence physique. Il est donc inapproprié de parler de la taille d'une femme devant elle, car un tel jugement impliquerait l'aliénation du corps des femmes. Mais, différent du visage qui ne peut être transformé que par une chirurgie plastique, le corps peut l'être par des efforts individuels. En plus, l'obésité étant étroitement liée à la mauvaise santé, la ligne du corps constitue un signe attestant de l'attitude envers la vie de la personne. La minceur est donc censée équivaloir

à l'autodiscipline et à la modération, qualités appréciées dans la société d'abondance.

Un trait typique des femmes françaises aux yeux des Chinoises en ce qui concerne leur taille est leur minceur et leur petitesse par rapport aux autres femmes occidentales. Selon certaines Chinoises qui s'intéressent à la mode, la taille actuellement populaire à l'échelle mondiale est l'effet de l'influence américaine et se caractérise par la stature de Kim Kardashian dont les fesses et les seins sont proéminents, avec une ceinture fine. Mais pour une de nos interviewées, cette stature est artificielle et demande trop d'efforts.

*« Il est difficile d'avoir la silhouette de Kardashian. C'est l'ethnie qui le décide. Les Asiatiques n'auront pas de telles fesses même si on fait mille squats par jour, sauf si l'on fait des implantations. Même Kim Kardashian a peut-être eu sa propre graisse injectée dans ses fesses. »* (Interviewée N°11, 37 ans, mariée, 2 enfants, employée d'une entreprise de communication, titulaire de licence)

La stature typique des Françaises, plus maigre et plus naturelle que celle des Américaines, conforme davantage à l'esthétique des Chinoises.

*« Je n'aime pas telle stature [du style Kardashian], c'est trop exagéré et trop artificiel. La stature des Françaises est plus naturelle et me plaît plus. »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

La minceur des Françaises est représentée chez les femmes chinoises comme un idéal, mais aussi comme une énigme, car elle est en contradiction avec un autre cliché quant à l'image des Françaises, celui disant qu'elles sont nonchalantes et qu'elles vivent dans un pays dont la gastronomie a bonne réputation à l'échelle mondiale. Cette énigme fascine une bonne partie de femmes chinoises urbaines qui, avec enthousiasme,

fréquentent les salles de gymnastique et suivent des régimes afin d'avoir une bonne ligne, mais qui y réussissent à peine malgré leurs immenses efforts.

Dans un article de WeChat intitulé « Les Françaises qui ne font pas de sport vous disent les secrets de manger sans grossir » (N°04), l'auteur a affiché le dégoût pour le sport de quelques célébrités françaises qui sont pourtant minces comme Inès de la Fressange, Isabelle Hubert et Sophie Marceau. Un autre article, « Pourquoi les Françaises peuvent jouir de la gastronomie sans grossir, alors que toi, tu grossis en ne prenant que de l'eau? » (N° 40), commence par « je ne suis pas de régime amaigrissant, mais je ne grossis pas », phrase supposée être dite par les Françaises.

Après avoir attiré l'attention émotionnelle des lectrices chinoises désirant être minces, mais souffrant des moyens amaigrissants, ces articles expliquent par la suite qu'en réalité les Françaises ont l'habitude d'un mode de vie très sain dans lequel le sport et le régime s'intègrent d'une façon assez naturelle pour qu'elles puissent garder leur ligne sans faire délibérément d'efforts.

D'après ces textes, les Françaises marchent beaucoup bien qu'elles n'aiment pas les exercices physiques.

*« Que ce soit une promenade après un repas ou un trajet quotidien pour se rendre au travail, les filles françaises choisissent probablement de marcher aussi longtemps que le permettent la distance et le temps. Apparemment, ce mouvement simple ne demande aucun effort, mais il est en fait l'un des exercices les plus naturels pour l'homme [...]. Mais elles ne font pas de marche athlétique dans la rue : l'image d'une femme épuisée avec le front ruisselant de sueur est trop déconvenue pour se conformer à l'élégance à la française. L'exercice naturel à long terme les aide bien sûr à garder la ligne. »*  
(Article WeChat N°40)

La promenade, qui explique la minceur tout en gardant l'élégance nonchalante attachée à l'image des Françaises, est

interprétée ici comme une sorte de modération à l'égard du mouvement du corps.

Les attitudes des Chinois envers les activités sportives s'avèrent aujourd'hui bipolarisées :

*« Aujourd'hui à Shanghai, avec la vogue du fitness, les activités physiques des gens sont gravement bipolarisées : les uns sont les amateurs sportifs très capables qui font des haltères et des squats dans les salles de gym n'importe quand, les autres sont les bébétés qui ne bougent guère et qui entrent dans les véhicules dès qu'ils sortent de chez eux. » (Article WeChat N°35)*

Les activités en plein air, naturelles et décontractantes, appréciées par les Français, sont interprétées par la rédactrice chinoise comme étant une solution médiane pour neutraliser cette bipolarisation.

Un autre article, intitulé « Pourquoi les Françaises ne grossissent pas même après l'accouchement ? », compare les habitudes alimentaires des Françaises et des Chinoises pour dévoiler « les secrets de la bonne taille des Françaises » :

L'autrice est une Chinoise ayant vécu en France pendant une dizaine d'années. Voici ce qu'elle constate dans sa vie en Chine et en France : les Françaises ne prennent pas de collations alors que les filles chinoises ne se séparent pas de snacks ; les Français ne prennent que trois repas et ne mangent rien entre deux repas, mais les Chinois en prennent cinq, avec le goûter et le souper ; la cuisine française n'utilise pas d'huiles végétales – excepté l'huile d'olive – alors que la cuisine chinoise en abuse ; les pâtisseries faites en Chine abondent en crème végétale, qui ne se trouve jamais dans les vraies pâtisseries françaises dont les ingrédients sont plus naturels et plus sains ; la cuisine chinoise est si assaisonnée qu'on ne distingue plus les goûts propres des ingrédients, alors que la cuisine française préfère garder un goût naturel ; les ingrédients français se composent principalement de

viande riche en protéine et de légumes crus, alors que les ingrédients chinois sont à base de glucides.

Ce qui caractérise la cuisine française dans cet article correspond bien au régime amaigrissant, ou autrement dit, au régime léger, très populaire en Chine actuellement. « Plus de protéine et de fibres, moins de graisse et de glucides. », c'est ce qu'on entend dire souvent des femmes qui pratiquent le fitness et qui veulent perdre du poids. Seulement, pour les Chinoises, c'est un régime strict qu'elles suivent délibérément, voire péniblement, alors que pour les Françaises ce n'est qu'une habitude quotidienne qui ne demande pas d'efforts.

À part l'habitude sportive et le régime, certaines habitudes considérées parfois comme nocives pour la santé dans la culture chinoise, sont aussi citées comme faisant partie des « secrets des Françaises ». Par exemple, le vin :

*« Bien que les aliments des Français soient riches en graisse, leur prévalence nationale de maladies cardiovasculaires reste faible, même leur taux d'obésité est très faible. Leur secret, c'est le vin. Les Français savent bien choisir des vins différents pour accompagner les plats. Les vins peuvent non seulement renforcer la gradation des goûts, mais aussi dissoudre la graisse. Certains des composants peuvent même protéger la santé, à condition que les vins soient modérément consommés. » (Article WeChat N°40)*

Le café et la cigarette sont aussi souvent mentionnés pour leur fonction amaigrissante :

*« J'ai vécu en France pendant cinq ans, et je peux ajouter quelques points pour expliquer leur minceur. Premièrement, elles fument beaucoup, donc elles ne grossissent pas; deuxièmement, elles prennent du café noir qui les aide à évacuer de la graisse. Mais c'est vrai qu'elles font bien attention à la balance et à la quantité des aliments qu'elles mangent, mieux que les femmes des pays voisins. » (Commentaire sur Article WeChat N°04)*

La consommation de tabac est rarement mentionnée dans les articles publiés par les comptes commerciaux pour des raisons réglementaires et éthiques, mais est fréquemment mentionnée dans les commentaires laissés après les articles ainsi que dans les conversations entre femmes.

Le café, l'alcool et le tabac, les trois addictions répandues au sein des populations modernes, discutables à des degrés différents selon les circonstances, sont toutes invoquées ici pour expliquer la bonne taille des Françaises voire pour interpréter l'art de vivre des Françaises. Excepté le café qui a remplacé en partie le thé et est devenu une boisson courante parmi les jeunes dans les métropoles chinoises, la consommation de l'alcool et du tabac reste fortement attachée aux hommes dans la société chinoise : malgré leurs atteintes possibles à la santé, leur consommation par les hommes est considérée comme acceptable, voire nécessaire dans certaines circonstances, alors que les femmes qui les consomment sont souvent vues comme étant particulières, surtout pour le tabac. Une femme avec une cigarette à la main serait étiquetée comme sensuelle et libertine aux yeux du public, et elle pourrait être séduisante et répugnante à la fois. Pour s'affronter à ce cliché, certaines femmes chinoises fument exprès de manière à exprimer leur esprit rebelle.

Certaines autrices chinoises, bien qu'elles ne dénie pas le stéréotype selon lequel les femmes françaises sont généralement minces, doutent de la possibilité de garder la minceur sans effort :

*« Dire que les Françaises ne grossissent pas n'est qu'une légende. Elles suivent des régimes amaigrissants et font du fitness là où on ne les voit pas, puisqu'elles ne veulent pas qu'on le sache. » (Article WeChat N°13)*

Mais d'après ces autrices, ce « petit mensonge » des Françaises qui vont secrètement à la gym est pardonnable, car elles sont autodisciplinées et aiment rester discrètes.



*« Les Françaises sont autodisciplinées et discrètes. C'est pour ça qu'elles sont mystérieuses et admirables. » (Article WeChat N° 76)*

Malgré les nuances en interprétation et en raisonnement, ces points de vue concernant la minceur des Françaises se ramènent à une idée commune : la minceur égale la beauté et suppose des habitudes alimentaires saines et sportives, qu'elles soient contractées spontanément ou délibérément, publiquement ou secrètement.

Cependant, les autrices et les lectrices des articles sur ces « secrets des Françaises » sont bien conscientes du fait que cette image des Françaises est filtrée par l'idéalité. Celles qui ont eu des contacts plus étroits avec des Françaises dans la vie quotidienne peuvent davantage percevoir des points communs au niveau des expériences féminines en dehors des différences de nationalité.

*« Quand je faisais mes études de master en France, un jour, avec quelques camarades françaises, nous avons lu un reportage ensemble, un reportage intitulé "La Française moyenne" avec une illustration montrant une femme que je ne trouvais pas très mince. Et j'ai vu que mes camarades françaises étaient aussi confuses pendant quelques secondes, elles disaient : "elle n'est pas très... ah bon! C'est la Française moyenne, pas la Française parfaite!" Voyons, comme nous, elles préfèrent la minceur et ne sont jamais contentes d'elles-mêmes. » (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)*

Mais le fait que les Chinoises soient conscientes de l'effet du filtre sur cette image des Françaises ne les empêche pas d'admirer l'esprit représenté par cette image et d'aspirer à un mode idéal de vie représenté par cette image. Les articles qui mentionnent un tel stéréotype finissent souvent par un détour en déclarant que « toutes les Françaises ne sont pas minces, il existe bien sûr celles qui ne le sont pas ! » et en expliquant que la rédaction de l'article a pour but de partager

des idées et des attitudes, et non pas d'imposer des règles aux femmes. Une telle déclaration semble obligatoire, surtout pour les rédactrices ayant une forte conscience féminine et qui s'adressent principalement aux femmes, étant donné que les sujets portant sur la beauté physique, qui intéressent naturellement les lectrices, risqueront aussi de les offenser si elles y trouvent trop de critères et d'obligations imposés.

Du côté du public féminin, même en aspirant à la bonne taille, il refuse d'être critiqué par les autres en ce qui concerne le corps féminin. Une anecdote pourrait incarner cette double attitude : en été de l'année 2020, quelques photos de Gong Li – l'actrice chinoise la plus réputée et respectée en Chine ainsi qu'en France – avec son mari français en vacances en France, prises par les paparazzis, sont transmises sur les réseaux sociaux chinois. Les comptes commerciaux qui ont en premier diffusé ces photos les ont titrées avec le terme « happy fat », suggérant que le plaisir lié à l'amour l'avait fait grossir. Le public féminin a tout de suite été irrité par cette étiquette qui leur semblait malveillante. Certaines lectrices ont alors laissé des messages et des commentaires pour exprimer leur indignation :

*« Elle n'est pas du tout grosse, elle a du qi chang vraiment fort ! » ;  
« Est-ce que celui qui dit qu'elle est grosse est aveugle ? Cette taille est normale et moyenne parmi les femmes en France, d'accord ? »*

Voilà que le stéréotype selon lequel les Françaises sont minces s'était brisé en raison des nécessités argumentatives. Mais ce sur quoi le public féminin insiste, ce n'est pas le fait de juger si Gong Li est obèse ou non, mais plutôt le fait qu'elle doit être protégée comme toute autre femme, d'humiliations ayant trait au corps. Le mot-clé de cet événement sur les réseaux sociaux est rapidement passé du « happy fat » à « say no to body shame », avec le terme « body shame » utilisé directement en anglais. Étant donné que les émotions liées

à la question du féminisme sont intenses en Chine ces dernières années, cette réaction furieuse du public féminin était probablement prévue et attendue par les médias qui ont en premier employé le terme « happy fat ». S'ils avaient pour l'objectif d'attirer l'attention émotionnelle du public féminin et de provoquer le débat, ils y réussirent.

Cette double attitude, plus ouverte et politiquement plus correcte, engendre donc des opinions qui n'insistent plus sur la minceur et selon lesquelles même s'il y a des femmes qui ne sont pas minces, cela ne nuit pas à l'image des Françaises, élégantes et libres.

Ainsi, un article reconnaît qu'il existe des femmes de différentes tailles en France, et il met l'accent sur la pluralité de l'esthétique :

*« Il n'y a pas de femmes d'autres tailles en France ? Bien sûr que si ! Il y a des femmes dont les contours du corps sont potelés, elles ne ressemblent pas aux belles femmes sveltes, mais elles sont tellement exquises qu'elles dégagent une féminité charmante et extraordinaire. Regardons soigneusement les femmes françaises dans les rues de Paris, les grandes, les petites, les minces, les plantureuses, elles sont toutes très belles et distinctes. »* (Article WeChat N°73)

Une lectrice a laissé un commentaire après avoir lu un des articles mentionnés ci-dessus en disant que la mode n'est pas exclusive aux femmes minces :

*« Les filles françaises, même celles qui sont obèses, se plaisent aussi à porter de jolis vêtements. Et elles n'hésitent pas à se faire voir partiellement nues, car elles sont vraiment confiantes ! Il n'y a pas tellement de critères chez elles. Tout le monde a le droit de poursuivre ce qui est beau ! »* (Commentaire sur Article WeChat N°04)

Mais différente du cliché concernant la minceur, déjà bien ancré dans nos impressions sur les Françaises, la diversité des

tailles semble ne pas appartenir à l'originalité de l'image des femmes françaises. Ou plutôt, c'est parce que la diversité devient un terme populaire à l'échelle mondiale qu'on l'attribue aussi aux femmes françaises, qui doivent être le modèle dans tous les aspects de la vie féminine.

Il existe donc une contradiction au sein du consensus social concernant le corps des femmes. Le poids du corps étant lié non seulement à la beauté, mais aussi à la santé, les exigences pour les exercices physiques et pour les régimes semblent raisonnables et fondées. Mais les exigences elles-mêmes constituent une sorte d'aliénation, implicite, mais très ferme. Une solution médiane serait d'exclure la minceur des qualités nécessaires à un mode de vie positif, ainsi que des critères esthétiques jugeant la beauté physique des femmes, tout en insistant sur l'importance des mouvements et des régimes. Un tel discours est finalement approuvé et accepté par la plupart de nos enquêtées qui essaient de vivre heureuses et de s'admirer, mais qui ne sont pas complètement satisfaites de leurs propres tailles. En fin de compte, les normes esthétiques identifiant la minceur à la beauté sont tellement enracinées qu'elles entrent dans la subconscience et qu'elles ne peuvent pas être facilement changées par la tendance actuelle de la dénormalisation qui se situe au niveau conscient.

### **2.3 La beauté et l'âge**

La beauté dans l'image des Françaises est très attachée à celle de la maturité. Ce qui caractérise le style français, d'après les rédactrices de mode qui le recommandent aux lectrices, c'est souvent le fait qu'il n'est pas limité par l'âge et convient davantage aux femmes d'âge mûr. Les articles comme « Comment s'habiller après avoir 30 ans ? Les femmes françaises vous renseignent. » (Article *WeChat* N°07), « Les secrets des femmes françaises de garder l'élégance pour toute

la vie » (Article *WeChat* N° 09) sont populaires sur les réseaux sociaux.

Une grande partie d'articles sur les réseaux sociaux mentionnent l'attitude positive des femmes françaises à l'égard de l'âge. Par contre, cette attitude n'est pas évidente dans le résultat de l'enquête par le jeu d'association des mots : parmi la centaine d'étudiant(e)s enquêté(e)s, seule une a mentionné que les femmes françaises « ne craignent pas la vieillesse ». Cela peut être expliqué par au moins deux raisons. D'abord, l'association des mots a été réalisée auprès des étudiant(e)s ayant environ 20 ans. En pleine jeunesse, ils n'ont pas encore éprouvé d'angoisse liée à l'âge. Ensuite, il n'existe pas d'adjectif ou de terme précis et simple en chinois pour décrire une attitude aisée envers le vieillissement et il est difficile aux jeunes étudiants d'évoquer immédiatement une expression assignée à ce sens.

En fait, à travers les enquêtes qualitatives et plus approfondies, on trouve que ce sens s'inscrit déjà dans le mot « 优雅 » (*you ya* : l'élégance) qui est le plus fréquemment cité par ces jeunes. Contrairement aux mots comme « 可爱 » (*ke ai* : mignon) ou « 甜美 » (*tian mei* : doux et joli) qui évoquent une beauté liée à la jeunesse et la naïveté et qui sont souvent utilisés pour parler des filles asiatiques mais rarement pour décrire les femmes françaises, l'élégance désigne plutôt une beauté qui s'éloigne de la jeunesse et qui exige une expérience de vie qu'on aurait de la peine à posséder en étant jeune et naïf.

### *2.3.1 L'image des femmes françaises « âgées »*

Ce qui impressionne les femmes chinoises en premier lieu, c'est souvent l'insistance des Françaises âgées sur une belle apparence.

Celles qui ont réellement visité la France étaient souvent impressionnées par les vieilles dames françaises qui avaient une apparence soignée.

*« En France, on voit partout des femmes âgées, mais toujours rayonnantes. Elles sont minces, élégantes, raffinées, et très à la mode. Même les dames âgées de quatre-vingts ans se maquillent soigneusement quand elles sortent. »*  
(Article WeChat N° 53)

Pour celles qui n'ont pas eu l'occasion de rencontrer de vraies Françaises dans la vie, les portraits photographiques dans les médias de mode leur montrent de nombreuses images de dames aux cheveux argentés bien coiffés, bien maquillées et bien habillées. Les reportages sur les célébrités dans les médias de la mode renforcent davantage ces images.

Par exemple, un reportage sur Isabelle Hubert dit qu'elle est plus belle que lorsqu'elle était jeune :

*« Il existe des personnes qui n'étaient pas des plus attrayantes en pleine jeunesse, mais après avoir été sculptées par le temps, dans un âge où les autres se fanent, elles arrivent à incarner une beauté rarement acquise. Isabelle Hubert en est une. »* (Article WeChat N° 67)

Un reportage sur Inès de la Fressange dit qu'elle reste un modèle distingué dans la mode même à l'âge de 58 ans :

*« Quand Inès de la Fressange, qui avait 58 ans, a reparu sur la couverture d'Elle, sans cacher les sillons gravés autour de ses yeux et de sa bouche, elle a fait oublier son âge. »* (Article WeChat N°03)

D'après ces articles, les femmes françaises préfèrent ne pas cacher les rides sur leurs visages :

*« Comme les autres vedettes françaises, Sophie Marceau n'essaie jamais de cacher ses rides. Avec ses ressources, elle aurait pu se permettre d'acquiescer les*

*meilleurs produits de beauté et de recourir aux meilleurs chirurgiens esthétiques, mais ce n'est pas le choix qu'elle a fait. » (Article WeChat N°29)*

De nombreux articles ont mentionné un phénomène : par rapport aux vedettes féminines asiatiques et américaines, les Françaises actuellement connues en Chine sont généralement plus âgées. Sophie Marceau, Isabelle Hubert, Julienne Binoche, Catherine Deneuve, ces femmes sont nées avant 1970 et restent encore actives. Quand les actrices chinoises de cet âge commencent à jouer en général des rôles subalternes comme les mères des personnages principaux, la France lance chaque année de nombreux films dont les principaux rôles sont assumés par des aînées. Les lectrices et spectatrices chinoises sont impressionnées par leur maquillage délicat, leur habillement bienséant, mais surtout par leur allure gracieuse avec des expressions vivantes et décontractées sur leur visage.

Les Françaises connues par les Chinoises ont des visages bien différents, mais elles possèdent souvent une féminité commune, quelque chose qu'on considère comme « à la française » : une tranquillité naturelle éloignée de la fatigue et de l'envie. Il s'agit d'une simplicité différente de la modestie « à l'orientale », on dirait une satisfaction de soi. Participent à cette image de tranquillité gracieuse non seulement l'apparence visible des Françaises âgées, mais aussi leurs allures personnelles, les regards des gens qui les entourent et les attitudes de la société à l'égard des femmes âgées.

### *2.3.2 Le stéréotype des femmes âgées chinoises : un « Autre » local*

Ce qui est en contraste avec l'image des femmes françaises âgées, c'est qu'en général la plupart des Chinoises âgées « manquent de style » et « manquent de prise en compte de la beauté ». Ainsi, beaucoup de nos enquêtées soulignent que les

femmes chinoises, devenues âgées, ne peuvent pas se mesurer avec les femmes françaises :

*« Les femmes chinoises, elles deviennent crasseuses et ringardes quand elles sont vieilles, elles n'ont pas le style des femmes françaises! ». (Interviewée N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France)*

Quand Sophie Marceau, qui avait 50 ans, a visité Canton en 2016, les photos et clips d'elle dansant parmi un groupe de danseuses chinoises sur une place publique ont été diffusés dans les médias et les réseaux sociaux chinois et ont provoqué de vives discussions.

« La danse sur la place publique » est une activité collective considérée comme étant réservée aux « 大妈 » (*Da ma* : appellation qu'on utilise dans le nord de la Chine pour désigner des femmes âgées. Utilisée dans le Sud ou sur les réseaux sociaux, cette appellation contient une pointe d'ironie). Différente des autres activités quotidiennes attachées à des *Da ma* comme les courses, les travaux ménagers ou les soins des petits-enfants, la danse est plutôt une activité artistique. On aurait raison de penser que c'est pour cela que l'agent qui a invité Sophie Marceau en Chine l'a fait participer à cette activité.

Nos enquêtées, jeunes ou moins jeunes, admettent que la danse sur la place est une activité bienfaitrice pour les femmes âgées, tant pour leur santé que pour leur esprit, quand il s'agit des autres, y compris leurs mères, ou leurs tantes : « Tant qu'elles ne font pas trop de bruit, c'est bien que ces retraitées puissent faire quelque chose ensemble, faire un peu de sport et communiquer entre elles ». Ceci est le commentaire général sur la danse collective. Mais quand il s'agit d'elles-mêmes, leur jugement change, sauf celles qui participent réellement à cette activité – il y en a peu à cause



de l'échantillonnage de cette recherche. Elles trouvent que cette danse manque de « style ».

Le fait que Sophie Marceau ait dansé sur la place, au lieu d'améliorer l'image de cette activité, a renforcé, par contraste, son aspect négatif. Même si les femmes chinoises qui dansaient autour de Sophie Marceau dans ces photos étaient jeunes et minces, les médias ont opposé indirectement ou même directement l'allure de Marceau au quotidien « disgracieux » des *Da ma*. Un de ces articles s'intitule « Appelle ta maman, fais-lui voir comment Sophie Marceau fait de la danse de place avec du style » (Article *WeChat* N°65) ; un autre, « Est-ce que Sophie Marceau, après avoir fait de la danse sur la place publique, est encore une déesse ? » (Article *WeChat* N°66) Même si ces articles essaient de neutraliser leurs points de vue dans les textes, ils provoquent, avec leurs titres frappants utilisés pour attirer l'attention, de vives discussions mettant en contraste les femmes âgées françaises et chinoises en ce qui concerne le « style ».

Or, d'après nous, les *Da ma* qui dansent sur la place attestent d'un aspect très moderne de l'image des Chinoises âgées. La danse collective, étant une activité esthétique, sociale et de loisir, répond à des besoins assez supérieurs. Dans ce sens, elle ne diffère pas de l'art de vivre représenté par l'image des Françaises âgées. Ce qui est différent, c'est le « style ». Car cette activité, qui s'est développée dans le quotidien moderne du peuple chinois en reprenant des éléments (musicaux et chorégraphiques) nationaux, est purement locale. Mais c'est une activité par laquelle les femmes chinoises âgées cherchent à se dégager des routines des « ménagères traditionnelles » limitées au travail au foyer. Donc par rapport à ces dernières, travailleuses et désintéressées, celles qui dansent sur la place représentent un nouveau mode de vie des femmes âgées consistant à s'amuser, à se donner de la jouissance et à retrouver de la jeunesse et de la liberté. L'image des « ménagères traditionnelles », modelée et recommandée par

la morale traditionnelle, devient une référence négative dont les Chinoises des temps modernes souhaitent se détacher.

Aux yeux de nos enquêtées, les « ménagères traditionnelles » ont vécu une jeunesse beaucoup plus courte que celle des Françaises, et la beauté physique ne les concerne plus lorsqu'elles entrent dans l'âge, alors que cette beauté demeure chez des femmes françaises âgées.

*« Les Françaises se considèrent toujours comme femmes, même dans leur cinquantaine. Mais dans notre pays, les femmes, dès l'âge de cinquante ans, elles se considèrent comme des vieillardes, même pas de vieilles dames, mais vieillardes, sans féminité. C'est énorme, cet écart entre l'attitude des Chinoises et celle des Françaises. Elles [les Chinoises] perdent tout de suite cette envie de se faire belles qu'elles avaient lors de leur jeunesse. »* (Commentaire sur Article WeChat N°10)

En effet, il existe sûrement un lien entre l'état physique et l'âge, et ce lien est plus évident chez les femmes que chez les hommes. Par rapport aux hommes qui vieillissent graduellement, les transitions physiques que les femmes doivent connaître au cours de leur vie se vivent moins paisiblement. La puberté, l'accouchement, la ménopause, ces changements corporels se produisent souvent brusquement chez les femmes. Les femmes perdent leur féminité physique en une courte période, raison pour laquelle l'anxiété des femmes à l'égard du corps est beaucoup plus sensible que celle des hommes. De l'avis de nos enquêtées, cette anxiété n'est pas ingérable. L'image des femmes françaises, différente de celle des Chinoises dites traditionnelles caractérisées par une adaptation passive, nous offre un exemple à même de répondre positivement et aisément à cette anxiété.

*« L'élégance des Françaises semble être innée, comme le vin rouge français qui se corse au fil du temps. [...] Nous, en revanche, nous ne parlons plus de la jeunesse après l'âge de vingt-cinq ans, plus de la jeunesse après trente-cinq*

*ans. Puis, après quarante ans, même celles qui étaient dotées d'une beauté éblouissante ne se soucient plus de leur apparence. Elles ont oublié que la beauté est leur vocation pour la vie. » (Article WeChat N°01)*

Ces phrases sont tirées de l'article sur l'image des femmes françaises le plus lu sur WeChat et sont reprises par plusieurs articles. La dernière phrase, discutable, semble imposer aux femmes la vocation d'être belles. Ce slogan inspire plus d'émotions que de réflexions et constitue un piège qui aliène les femmes d'une autre manière. Mais ce regret pour la beauté éphémère des Chinoises est partagé, et certains l'attribuent aux attentes sociales qui limitent la beauté féminine à l'attraction sexuelle.

Dans *Le Deuxième Sexe*, Simone de Beauvoir attribue l'angoisse de l'âge chez les femmes à leur crainte de perdre leur attraction sexuelle. Elle pense que les femmes sont limitées à un statut où elles sont objectivées par les hommes, contrairement aux hommes qui ont un métier les occupant au-delà des choses de l'amour, et qu'elles ne peuvent maîtriser le monde que par l'intermédiaire des hommes. Les femmes perdant leur fertilité vers l'âge de trente-cinq ans, alors que leur libido et leurs envies atteignent un sommet à cet âge-là, elles s'angoissent et cherchent à prolonger la jeunesse par tous les moyens<sup>4</sup>.

Il est indéniable qu'il existe une relation entre l'angoisse de l'âge et l'attraction sexuelle, et c'est pourquoi les femmes qui cherchent à se délivrer de cette angoisse essaient de conserver une beauté physique par les pratiques esthétiques ou de redéfinir la beauté en l'extrayant des contraintes de l'âge au travers du discours. Mais on découvre dans la vie sociale des Chinoises un phénomène qui ne se conforme pas à ce point de vue attribuant l'angoisse des femmes à leur dépendance vis-à-vis des hommes. Les ménagères dites

---

4 DE BEAUVOIR, Simone. *Le deuxième sexe*. Paris : Gallimard, 1976.

« traditionnelles », celles qui dédient leur vie au travail ménager et à la vocation maternelle, surtout celles qui sont issues des milieux populaires, n'éprouvent pas cette angoisse liée à la beauté physique qui se fane avec l'âge. Selon des femmes qui se prétendent « modernes », les femmes traditionnelles s'abandonnent.

*« En général, les Chinoises manquent de confiance et d'intention de conserver leur beauté. En France, on voit partout des femmes âgées avec du style. Mais en Chine, après avoir donné naissance, les femmes consacrent la plupart de leur énergie à s'occuper des enfants. Du fond de leur cœur, elles ne pensent plus qu'elles sont jeunes. Leur visage et leur corps révèlent leur âge. Elles ne se soucient pas du fait que les autres leur demandent leur âge. D'ailleurs elles se moquent souvent d'elles-mêmes comme étant déjà vieilles. » (Article WeChat N°28)*

Pour expliquer ce phénomène, certains prétendraient que la beauté physique relève de besoins supérieurs aux nécessités de la vie dont ces femmes se soucient en priorité ou même exclusivement, ainsi elles n'ont ni les moyens ni le loisir de soigner leur apparence. Mais la hiérarchie des besoins ne peut pas expliquer le fait que certaines d'entre elles, même si leurs conditions de vie se sont améliorées, ne s'intéressent pas à rendre plus belle leur apparence, mais préfèrent consacrer leur temps et leur argent à améliorer la qualité de vie de leur famille.

En fait, pour ces femmes, chez qui s'enracinent les idées traditionnelles, l'attirance sexuelle doit céder sa place à la maternité dès lors que leur fonction reproductive est accomplie. Cette maternité comprend non seulement les soins aux enfants, mais aussi les soins au mari à la place de la mère de ce dernier. Au niveau purement moral, la maternité n'a rien à voir avec l'attirance sexuelle et la beauté extérieure, et on considérerait même que les mères les plus qualifiées sont celles qui font preuve d'abnégation. L'apparence, peu importe

qu'elle soit rajeunie ou vieillissante, leur est indifférente. La beauté physique trop mise en évidence peut même être honteuse aux yeux de certains, car elle est considérée comme étant un signe d'égoïsme et de désir immoral. Même celles qui dépendent financièrement de leurs époux ne se soucient pas de cultiver leur attirance sexuelle de façon à attirer les hommes, car ce sont les attentions, plutôt que la sexualité, qui attachent leurs maris à elles. « Prenez des amantes belles, mais pas la peine d'épouser une belle », entend-on dire les hommes. Il existe même des hommes qui n'espèrent pas que la beauté de leur épouse se voit, car ils la considèrent comme étant leur possession et ne souhaitent pas qu'elle soit convoitée par d'autres. Il y a mille raisons de critiquer ce discours porteur de machisme, mais cela incarne une réalité d'une grande partie des familles chinoises. Ainsi, les femmes ne s'inquiéteront pas de leur apparence physique à condition qu'elles se contentent de leur position dans la famille, position abritée également par ces mêmes règles sociales et traditionnelles. « La femme que l'on a épousée quand on était pauvre ne doit pas être écartée quand on est riche » (糟糠之妻不下堂 : *zao kang zhi qi bu xia tang*) est une expression célèbre qui rend compte de ces règles. Si un homme abandonne son épouse à cause de sa beauté fanée, il sera blâmé par la société. Même si les familles ont beaucoup évolué depuis des années, les préconceptions culturelles garantissent toujours d'une certaine manière l'équilibre et la tranquillité entre les membres de la famille. Quand les enfants ont grandi, et surtout quand ils réussissent dans la vie professionnelle et personnelle, ces mères se félicitent d'avoir bien accompli leur vocation et d'avoir atteint cet âge de récolte. Elles sont fières de leur visage dévasté par le labeur, manifestation de leur sacrifice et de leur mérite. Si elles éprouvent quand même quelque sorte d'angoisse liée à l'âge, ce n'est pas à cause de la crainte de perdre leur charme sexuel, mais de celle de perdre la santé leur permettant de continuer à s'occuper de la famille. Les *Da ma* qui dansent

sur la place publique diraient qu'elles dansent pour leur bien-être, surtout pour leur santé, car elles ne veulent pas devenir un fardeau pour la famille. Bien sûr qu'elles aussi, elles aiment ce qui est beau, comme tout le monde, mais ce n'est pas leur souci prioritaire. Quand elles peuvent se vêtir de costumes colorés et participer maquillées à une représentation, elles en sont joyeuses du fond du cœur. Elles ont inventé ainsi leur propre pratique esthétique dans leur vie quotidienne et sociale, c'est ce dont elles se récompensent leurs années de labeur. Renoncer à la beauté physique extérieure ou dévaloriser la sexualité peut être une stratégie psychologique efficace pour les femmes en général afin de résoudre l'angoisse liée à l'âge. Mais pour le groupe dit des femmes traditionnelles, ce n'est pas une stratégie à laquelle elles recourent. Elles sont passivement soumises à ce statut sans le savoir, mais la plupart d'entre elles n'en souffrent pas. Autrement dit, elles ont intériorisé ce statut.

Nous voudrions laisser de côté la discussion sur le contre et le pour de ce statut pour l'instant, car cet esprit d'abnégation, même si analogue au statut où les femmes sont aliénées et objectivées – ainsi que le définissent les féministes – représente la suprême vertu des femmes chinoises depuis des milliers d'années, et a garanti d'une certaine manière le bien-être des familles traditionnelles, y compris celui des femmes. Ce qui nous intéresse pour le moment, c'est le fait que l'image des *Da ma* constitue un Autre local pour la plupart de nos enquêtées, une référence s'opposant à l'image des Françaises qui, elle, se présente comme un Autre étranger.

Ainsi nous dit une enquêtée dans sa trentaine, donnant à entendre qu'elle ne sera jamais pareille à ses aînées :

*« Quand on sera vieille, on sera aussi la plus belle parmi les Da ma qui dansent sur la place. »* (Interviewée N°14, 34 ans, mariée, 1 fils, employée d'une entreprise sino-française, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Une autre dame, de la cinquantaine, qui pratique la Zumba, une danse sportive d'origine occidentale, dans les salles de gym haut de gamme dans les métropoles chinoises, nous parle des femmes chics qu'elle a rencontrées un peu partout dans le monde en faisant de la Zumba. Elle refuse de se classer dans le groupe des *Da ma*, mais veut également se différencier des jeunes :

*« Je ne me place jamais parmi les Da ma qui dansent sur la place. La Zumba, c'est très populaire dans le monde entier. Et les meilleures danseuses ne sont jamais des jeunes de la génération post-90. »* (Interviewée N°15, mariée, née dans les 1960, 1 fille, enseignante universitaire retraitée)

La danse collective n'est qu'une des pratiques sociales qui regroupent et représentent les gens. Quand nos enquêtées disent qu'elles refusent de danser sur la place, ce qu'elles refusent, c'est de s'intégrer à ce groupe. Les *Da ma* qui dansent sur la place, elles non plus, ne se pensent pas appartenir au groupe des femmes traditionnelles. Nous nous demandons si les femmes dites traditionnelles, qui se sacrifient volontiers de manière désintéressée jusqu'à la fin de leur vie, existent réellement. Toutes les femmes que nous avons interrogées, même les ménagères les plus diligentes, les moins ouvertes et les moins éduquées, expriment plus ou moins leurs envies de se libérer des responsabilités imposées par les autres membres de la famille et de se plaire à elles-mêmes de temps en temps. Dans un sens, les femmes dites traditionnelles constituent aussi un Autre imaginé tout comme l'image des Françaises. Mais contrairement à ces dernières, cet Autre local existe comme un repère duquel les Chinoises modernes veulent s'éloigner.

### *2.3.3 Les stratégies inspirées par les femmes françaises contre l'angoisse de l'âge*

Selon les énoncés qui expriment l'admiration pour la beauté des femmes françaises âgées, la différence entre les Chinois et les Français, c'est que l'esthétique chinoise n'apprécie que la jeunesse, de sorte que les femmes chinoises, face à l'angoisse de l'âge, n'ont que deux choix : tout essayer pour garder la jeunesse ou s'abandonner.

*« Franchement, en Chine, actuellement, les options ouvertes aux femmes d'âge moyen sont très limitées : l'option A, perdre du poids grâce à tous ses efforts, accepter la chirurgie esthétique, se nourrir de collagène, tout faire pour rester jeune en apparence ; l'option B, accepter le fait d'être déjà vieillie, s'abandonner et devenir une femme sans féminité. Chez nous, il n'existe pas d'option C, qui serait de respirer de la beauté et du charme qui correspondent à cet âge. »*  
(Article WeChat N°49)

Il faut d'abord savoir pourquoi on croit en général que les femmes chinoises n'ont pas cette option C. Ce qui prive les femmes âgées de la beauté, c'est le consensus social qui considère que l'attraction sexuelle est la fonction unique ou du moins prioritaire de la beauté féminine et que la vie s'écoulant étape par étape, l'amour sexuel ne peut exister que lors d'une très courte étape qui est celle de la jeunesse. En fait, les femmes âgées ne sont pas le seul groupe qui est privé de la beauté physique en Chine : les adolescentes non plus n'ont pas le droit de se faire belles, car elles n'ont pas atteint cette étape de la vie où est permis l'amour de s'épanouir. Et les hommes, pour qui les préoccupations prioritaires doivent être leur carrière professionnelle et leur situation financière, ne profitent pas tant de la beauté physique quand il s'agit de l'attraction sexuelle.

Bien sûr, le consensus social chinois est en train d'évoluer et c'est pourquoi émergent sur les réseaux sociaux tous ces



points de vue qui présentent ce qui se passe en France et qui le mettent en contraste avec la réalité chinoise afin de critiquer ce qui est censé être suranné et phallogocentrique en Chine et de créer un environnement socioculturel plus favorable aux femmes.

Pour montrer que l'environnement socioculturel en France est moins malveillant quant au vieillissement des femmes, une autrice de self-média mentionne la différence entre les photos des célébrités féminines sur les médias français et celles sur les médias chinois. D'après ses observations, l'apparence vieillie des célébrités féminines est très tabouïisée sur les médias chinois, mais ordinaire sur les médias français.

*« Si vous tapez Sophie Marceau sur un moteur de recherche de France et sur celui de Chine, vous aurez des résultats totalement différents. Ce qui ressort du Google France, ce sont des photos prises pendant ces dernières années. Vous verrez qu'elle a un visage sillonné avec un sourire paisible. En revanche, vous aurez peine à y trouver les photos de sa jeunesse, toutes raffinées et splendides, comme celles qui ressortent du moteur chinois. L'analogie arrive aussi aux vedettes chinoises, par exemple, Carina Lau (刘嘉玲) qui a cinquante ans maintenant. On peut trouver facilement ses photos récemment prises, mais sur toutes ces photos qu'on peut trouver éditées, on n'y voit ni de ride ni de tache. On a l'impression qu'elle a été très capable de "congeler" son âge, mais en réalité, c'est parce que les photos brutes ne peuvent pas être transmises. »*  
(Article WeChat N°29)

« Avoir son âge congelé » est une expression souvent employée pour complimenter la belle apparence des femmes de plus de quarante ans. La congélation est le moyen qui permet de garder des éléments en état de fraîcheur et de les empêcher de s'abîmer. Cette expression qui assimile le vieillissement à la pourriture est souvent utilisée pour décrire les vedettes asiatiques ou américaines, ainsi que pour promotionner les produits de beauté. Curieusement, bien que les marques françaises vendent de nombreux produits « anti-

âge » en Chine et que cette expression est aussi utilisée par ces marques, on l'emploie rarement pour décrire l'apparence des Françaises. Quand on décrit les visages des Françaises, on essaie de donner un sens plus profond à leurs rides.

*« En France, on voit partout des publicités sur lesquelles les visages sont bien sillonnés, on peut au moins y entrevoir l'esthétique des Françaises : elles ne poursuivent pas une belle apparence unifiée, elles souhaitent embellir leurs propres caractéristiques. En fin de compte, les rides ne sont pas l'ennemi de la beauté, mais un accessoire offert par l'âge. » (Article WeChat N°14)*

La beauté intérieure est aussi ce qui fait apprécier la beauté des femmes françaises aux femmes chinoises. Par exemple, sous un article qui a montré les photos récentes de Brigitte Bardot, « obèse », « débraillée » et « toute décoiffée », à côté de photos splendides de sa jeunesse, un commentaire a essayé de définir sa beauté par des éléments spirituels :

*« L'âge ne décide pas de la beauté. L'esthétique des médiocres se limite aux besoins physiques et ne peut pas atteindre les niveaux artistique et spirituel. Elles sont rares, les femmes comme Brigitte Bardot, octogénaires avec un tel style distingué. On dit qu'elle est toute débraillée et décoiffée, en fait cela incarne exactement la liberté et le romantisme poursuivis par les Français. Plus elle est proche de la nature, plus elle est belle. Elle n'a jamais besoin de se parer délibérément. » (Commentaire sur Article WeChat N°59)*

Un autre exemple de vedettes féminines françaises âgées, c'est Catherine Deneuve. Quand nos enquêtées parlent de son apparence qu'elles voient sur les photos, elles s'émerveillent souvent de son allure distinguée. Les articles qui parlent de sa beauté n'oublient pas de mentionner l'histoire de sa vie et de ses mérites dans l'industrie cinématographique de France et tendent à expliquer la beauté par des qualités intérieures.

*« Si le temps peut rendre une femme plus élégante, les changements se font sûrement au niveau de l'esprit et de l'humeur, car la beauté va de l'intérieur à l'extérieur. »* (Commentaire sur Article WeChat N°67)

Pour expliquer la différence entre les attitudes françaises et chinoises à l'égard de l'âge des femmes, certains articles ont abordé des facteurs sociaux.

D'abord, les traditions. Définir la beauté en y incluant les qualités intérieures est un principe qui découle des valeurs chinoises traditionnelles. On définit la beauté féminine par la maternité et l'abnégation. Travailleuses, courageuses, bienveillantes, ce sont les adjectifs souvent employés pour décrire les vertus des femmes chinoises. Or, ces vertus se basent sur l'abandon des désirs personnels et de l'attraction sexuelle alors que dans l'imaginaire des Chinoises, les Françaises qui mettent en valeur l'âge et la maturité n'excluent point l'attraction sexuelle.

Ensuite, le regard masculin. On dit souvent que les hommes français adorent les femmes plus âgées, et l'on cite le président Macron en exemple. Pour argumenter du fait que les femmes âgées sont plus attirantes en France, une vlogueuse chinoise a même invité dans un de ses vlogues un homme français et a discuté avec lui sur ce qui séduit les hommes français chez les femmes d'âge mûr (voir : vlogue *Le petit Livre rouge* N°2). Malgré le refus d'être objectivées par les hommes, ce qui devient une tendance et un slogan dans les mouvements féministes du monde entier, l'amour reste un sujet important dans la vie des femmes. L'envie d'aimer et d'être aimées par les hommes, tant naturelle que sociale pour les femmes hétérosexuelles, s'accompagne souvent d'un sentiment de perte de soi. Si les efforts pour préserver la jeunesse physique sont considérés comme des réactions qui répondent au regard masculin et qui s'adaptent à l'objectivation, une autre stratégie, psychologiquement plus active, est de prétendre que « ce n'est pas les femmes

qui doivent changer, c'est le regard des hommes qui doit évoluer ». Les hommes français sont ainsi cités en référence pour décrire un environnement socioculturel plus favorable aux femmes âgées. Ainsi, on trouve des articles qui se moquent même du goût des hommes chinois :

*« Les hommes chinois n'adorent que les jeunes filles, parce que les femmes mûres possèdent un esprit trop fort pour qu'ils les maîtrisent. C'est dommage pour eux ! »* (Commentaire sur Vlogue *Le petit Livre rouge* N°2)

Sur les réseaux sociaux, on utilise souvent une combinaison de trois adjectifs – « *bai, shou, you* » (白瘦幼, blanche, mince, puérile) – pour résumer sarcastiquement la beauté féminine sous le regard masculin chinois. Et selon les points de vue qui critiquent les goûts des hommes chinois, les hommes français sont plus aptes à apprécier la beauté des femmes mûres.

*« Les femmes chinoises n'ont pas autant de chances que les femmes françaises. D'après la culture esthétique partagée par les hommes français, les femmes vers l'âge de quarante-cinq ans sont les plus belles. Dans ce pays où on apprécie le charme et l'expérience des femmes, on croit que les femmes ne possèdent le charme caractérisé par la maturité qu'à partir de cet âge. [...] En France, de nombreux garçons autour de la vingtaine adorent les femmes proches de la quarantaine. Un homme avec une femme plus âgée de trois à dix ans, c'est très normal en France. »* (Article *WeChat* N°43)

Aux yeux des femmes chinoises, l'image des femmes françaises est légendaire surtout pour le charme et l'élégance qu'elles conservent en vieillissant. Nous revisiterons le problème de l'âge dans un chapitre ultérieur sur l'amour. En termes de la beauté d'apparence, l'image de cet Autre reflète la distinction des femmes chinoises elles-mêmes : cette image s'oppose d'un côté à la plupart des femmes chinoises âgées, qui n'accordent que peu d'attention à l'apparence, et de l'autre côté, à l'aliénation engendrée par l'angoisse liée à l'âge et à

l'apparence. Cette image est à la fois encourageante pour les femmes chinoises, surtout pour celles qui sont d'âge moyen, qui parlent le plus souvent de beauté et d'âge, mais aussi décourageante tant elle est trop idéalisée et trop éloignée de la réalité chinoise.

### **3.4 La beauté extérieure émanant de l'intérieur**

Dans la section qui précède, nous avons abordé la relation entre l'âge et la beauté affichée par l'image des femmes françaises. La beauté à même de dépasser la limite de l'âge suppose des qualités intérieures qui peuvent être représentées et valorisées par la perception esthétique. En effet, dans les représentations de l'image des femmes françaises et dans les discussions sur la définition de la beauté, on discute souvent de l'opposition et de l'union entre le corps et l'esprit et entre le matériel et le spirituel. Les opinions publiées sur les réseaux sociaux sont différentes et parfois contradictoires : on aspire à des vertus spirituelles, mais aussi à des jouissances corporelles; on admire et poursuit les objets esthétiques, mais on essaie aussi de s'opposer au matérialisme et au consumérisme. En fin de compte, si les femmes chinoises considèrent « la tyrannie de la beauté<sup>5</sup> » comme une aliénation majeure, elles n'ont aucune intention de renoncer à la beauté physique. Lorsqu'elles parlent de la beauté des femmes françaises, elles essaient de la définir comme un résultant d'un mode de vie et non d'un objectif à atteindre, et de la lier à des valeurs spirituelles et culturelles. Dans cette section, nous analyserons des discours qui décrivent la beauté des femmes françaises en l'opposant à la beauté dite vaniteuse et superficielle.

---

5 CHOLLET, Mona. *Beauté fatale : les nouveaux visages d'une aliénation féminine*. Paris : La Découverte, 2015.

### *3.4.1 La consommation esthétique*

L'image des femmes françaises en Chine est assez contradictoire quand il s'agit du sujet du consumérisme.

D'un côté, l'image de la France est très attachée à la consommation des produits de luxe. Et comme les femmes chinoises constituent une clientèle importante des marques françaises de luxe, l'image des femmes françaises est naturellement liée à celle du luxe.

Une de nos interviewées, en exprimant son adoration pour les marques européennes de mode et de luxe, nous a expliqué ses idées sur les stéréotypes des femmes françaises que ces marques utilisent et favorisent en même temps.

*« Pourquoi on adore les femmes françaises ? Je crois que l'une des raisons les plus importantes c'est que les marques de luxe sont françaises. Les femmes qui sont capables d'acheter ces marques sont probablement bien loties du point de vue éducatif et financier. Comme elles utilisent souvent ces produits, elles offrent naturellement une meilleure image aux autres. Il est vrai que les produits de luxe peuvent aider à créer un meilleur physique. [...] Et ces marques de luxe, elles aiment aussi se parer de l'étiquette de l'élégance à la française : "notre marque issue d'un pays élégant, vous pouvez devenir aussi élégante en achetant nos produits". C'est tout simplement un acte de commerce, je crois. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Même si cette interviewée se rend compte que ces images sont construites pour séduire la clientèle, elle choisit d'adhérer aux valeurs que ces images évoquent :

*« Mais c'est bien, les produits de ces marques européennes, vraiment. C'est irrésistible. [...] En portant ces marques, je me sens indépendante, brillante, forte... »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

De l'autre côté, malgré la relation étroite entre l'image de la France et les marques de luxe, l'image des Françaises est souvent mentionnée comme exemple contre le consumérisme. Un des stéréotypes des femmes françaises, souvent mentionné sur les réseaux sociaux, prétend que « les Françaises n'utilisent pas de produits de luxe ».

Presque toutes les femmes chinoises qui s'intéressent à la mode ont eu plus ou moins connaissance des sacs Birkin d'Hermès : la forme, le prix, et les strictes conditions qui ne permettent qu'aux VIP d'en commander un. En raison de la fréquente apparition de ces sacs accompagnant des célébrités dans les médias, les Chinoises les connaissent comme étant l'étiquette la plus reconnaissable des femmes riches. Le nom « Birkin » s'y est même traduit par le terme « 铂金 » (*bo jin* : platine, le métal plus précieux que l'or, car la prononciation en chinois de « platine » est proche de celle de « Birkin »). Mais une anecdote couramment racontée sur les réseaux sociaux chinois a rompu le lien entre le luxe et les femmes françaises : Jane Birkin, l'icône qui représentait les Parisiennes et sous l'inspiration de laquelle le gérant de la maison Hermès avait créé le sac, n'appréciait guère le sac Birkin et préférait le panier en osier qu'elle portait tout le temps. Le panier en osier est devenu l'accessoire le plus « à la française » dans les portraits qui illustrent dorénavant la mode et le style. Quoi de mieux qu'une image du groupe le plus proche du luxe pour briser les bulles illusoire du luxe ?

Dans un article intitulé « Pourquoi les Françaises n'achètent pas les sacs des marques de luxe ? » (Article *WeChat* N°12), l'autrice chinoise a raconté une conversation avec ses amies françaises qui étaient des épouses des expatriés dans des entreprises françaises en Chine :

La conversation a commencé par une interrogation sur la vénération des Chinois pour les produits de luxe. En effet, chaque fois que leurs maris retournaient en France, les collègues chinois, qui étaient les subordonnés de ces premiers

et donc moins rémunérés, leur demandaient d'acheter et de rapporter pour eux des produits de luxe, ces femmes au foyer françaises se demandaient pourquoi ces Chinois adoraient tellement le luxe, et elles ont demandé à l'autrice : « D'où vient l'argent de ces Chinois ? » Mais l'autrice a renvoyé la question à ses amies françaises en leur demandant pourquoi elles n'en achetaient pas, le prix n'étant pas inaccessible pour elles. Ces Françaises ont répondu : « ce qui est inaccessible, ce n'est pas le sac de Chanel, c'est tout ce qui doit l'accompagner pour faire un ensemble, comme les vêtements, les bijoux et les logements plus luxueux ». Elles disaient qu'elles ne voulaient pas « faire semblant d'être membres d'une classe plus élevée ».

Après avoir mis en comparaison les habitudes de consommation entre les Chinois et les Français, l'autrice a exprimé par la suite son adhésion aux valeurs partagées par les Françaises :

*« Mes copines françaises et moi, nous ne sommes jamais amateurs de marques de luxe. [...] Si j'ai une somme d'argent superflue, je donnerai priorité à un voyage familial; j'achèterai quelque chose qu'on peut utiliser à la maison; je paierai la femme de ménage pour quelques heures de plus de service et un peu plus de temps pour moi; je ferai quelque chose que j'avais toujours eu envie de faire, mais que je n'avais pas eu l'occasion de faire, comme de la plongée, du ski, du parachutisme...; à la limite, pour me satisfaire, j'achèterai une tenue de marque à laquelle j'étais habituée. De toute façon, je ne vais pas économiser une somme d'argent juste pour acheter un sac de lux. » (Article WeChat N°12)*

Sur Le petit Livre rouge, une vlogueuse chinoise travaillant en France a aussi fait une comparaison entre les attitudes des Chinoises et des Françaises envers les produits de luxe dans un vlogue intitulé « Les Français achètent-ils des contrefaçons de marques de luxe ? » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°3) Elle a d'abord raconté une expérience, que beaucoup de jeunes



Chinoises ont connue de façon similaire en France : le sac de luxe qu'elle a porté au travail était soupçonné par une collègue française d'être une contrefaçon. La vlogueuse a expliqué dans ce clip : bien qu'elle ait été très offensée à ce moment-là, elle a compris plus tard que c'était un malentendu, ce n'était pas que sa collègue française a des problèmes avec les Chinois, mais c'était parce que les Français avaient une attitude assez différente à l'égard des produits de luxe. Ensuite, elle a raconté deux anecdotes sur les Français qui sont allés tout spécialement à la recherche de contrefaçons pendant leurs voyages en Chine, juste pour confirmer que les Français s'intéressent aux contrefaçons, mais qu'ils en parlent franchement. Elle a expliqué la raison pour laquelle ils peuvent admettre franchement qu'ils ont acheté des contrefaçons sans se sentir honteux, c'est que les produits de luxe ne leur sont pas aussi importants et enviables. La vlogueuse a enfin expliqué ses opinions sur la différence de l'attitude envers le luxe entre les Françaises et les Chinoises : bien que les Français s'intéressent aussi au luxe, ils se soucient peu du regard des autres et ne paient que pour ce qui leur plaît, parce qu'ils sont plus individualistes que les Chinois qui achètent souvent du luxe pour le regard des autres. Elle a raconté le changement de sa propre attitude sous l'influence des Françaises :

*« J'avais déjà un salaire équivalant au niveau de revenu de la classe moyenne en France quand j'ai débuté mon travail. Mais j'ai choisi de louer un petit studio de 20 m<sup>2</sup>, je sortais très peu, et je travaillais à temps partiel comme intermédiaire d'achats de produits de luxe, j'ai fait tout cela juste pour économiser de l'argent afin d'acheter mon premier sac Chanel, parce qu'à l'époque, j'étais convaincue qu'un sac Chanel était un must pour une fille. [...] Les Françaises de mon âge que je connais ne feront jamais tel choix. Certes, elles achètent des produits de luxe quand elles veulent, mais elles feront d'autres dépenses qu'elles trouvent plus importantes avant de s'offrir un sac de luxe. Elles vont au restaurant et au bar, elles vont au théâtre et au cinéma,*

*et surtout, elles partent sûrement en vacances chaque année. Je trouve que pour les Français, la consommation la plus importante est celle d'expériences de vie. Sous leur influence, mon attitude a aussi évolué. Quand ma situation financière ne me permet pas de posséder à la fois une excellente expérience de vie et d'acheter des produits de luxe, je donnerai forcément la priorité à l'expérience de vie. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°3)*

Dans un article intitulé « Pourquoi les Françaises sont plus dignes des produits du luxe », l'autrice qui travaille dans le métier du luxe dit que les jeunes utilisant les produits de luxe paraîtraient très ridicules en France, même s'ils sont issus de familles riches, parce que ce qui est défini comme « enviable » est très différent chez les Français de chez les Chinois.

*« Une fille chinoise de 23 ans trouverait probablement qu'elle peut gagner plus d'attentions et de "like" en montrant une photo de son sac Louis Vuitton sur Weibo. Mais une fille française de cet âge ne ferait jamais pareil. [...] Les filles françaises mettent tout leur argent et leur énergie dans ce qu'elles aiment et dans ce qui leur apporte de la joie, comme les livres, les sports, les voyages, l'art, ou tout simplement, le temps avec la famille. » (Article WeChat N°78)*

Il est à noter que ces articles ci-dessus ne s'opposent pas à la consommation du luxe. En effet, une attitude entièrement opposée à la consommation du luxe ne répond pas à leur intérêt. Les autrices de ces articles sont attachées à la culture française et à l'image de la France et des Françaises et elles sont aussi porte-parole des marques françaises en quelque sorte : elles font des publicités ou vendent des produits du luxe à travers les médias sociaux, ou travaillent dans le luxe comme l'autrice du dernier article. Il leur est nécessaire de distinguer la consommation esthétique de la consommation ostentatoire et aliénée. L'image des femmes françaises est donc utilisée pour représenter une attitude raisonnable envers la consommation.

Comme dans le dernier article cité ci-dessus, après avoir confirmé que les Françaises – plus spécifiquement, les jeunes Françaises – n’ont pas l’habitude d’utiliser les produits de luxe, l’autrice a changé de ton pour exprimer une attitude favorable au luxe et aux femmes françaises qui utilisent les produits de luxe.

*« C’est probablement pour ça que tant de marques de luxe sont françaises. Les expériences de jeunesse et les recherches du soi et de la vie rendent toutes les filles indépendantes et autosatisfaites. Elles sont assez autonomes et libérées pour ne pas être détournées par l’amour, le luxe et les cadeaux coûteux des hommes et ne pas être angoissées par le temps qui s’écoule. Seules telles femmes peuvent vraiment posséder des produits de luxe : puisqu’elles peuvent se maîtriser et maîtriser ces biens si coûteux et si précieux. »* (Article WeChat N°78)

Curieusement, parmi toutes les sortes de produits de luxe, c’est le sac qui est le plus ciblé par les critiques concernant le consumérisme. C’est probablement parce que les marques et les prix des sacs sont plus reconnaissables et que le sac est l’objet le plus identifiable et le plus symbolique quand il s’agit de la consommation féminine et de l’identité féminine.

Les sacs de luxe que « les femmes françaises n’utilisent pas » ne semblent pas représenter l’attitude globale des femmes françaises, car elles sont les utilisatrices d’autres produits haut de gamme.

Par exemple, on dit que les Françaises ne consomment que des produits délicats et refusent la malbouffe.

*« Les femmes françaises préfèrent un morceau de chocolat noir de bonne qualité à une douzaine de barres chocolatées bon marché. »* (Article WeChat N°44)

Pour les vêtements aussi, il est dit qu’elles dépensent plus aisément pour une pièce haut de gamme plutôt que pour une douzaine de pièces bas de gamme.

*« Les femmes françaises n'achètent que du superfin. Une Française mettrait la moitié de son salaire mensuel pour une robe qui lui va bien, au lieu d'acheter un tas de vêtements pimpants, mais ne convenant pas à leur propre beauté. »*  
(Article WeChat N°27)

Des points de vue mentionnés ci-dessus, on peut tirer deux remarques suivantes : premièrement, les critiques s'attaquent principalement aux jeunes femmes qui ne gagnent pas encore assez d'argent pour se procurer des produits coûteux ; deuxièmement, la consommation des produits de luxe elle-même n'est pas blâmable, mais elle doit être coordonnée aux autres domaines de la vie, comme le confort de la vie quotidienne, et céder place aux autres types de consommation, comme celle qui enrichit l'esprit et elle doit rester raisonnable afin de ne pas nuire aux expériences de la vie.

Il existe un lien étroit entre la consommation du luxe et le regard des autres. Apparemment, le critère le plus important pour distinguer la consommation autosatisfaisante de la consommation ostentatoire est de juger si les femmes paient pour plaire à soi-même, ou pour plaire aux autres. Mais c'est un problème compliqué dans la société chinoise où règne la culture collectiviste, mais grimpe l'individualisme. Le regard des autres est omniprésent jusqu'au point où le sentiment d'autosatisfaction vient souvent du regard respectueux ou envieux des autres. Les femmes qui sont les principales consommatrices du luxe en Chine ne peuvent pas ne pas tenir compte du regard des autres. En réalité, même si les femmes tiennent à l'idée de se plaire à elles-mêmes, elles éprouvent souvent une perplexité inexplicable quand elles paient pour le superflu. Dans une conversation portant sur le sujet féminin, une étudiante parle de sa confusion dans la consommation.

*« Quand j'achète, par exemple, un rouge à lèvres, je me dis toujours que j'achète pour me plaire. Cela me fait plaisir de me rendre plus belle. Mais si je réfléchis bien, je me demande si c'est vrai. Je ne veux vraiment que me plaire ? »*

*Les publicités disent toujours qu'une femme doit se traiter mieux, et qu'on peut s'acheter ce qu'on veut pour se plaire. Mais n'est-ce pas pour les hommes? En fin de compte, en mettant ce rouge à lèvres, j'espère que les hommes me trouveront belle et m'aimeront.* » (Interviewée N°21, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire)

Une autre étudiante lui a répondu que le plaisir peut aussi provenir du lien avec un autre.

*« Mais cela te fait aussi plaisir d'être aimée par les hommes, non? En fin de compte, ce qu'on fait, c'est toujours dans le but de se plaire. »* (Interviewée N°22, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire)

D'ailleurs, lorsqu'il s'agit du lien entre la consommation du luxe et le regard des autres, ces « autres » ne signifient pas seulement l'autre sexe. Il se produit souvent une rivalité dans l'achat des produits de luxe au sein du groupe des femmes. Les hommes connaissent moins bien que les femmes les marques de sacs et leurs prix. Ces produits de luxe étant un objet d'identification, permettent aux femmes de s'identifier et de se distinguer entre elles : les articles portés par chacune reflètent les valeurs partagées par toutes.

Des slogans du genre « Une femme doit se traiter mieux » ont été lancés depuis une vingtaine d'années et ils sont encourageants. Vu la situation d'oppression et d'objectivation des femmes pendant des milliers d'années en Chine, l'autolibération est indispensable pour le mouvement féministe. Mais quand l'idée de cette autolibération et autosatisfaction est empruntée avec pour intention de promouvoir la consommation, elle risque de devenir un prétexte à des désirs déraisonnables et de reproduire une autre forme d'aliénation. Ainsi que l'écrit l'auteur de l'article « Pourquoi les Françaises n'achètent pas les sacs des marques de luxe? » vers la fin de l'article :

*« Les Chinois se préoccupent de la “face” depuis toujours, et depuis ces années, ils se laissent fasciner par l’argent. En portant un sac de luxe dans la rue, on suggère aux autres et à soi-même : “comme je suis capable d’acheter ce sac, je mérite donc une meilleure vie, et je suis une femme de valeur.” Sa mentalité a changé à cause de ce sac : elle se croit désormais plus confiante, satisfaite, aimée, respectée, enviable... Les femmes chinoises sont opprimées depuis des milliers d’années, nous avons besoin d’une référence visible pour manifester notre propre valeur. Le statut, la capacité, l’amour, etc., tout cela est trop abstrait pour être mesurable. » (Article WeChat N°12)*

En résumé, l’image des femmes françaises est très attachée à celle du luxe, comme le montrent de nombreuses marques françaises connues en Chine, mais elle constitue aussi un symbole d’anti-consommation aux yeux des femmes chinoises. Évoluant au sein d’une société de consommation, les femmes chinoises se plaisent à s’exprimer et à s’affirmer à travers leurs pratiques de consommation, mais craignent aussi de s’y perdre. Les femmes françaises leur servent de modèle en ce qu’elles réussissent à préserver leur identité dans cette société de consommation. Les femmes chinoises utilisent ce modèle moins pour critiquer une consommation ostentatoire que pour encourager une consommation qui leur offre un type de plaisir esthétique et supérieur.

### *3.4.2 « Wen yi » : la beauté intellectuelle*

Si les pratiques de consommation esthétique présentées par l’image des femmes françaises sont considérées comme supérieures et non ostentatoires, c’est parce qu’on y attribue des qualités abstraites et idéalistes.

*« Les femmes parisiennes ne portent pas de montres en or coûteuses ni de sacs de marques de luxe. Mais elles ont sur elles des romans de Camus, des essais de Montaigne, ou des poèmes de Paul Eluard; et elles parlent de Sartre, de Foucault ou de Duras dans les conversations.*

*Elles ne se laissent pas fasciner par les produits de luxe et s'opposent au consumérisme, mais elles savent déguster les desserts délicieux et de l'eau minérale gazeuse, et elles peuvent repérer par le goût de bouchon une bouteille de Bordeaux.*

*Les Parisiennes, avec un cigare à la bouche et un béret sur la tête, récitent des poèmes et chantent des chansons en français. Les âmes libres ne s'éteignent jamais. Ce qui brille chez elles, ce n'est pas les biens qu'elles possèdent, mais l'humanité. Ça, c'est la représentation de la richesse spirituelle. » (Article WeChat N°58)*

Bien que ces descriptions abondent en stéréotypes, l'image construite est largement appréciée en raison des qualités intellectuelles qu'elle présente. Non seulement les livres, mais aussi d'autres éléments peu liés aux activités intellectuelles, comme le béret et le tabac, sont devenus des symboles des qualités intellectuelles des Françaises en raison de l'association entre ces éléments et l'image des intellectuels français.

Un autre article décrit les qualités intellectuelles des femmes françaises au travers de leur habitation en la comparant à celle des Américaines :

*« J'ai partagé auparavant les photos des maisons de nombreuses vedettes d'Hollywood et influenceuses américaines. Leurs maisons sont spacieuses, propres et bien rangées comme des maisons témoins, et donnent l'impression fastueuse. Mais les maisons des vedettes et influenceuses françaises sont très différentes. Dans la plupart des cas, ce sont des appartements assez petits – après tout, Paris est très cher – même un peu encombrés, mal rangés, pas très propres, certains meubles ont même l'air usés, mais on peut y sentir une ambiance habitée et c'est tellement mieux. Ils donnent l'impression du style à la française qui est très wen yi. » (Article WeChat N°5)*

L'adjectif qui décrit le style français ici est *wen yi* (文艺), un autre mot-clé que nos enquêtées emploient fréquemment pour décrire les femmes françaises. Ce mot est une combinaison de *wen* (la littérature) et de *yi* (l'art). Quand il est

utilisé comme adjectif pour décrire une personne, cela veut dire que la personne aime la littérature et l'art et montre un tempérament intellectuel et romantique.

Les points de vue contre la vanité représentée par les produits de luxe opposent volontiers « la richesse spirituelle » à « la richesse matérielle ». Si la richesse matérielle peut être représentée par les sacs de luxe et tout ce qui est quantifiable en argent, celle spirituelle est souvent représentée par les plaisirs accessibles uniquement par des efforts intellectuels, comme la littérature et l'art.

Le mode de vie des femmes françaises, imaginé et apprécié par les Chinoises, est bien attaché à la lecture et à l'art. Ainsi, de nombreux articles encouragent les femmes chinoises à suivre le mode de vie à la française afin de s'enrichir l'esprit.

Une des impressions communes que les Chinois ont sur les Français est qu'ils lisent beaucoup plus que nous :

*« En France, on voit partout les femmes en train de lire un bouquin : au café, au restaurant, dans les autobus, dans les stations de métro... À une époque où tout le monde s'adonne à une lecture rapide sur son smartphone, les femmes françaises n'ont jamais changé leur habitude de lecture. » (Article WeChat N°36)*

On dit que les Françaises fréquentent les musées, qu'on peut trouver partout en France :

*« La vie des femmes françaises est bien attachée aux musées. Elles ont souvent dans leur portefeuille un Pass Musées. Une promenade dans un musée est un loisir qu'elles préfèrent. » (Article WeChat N°01)*

On dit aussi que les loisirs pour les Françaises sont souvent des pratiques artistiques et esthétiques :



*« Elles vont aux expositions, elles font de la peinture, elles font du ballet, elles écoutent de la musique... la vie des Françaises ne se sépare jamais de l'art et n'est donc jamais ni monotone ni ennuyeuse. » (Article WeChat N°24)*

Ici, les pratiques littéraires ou artistiques sont évoquées pour représenter le côté « spirituel » du dualisme « esprit-matière », ainsi que le côté « idéal » du dualisme « idéal – réalité ».

En chinois, il existe un mot pour décrire un groupe idéaliste : *wen yi qing nian* (文艺青年), qui se traduit littéralement par « jeunes littéraires et artistiques ». L'image de la France étant liée à la littérature et l'art, les Chinois qui ont appris la langue française sont souvent automatiquement classés dans ce groupe, non seulement par eux-mêmes, mais aussi par les autres.

En apparence, *wen yi qing nian* désigne les jeunes qui pratiquent ou qui aiment simplement la littérature et l'art, mais le sens derrière l'étiquette est assez riche. Le terme désigne un sociostyle qui caractérise un groupe social selon des valeurs partagées par ses membres plutôt que selon ses caractéristiques socio-économiques ou démographiques. Ce n'est pas un concept sociologique clairement défini, mais un ensemble de représentations diverses, qui peuvent être interprétées différemment par différentes personnes. Pour qu'il soit plus compréhensible, nous dirions que l'allure des *wen yi qing nian* ressemble un peu à celle des bobos dans la société occidentale : cultivés, écologistes et idéalistes. Mais dans le contexte chinois, les valeurs qu'ils partagent sont marquées plus culturellement que politiquement.

Les « jeunes littéraires et artistiques » ne sont pas forcément ceux qui sont actuellement jeunes. Le mot n'est pas un néologisme, car il s'emploie depuis longtemps. Mais dans le contexte contemporain, caractérisé par la cyberculture, le groupe qu'il désigne est principalement composé de gens nés après les années 1970. On garde toujours le nom « jeune »

dans l'appellation du groupe, car l'idéalisme représenté par le mot se teinte de la naïveté souvent liée à un jeune âge.

À part la lecture et l'art littéralement inscrits dans le mot même, le café, le cinéma, les voyages, et d'autres pratiques esthétiques et culturelles composent l'ensemble de l'art de vivre qui caractérise le groupe. Ces pratiques sont souvent considérées comme éloignées des considérations économiques, car les valeurs partagées par les membres du groupe sont anti-utilitaires : soit ils sont trop idéalistes pour gagner de l'argent, soit ils méprisent la richesse matérielle et ne poursuivent que l'idéal. Certains diraient que c'est parce qu'ils sont nés dans des familles aisées et ne connaissent pas la pénurie matérielle qu'ils n'ont pas pour ambition de poursuivre la richesse matérielle.

Le terme qui avait au début une connotation méliorative ou du moins neutre devient un peu péjoratif depuis ces dernières années. Celui qui s'estime en être un membre pourrait toujours être fier de ses valeurs, mais le terme est souvent utilisé pour se moquer des jeunes qui refusent d'affronter la réalité de la vie. Surtout, quand le terme est annexé à l'adjectif « féminine » (*wen yi nv qing nian* : 文艺女青年), il est souvent un terme misogyne pour étiqueter certaines femmes.

Sous un regard phallocentrique, les femmes qui adhèrent à ce sociostyle sont difficiles, même plus difficiles que les femmes vénales (une autre stigmatisation des femmes) à qui le matériel peut facilement plaire : elles sont arrogantes et méprisent les hommes médiocres ; elles sont romantiques et donc la vie banale ne les satisfait jamais ; elles désirent l'harmonie en esprit avec leur partenaire alors que la plupart des hommes s'ennuient de devoir répondre à leurs besoins spirituels.

Cependant, tels propos machistes sont rarement exprimés publiquement : en parcourant les contenus accessibles à tous sur les réseaux sociaux, nous ne trouvons point de

telles opinions écrites publiquement à la première personne. Dans la plupart des cas, ce sont les femmes qui rapportent ces points de vue qu'elles ont entendus et qui racontent l'humiliation qu'elles ont connue dans la vie sociale.

On dit aussi : « *Ce qui caractérise les jeunes femmes littéraires et artistiques relève de symptômes d'une maladie. Pour guérir la maladie, il suffit de donner naissance à un enfant.* »<sup>6</sup> Cette phrase est une autodérision plutôt qu'une stigmatisation, elle révèle l'agression du maternage contre le monde spirituel des femmes. Le maternage, étant une obligation imposée aux femmes par la société, est aussi placé du côté « réalité » du dualisme « réalité – idéal ».

Les représentations des *wen yi nv qing nian* semblent coïncider dans une large mesure avec l'image des femmes françaises. Mais l'image ne peut pas être isolée de son contexte. Ce qui diffère les *wen yi nv qing nian* chinoises des femmes françaises imaginées, c'est le contexte.

La Chine a toujours été un pays où prédomine la vie laïque et matérielle. On respecte les valeurs intellectuelles et esthétiques, mais devant des difficultés économiques ou politiques, les valeurs abstraites ont dû céder. Ce n'est pas la première fois que les pratiques esthétiques sont stigmatisées en Chine. Au début du xx<sup>e</sup> siècle, les intellectuels ayant pour tête Liang Qi-Chao ont critiqué les pratiques littéraires des *cai nv* (才女, femmes talentueuses) actives au xix<sup>e</sup> siècle, car ils considéraient que les qualités de ces dernières étaient liées à l'éducation privilégiée de la classe aristocratique féodale et n'avaient rien à voir avec les qualités utilitaires que nécessitait la construction d'une Chine moderne. Aux yeux de ces intellectuels du xx<sup>e</sup> siècle, les femmes talentueuses étaient une incarnation de la poésie traditionnelle, voire de la culture

---

6 Voir : SU, Mei, *Ce qui caractérise les jeunes femmes littéraires et artistiques relève de symptômes d'une maladie. Pour guérir la maladie, il suffit de donner naissance à un enfant.* Beijing : édition Lianhe de Beijing, 2015. (苏美. 文艺女青年这种病,生个孩子就好了 [M]. 北京联合出版公司, 2015.)

traditionnelle caractérisée par la souplesse et la tristesse<sup>7</sup>. Pendant la Révolution culturelle, les pratiques esthétiques étaient critiquées comme relevant d'un style bourgeois et donc interdites, et de nombreux intellectuels et artistes souffraient de persécutions.

Selon l'idéologie ancienne et traditionnelle chinoise, le *wen* (文) et le *wu* (武), soit les qualités littéraires et les qualités martiales, sont considérés comme le *yin* et le *yang* qui constituent l'ensemble des aptitudes nécessaires pour gérer un pays. Les qualités littéraires correspondent au *yin*, soit le côté féminin. Au moment critique de la nation, c'étaient les qualités martiales qui primaient sur les qualités littéraires. Dans les temps modernes, une époque propice aux sciences et techniques, l'ensemble des sciences est divisé en sciences naturelles et sciences humaines, et ce sont les sciences naturelles qui sont considérées comme utilitaires et supérieures. Certes, à notre époque actuelle où la Chine s'est déjà dégagée de la pénurie matérielle et de la crise politique, le contexte n'est plus pareil, mais on voit perpétuer l'habitude d'opposer les qualités esthétiques et spirituelles aux qualités utilitaires continue d'exister. À l'heure actuelle, la richesse matérielle est devenue la norme la plus importante aux yeux de beaucoup de gens pour mesurer la qualité de la vie. Dans un tel contexte, ceux qui privilégient des choses au-delà des intérêts économiques pourraient être considérés comme anormaux.

Quand on parle de l'image des femmes françaises, on n'oublie pas d'évoquer le contexte français où ces qualités dites non utilitaires sont plus appréciées, ainsi que cet article le décrit :

---

7 HU, Ying. *Tales of translation: composing the new woman in China, 1899-1918*. Palo Alto : Stanford University Press, 2000, pp.6-8.

*« Chez nous, si quelqu'un parlait de philosophie, de musique classique ou de poésie, il serait considéré comme un "snob". Mais les Français adorent ces sujets. Ils me demanderaient ce que je lis actuellement avant de me demander de quel pays je viens. » (Article WeChat N°09)*

Revenons aux « jeunes littéraires et artistiques » chinoises, qui sont stigmatisées par les opinions phallogocentriques. Ces opinions ne sont qu'une variation du vieux proverbe chinois qui dit : « une femme vertueuse ne doit pas avoir de talent (*nu zi wu cai bian shi de* : 女子无才便是德) ». La vertu traditionnelle demandait aux femmes de se contenter d'être en position secondaire par rapport aux hommes. Du point de vue phallogocentrique, les connaissances donneraient aux femmes la capacité de réfléchir et stimuleraient leur aspiration à la liberté ; une femme talentueuse serait difficile à maîtriser ; elle pourrait même devenir libertine et tromper son mari. Priver les femmes du droit à l'éducation est ainsi devenu un moyen d'assurer la domination masculine.

De nos jours, l'égalité entre les hommes et les femmes est déjà une idée dominante et politiquement correcte. En particulier depuis ces dernières années, les réseaux sociaux permettent aux voix féministes de se faire entendre de plus en plus. De nombreux auteurs de self-médias, hommes ou femmes, soutiennent en toute conscience les idées féministes, et c'est leur conscience féministe qui attire leur audience. C'est pourquoi les opinions malveillantes contre les femmes sont devenues marginales et n'osent pas être énoncées publiquement. Elles sont émises par un petit nombre d'hommes qui se sentent menacés puisque les talents des femmes deviennent de plus en plus visibles dans tous les aspects et que le féminisme est devenu une tendance, et peut-être par un plus petit nombre de femmes qui ont intériorisé les valeurs phallogocentriques et qui veulent plaire aux hommes. Il faut reconnaître que les opinions contre « les jeunes femmes littéraires et artistiques » ne sont pas toujours

délibérément malveillantes : dans de nombreux cas, il s'agit des sarcasmes pour faire rire, sans l'intention de blesser, mais par rapport à des insultes concernant les qualités martiales ou les aptitudes en sciences naturelles considérées comme relevant de la masculinité et comme touchant les hommes eux-mêmes qui risquent d'attirer des contre-attaques, les insultes concernant les qualités littéraires et artistiques considérées comme relevant de la féminité sont plus acceptables et plus fréquentes.

Si l'on observe de près la situation des femmes chinoises dans la vie quotidienne, on verra que, bien que les idées dominantes publiques soient bénéfiques aux femmes, ces idées restent des slogans situés au niveau de la conscience, qu'elles ne forment pas encore un consensus social dans l'esprit de chacun et que la situation des femmes en tant que sexe secondaire n'a pas vraiment changé. Le conflit entre hommes et femmes est aujourd'hui perceptible, même plus perceptible qu'au temps passé où la domination masculine était en partie intériorisée et acceptée par les femmes. Notre étude nous montre que les aspects littéraires et artistiques de l'image des femmes françaises sont décrits comme une image miroir ou même une image de modèle des jeunes femmes littéraires et artistiques chinoises et que cette image de l'Autre exotique est considérée comme émanant du fond d'une société plus accueillante pour les femmes.

### 3.4.3 « Qi zhi » : *la beauté spirituelle*

Un autre mot, dont le sens est similaire à celui de *wen yi*, et qui est beaucoup utilisé par les enquêtées dans l'association des mots pour décrire les femmes françaises, est *zhi xing* (知性). Ce mot, en tant que nom, est à l'origine la traduction chinoise du concept philosophique « entendement » désignant la faculté psychique intellectuelle qui permet de saisir le monde. Mais dans le langage courant chinois, ce mot est plus

souvent utilisé comme un adjectif signifiant « intellectuel » et principalement utilisé pour décrire l'apparence des femmes. Quand on dit qu'une femme est très *zhi xing*, on veut dire qu'elle a l'air bien cultivée et sensée, sans forcément dire qu'elle est bien éduquée et intelligente. Souvent, cet adjectif est conjoint à l'adjectif « élégant » pour former un terme à quatre caractères « 知性优雅 » (*zhi xing you ya* : intellectuel et élégant) ou « 优雅知性 » (*you ya zhi xing* : élégant et intellectuel), couramment utilisé pour exprimer l'extériorisation des qualités intellectuelles en tant que féminité idéale.

Tous ces mots – y compris *you ya*, *zhi xing*, *wen yi* – peuvent être synthétisés par un nom commun, courant, mais abstrait : *qi zhi* (气质). Ce terme chinois se traduit souvent par « tempérament » en français, simplement parce que « tempérament », concept psychologique occidental, avait été traduit en « 气质 », terme issu de la médecine traditionnelle chinoise. La traduction de *qi zhi* (气质) en « tempérament » n'est donc pas pertinente. En premier lieu, le tempérament est plutôt inné, alors que le *qi zhi* est plutôt cultivé. En deuxième lieu, ce que le *qi zhi* signifie aujourd'hui diffère de son sens originare dans la médecine traditionnelle chinoise.

Puisque cette notion abstraite est importante dans l'esthétique des Chinois et qu'elle nous aiderait à mieux comprendre l'image des femmes françaises chez les Chinois, nous essaierons de le décortiquer.

Dans le Dictionnaire du chinois moderne, il existe quatre explications sous l'article de « *qi zhi* », dont deux nous concernent : 1. Les qualités physiques et psychiques d'une personne qui sont des caractères personnels assez stables (cette explication concerne la notion de « tempérament » dans la psychologie occidentale et la conception de ce terme dans le domaine de la médecine traditionnelle chinoise) ; 2. Le style et l'apparence (celle-ci concerne son emploi dans le langage courant contemporain et est souvent utilisée pour décrire les femmes). Le deuxième sens n'est pas isolé du premier.

En effet, le *qi zhi* dans le langage courant vise certaines caractéristiques intérieures au sujet, mais qui peuvent être vues par les autres.

Le mot est la combinaison de « 气 » (*qi*) et de « 质 » (*zhi*). Le « *qi* » est une notion très importante dans la pensée traditionnelle chinoise. Littéralement, le caractère « 气 » est le même que celui signifiant « l'air » ou « le gaz », il est donc incorporel et fluide comme l'air. Mais en tant que notion médicale ou métaphysique, il désigne l'énergie spirituelle qui constitue l'univers et qui existe partout, y compris chez l'homme. Chez un homme, le « *qi* » est quelque chose d'invisible, mais perceptible, qui s'écoule dans les méridiens du corps et peut émaner de l'intérieur vers l'extérieur telle une aura. Le « *zhi* » indique la qualité ou le caractère, quelque chose qui est évaluable et qui existe en divers types. Selon l'idéologie traditionnelle chinoise, il est possible de cultiver et d'améliorer le *qi zhi* grâce à des exercices spirituels, mais il est possible aussi de l'endommager par les malfaisances.

Dans le langage courant contemporain, *wen yi*, *zhi xing*, et *you ya*, peuvent tous être des adjectifs qui viennent qualifier le nom « *qi zhi* » pour en désigner un certain type. Et on dit souvent qu'une personne qu'elle a un « *qi zhi* » bon ou mauvais, ou simplement qu'elle a du « *qi zhi* » et dans ce cas-là cela veut dire qu'elle a un bon « *qi zhi* ». Dans l'enquête par l'association des mots, plusieurs étudiantes ont mis simplement le mot « *qi zhi* » et l'ont jugé comme mélioratif. Bien que le « *qi zhi* » est quelque chose qui part de l'intérieur, dans la plupart des cas où on emploie ce terme, on veut désigner une sorte de beauté visible de l'extérieur, même à première vue. Mais cette beauté est plutôt mystérieuse, tout comme le « je ne sais quoi » qu'on utilise souvent pour décrire les femmes françaises en français.

Le *qi zhi* diffère de la beauté physique conforme aux critères stricts du public lorsqu'il est question des traits du visage et des lignes du corps. On entend souvent dire dans la vie quotidienne que « Les visages d'influenceuses (qui ont



visiblement subi des opérations esthétiques) n'ont pas de *qi zhi* » ou « Le *qi zhi* d'une femme se cultive avec l'âge »; on dit même qu'« au cas où vous seriez obligé de louer l'apparence d'une femme qui n'est pas belle, dites simplement qu'elle a un bon “*qi zhi*”. » Même si ce n'est qu'une plaisanterie, cela révèle un consensus sur le fait que le *qi zhi* n'est pas directement lié aux normes d'apparence physique. De plus, le *qi zhi* est supérieur à la beauté purement physique. Si on dit qu'une femme est jolie, mais n'a pas de *qi zhi*, cela veut dire qu'elle est vulgaire, ringarde ou même inculte malgré son physique moyen, mais une femme avec du *qi zhi*, même si elle n'est pas très jolie, peut s'avérer très charmante.

Une Chinoise qui avait vécu en France nous a dit en nous parlant de l'image des femmes françaises :

*« Voyons les vedettes françaises comme Vanessa Paradis et Jane Birkin – je vais vous montrer leurs photos –, leurs visages ne sont pas très beaux selon notre esthétique. Les dents, les bouches... elles seraient même un peu moches d'après nos critères. Mais elles ont un qi zhi excellent! Les Français adorent les femmes comme ça! »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

L'article intitulé « Pourquoi les Femmes françaises n'aiment pas la chirurgie esthétique? » oppose aussi la beauté caractérisée par le *qi zhi* à la beauté purement physique afin d'argumenter le refus des opérations esthétiques par les femmes françaises :

*« Les Français distinguent clairement la “beauté” du “joli” : il y a des filles qui sont jeunes, vivantes et bien bâties, mais n'ont rien dans la tête, de telles filles ne peuvent être considérées que comme jolies. Par contre, il y a des femmes dont la stature et le visage ne sont pas forcément parfaits et l'habillement n'est pas forcément sophistiqué, mais elles dégagent un charme irrésistible et un qi*

*zhi extraordinaire. Seules ces femmes-ci peuvent être qualifiées de “belles” par les hommes français. » (Article WeChat N°73)*

Dans un des articles les plus lus sur l'image des femmes françaises, qui présente quelques influenceuses françaises et leurs habits, écrit par une des plus célèbres blogueuses de mode en Chine, le mot « *qi zhi* » est répété six fois :

*« Elle a un qi zhi très spécial, comme s'il y avait beaucoup d'histoires dans ses yeux. »;*

*« La couleur claire fait ressortir son qi zhi. »;*

*« Grâce à son qi zhi unique, elle a été choisie par Jeanne Damas comme mannequin du lookbook de la marque Rouje. »;*

*« Comme elle a la stature et le qi zhi tellement féminins, elle aura un style particulier en portant une jaquette à la garçonnette. »;*

*« Elle a un qi zhi un peu froid et distant, avec son visage exquis comme sculpté. »;*

*« Elle porte souvent des robes imprimées florales à col V, la fraîcheur de ces robes convient bien à son qi zhi. » (Article WeChat N°06)*

D'après ces textes, on voit que le *qi zhi* est propre à chacune, et que le style, en tant qu'aspect pouvant être exprimé par des objets extérieurs comme des vêtements, devrait correspondre au *qi zhi* et être apte à accentuer le *qi zhi* d'une manière favorable.

Dans un article (N°23) qui donne des conseils de mode en se référant à l'image des femmes françaises et en recommandant les articles simples qui constituent le stéréotype de cette image (comme les paniers en osiers, les chemises blanches et les blue-jeans), le mot « *qi zhi* » est répété neuf fois, mais ces neuf fois ne sont pas d'un emploi uniforme, une évidente ambiguïté du concept s'y manifeste :

La première fois que ce mot apparaît, il est utilisé comme un nom commun, et il désigne quelque chose qui, avec la

mode et l'art de vivre, fait partie du charme des femmes françaises :

*« Les femmes françaises, elles ont un charme qui ne se démode jamais. Leur qi zhi, leur goût pour la mode, et leur art de vivre ont toujours été appréciés, poursuivis et imités. »* (Article WeChat N°23)

Mais plus tard, l'auteur déclare que le *qi zhi* n'est pas quelque chose que les Françaises poursuivent délibérément :

*« Elle (Jane Birkin) n'a jamais poursuivi le qi zhi, mais elle a créé le style français qui était propre à elle-même et devenait propre aux Parisiennes. »* (Article WeChat N°23)

Cette fois-ci, le *qi zhi* se réfère à la sophistication de l'apparence, car l'autrice a expliqué par la suite l'habillement libre et simple de Jane Birkin comme étant le modèle du style parisien.

Les deux autres fois que le mot est utilisé comme nom commun, il désigne le style et est qualifié par des adjectifs :

*« Les robes florales ont un qi zhi innocent. »;*

*« Ces couleurs mates donnent un qi zhi extraordinaire et conviennent aux femmes d'une vingtaine d'années. »* (Article WeChat N°23)

Pour les cinq autres fois, le mot apparaît comme adjectif en parallèle avec d'autres adjectifs qui décrivent un certain style, comme « sensuel », « pastoral », « vintage ». Ici, le style « *qi zhi* » désigne un style sophistiqué et élitare.

Le troisième article (Article WeChat N°49), qui donne des conseils de mode aux femmes d'âge mûr, rapporte l'image de Kristin Scott Thomas, actrice française qui, aux yeux de l'autrice chinoise habitant en France, a un *qi zhi* élitare et élégant. L'article met même en parallèle cette actrice française avec quelques actrices chinoises ayant aussi joué

des personnages élitaires afin de comparer l'habillement des cadres supérieures interprétées par les actrices des deux pays. D'après l'autrice, les vêtements et les accessoires que Kristin Scott Thomas portait dans le film *Crime d'amour* ferait un bon modèle d'habillement aux femmes élitaires d'âge moyen, mais ce que les actrices chinoises portaient dans les séries télévisées chinoises avait l'air trop jeune et trop coquet et ne convient pas au *qi zhi* des femmes élitaires qui devraient être matures et pondérées. Le sens du mot « *qi zhi* » ici est le même que dans l'article précédent (N°06) et désigne quelque chose propre à une personne et susceptible d'être perfectionné par les vêtements et les accessoires qui lui conviennent. Le mot est répété quatre fois dans le texte, mais ce qui nous intéresse le plus se trouve dans les commentaires où le mot a été utilisé cinq fois. Les lectrices, ayant lu l'article, laissent des commentaires affirmant que le *qi zhi* incomparable des femmes françaises est difficile à apprendre.

Un commentaire dit que le *qi zhi* des Françaises provient de leur éducation, et que les actrices chinoises, moins instruites, ne peuvent pas se mesurer avec elles.

*« En fin de compte, c'est le qi zhi et la culture qui distinguent les gens. Les Françaises ont reçu de bonnes éducations littéraires et artistiques depuis leur plus jeune âge, les actrices chinoises ne peuvent pas les égaler. »* (Commentaire sur Article WeChat N°49)

Un commentaire attache le *qi zhi* à l'âge et considère que les femmes françaises savent mieux s'habiller selon leur âge.

*« Une Française, pas forcément un cadre supérieur, tant qu'elle a un peu de goût, choisira des vêtements qui conviennent à son âge. Il faut accepter son âge actuel avant de trouver les vêtements et les accessoires qui vont à son propre qi zhi. »* (Commentaire sur Article WeChat N°49)

Un autre commentaire dit carrément que ce ne sont pas les vêtements qui font que les actrices chinoises n'ont pas de *qi zhi*, mais que ce sont les actrices elles-mêmes qui n'ont pas de *qi zhi*.

*« Dans les exemples des Chinoises que vous avez mentionnées, les vêtements que ces actrices ont portés conviennent exactement à leur propre qi zhi. Ces actrices chinoises ont l'air de fillettes, elles ne sont pas capables de maîtriser le style "qi zhi" [ici, le mot est un adjectif synonyme de "élitaire"]. Le qi zhi que les Françaises possèdent, nos vedettes chinoises ne l'auront jamais. »*  
(Commentaire sur Article WeChat N°49)

D'après ces commentaires, ce qui distingue les Françaises des Chinoises du point de vue de l'apparence n'est pas ce qu'elles portent, mais le *qi zhi*. Comme le *qi zhi* est quelque chose qui vient de l'intérieur, les efforts effectués seulement à l'extérieur ne parviennent pas à l'améliorer.

Dans la culture chinoise, l'intérieur et l'extérieur, ou l'esprit et le corps, ne sont pas opposables l'un à l'autre, mais interdépendants et influençables mutuellement, et l'intelligence intérieure peut transparaître à travers l'apparence. De nombreuses expressions, employées autrefois et aujourd'hui, affirment cette idée. Par exemple : « 秀外慧中 » (*xiu wai hui zhong* : belle à l'extérieur et sage à l'intérieur); « 腹有诗书气自华 » (*fu you shi shu qi zi hua* : livres lus et assimilés à l'intérieur, air [« *qi* »] naturellement distingué à l'extérieur). Cependant, en citant ces deux expressions, nous ne devons pas oublier les contextes dans lesquels elles ont été employées. En effet, à l'origine, « 秀外慧中 » était une expression utilisée pour décrire les prostituées domestiques d'un grand seigneur. Donc le « 慧 » (la sagesse) ici ne désigne pas l'intelligence dont nous parlons aujourd'hui, mais le talent et l'habileté visant à plaire aux hommes. Quant à la deuxième expression, « 腹有诗书气自华 », elle décrivait en fait un homme qui dégageait un air extraordinaire malgré ces

vêtements modestes parce qu'il était riche en connaissances. Dans le contexte actuel, l'image de la femme que l'on associe volontiers à cette expression est au moins décevantement habillée.

Le concept du « *qi zhi* » est issu des pensées traditionnelles chinoises, mais devient la représentation de la conscience du soi des femmes chinoises modernes. Il désigne une beauté physique particulière, mais perceptible, qui ne correspond pas aux critères esthétiques traditionnels, populaires et répandus, mais qui révèle des qualités spirituelles. On voit par-là que la beauté qualifiée par le « *qi zhi* » ne dénie pas l'apparence, mais représente la beauté physique suprême. Considérant que c'est le *qi zhi* qui distingue la beauté des femmes françaises de celle des femmes chinoises, on encourage souvent les femmes chinoises à cultiver leurs goûts, non seulement par des pratiques esthétiques, mais aussi par des pratiques culturelles, à l'instar des femmes françaises.

### *3.4.4 La nonchalance : la beauté contre la tyrannie de la beauté*

Si des mots tels que *you ya* (élégant) et *wen yi* (littéraire et artistique) sont plus directement liés à la beauté et correspondent plus ou moins aux attentes de la société contemporaine chinoise à l'égard de la beauté des femmes chinoises, un autre mot qui est aussi fréquemment mentionné par les articles et les enquêtées pourrait paraître un peu étrange. C'est le mot « 慵懶 » (*yong lan* : nonchalant). Le fait que ce mot revient fréquemment dans notre corpus ne nous surprend pas, car ce stéréotype des femmes françaises nous est déjà familier, mais le fait que ce mot, synonyme de « 懶惰 » (*lan duo* : paresseux), soit associé à la beauté pour parler des femmes françaises est quand même intéressant.

Aux yeux des Chinois, pour qui la diligence constitue l'une de leurs vertus traditionnelles les plus importantes, les Français sont connus par leur paresse. En chinois, il existe

plusieurs mots pour désigner la paresse, parmi lesquels, *lan duo* est purement négatif. On dit souvent ironiquement que les Français sont paresseux, surtout par rapport aux Chinois qui sont travailleurs. Et quand nos interviewées parlaient de leurs expériences, certaines d'entre elles ont avoué être souvent troublées par le manque d'efficacité de leurs collaborateurs français. Mais dans les 50 articles concernant l'image des femmes françaises les plus lus sur WeChat, le mot *lan duo*, qui est purement péjoratif, n'a jamais apparu. Par contre, le mot *yong lan* – synonyme de « *lan duo* », mais plutôt positif et esthétique – figure parmi les mots-clés les plus associés à l'image des femmes françaises.

Par rapport à la paresse, la nonchalance est considérée comme un art de vivre. D'autres mots dotés d'une connotation similaire sont aussi mentionnés pour décrire le style des femmes françaises, par exemple, « 不费力 » (*bu fei li* : sans efforts, mot qui est la traduction du terme anglais « *effortless* » et qui est utilisé ces dernières années dans le domaine de la mode) et « 漫不经心 » (*man bu jing xin* : négligence ou distraction). Ces mots dont le sens propre concerne les mouvements sont utilisés ici pour décrire un type de beauté visible même à première vue. Les articles donnent des conseils aux lectrices pour qu'elles puissent apprendre et recréer le style dit nonchalant. Les robes portes-feuilles, les chemises blanches, et les blue-jeans sont ainsi mentionnés parce que ces pièces sont assez simples ; les cheveux décoiffés sont aussi décrits comme un symbole du style nonchalant.

La nonchalance est une étiquette du style dit à la française, qui le distingue des autres styles considérés.

Par exemple, le style français se distingue du style italien, caractérisé par le débordement de chaleur :

*« Les mots-clés des Parisiennes sont : nonchalantes, décontractées et “easy chic” [...] Et les Italiennes ? Elles sont sensuelles et épanouies. Il me semble que les Italiennes ne réservent jamais les tenues magnifiques pour des occasions*

*particulières, parce que pour elles, chaque jour est un festin, la scène se trouve partout. » (Article WeChat N°19)*

Il se distingue aussi du style britannique, caractérisé par la sophistication.

*« On dit souvent que l'habillement des femmes françaises est nonchalant et romantique. Et les femmes britanniques, elles seraient alors un bon modèle du style sophistiqué. » (Article WeChat N°32)*

Ces points de vue portent à croire que les femmes françaises peuvent apparaître belles et élégantes même sans se parer.

*« Les femmes françaises sont toujours très à l'aise. Elles peuvent sortir sans maquillage et en s'habillant n'importe comment. Cependant, malgré cette négligence en apparence, elles peuvent toujours garder leur élégance. » (Article WeChat N°24)*

« Nonchalantes mais élégantes », cette étiquette de la mode française émerveille souvent nos enquêtées. Étant donné que la paresse est plus généralement associée à la saleté, le style qui combine la nonchalance et l'élégance serait très difficile à maîtriser.

Certaines disent que la nonchalance des femmes françaises est en réalité un mensonge, car cette négligence en apparence est délibérée et demande beaucoup d'efforts.

*« Les femmes françaises sont surtout connues pour leur nature nonchalante. Mais en fait, le monde entier les a mal comprises. La nonchalance n'est pas la paresse, mais donne l'air d'être très à l'aise après avoir fait des efforts. » (Article WeChat N°36)*

Cette explication ressemble beaucoup aux points de vue que nous avons mentionnés auparavant concernant le style



naturel ainsi que la minceur des femmes françaises : elles possèdent tout ce que désirent les femmes du monde entier, mais elles font semblant de ne pas avoir besoin de faire d'efforts.

La nonchalance ou l'indolence vue comme un état agréable n'est pas incompréhensible pour les Chinois qui pourtant avaient pris la diligence comme la vertu la plus importante de la nation. En Chine, la diligence et le labeur sont plutôt des valeurs imposées à tout le monde et la nonchalance s'est avérée être un état désirable. C'est un état assez passif, certes, mais il n'est pas vraiment négatif. Quand le mot « *yong lan* » et ses variantes apparaissaient dans la littérature antique, ils décrivaient souvent deux situations : la situation d'un lettré retraité ou exilé qui ne voulait plus se soucier de la politique, et celle d'une belle femme à peine réveillée ou ensommeillée prenant une posture languissante et séduisante. La première situation relève de l'état mental. Le concept de « renoncement au monde » qui y est reflété est un thème courant dans la littérature antique chinoise : comme la gestion de l'État par des lettrés était une tradition, dans l'histoire du pays, de nombreux hommes politiques étaient eux-mêmes des écrivains et de nombreux écrivains réputés avaient l'expérience d'avoir participé à la vie politique. Souvent, ils renonçaient à la vie politique parce que la gouvernance idéale à leurs yeux s'opposait aux intérêts d'autres pouvoirs. Ainsi, la retraite utopique et la douceur d'une vie sans ennuis avaient constitué des thèmes qui revenaient comme leitmotiv dans la littérature antique chinoise. La deuxième situation concerne la perception visuelle, il s'agit de l'image des femmes vues par le regard masculin des écrivains.

La paresse comme attitude poétique de la femme apparaît aussi dans un type de poèmes qui décrivait une femme pensant dans sa chambre à son amoureux parti en voyage. Par exemple, Li Qing-Zhao, la femme poète distinguée de la Chine antique, avait écrit de nombreux poèmes – qui faisaient

partie de ses chefs-d'œuvre transmis jusqu'à aujourd'hui – pour exprimer ses sentiments pour son mari qui lui manquait. Dans ces poèmes, les femmes ne voulaient pas se réveiller et restaient paresseuses devant leur toilette... Dans les poèmes de ce genre où le sujet est féminin, la nonchalance n'est plus un état agréable, mais un signe de manque d'énergie dû à la mélancolie. Parfois, même si le poème était écrit sur un ton féminin, l'auteur réel était masculin, et il a emprunté l'image de la femme songeant à son amoureux comme une métaphore de ses propres talents non reconnus.

La paresse fait partie de stéréotypes des Français profondément enracinés chez les Chinois et elle est à l'encontre de l'une des vertus les plus importantes qu'on attend des femmes chinoises, à savoir la diligence. Mais quand les femmes chinoises parlent aujourd'hui de la « nonchalance » de l'image des femmes françaises, le sujet imaginant et l'objet imaginé sont tous féminins. La nonchalance dans l'image des femmes françaises est considérée comme un trait esthétique par les femmes chinoises, et la paresse passe du négatif au positif et devient une sorte de résistance des femmes chinoises à leur propre situation.

La paresse est une attitude qui ne peut être autorisée que pendant les loisirs. En conséquence, elle est une caractéristique de la bourgeoisie, car c'est la richesse dont dispose une femme qui lui donne la possibilité de profiter du temps libre. En raison du développement de la société de consommation, les loisirs sont devenus un droit pour tous, et ils ne sont plus considérés comme superflus, mais comme nécessaires. Les loisirs deviennent donc un symbole de l'indépendance des femmes signifiant pour elles non seulement l'arrêt d'accumulation de capital liée au travail professionnel, mais aussi un intervalle leur permettant de se délivrer du maternage et des tâches ménagères. Bref, quand on parle de l'esthétique de la paresse et du désir pour cet état en évoquant l'image des femmes françaises, cette paresse ne

signifie pas le désœuvrement, au contraire, elle signifie plutôt une sorte de capacité et de richesse.

En plus de la libération par rapport au travail (que ce soit le travail professionnel ou le travail domestique), la paresse signifie aussi celle vis-à-vis des nouvelles « obligations » féminines telles que la mode, le maquillage, le régime, etc. L'image des femmes françaises nonchalantes – qui sont décoiffées et habillées simplement – est différente de celle des femmes qui étaient trop paresseuses pour s'occuper de leur toilette dans les poèmes antiques chinois. Les deux images sont toutes poétiques, mais le sentiment que la première provoque est plutôt le plaisir alors que la deuxième, le chagrin.

Selon certains points de vue féministes, en popularisant des activités esthétiques, la société capitaliste a limité les loisirs des femmes bourgeoises à la sphère privée représentée par l'habillement et le maquillage. Certes, de tels points de vue ignorent le plaisir que peuvent apporter les activités esthétiques, mais il est indéniable que lorsqu'une femme se concentre sur son apparence, elle risque effectivement de souffrir d'une auto-objectivation. Dans ce sens, la nonchalance peut être considérée comme une attitude anti-aliénation. « Être paresseuse tout en restant belle », voilà une aspiration cherchant à refuser l'auto-objectivation et à garder le plaisir de l'esthétique en même temps. Mais une telle aspiration pourrait aboutir à un effet contraire : elle pourrait conduire à une aliénation supplémentaire poussant les femmes à dissimuler délibérément le fait qu'elles s'étaient parées.

## **Conclusion du chapitre**

La mode, la toilette, l'aspiration à la beauté font depuis longtemps l'objet de critiques, autour desquelles les opinions féministes divergent. Selon de nombreuses opinions classiques, le souci de l'apparence constitue une manifestation

de la subordination féminine. Ainsi que l'écrit Simone de Beauvoir dans *Le Deuxième Sexe* : « À travers [la toilette], la femme qui souffre de ne rien faire croit exprimer son être. Soigner sa beauté, s'habiller, c'est une sorte de travail qui lui permet de s'approprier sa personne comme elle s'approprie son foyer par le travail ménager », et la philosophe pense que « le but des modes auxquelles elle est asservie n'est pas de la révéler comme un individu autonome, mais au contraire de la couper de sa transcendance pour l'offrir comme une proie aux désirs mâles »<sup>8</sup>.

Les femmes, surtout celles qui sont professionnellement actives et financièrement indépendantes, se plaisent à manifester leurs goûts esthétiques et refusent de façon affirmée de se soumettre au regard masculin. Certaines féministes diraient de celles qui pensent s'approprier le plaisir de se faire belles qu'elles ont en réalité intériorisé le regard masculin. Mais depuis ces années, on pense que la quête de la beauté est une tentative d'appropriation positive du corps féminin. « Si l'on retient la définition de la quête de la beauté comme tentative d'appropriation positive d'un corps trop longtemps instrumentalisé et asservi, alors il faut en convenir : loin de faire d'elles des objets façonnés par le regard des hommes, elle érige les femmes au rang de sujet féminin. »<sup>9</sup>. De plus, les échanges autour de la mode aideront à former des communautés féminines et favoriseront l'amitié féminine si les membres résistent consciemment au regard masculin et à la rivalité interne. Cela n'est pas facile, mais l'union des femmes est l'une des valeurs partagées par tous les courants du féminisme.

L'image des femmes françaises est très attachée à la mode et à la consommation, mais elle présente en même temps des tentatives anti-mode et anti-consommation. Il existe des ambivalences évidentes dans la mentalité de celles qui parlent

---

8 DE BEAUVOIR, Simone. *Le deuxième sexe II*. Paris : Gallimard, 1949, p.388

9 FROIDEVAUX-METTERIE, Camille. « La beauté féminine, un projet de coïncidence à soi ». *Le Philosophoire*, 2012, no 2, pp. 119-130.

de cette image : elles détestent des critères et des jugements imposés sur l'apparence des femmes, mais en même temps elles pensent que les qualités esthétiques et spirituelles peuvent se faire voir à travers l'apparence et espèrent pouvoir s'embellir en se perfectionnant esthétiquement et spirituellement. Dans cette aspiration à la beauté, on voit à la fois une résistance spontanée à la rationalité absolue et un dépassement naïf et simpliste du dualisme esprit-corps.

Dans les énoncés des femmes chinoises qui parlent de l'image des femmes françaises, l'accent est souvent mis sur l'intériorité de la beauté et sur la subjectivité dans la quête de la beauté, mais nous voyons qu'en voulant aider les femmes à se débarrasser de l'aliénation, les conseils que l'on donne, surtout lorsqu'ils se concrétisent par des représentations, deviennent de nouveaux critères et une autre forme d'aliénation. La corporéité n'est jamais complètement libre, car elle est inévitablement l'objet et le produit de la consommation. Néanmoins, on voit dans les discours des autrices un appel au renoncement au regard masculin et à la création du regard féminin. Cette volonté élève la quête de la beauté d'un besoin de survie à un besoin de niveau supérieur. Si le goût esthétique relève d'une capacité supérieure de l'être humain et que la quête de la beauté est une sorte d'accomplissement de soi, l'aspiration à la beauté n'est plus à être considérée comme uniquement propre aux femmes visant à plaire aux hommes. Les hommes, quant à eux, ne devraient pas être privés du plaisir esthétique. En fait, il ne manque pas de modes de la beauté masculine dans l'histoire tant chinoise qu'occidentale : les pratiques esthétiques dans les cours féodales, le dandysme représenté par George Brummel et Oscar Wilde... Depuis des années, on constate même un retour de la beauté masculine, qui, elle aussi, devient inévitablement l'objet et le produit de la consommation.

Bien que la subordination et la résistance au regard masculin continuent à troubler les femmes, nous pensons que

les femmes seront capables d'accéder à la subjectivité dans les activités esthétiques. Ce qui fait que l'image des femmes françaises devient un modèle particulier de la beauté féminine aux yeux des femmes chinoises, c'est bien son potentiel à renforcer la prise de conscience subjective des femmes.



## **Chapitre 3**

### **La sexualité**

Le romantisme, le libertinage, l'infidélité, ces mots qui suggèrent l'ouverture sexuelle sont devenus des étiquettes des Français aux yeux des Chinois. La France est donc considérée par les Chinois comme une référence très importante en ce qui concerne la sexualité puisque la culture chinoise traditionnelle est assez réservée dans ce domaine. Les Chinois s'interdisent en général de parler d'expériences corporelles et sexuelles. Par rapport à la culture occidentale, la sexualité dans la culture chinoise est plus contrainte par la moralité et moins motivée par la quête du plaisir.

Pour comprendre la culture sexuelle chinoise, il faut en rechercher l'origine dans les trois idéologies constituant la base de la tradition chinoise : le confucianisme qui, sans prôner l'abstinence, estimait la sexualité comme un processus nécessaire à la procréation, donc une obligation faisant partie de la conjugalité; le taoïsme qui a conçu de nombreuses techniques sexuelles, non pas pour le plaisir, mais pour cultiver la vitalité et l'esprit; et le bouddhisme qui



impose l'abstinence. Aucune de ces idéologies n'a entendu la sexualité comme étant à l'origine du plaisir ni indépendante des institutions sociales<sup>1</sup>. La sexualité elle-même a toujours été indicible en Chine.

Dans la Chine contemporaine, après des dizaines d'années de répression sexuelle, une évolution s'est fait sentir depuis les années 1980. La politique de planification familiale a rendu désuète l'idée du rapport sexuel lié à la procréation. Le plaisir devient une principale motivation du comportement sexuel et les femmes ne craignent plus d'être enceintes grâce aux contraceptions. Aujourd'hui, les jeunes atteignent la maturité sexuelle de plus en plus tôt, mais s'engagent au mariage de plus en plus tard, et les rapports sexuels pré-nuptiaux deviennent de plus en plus fréquents. Il n'est plus question de traiter la sexualité uniquement dans le cadre du mariage. Nous sommes dans une période où se diversifient les relations sexuelles et évoluent les représentations de l'amour et du sexuel. Le féminisme est un enjeu dans cette évolution, car les femmes ont toujours été un objet passif dans les relations sexuelles, et elles commencent à revendiquer leur subjectivité. L'influence de la culture occidentale y joue un rôle incontournable.

Dans ce chapitre, nous n'allons pas aborder directement les comportements sexuels, parce qu'ils restent indicibles et qu'ils font rarement l'objet de conversations dans la vie quotidienne. Nous allons étudier les représentations de la sexualité des femmes françaises chez les femmes chinoises à travers quelques objets symboliques impliqués dans les expériences féminines et porteurs de suggestions sexuelles.

---

1 PAN, Sui-Ming. *La révolution sexuelle chinoise*. Kaohsiung : Universal Press, 2006, p.43. (潘绥铭. 中国性革命纵论[M]. 万有出版社, 2006, p.43.)

### 3.1 Les cigarettes

Nos interrogées chinoises ayant séjourné en France mentionnent souvent que le tabagisme féminin en France les a beaucoup impressionnées, car en Chine les femmes fument très peu, et celles qui fument en public sont souvent vues comme anormales alors que le tabagisme masculin y est une normalité. Au lieu de critiquer le comportement qui risque de nuire à la santé des fumeuses elles-mêmes ainsi qu'à celles de leur entourage, nos interrogées chinoises mettent l'accent sur l'allure des fumeuses françaises et le sens symbolique du tabagisme féminin.

*« Je suis allée en France plusieurs fois sans avoir vraiment connu de Françaises. Mais il y a une chose chez les femmes françaises qui m'impressionne vraiment, c'est qu'elles fument beaucoup. Il me semble que toutes les Françaises fument. Mais cela ne me dégoûte pas. Par contre, je trouve que les Françaises tenant une cigarette que j'ai vues dans la rue étaient très élégantes, très charmantes. »*  
(Interviewée N°2, 53 ans, mariée, 1 fils travaillant en France, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

Le mot « 吸烟 » (*xi yan* : fumer ou tabagisme) est aussi cité par plusieurs de nos enquêté(e)s dans l'association des mots. En effet, selon le résultat de l'enquête, le tabagisme est l'un des très rares mots-clés concernant l'image des femmes françaises et ayant reçu une mention « négative ». Néanmoins, quelques enquêté(e)s ont donné une mention « neutre » ou « positive », et certain(e)s d'entre eux ont laissé des commentaires pour s'expliquer : une enquêtée ayant mis « neutre » a écrit : « *J'ai l'impression que c'est une habitude très courante chez les Européens, mais ce n'est pas bon pour la santé.* » ; une autre qui a mis « positive » a déclaré : « *Certes, le tabagisme est nocif pour la santé, mais personnellement je déteste les limites sexuées qu'on impose aux gens selon les sexes, donc le tabagisme des femmes françaises me paraît positif.* »

On constate que le tabagisme des femmes françaises impressionne les femmes chinoises surtout par leur image physique d'élégance et de séduction. En analysant les médias sociaux chinois sur le tabagisme féminin en France, nous avons découvert que l'image des célébrités françaises avant les années 1980 était plus attachée au tabac que celle des célébrités françaises d'aujourd'hui. On y trouve souvent des photos anciennes dans lesquelles fument des vedettes ou écrivaines d'époques précédentes telles que Gabrielle Chanel, Catherine Deneuve, Brigitte Bardot, Simone de Beauvoir, etc. Les photos avec des vedettes contemporaines fumeuses, dans la plupart des cas, ne sont pas des photos prises sur le vif, mais celles des films dans lesquelles elles jouent des personnages d'avant les années 1980. En France, les photos publicitaires avec tabac sont interdites dans les lieux publics, mais « *quand une personne a joué un rôle culturel important, de Gainsbourg à Simenon, que la cigarette ou la pipe est un attribut inséparable de sa personnalité et que l'annonceur est sans rapport avec l'industrie du tabac, il pourrait y avoir une exception* », a dit à l'AFP le président de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité quand la RATP a refusé des affiches du film *Coco avant Chanel* sur lesquelles Audrey Tautou fume une cigarette et que cela a suscité un débat<sup>2</sup>. Les campagnes contre le tabagisme du XXI<sup>e</sup> siècle sont probablement la raison pour laquelle l'image des célébrités en train de fumer devient une nostalgie. Mais les photos des femmes françaises ordinaires – qui ne sont pas des vedettes – fumant dans les terrasses de café et les rues de Paris se voient encore fréquemment sur les réseaux sociaux chinois qui les utilisent pour illustrer en partie une élégance à la française.

Une étude de Sledziewski cite les icônes du tabac françaises : de l'écrivaine George Sand à Carmen créée sous

---

2 Voir « La cigarette de Coco Chanel, nouvelle victime de la loi Evin ». <https://www.lefigaro.fr/cinema/2009/04/22/03002-20090422ARTFIG00382-la-cigarette-de-coco-chanel-nouvelle-victime-de-la-loi-evin-.php>

la plume de Mérimée, des garçonnnes des années folles et des filles françaises reprenant après la Deuxième Guerre mondiale le tabagisme interdit par les nazis pour manifester leur liberté et leur citoyenneté retrouvées, jusqu'aux filles de Mai 68 et des mamans des années 80, elles ont participé « au lent, mais profond mouvement de prise de conscience qui a marqué le tournant de l'an 2000 ». Selon l'auteur, « les icônes du tabac ont un sexe<sup>3</sup> ». Aujourd'hui, si les mouvements contre le tabagisme ont conduit à une réduction de l'image valorisante de la fumeuse dans les médias, l'image de la femme à la cigarette reste celle d'un symbole de liberté, d'égalité, de créativité et d'identité des femmes.

En Chine, l'image de la femme à la cigarette évoque d'un côté l'image des prostituées et de l'autre côté celle de nombreuses écrivaines réputées du xx<sup>e</sup> siècle, telles que Xiao Hong, Eileen Chang, et San Mao. Si le tabagisme a été et reste encore une habitude banale dans la vie quotidienne et sociale chez les hommes, il est souvent considéré comme un signe de déchéance morale ou de rébellion chez les femmes. C'est la raison pour laquelle il peut devenir une expression de résistance de la part des femmes.

Une étude basée sur des entretiens réalisés auprès de fumeuses urbaines chinoises résume quatre raisons pour lesquelles elles fument : pour afficher la liberté et l'égalité entre les genres, pour donner d'elles une image d'élégance, pour trouver du sens en profitant du tabagisme comme d'un rituel et pour contenir l'appétit afin de maigrir<sup>4</sup> (cette dernière raison est d'ailleurs bien attachée à l'image des

---

3 SLEDZIEWSKI, E. G. « L'image du tabagisme féminin en France ». *Journal de gynécologie obstétrique et biologie de la reproduction*, 2005, vol. 34, pp. 270-274.

4 LIN, Xiao-Shan. « Contexte et pratique du tabagisme des jeunes femmes professionnelles urbaines ». *Etudes des jeunes*, 2009(05): 47-59+95. (林晓珊. 城市青年职业女性香烟消费的情境与实践[J]. 青年研究, 2009(05):47-59+95.)

femmes françaises, car elles sont minces aux yeux des Chinoises). L'auteur, s'appuyant sur les théories de Judith Butler, considère que le tabagisme féminin est conforme à une performativité du genre.

Une telle performance évolue, selon nous, avec le parcours de vie des femmes.

Une de nos interrogées, qui a effectué un séjour de deux ans en France pour préparer son diplôme de master, nous dit qu'elle fumait en France, mais que rentrée en Chine, elle ne fume que lorsqu'elle se trouve en présence d'amis très proches et que son mari ne sait même pas qu'elle fume, car le tabagisme est très sexualisé et nuit à l'image d'une épouse idéale.

*« À l'époque où je faisais mes études en France, j'ai fumé aussi, de temps en temps, mais simplement parce que je le pouvais. Après être rentrée en Chine, je ne fume plus... ou plus précisément, je fume très peu, seulement lors d'occasions spéciales où je suis parmi des amis qui me connaissent vraiment bien. [...] Au fait, quand je venais de rencontrer mon mari, il m'a dit une fois que les fumeuses étaient toutes des salopes, et que c'était pour séduire les hommes qu'elles fumaient. J'ai voulu le contredire en disant que c'était très normal en France et que les femmes avaient aussi le droit de fumer, mais je n'ai pas dit grand-chose parce que je venais de le connaître et je ne voulais pas lui donner l'impression d'être une salope. Jusqu'à aujourd'hui, nous sommes déjà mariés depuis des années, il ne sait pas du tout que je fume aussi »*  
(Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France).

L'attitude du mari de notre interrogée peut représenter le « regard masculin » sur les fumeuses, considérant leur comportement comme sexuellement suggestif. Cette attitude moraliste envers le tabagisme féminin est dominante en Chine. Pour notre interviewée, si en France c'étaient des facteurs plus objectifs tels que les lieux qui décidaient des circonstances dans lesquelles elle fumait, elle doit en Chine

prendre davantage en considération les facteurs subjectifs comme ses relations avec les autres, les rapports de pouvoir qu'elle a avec les autres et les représentations sociales qu'elle partage avec les autres.

La même interrogée, qui critique le point de vue sexué de son mari en se référant à l'image des fumeuses françaises, nous dit pourtant que le regard masculin se focalisant sur le libertinage évoqué par l'image de la fumeuse n'est pas tout à fait sans fondement, parce que les femmes chinoises, elles aussi, sexualisent le tabagisme féminin, à la différence des femmes françaises qui fument comme les hommes :

*« Les femmes qui fument en Chine, elles fument souvent des cigarettes longues et minces, qui font allusion à une féminité. Ces cigarettes sont souvent mentholées et très légères. Donc, ce n'est pas tant pour la nicotine qu'elles fument que pour exprimer leur solitude et leur attitude. Mais les femmes françaises que j'ai vues en France, elles fument comme les hommes. Ce sont généralement des cigarettes épaisses et fortes, et parfois ce sont des cigarettes roulées à la main, qui sont très moches. On dit que les Françaises qui fument sont très élégantes ou très charmantes, mais à mon avis, elles ne pensent guère à l'élégance ni au charme. Pour elles, c'est simplement une habitude comme une autre. »*  
(Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Cette différence observée entre le tabagisme rituel des femmes chinoises et le tabagisme routinier des femmes françaises nous montre un paradoxe : bien que le comportement tabagique des femmes chinoises représente une résistance à l'hégémonie masculine et à l'identité traditionnelle des bonnes épouses et mères, quand le tabagisme devient un rituel pour mettre en avant la féminité, la femme elle-même devient la complice du regard masculin sans en avoir conscience<sup>5</sup>.

---

5 Ibid.

### 3.2 La pilule contraceptive

La contraception est directement liée aux activités sexuelles, et leur utilisation renvoie aux différences culturelles. Nos enquêtées chinoises sont souvent impressionnées par l'utilisation extensive de la contraception féminine en France, par l'âge jeune des utilisatrices et par l'attitude ouverte des Français à l'égard de la contraception.

Une jeune interviewée nous parle d'une série de télévision française qui racontait la vie des lycéens. Dans un épisode, une fille de seize ou dix-sept ans décida qu'elle allait avoir son premier rapport sexuel, donc elle se renseigna sur les modes de contraception auprès de ses amies, qui lui recommandèrent la pilule, la capote, l'anneau vaginal, etc., et qui lui proposèrent d'aller demander conseil au médecin scolaire. L'interviewée s'étonne du fait que les jeunes Françaises parlent du sexe avec une telle aisance et que le système éducatif français n'évite pas cette question.

*« C'est incroyable pour nous : non seulement les filles françaises parlent de la vie sexuelle aussi librement, mais aussi elles peuvent se renseigner sur la vie sexuelle auprès du médecin scolaire. Au lieu de la critiquer, le médecin scolaire lui a prescrit des pilules contraceptives. C'est impossible chez nous. »*  
(Interviewée N°21, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire)

La pilule contraceptive dont on parle ici renvoie dans la plupart des cas à la contraception orale combinée, qui associe deux hormones et doit être prise quotidiennement par ses utilisatrices. Il s'agit d'une méthode contraceptive médicale la plus utilisée en France et principalement par les jeunes filles.

D'après les données de l'Agence nationale de Santé publique, en 2016, la pilule contraceptive est utilisée par 36 % des femmes de 15 à 75 ans résidant en France, sa fréquence maximale d'utilisation est enregistrée parmi les 15-19 ans

(60,4 %) et les 20-24 ans (59,5 %), son utilisation diminue par la suite pour concerner moins de la moitié (47,8 %) des 25-29 ans et plus qu'un tiers (35,4 %) des 30-34 ans. Son taux d'utilisation diminue avec l'âge parce qu'elle comporte alors certains risques et les femmes ayant eu des enfants ont tendance à la remplacer par le DIU (dispositif intra-utérin)<sup>6</sup>.

La Chine est un pays dont le taux d'utilisation des méthodes contraceptives est élevé en raison de la politique du planning familial : selon les données du rapport datant de 2015 du Département des Affaires économiques et sociales de l'ONU, le taux d'utilisation de contraceptifs parmi les femmes mariées ou en couple d'âge fertile (15-45 ans) est de 83,5 % en Chine. Le rapport n'a pas précisé le taux d'utilisation de chacune des méthodes utilisées en Chine, mais il a mentionné le fait que les méthodes à long terme et permanentes comme la stérilisation féminine et le DIU étaient plus utilisées en Asie et en Amérique du Sud tandis que les méthodes à court terme et réversibles tels la pilule et le préservatif masculin étaient plus recommandées en Europe et en Afrique<sup>7</sup>. En ce qui concerne le taux d'utilisation de la pilule en Chine, nous n'avons pas trouvé de données assez fiables et précises. Plusieurs articles en ligne, qui avaient pour but d'encourager l'utilisation de la pilule combinée, ont mentionné le fait que le taux d'utilisation de la pilule combinée en Chine était inférieur à 3 % en 2010 et celui des pays occidentaux était de 30-40 %, mais aucun article n'a cité la source de ces chiffres ou précisé à partir de quelle base était constitué ce pourcentage. Une recherche publiée en 2018 a procédé à une revue systématique et une méta-analyse de 22 études datant de 1982

---

6 Rahib D, Le Guen M, Lydié N. « Baromètre santé 2016. Contraception. Quatre ans après la crise de la pilule, les évolutions se poursuivent ». Saint-Maurice : *Santé publique France*, 2017.

7 UN, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. « Trends in Contraceptive Use Worldwide 2015 ». New York: United Nations. 2015 : 51.



à 2017 et a estimé que le taux d'utilisation des pilules parmi les femmes non mariées était de 25,9 %<sup>8</sup>. L'écart énorme entre les 3 % et 25,9 % ne nous surprend pas, étant donné que le pourcentage de 25,9 % est le taux chez les femmes non mariées, qui préfèrent volontiers des moyens plus réversibles, et que ce pourcentage ne fait pas la distinction entre la pilule combinée et la pilule du lendemain, qui est souvent utilisée occasionnellement par les jeunes Chinoises non mariées.

Ces données scientifiques concordent avec l'impression subjective de nos interviewées : il existe effectivement une énorme différence entre la contraception des femmes françaises et celle des femmes chinoises, et les jeunes femmes françaises prennent la pilule combinée plus couramment que les jeunes femmes chinoises.

Pour les femmes, chinoises et françaises, la pilule contraceptive ne présente plus d'intérêt lorsqu'elles ont eu des enfants et n'en veulent plus, car la pilule aurait des effets secondaires et que le risque augmenterait avec l'âge. Mais d'autres raisons, qui prennent une perspective apparemment médicale, mais en réalité culturelle, peuvent expliquer l'attitude plus réservée des Chinoises. Les préjugés comme celui qui dit que « tout médicament est plus ou moins toxique » (*shi yao san fen du* : 是药三分毒), les inquiétudes par rapport au système hormonal, les méfiances envers la médecine occidentale, toutes ces préoccupations influencent l'attitude des Chinoises à l'égard de la pilule combinée.

En réalité, pour de diverses raisons, qui ne concernent pas nécessairement la vie sexuelle, de nombreuses jeunes femmes chinoises tenteraient d'utiliser la pilule combinée.

Une interviewée nous dit qu'elle avait besoin de la pilule combinée pour des raisons médicales quand elle

---

8 WANG, Meng-yao, ZHANG, Wei-hong, MU, Yi, *et al.* « Contraceptive practices among unmarried women in China, 1982–2017: systematic review and meta-analysis ». *The European Journal of Contraception & Reproductive Health Care*, 2019, vol. 24, no 1, pp. 54-60.

était adolescente, mais ne pouvait pas l'utiliser à cause de la méfiance de sa mère à l'égard de la contraception hormonale.

*« J'ai le syndrome des ovaires polykystiques, c'est une maladie, très courante aujourd'hui, qui influence les règles et l'ovulation. J'ai été diagnostiquée quand j'avais à peine vingt ans. Le médecin m'a prescrit une plaquette de pilules. Mais ma mère, après avoir compris ce que c'était, m'a interdit d'en prendre. Pendant une dizaine d'années, j'ai souffert de ce syndrome. Maintenant je sais que la pilule est la meilleure méthode pour contrôler les symptômes, mais pendant des années je n'ai pas pu en profiter à cause de clichés stupides. Ce n'est qu'après avoir donné naissance à mon fils que j'ai pu en prendre. »*

(Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Une jeune femme nous dit aussi qu'il est dommage que les jeunes Chinoises ne puissent profiter aisément des avantages de la pilule pour gérer des troubles quotidiens.

*« Parfois, nous, les filles, nous avons des souhaits très simples : moins d'acné, moins de douleurs menstruelles. Ces troubles peuvent être facilement gérés par la prise de pilule. Mais il y a tellement de contraintes... »* (Interviewée N°21, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire)

Dans un article sur WeChat qui introduit un livre sur l'histoire de la pilule et rassemble des expériences racontées par quelques femmes chinoises, une femme qui a passé des années en France, en partageant son expérience, parle de la fonction de décalage des règles de la pilule, et des différences entre filles françaises et chinoises.

*« Une fois, j'étais en excursion avec des amis, mes règles sont arrivées tout un coup. Je n'avais pas de serviette hygiénique dans mon sac, alors une copine m'a donné quelque chose de long et mince, je ne savais pas du tout ce que c'était ! Plus tard, j'ai appris que c'était un tampon, utilisé par toutes les filles françaises. Mais je fus encore plus étonnée quand cette copine m'a demandé :*

*“Pourquoi tu n’as pas pris la pilule à l’avance pour décaler tes règles?” Je ne savais pas comment répondre, je ne comprenais même pas ce qu’elle disait et ne savais pas comment l’interroger. Maintenant je comprends : par rapport aux filles chinoises qui refusent la pilule, les filles françaises l’acceptent avec plaisir. Beaucoup de filles en couple prennent une pilule quotidiennement. »*  
(Article WeChat N°110)

Pour des raisons de santé, ou pour éviter les règles lors d’occasions spéciales, beaucoup de jeunes femmes chinoises souhaiteraient utiliser la pilule, mais la plupart d’entre elles trouvent qu’il est difficile d’obtenir les informations et les produits dont elles ont besoin. En réalité, la pilule contraceptive est beaucoup plus accessible en Chine qu’en France : en France, la pilule et toutes les formes de contraceptions féminines doivent être prescrites par un médecin, alors qu’en Chine, tant la pilule combinée que la pilule du lendemain peuvent être achetées dans les pharmacies sans aucune prescription. Et le prix ne pose non plus de problème pour la plupart des femmes chinoises. Mais malgré la facilité d’acquisition en ligne des médicaments et des informations générales sur leurs emplois, les jeunes femmes chinoises se sentent gênées par la difficulté à trouver des informations précises convenant à leur propre situation et par la crainte des soupçons des autres que peut susciter l’utilisation de cet objet.

Ce qui empêche le plus l’usage de la contraception, c’est l’attitude des Chinoises à l’égard de la vie sexuelle des non-mariés. La pilule contraceptive combinée, en tant qu’une méthode réversible et commode, est recommandée aux jeunes femmes qui sont sexuellement actives, mais qui ne veulent pas encore être enceintes. En Chine, l’environnement socioculturel étant devenu beaucoup plus indulgent, une partie des jeunes ont des rapports sexuels avant le mariage. Mais la vie sexuelle, même pour les femmes mariées, reste un sujet tabou.

Prendre la pilule, d'après une de nos interviewées, est une pratique que les filles chinoises réalisent souvent en cachette.

*« Quand je faisais mes études en France, j'ai vu que beaucoup de mes camarades françaises prenaient des pilules contraceptives. Elles portaient une plaquette dans leur sac, et quand le réveil sonnait et c'était l'heure de la pilule du jour, elles la sortaient de leur sac et la prenaient comme si c'était un bonbon, comme si tout était normal et qu'il n'y avait rien à cacher. Imaginons, si une jeune fille prend une pilule devant les autres dans une école chinoise... »*  
(Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Au fur et à mesure du temps, de plus en plus de jeunes femmes chinoises n'hésitent plus à parler de leur vie sexuelle, surtout lorsqu'elles vivent dans les pays occidentaux. Sur Le petit Livre rouge, une jeune femme chinoise résidant aux États-Unis a laissé au-dessous d'un post présentant des moyens contraceptifs disponibles ce commentaire : « Les cabinets médicaux dans les lycées américains offrent gratuitement aux filles des contraceptions. J'ai essayé un implant, mais je l'ai remplacé par un DIU, parce que ma mère m'a interdit d'utiliser les contraceptions hormonales. <sup>9</sup> » Même si cette mère était déjà assez indulgente pour laisser sa fille lycéenne prendre la contraception, elle ne pouvait pas approuver les moyens hormonaux. Cela reflète en effet une différence intergénérationnelle. Rappelons-nous qu'il y a quelques années toutes les femmes chinoises ayant des enfants étaient alors obligées d'accepter le DIU et qu'il existait des examens annuels pour vérifier l'existence du DIU en leur sein. Le DIU est un objet porteur d'une mémoire féminine et était une contraception considérée par les femmes chinoises comme très à la chinoise. Aujourd'hui, sur les réseaux sociaux, les

---

<sup>9</sup> <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ced091a00000000d029ba3>

jeunes femmes chinoises relatent les douleurs que leurs propres mères ont dû subir lors de l'extraction du DIU : on avait imposé ce dispositif à ces femmes de la génération précédente sans les avoir informées que ce corps étranger pourrait provoquer des douleurs physiques et qu'il devrait se faire extraire après une certaine durée. Donc, par rapport au DIU qui est « imposé » et « désuet », la pilule et les autres moyens hormonaux sont « choisis » et s'avèrent « avancés ».

Contrairement aux méfiances du grand public envers la pilule, de nombreuses opinions professionnelles gynécologiques recommandent la pilule en signalant sa sûreté et son efficacité. La pilule est donc devenue un sujet discuté dans les débats qui opposent la science aux préjugés, l'artificiel au naturel, le chimique au physique et le moderne au traditionnel. Si la pilule est considérée par certaines femmes comme dangereuse, elle est préférée par d'autres comme relevant d'un choix avancé et audacieux. Mais les options réservées aux femmes chinoises restent limitées, car les marques disponibles sur le marché chinois sont peu nombreuses. De plus, les autres moyens tels que l'implant contraceptif, le patch contraceptif et l'anneau vaginal, qui sont également hormonaux et déjà très populaires dans les pays occidentaux, ne sont pas disponibles en Chine. Ces nouvelles techniques s'avèrent donc « luxueuses » et sont souvent « vantées » sur les réseaux sociaux par des femmes chinoises résidant dans les pays occidentaux.

De nombreux articles et vlogues sur les réseaux sociaux mettent en parallèle le faible taux d'utilisation de contraceptifs hormonaux en Chine, l'utilisation de la pilule du lendemain et le grand nombre d'avortements provoqués. En effet, le droit à l'avortement, pour lequel des féministes se battent encore dans certains pays occidentaux, ne pose guère de problèmes aux femmes chinoises grâce à la politique de planification familiale : non seulement les femmes chinoises possèdent légitimement le droit de prendre une décision d'avortement

par elles-mêmes, mais encore l'acte n'est pas en Chine sujet à une sévère condamnation morale (à condition que la femme soit mariée). Quant à la pilule du lendemain, elle fait partie des conversations que les adolescentes chinoises se murmurent entre elles, car l'utilisation est autant occasionnelle que leurs rapports sexuels. Ces deux méthodes, l'avortement et la pilule du lendemain, sont considérées comme extrêmement nocives pour la santé reproductive des femmes. Les opinions qui recommandent les contraceptions routinières blâment souvent les utilisatrices de ces deux méthodes pour leur ignorance et leur stupidité, disant qu'elles préfèrent courir des risques accidentels, mais coûteux plutôt que d'utiliser une méthode régulière et sûre pour se protéger.

En raison des contraintes culturelles qui empêchent l'utilisation de contraceptions hormonales, et par contraste avec l'« ignorance » et la « stupidité » des femmes qui « ne savent pas se protéger », la capacité d'acquérir des connaissances sur la contraception et le courage d'utiliser des méthodes de contraception sans se soucier du regard des autres sont devenus un symbole d'ouverture d'esprit pour certaines jeunes femmes chinoises.

Sur Le Petit Livre rouge, le média social très féminisé où de jeunes femmes chinoises partagent leurs expériences de vie, nous trouvons de nombreux contenus sur la contraception. Une grande partie de ces contenus sont créés par les jeunes femmes chinoises résidant dans les pays occidentaux. Elles parlent de leurs expériences de se renseigner auprès des médecins, de leurs réactions corporelles et de la liberté que la pilule leur procure. L'accessibilité aux renseignements et la variété des options sont considérées comme des privilèges dont elles peuvent profiter.

Ce qui est intéressant, c'est que dans la zone de commentaires sur ces contenus il y a toujours des débats, principalement autour de deux sujets :

L'un concerne les effets secondaires : certaines critiquent la blogueuse en disant que les effets secondaires hormonaux sont dangereux et que la blogueuse trop influencée par la culture occidentale risque de désorienter des jeunes filles chinoises, d'autres rétorquent qu'elles exagèrent les effets secondaires et qu'elles ne savent pas distinguer la pilule combinée de la pilule du lendemain.

L'autre sujet de débat concerne les contraceptions masculines. Les femmes qui sont pour les contraceptions masculines recourent à des arguments suivants : les méthodes contraceptives masculines sont beaucoup plus sécuritaires ; les utilisatrices de pilule ne devraient pas se mettre en danger et devraient exiger une protection de la part de leur partenaire. Certaines femmes disent qu'elles ont réussi à persuader leur conjoint de recourir à la vasectomie, une pratique qui est refusée par la grande majorité des hommes chinois par crainte des effets sur leur masculinité, mais qui est considérée par les femmes comme un acte de sacrifice et d'amour. Les contraceptions masculines provoquent d'autres réactions diverses : certaines se plaignent des difficultés à persuader les hommes et des difficultés propres à la vie des femmes, d'autres disent qu'elles n'acceptent pas le préservatif elles-mêmes, d'autres encore, en s'appuyant sur la prévalence des contraceptions féminines dans les pays développés insistent sur l'autonomie féminine. Par exemple, dans un commentaire laissé sous son post sur « les méthodes contraceptives scientifiques », il a été écrit :

*« Je pense que les filles doivent se protéger en utilisant les méthodes contraceptives. La contraception ne doit pas dépendre des hommes, sauf si l'on est marié. Car c'est notre propre corps. Même si les hommes acceptent d'utiliser des préservatifs, nous devons quand même nous protéger. Nous ne devons pas confier complètement notre santé aux hommes.<sup>10</sup> »*

---

10 <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ced091a00000000d029ba3>

Telle opinion est aussi partagée par une de nos interviewées, inspirée par son amie française qui se félicitait de l'autonomie de son corps que la pilule lui avait permise.

*« J'en ai parlé avec une copine française quand je faisais mes études en France. Elle prenait la pilule, mais à ce moment-là elle n'avait pas d'amoureux. Elle m'a dit qu'elle faisait souvent de l'alpinisme et avait donc besoin de décaler ses règles. Elle m'a dit aussi qu'elle était ouverte à toute possibilité d'amour et préférait que son corps soit prêt pour un éventuel amoureux. Ce qui m'a impressionnée le plus, c'est qu'elle m'a dit : "la pilule est la meilleure invention du xx<sup>e</sup> siècle, elle donne aux femmes la possibilité de maîtriser leur corps." C'est ce à quoi je n'avais jamais pensé auparavant, être maître de mon propre corps. »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

En raison de l'impact de la fécondité sur la qualité de vie et sur l'accomplissement du soi des femmes, les méthodes contraceptives sont devenues un moyen de rejeter la maternité et d'améliorer l'existence des femmes. Mais le sens de la contraception féminine est allé au-delà de la prise de décision concernant la fécondité. Lorsque les femmes parlent des avantages des contraceptifs, elles n'ont pas pour but d'encourager tout le monde à choisir la méthode qu'elles recommandent. Ce qu'elles préconisent, c'est que les femmes tiennent en compte les besoins qui leur sont propres, refusent la stigmatisation des autres et prennent l'initiative de se protéger. La pilule combinée est devenue le centre des débats en raison des différences d'âge de ses utilisatrices et des différences culturelles liées à ses utilisations. Elle est donc devenue un symbole identitaire. L'utilisation de méthodes contraceptives représente une liberté physique et sexuelle des femmes et dans une certaine mesure une revendication identitaire et culturelle.



### 3.3 Le soutien-gorge

Un autre objet dont la représentation est liée au concept de la liberté est le soutien-gorge. Contrairement aux objets susmentionnés qui représentent la liberté par leur usage, le soutien-gorge incarne la liberté par son non-usage, soit son enlèvement. Sur les réseaux sociaux chinois, on peut trouver de nombreux articles, photos et clips vidéo montrant des Françaises qui sortent sans soutien-gorge sous leur veste, et disant que ce phénomène est courant en France. Ces contenus prennent souvent une perspective à la fois esthétique et éthique pour décrire cette mode censée être « en vogue en France » : on parle de la beauté des silhouettes des femmes sans soutien-gorge, du soulagement ressenti en se libérant de ces coques, et on n'hésite pas à l'interpréter comme étant une revendication féministe.

Une vlogueuse sur *Le petit Livre rouge* a commencé un vlogue (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°4) sur « le sans soutien-gorge » par une comparaison entre les attitudes des Chinois et des Français : en voyant une fille sortant sans soutien-gorge dans un lieu public, les Chinois diraient : « c'est embarrassant, ça attise les regards, c'est inconvenant », ou même « cette fille est probablement libertine » ; mais en France, les filles françaises « se fichent du regard des autres », et « les gens ne jugent pas une fille selon le fait qu'elle a porté un soutien-gorge ou pas ». D'après la vlogueuse, d'une part, l'environnement socioculturel français est plus indulgent envers les femmes, d'autre part, les Françaises « estiment que leur charme sensuel doit se manifester » et « il ne leur est pas honteux de montrer leur charme sensuel ». Elle a exprimé son admiration pour ce comportement des Françaises et lié le mouvement du « *no-bra* » au féminisme en France. Mais à la fin du vlogue, elle a reconnu qu'elle n'osait pas le faire elle-même sauf en plein hiver, car « je n'ai pas une telle confiance en moi, et cela a quand même quelque chose à voir avec le fait que j'ai grandi

dans un environnement culturellement différent [de celui de la France]. » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°4)

Une de nos interviewées nous dit qu'elle est sortie sans soutien-gorge le premier jour de son séjour d'études en France :

*« C'est simplement pour goûter cette liberté. On porte rarement de soutien-gorge quand on est à la maison, mais on n'ose jamais sortir sans. [...] Je me sentais un peu bizarre quand même, très mal à l'aise, mais c'était peut-être parce que je ne m'y étais pas habituée. »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Elle reconnaît les avantages et les nécessités de porter un soutien-gorge, et ce petit essai qu'elle a fait aussitôt arrivée en France n'est pas pour autant devenu une habitude et ressemblait plutôt à un rite occasionnel.

Une autre vlogueuse sur *Le petit Livre rouge* déclare dans un vlogue qu'elle ne porte pas de soutien-gorge et qu'elle a pris cette habitude, qui lui a procuré une forme de liberté, en suivant ses amies françaises quand elle faisait ses études en France.

*« Je crois que toutes les filles comprennent ce sentiment contraignant, surtout en plein été où ce superflu nous étouffe. J'ai abandonné le soutien-gorge depuis des années. Cela m'a vraiment procuré un sentiment d'être libérée physiquement et spirituellement. »* (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°5)

Elle se pose aussi une question sur la stigmatisation sexuée.

*« Pourquoi les garçons font voir leur poitrine tout le temps et on pense que ce n'est pas grand-chose, mais en voyant une fille laisser apparaître ses seins, on pense tout de suite à la vulgarité, à l'érotisme et au tabou, comme si c'était un comportement aguicheur. »* (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°5)

Toute civilisation moderne a connu une évolution vestimentaire allant de la simplicité primitive à la complexité féodale pour enfin revenir à la simplicité. Dans la société contemporaine, le soutien-gorge est le seul objet vestimentaire destiné uniquement aux femmes et un surcroît qui oblige les femmes à porter toujours un vêtement de plus que les hommes, quelles que soient les prévisions météorologiques. Dans la plupart des cas, le port du soutien-gorge est considéré comme convenable et conventionnel. On s'interroge rarement sur sa nécessité à moins de se trouver ou de s'imaginer dans une situation particulière. D'après les reportages sur les médias français, la pratique de sortir sans le soutien-gorge est restée marginale, mais a pris de l'ampleur depuis le confinement dû à la Covid-19 : les femmes françaises ont abandonné le soutien-gorge lorsqu'elles étaient obligées de rester à la maison et suite à cette expérience inédite elles ne veulent plus le reprendre même après le déconfinement<sup>11</sup>. Pour nos lectrices chinoises, c'est l'environnement français qui offre cette possibilité inédite de se libérer du soutien-gorge. En fait, cette pratique de certaines femmes françaises reste très marginale en France alors que nos lectrices chinoises la croient généralisée. Elles soulignent sa faisabilité en France et l'opposent à son interdiction en Chine.

En plus de la protection physique, le soutien-gorge peut également offrir aux femmes un sentiment d'être psychologiquement sécurisées. Mais le port du soutien-gorge est devenu si naturel dans la vie quotidienne que les femmes réfléchissent rarement sur le fait que ce sentiment de la sécurité provient en réalité de l'insécurité lorsqu'elles sont sans soutien-gorge et qu'elles se demandent rarement si ce sentiment de l'insécurité sans soutien-gorge est bien

---

11 Voir le sondage fait par l'Institut d'Etudes Opinion et Marketing en France et à l'International : « Le Boom du « No Bra », tendance de fond ou effet de mode ? », <https://www.ifop.com/publication/le-boom-du-no-bra-tendance-de-fond-ou-effet-de-mode/>

fondé. La poitrine des femmes étant sexualisée dans notre société, si les femmes sortaient sans soutien-gorge, elles se sentiraient gênées par crainte du regard masculin et d'un possible harcèlement sexuel. Même si l'environnement public est déjà assez sécurisé pour garantir leur sécurité physique, elles s'inquiéteraient du « slut-shaming » provenant des autres (des hommes tout autant que des autres femmes). Quand les femmes s'éloignent de la vie quotidienne dans laquelle elles sont si naturellement habituées au port du soutien-gorge et se trouvent dans une situation particulière (étant confinées par exemple), elles découvrent rapidement l'absurdité de ce sentiment de l'insécurité et la possibilité de refuser cette oppression vestimentaire.

### **3.4 La nudité**

Outre les femmes françaises sans soutien-gorge qu'on voit dans les villes, nos enquêtées parlent aussi des femmes aux seins nus sur les plages françaises. Le nudisme reste une pratique très occidentale et limitée aux stations balnéaires. La plupart des plages nudistes se trouvent en Europe, mais sur les plages « normales », le nudisme est aussi pratiqué par un petit nombre de touristes, souvent occidentales<sup>12</sup>. Même si les Chinois parlent souvent avec curiosité de l'existence des plages nudistes en Europe, rares sont ceux qui en ont véritablement visité, car ces sites ne sont pas inclus dans les itinéraires touristiques conventionnels, et l'obligation d'être eux-mêmes nus dans ces plages destinées à la nudité suffit à freiner leur envie curieuse d'y entrer. Mais la vue des quelques femmes aux seins nus sur les plages normales provoque déjà assez d'étonnement.

---

12 JAURAND, Emmanuel. « Les plages nudistes, une exception occidentale ? ». *Géographie et cultures*, 2008, no 67, pp. 47-64.

Par rapport à la culture occidentale où la nudité se voit couramment dans les beaux-arts et dans les mœurs balnéaires, la nudité a été et reste un tabou dans la culture chinoise. Selon François Julien, l'absence du nu distingue les peintures chinoises des peintures occidentales, et le nu est « impossible » en Chine<sup>13</sup>.

Depuis les premières années du xx<sup>e</sup> siècle, certains artistes modernes chinois influencés par la civilisation occidentale ont pratiqué le dessin et la peinture du nu. Mais en réalité, le nu existait toujours en Chine sous forme des *chun gong hua* (春宮畫, images des printemps), soit les peintures érotiques. Dans ces images qui illustrent les pratiques érotiques, les personnages sont souvent partiellement ou même complètement dévêtus. Ces peintures servaient de manuels d'instruction ou d'objets sacrés ayant pour but de chasser d'éventuels malheurs comme l'incendie. Jamais ces peintures, malgré la délicatesse des techniques et la réputation de certains peintres, sont entrées en nombre dans le domaine des arts. Différentes des peintures chinoises classiques qui dépeignent les portraits des hommes ou des femmes aristocratiques ou qui dépeignent les beautés naturelles dans lesquelles les personnages sont secondaires, les valeurs artistiques de ces peintures érotiques centrées sur les postures interactives des personnages ne sont jamais reconnues. Le nu est étroitement lié à l'érotisme dans la culture chinoise et est par conséquent défini comme relevant de la vulgarité. La culture chinoise n'a jamais cultivé le goût esthétique pour la nudité, et la nudité féminine était toujours réservée au domaine du goût érotique masculin.

La pratique de la nudité artistique inspirée par la découverte de la beauté du corps humain a fait une courte apparition chez les jeunes femmes urbaines vers les années 2000 en Chine : à cette époque, où la photographie était déjà numérisée, mais

---

13 JULLIEN, François. *Le nu impossible*. Paris : éditions du seuil, 2005, p.8.

où l'ère du Web 2.0 n'était pas encore arrivée, certaines jeunes femmes ont essayé de se faire des portraits de nus. Il était de mode de conserver l'image de son corps au plus bel âge de la vie. Mais la pratique restait très privée, les femmes le faisaient elles-mêmes à la maison, ou se le faisaient faire en allant dans un studio géré par des photographes féminines. Les studios offrant ce service étaient souvent spécialisés dans la photographie pour enfants, et ce service de prendre des photos privées pour les jeunes femmes n'était pas affiché publiquement, mais transmis de bouche à oreille. Les femmes choisissaient d'y aller, car ces studios réservés aux enfants offraient une atmosphère féminine et sécurisée. Cependant, avec le développement du Web 2.0 qui facilite la duplication et la transmission des images, les risques d'être exposées se multiplient et cette pratique est devenue de plus en plus rare.

Les diverses réactions de célébrités féminines à la révélation de leurs photos ou vidéos privées contre leur volonté illustrent des différences d'attitudes entre les cultures à l'égard de la nudité et de la sexualité : des victimes féminines occidentales condamnaient avec indignation la violation de leur vie privée, certaines ont même profité du scandale pour gagner plus d'attention du public, alors que la plupart des victimes chinoises ne pouvaient que se blâmer elles-mêmes pour leurs propres « stupidité » et « naïveté » et en porter les stigmates tout au long de leur vie.

En raison de cette nudité interdite dans la culture chinoise, les femmes chinoises doivent s'imaginer comme s'éloignant de leur propre culture pour pouvoir parler de la nudité. Robert Misrahi distingue et définit trois formes de perceptions du nu féminin : le « regard érotique » ou immédiat, le « regard esthétique », et enfin « le regard adéquat » ou amoureux<sup>14</sup>. Et Jean-Claude Kaufmann, dans son étude sociologique sur

---

14 MISRAHI, Robert. Réflexion sur le nu féminin. *Sigila*. 2015, no 1, pp. 63-72.

les seins nus sur les plages, découvre « les trois corps de la femme » : la banalité, la sexualité et la beauté<sup>15</sup>. Tous les deux admettent que le nu féminin est sexualisé sur le plan culturel, et qu'il attise d'abord le regard érotique avant de devenir l'objet esthétique. Dans notre cas, où la perception du nu féminin fait partie des expériences féminines et interculturelles, nous dirions : le regard immédiat est plus curieux et moins érotique, car le nu banal n'existe pas dans la culture qui regarde ; le regard esthétique est le plus sensible et le plus aisément exprimé ; le regard amoureux peut s'interpréter comme un regard empathique ou d'amour-propre, et c'est en songeant à la possibilité de la banalité du corps féminin que les femmes chinoises se sentent en empathie et découvrent l'existence de leur propre corps au-delà du regard masculin. Lorsqu'une femme chinoise voit le corps nu d'une autre femme dans un lieu public, elle serait naturellement choquée, car ce qu'elle voit est censé être inconvenant dans sa propre culture, mais une fois qu'elle a intériorisé la banalité du nu dans les mœurs occidentales de la plage, cette perception immédiate cède rapidement à la perception esthétique, et la distance culturelle lui permet d'apprécier la beauté féminine d'une façon inédite.

Une de nos interviewées (Interviewée N°4, 64 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire retraitée, titulaire de licence) nous parle d'une belle femme demi-nue qu'elle a vue sur une plage discrète « à l'écart de la plage populaire ». D'après notre interviewée, la vue de cette femme qui était « très belle et très pure » ne lui a évoqué « que de la pureté » et « rien d'érotique ». Ce que l'interviewée décrit n'est pas séparé du contexte de la société française, mais c'est surtout l'éloignement de la plage bondée qui lui permet de se débarrasser de sa curiosité et d'adopter une perspective plus esthétique et plus sensible. En racontant cette expérience féminine qui valorise et apprécie la

---

15 KAUFMANN, J. C. Corps de femmes, regards d'hommes : sociologie des seins nus. Paris : Nathan, p.145.

beauté du corps féminin, elle exprime spontanément un refus du regard masculin qui sexualise le corps féminin.

Certaines de nos enquêtées nous parlent de la beauté des femmes aux seins nus qu'elles voyaient sur les plages en mentionnant la taille, la ligne et le bronzage. Elles s'impressionnent aussi de leurs mouvements « très légers », « très gais », « nonchalants » et « très à l'aise ». Les femmes chinoises qui sont allées ensemble sur la plage discutent souvent des autres femmes entre elles, mais se sentaient néanmoins quelque peu gênées si elles sont accompagnées d'amis masculins – c'est le cas courant pour les étudiantes chinoises en France, qui voyagent souvent en groupe. Les interviewées ont souvent du mal à exprimer leurs sentiments, mais ce qui est évident, c'est que lorsqu'une femme regarde le corps nu d'une autre femme sur la plage – le seul lieu public où la nudité n'est pas inconvenante –, c'est le regard esthétique qui prime, comme l'écrit Kaufmann : « *le regard des femmes est limpide, purement admiratif quand il est accroché par la beauté*<sup>6</sup>. »

Plusieurs interviewées remarquent aussi qu'il y avait sur les plages françaises de nombreuses femmes âgées s'étendant torse nu malgré leurs corps déjà ridés et opulents. Même si elles reconnaissent que cette scène « n'est pas tellement belle », elles avouent souvent être impressionnées par l'aisance de ces femmes pour se dénuder.

*« Elles ne craignent rien. Si on faisait ça sur la plage en Chine, les autres diraient que c'est de la folie et qu'il est honteux de faire voir un corps nu, surtout un corps si vieilli. »* (Interviewée N°3, 59 ans, divorcée, 1 fils, enseignante universitaire retraitée, titulaire de licence)

Est-ce que le corps vieilli a encore le droit de se faire voir sur une plage? L'image de ces femmes âgées qui pratiquent

---

16 Ibid, p.178.



la nudité sur les plages françaises fait contraste avec celle des *Da ma* sur les plages de Qingdao en Chine, qui sont très représentatives à cause de leur maillot de bain couvrant entièrement leur corps et de leur « facekini » (une sorte de cagoule anti-UV en nylon). La tenue les couvrant de la tête aux pieds permet à ces dames âgées de profiter de la plage comme les autres. Elles « piquent les yeux » parce qu'elles ne se conforment pas aux conventions habituelles de la plage, selon lesquelles l'exposition partielle du corps est de règle, et aussi parce que ce collant du corps met en évidence la silhouette de leur corps, « opulent » et « laid ». Mais elles ne transgressent pas les conventions sociales qui interdisent la nudité dans les lieux publics. Ces femmes couvertes de la tête aux pieds savent bien que leur image est grotesque, mais elles acceptent le regard curieux des autres, et l'on peut percevoir leur intention d'attirer le regard des autres à travers quelques-uns de leurs comportements particuliers sur la plage et les couleurs et dessins accrocheurs de leurs maillots. Elles affirment leur défi au regard des autres comme le font les femmes qui se dévêtissent, mais elles se protègent du regard à l'aide de la cagoule qui cache leur visage ainsi que leur identité.

Si l'image des *Da ma* fait rire, l'image des femmes françaises âgées, mais nues sur les plages françaises fait réfléchir. Bien que les deux images soient aussi « ridicules » l'une que l'autre aux yeux des femmes chinoises plus jeunes, elles perçoivent à travers la nudité des femmes françaises âgées plutôt une revendication d'être libérées du regard des autres et des conventions sociales.

Bien sûr, personne ne nie la nécessité d'être vêtu, que ce soit pour des raisons hygiénique ou esthétique. Selon nos interviewées, les femmes chinoises, à l'exception de celles qui vivent longtemps en Occident et sont déjà culturellement occidentalisées, viennent sur les plages européennes en tant que touristes et n'ont pas d'envie de s'adonner à la nudité,

car elles entrent souvent dans ce champ avec d'autres compatriotes et il leur serait impossible de se dévêtir devant des personnes de connaissance, et certaines disent qu'il est impensable de se dénuder dans les lieux publics même si tous les autres sont tous nus et inconnus.

Le refus de la nudité est manifeste et conscient. Cependant, lorsque les femmes chinoises font part de leur expérience d'avoir regardé la nudité d'autres femmes appartenant à une autre culture, la distance culturelle leur permet de s'extraire des conventions sociales de leur propre culture et d'exprimer des désirs qu'elles n'ont probablement pas perçus elles-mêmes : le désir d'être aimées, le désir de ne pas être aliénée par le regard masculin, et le désir de valoriser leur propre corps et leurs propres sentiments, etc.

### **3.5 Le tampon hygiénique et le jouet sexuel**

On peut encore citer d'autres objets qui associent les différences culturelles occidentales-orientales aux expériences du corps féminin.

Par exemple, le tampon hygiénique, qui est le produit d'hygiène féminin «le plus utilisé par les filles françaises» selon les opinions de nos enquêtées et des blogueuses chinoises. Par rapport au tampon, la serviette hygiénique utilisée par les femmes chinoises s'avère « désuète ». Sur *Le petit Livre rouge*, de nombreuses vlogueuses racontent leur expérience d'utilisation de tampon en employant des expressions fulgurantes : « C'est comme la découverte d'un nouveau territoire! », « On ne sent rien d'autre que la libération, comme si la menstruation n'existait plus. ». Deux raisons principales expliquent pourquoi le tampon est moins consommé en Chine que dans les pays occidentaux : premièrement, la crainte de l'insertion d'un objet étranger dans le corps qui est allusivement associée aux rapports sexuels ; deuxièmement, le prix du tampon est plus élevé que celui de la serviette hygiène.

Ce sont justement ces deux raisons, même non dites, qui donnent aux jeunes femmes chinoises qui utilisent le tampon un sentiment d'être sexuellement libres et économiquement indépendantes.

Ce qui peut également être porteur de ces représentations de la femme libre et moderne, c'est le jouet sexuel pour femme. On voit souvent dans les séries télévisées et dans les films occidentaux des jouets sexuels, mais presque jamais dans ceux chinois. Cependant, depuis quelques années, on voit fréquemment des publicités pour jouets sexuels pour femme sous forme d'articles partageables sur le réseau WeChat. Dans un article partagé par plusieurs comptes publics populaires, une expérience de la conceptrice d'un jouet est mentionnée :

*« En 2001, Piao [la conceptrice] faisait ses études en Angleterre. Une fois, elle a vu quelques vieilles dames anglaises entrant dans une boutique érotique pour acheter des jouets. Ces dames choisissaient joyeusement en discutant entre elles et n'avaient pas du tout l'air honteuses ou hésitantes. Dans les pays occidentaux, même les femmes âgées de soixante ans ont le droit de jouir du plaisir sexuel et de parler librement de la sexualité. Mais à cette époque-là, les femmes chinoises se sentaient honteuses même envers la masturbation, sans parler d'en discuter à cœur ouvert. Piao y a vu une attitude complètement différente à l'égard de la sexualité, caractérisée par une ouverture et une facilité et qui traite la sexualité de façon banale.<sup>17</sup> »*

Les commentaires anonymes des utilisatrices qui racontent l'« expérience épanouie » d'utilisation du jouet sexuel sont affichés dans ces publicités sur WeChat. Mais les contenus concernant les jouets sexuels sont encore interdits sur les autres médias sociaux tels que Le petit Livre rouge dont les comptes ne sont pas anonymes, mais appliquent le système de nom réel. En observant les conversations dans des groupes

---

17 Cette histoire est en fait racontée plusieurs fois dans les différentes versions de publicité de la marque. Pour en consulter une, voyez : Article WeChat N°111.

féminins de WeChat, nous pourrions dire que l'utilisation de ces produits n'est plus aussi impensable qu'auparavant. Les jeunes femmes urbaines chinoises, même si elles ne décrivent pas les détails de leurs expériences personnelles, ne dénie plus entre elles leur intérêt pour ces produits ou même la présence de ces produits dans leur chambre.

## **Conclusion du chapitre**

Il faut admettre que ce qui associe ces objets susmentionnés aux expériences du corps féminin a beaucoup à voir avec le consumérisme. On évoque les écarts entre les femmes occidentales et les femmes chinoises pour encourager ces dernières à consommer de nouveaux produits. Même le discours concernant la nudité est souvent emprunté pour décrire et promouvoir la lingerie dite plus confortable et l'alternative de soutien-gorge qui « offrent une expérience semblable à celle de la nudité ». Ces discours fonctionnent bien en tant que promoteurs de consommations, car ils touchent un point sensible aux femmes. On y voit un lien délicat et contradictoire entre le consumérisme et le féminisme. D'une part, le consumérisme est un des objets majeurs des critiques féministes : les désirs matériels soumettent les femmes aux hommes qui leur fournissent un soutien financier, et les femmes continuent de se réformer sous l'impulsion du consumérisme pour plaire au regard masculin. D'autre part, l'indépendance économique étant considérée comme un indicateur important de la libération des femmes et le pouvoir d'achat autonome comme une manifestation concrète de l'indépendance économique, les comportements de consommation des femmes ont plus de chances d'être valorisés. Par rapport aux vêtements, cosmétiques et autres produits pour femmes qui servent principalement à la modification de l'apparence, ces articles sont plus directement liés à une expérience physique féminine,

et ils affirment une certaine distance par rapport au regard masculin. Dans ce sens, ils semblent pouvoir mieux véhiculer des valeurs féministes opposées aux valeurs masculines.

## Chapitre 4

### L'amour et le mariage

Aux yeux des Chinois, la France est un pays romantique, voire le plus romantique du monde, et le français est « la langue de l'amour ». Le mot « 浪漫 » (*lang man*) est cité par la moitié de nos enquêtés dans le jeu d'association des mots. La notion du mot chinois *lang man*, traduit en français par l'adjectif « romantique », est pourtant relativement vague et abstraite en termes philosophique et littéraire. Mais dans l'opinion populaire, le mot a une dénotation bien attachée à l'amour. L'amour « romantique » ou « à la française » est considéré comme un amour ardent, passionnant et pur, tandis que l'amour « à la chinoise » est considéré comme plus tranquille, plus ordinaire et plus susceptible d'être influencé par d'autres éléments. Si l'on s'accorde pour considérer l'image de la relation amoureuse à la française comme étant plus ouverte et plus libre, cette « ouverture » et ce « libertinage » suscitent des opinions différentes, voire contradictoires. En parlant de l'amour à la française et en le comparant avec la vie

amoureuse et sexuelle des Chinois, nos enquêtés s'interrogent sur les représentations et les sens de l'amour et du mariage.

Nos enquêtées nous parlent de l'amour à la française en citant des romans qu'elles ont lus ou des films qu'elles ont vus. Et si on tape le mot « France » et le mot « amour » dans la barre de recherche sur les médias sociaux tels que WeChat, on verra principalement des sommaires de films français et leurs commentaires ; les anecdotes concernant les célébrités constituent également un socle originare à partir duquel les Chinois s'impègnent des comportements d'amour des Français ; les expériences de la vie en France ou des relations amoureuses avec les Français sont aussi mentionnées pour confirmer ou pour contredire des stéréotypes reçus. Toutes ces informations sont véhiculées, discutées et consultables sur les médias sociaux.

#### **4.1 L'amour et l'âge**

L'amour a-t-il un âge ? Ne doit-on pas parler de l'amour avant un certain âge et ne peut plus en parler après un certain âge ? En comparant la vie des Chinois et la vie des Français, nous dirions volontiers que la vie amoureuse commence plus tôt et dure plus longtemps dans le parcours de vie des Français et des Occidentaux.

Dans un vlogue intitulé « les différences sino-françaises de l'amour et du mariage », la vlogueuse introduit la comparaison en affirmant que l'âge ne peut pas empêcher la vie amoureuse des Français :

*« L'amour des Français n'a jamais à voir avec l'âge. Les adolescents de 15 ans peuvent déjà commencer leur vie amoureuse. Les personnes âgées de 50 ans voire 70 ou 80 ans peuvent être encore à la recherche de l'amour. »*

(Vlogue *Le petit Livre rouge* N°6)

Une autre vlogueuse, qui a vécu pendant des années en France, parle de ce qui l'impressionne de la vie des femmes françaises et écrit : « les Français ont déjà de grandes expériences d'amour depuis un très jeune âge » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°5). Elle a raconté une conversation entre le jeune garçon et sa mère de la famille d'accueil qui l'a hébergée dans le cadre d'un programme d'échange en France quand elle était lycéenne. Le garçon a demandé à sa mère comment plaire à sa petite amie. La vlogueuse, en entendant cette question à leurs côtés, a été étonnée et s'est sentie embarrassée, parce qu'elle n'imaginait pas que les adolescents puissent discuter de l'amour avec leurs parents. La mère lui a expliqué l'art de l'amour et lui a proposé même d'inviter la fille à la maison. La vlogueuse souligne dans ce vlogue ce que disait la mère : « *Aimer, c'est l'aptitude innée de l'homme. Au lieu de réprimer l'amour, il vaut mieux en définir des règles.* » Dans ce vlogue, la vlogueuse a aussi dit que si cela s'était produit en Chine, « *les parents auraient tapé leur enfant pour son zao lian* ».

Ici, le mot chinois « 早恋 » (*zao lian*) est caractéristique. Ce mot composé de l'adverbe/adjectif *zao* qui se traduit par « tôt » ou « hâtif » et du verbe/nom *lian* qui se traduit par « tomber amoureux » ou « liaison amoureuse » a émergé vers les années 1980, l'époque où le gouvernement a décrété que l'âge légal du mariage était de 22 ans pour les hommes et de 20 ans pour les femmes. L'expression désigne l'amour hétérosexuel pendant ou avant l'adolescence, un problème qui préoccupe l'éducation secondaire depuis des décennies.

Une étude rétrospective a analysé la nature de la construction du concept en se basant sur des articles académiques sur ce sujet datant de 1979 à 2015. D'après l'étude, le développement psychologique et les différences individuelles des jeunes étaient fortement négligés par des chercheurs qui se sont centrés sur la relation amoureuse pendant les études secondaires. Certains ont mis l'accent sur les influences négatives de l'amour sur les résultats



scolaires, sans tenir compte des sentiments réels des adolescents, d'autres ont assimilé la relation amoureuse à d'autres comportements « immoraux » tels que l'absentéisme scolaire et la bagarre. Selon l'autrice, l'attitude prêcheuse des recherches a stigmatisé et stéréotypé l'amour des jeunes<sup>1</sup>. Elle a critiqué les points de vue qui traitaient de l'amour des élèves comme étant un problème, mais sans se demander s'il existe des avantages éventuels des expériences amoureuses pour les jeunes. Finalement, elle a fait une brève comparaison entre le discours occidental et le discours chinois en ce qui concerne l'amour précoce des jeunes :

*« Le concept n'existe pas dans le discours académique en Occident. Par rapport à l'expression anglaise, "adolescent romantic relationship", il n'y a rien de romantique dans notre discours sur l'amour des adolescents, qui néglige aussi bien le plaisir que le chagrin entraîné par cet amour. Nous avons traité les enfants comme des élèves standards, et non pas comme des individus ayant leurs propres idées et émotions. »<sup>2</sup>*

Sur les réseaux sociaux, on répète que « l'expression (celle de *zao lian*) n'existe pas dans les langages occidentaux ». Si les chercheurs restent encore prudents, le public des médias sociaux cherche à rejeter l'expression. « Parfois, ce n'est pas l'amour qui cause les problèmes des adolescents, mais l'attitude biaisée à l'égard de l'amour », écrit un article de WeChat intitulé « Seuls les Chinois prennent l'amour des adolescents pour une catastrophe, à l'étranger les jeunes peuvent se marier à l'âge de 16 ans » (Article *WeChat* N°112). De nombreux articles sur les médias sociaux critiquent la vision de l'amour et du mariage des parents chinois qui « interdisent à leurs enfants de s'engager dans les relations

1 SHI, Yi-Ni. « Étude sur l'espace du discours de l'amour des adolescents : 1979-2015 ». *Études des jeunes chinois*, 2016(9) : 44-49. (施旖旎. 早恋的话语空间研究: 1979—2015[J]. 中国青年研究, 2016(9): 44-49.)

2 Ibid.

amoureuses pendant l'adolescence, mais souhaitent qu'ils se marient le plus vite possible dès qu'ils sortent de l'université ».

Ces nouveaux points de vue détachent le « problème » de l'amour des adolescents de l'enseignement secondaire où priment les résultats scolaires afin de le traiter sous des angles culturels, psychologiques et sociaux. Une telle voix se fait entendre de plus en plus, grâce à l'ère du Web 2.0 qui a créé un espace dans lequel la vie adolescente peut être discutée hors de l'école et où les adolescents peuvent se faire entendre, grâce à la mondialisation permettant aux Chinois de connaître l'attitude occidentale à l'égard de l'amour des adolescents et à la nouvelle génération des leaders d'opinion qui émerge.

En explorant les conversations entre des mères ayant des enfants d'âge scolaire ou préscolaire, nous découvrons que ces femmes adoptent une attitude plus indulgente envers l'âge de s'engager dans une relation amoureuse de leurs enfants. Certaines disent qu'elles permettent à leurs enfants de tomber amoureux pendant l'adolescence, parce que l'amour resterait « un beau souvenir de la vie » ou « un passage obligatoire de la vie »; d'autres disent qu'elles ne s'y opposent pas même si elles ne l'approuvent pas, car « l'amour est naturel » et « l'interdiction ne servira à rien si elle ne pousse pas les enfants plus loin ». Ces femmes parlent aussi de leurs propres heureux souvenirs lorsqu'elles étaient tombées amoureuses et de leurs regrets de ne pas avoir pu éprouver l'amour pendant leur adolescence. Cependant, les parents ont généralement une attitude plus conservatrice envers les filles qu'envers les garçons.

Si la vie amoureuse des adolescents français intéresse les Chinois, c'est parce que « l'interdiction » de l'amour adolescent a existé et existe encore en Chine. L'image de l'amour adolescent français concerne aussi bien les filles françaises que les garçons français. Mais lorsqu'il s'agit de la vie amoureuse des personnes plus âgées, c'est surtout l'image

des femmes françaises qui impressionne le public chinois, notamment le public féminin chinois.

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre sur la beauté, l'apparence élégante et charmante des femmes françaises d'âge moyen ou plus âgées impressionne les femmes chinoises. Aux yeux des Chinoises, les Françaises disposent d'une aptitude qui manque à la plupart des femmes chinoises, aptitude consistant à conserver un attrait sexuel jusqu'à un âge avancé.

Les histoires d'amour des célébrités françaises telles que Brigitte Macron, Sophie Marceau et Sidonie-Gabrielle Colette, pour lesquelles la vie amoureuse ne s'est pas limitée à leur jeune âge, circulent sur les médias sociaux chinois et sont souvent citées par nos enquêtées. Une autrice de WeChat a écrit ces lignes dans un article parlant de la vie de Marguerite Duras :

*« Elle n'a jamais cessé de tomber amoureuse. Elle a eu beaucoup d'amants, et chaque fois elle s'est complètement investie dans l'amour. [...] L'amour est essentiel pour les femmes, nous avons besoin d'être nourries de l'amour à tout âge. »* (Article WeChat N°41)

Par rapport aux femmes françaises, on a l'impression que les femmes chinoises ont renoncé à leur vie amoureuse dès qu'elles se sont mariées ou dès qu'elles ont dépassé un certain âge. Une de nos interviewées nous a dit :

*« Ce qui m'impressionne le plus, c'est que la femme française, quel que soit son âge, qu'elle soit mariée ou non, qu'elle ait des enfants ou non, peut toujours tomber amoureuse et se faire aimer... »* (Interviewée N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Cette interviewée avait déclaré, à l'âge de 19 ans, qu'elle se suiciderait à 40 ans, parce qu'à l'époque elle avait pensé qu'elle

ne pourrait pas supporter une vie taciturne et ennuyeuse de vieille femme, comme celle de sa grand-mère et de sa mère, toutes deux divorcées et sans vie amoureuse depuis des dizaines d'années. Elle a maintenant 36 ans et jouit dans sa vie d'être amoureuse et d'être aimée au sein ou même au dehors de son mariage. Nous n'avons pas l'intention d'affirmer que c'était son expérience de trois ans d'études en France qui a changé son attitude, car le parcours de vie d'une personne est beaucoup plus compliqué que cela, mais nous pouvons au moins dire qu'elle s'est inspirée de l'image des femmes françaises qui représente pour elle une possibilité d'entretenir une vie faite de passion.

Selon nos interviewées, les raisons qui étouffent les élans amoureux des femmes chinoises sont plus sociales et culturelles que personnelles. Une interviewée nous parle de son ancien professeur, une femme chinoise de 60 ans vivant en France.

*« Elle est venue en France depuis des années. Elle m'a dit qu'elle se sentait moins gênée de sa situation familiale en vivant en France. Elle est âgée de soixante ans et elle est encore célibataire, mais elle m'a dit qu'elle pouvait toujours trouver quelqu'un si elle le voulait. Mais si elle vivait en Chine, ce serait très différent, il y aurait tellement de contraintes. C'est pourquoi elle se sentait libre et bien à l'aise en France, car en France, on est autonome et on peut toujours trouver l'amour, peu importe l'âge et l'apparence. »*  
(Interviewée N°2, 53 ans, mariée, 1 fils travaillant en France, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

Cette interviewée prend aussi en exemple le président Macron et son épouse beaucoup plus âgée que lui pour argumenter de l'environnement socioculturel indulgent en France.

*« Le fait que le président français actuel a épousé une femme tellement plus âgée que lui-même, c'est vraiment impensable pour nous, les Chinois. Le*

*mariage seul est déjà assez extraordinaire. De plus, malgré un tel mariage, il arrive à participer et à réussir à l'élection présidentielle. Cela illustre vraiment une énorme indulgence de la France. En Chine, ça serait impossible! On ne pourrait pas se marier comme ça. Même si on finissait par se marier, on ferait l'objet de reproches. On veut encore devenir le président? Rêve! Donc, à partir de ça, je trouve que la société française est vraiment très libre et très indulgente, vraiment! C'est admirable! » (Interviewée N°2, 53 ans, mariée, 1 fils travaillant en France, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)*

La même interviewée, qui a une cinquantaine d'années, répond par la suite à notre question sur sa propre attitude. Elle dit que même en s'imaginant qu'elle vive en France, dans un environnement qui l'éloignerait des contraintes propres à la culture chinoise, et qu'elle soit aussi libre que les femmes françaises, elle ne pourrait probablement pas se défaire d'une idéologie déjà fort ancrée.

*« Moi, si je vivais dans un environnement aussi libre, je tomberais amoureuse quand je veux, évidemment! Enfin, on a besoin d'amour à n'importe quel âge. Mais il y a tellement de contraintes en Chine. On doit quand même tenir compte du regard des autres, de sa famille, de ses enfants et de tellement de choses. Je serais très joyeuse si un jour je pouvais aimer comme les Françaises. Mais je me sentirais probablement très mal à l'aise après... J'ai du mal à l'imaginer, car je n'ai jamais vécu une telle vie. Mais je crois qu'il y aurait certainement quelques gênes. Parce que j'ai grandi dans un tel environnement, et le subconscient viendra toujours me recadrer. C'est comme un oiseau qui a été encagé depuis trop longtemps, il ne sait plus voler même après avoir été libéré » (Interviewée N°2, 53 ans, mariée, 1 fils travaillant en France, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)*

Dans la culture chinoise, bien que les gens accordent une grande importance à l'amour et le considèrent généralement comme le fondement du mariage, l'importance de l'affection en tant que sujet de conversation au sein du couple semble

s'arrêter là où le mariage est conclu. Il semble naturel que l'amour conduise au mariage, que le mariage conduise à la parentalité, et que le discours d'affection doive se dissiper une fois accomplie sa « mission » d'unité au sein de ce couple. En conséquence, il semble déviant, voire immoral, de songer à l'amour et d'en parler lors de cette période de la vie où on est censé avoir pour axe la maternité. Même dans le discours sur la recomposition conjugale des personnes âgées après un divorce ou un veuvage, on ne parle pas d'affection, mais de besoins de vie plus fondamentaux. Dans le cadre de la culture chinoise, la vie amoureuse des personnes âgées semble être ignorée et inexprimable.

Par rapport aux hommes, les femmes sont plus sensibles à l'âge dans les rencontres de l'amour. L'attirance sexuelle des femmes est plutôt liée à leur apparence, de sorte que la possibilité qu'elles ont de rencontrer l'amour diminue avec l'âge, tandis que l'attirance sexuelle des hommes est plutôt liée à leur pouvoir financier et leur statut social, ce qui fait que la possibilité qu'ils ont de rencontrer l'amour ne diminue pas autant que celle des femmes. Le vieillissement nuit plus au charme de la femme qu'à celui de l'homme. On voit nettement moins de couples dans lesquels l'homme est plus jeune que sa compagne alors que l'inverse est courant<sup>3</sup>.

Selon nos interviewées, même si les femmes chinoises âgées acceptent de retrouver l'amour, elles ne le retrouveront pas en Chine. En effet, les hommes chinois ayant intériorisé des idées phallocentriques enracinées dans la culture chinoise n'ont pas l'envie ni la capacité d'apprécier le charme d'une femme mûre.

*« Les hommes chinois aiment les filles jeunes. À n'importe quel âge, ils préfèrent celles qui sont plus jeunes et plus jolies. Mais les hommes français préfèrent*

---

3 LE BRETON, David. « Vieillir en beauté : les jouvences contemporaines ». *Champ psy*, 2012, no 2, p. 127-139.

*les femmes mûres et intelligentes, l'âge ne leur pose pas trop de problèmes. [...] Non, je ne crois pas pouvoir trouver quelqu'un en Chine à mon âge, quelqu'un qui m'aime par amour. Je peux pourtant trouver quelqu'un qui souhaite que je prenne soin de lui. Mais l'amour? Non, pas en Chine. »*  
(Interviewée N°3, 59 ans, divorcée, 1 fils, enseignante universitaire retraitée, titulaire de licence)

Dans la culture chinoise, l'amour romantique des femmes plus âgées est impossible et inexprimable. Une de nos interviewées (N°5) nous parle de sa mère qui est « typiquement chinoise » : son père a trompé sa mère et cohabité avec une femme plus jeune depuis une vingtaine d'années, mais la mère ne voulait pas divorcer, car d'après ce qu'elle disait : « Divorcer ou ne pas divorcer, cela est égal pour une vieille femme. » Pour cette mère, il est difficile de trouver un moyen d'exprimer ses réels sentiments et de soulager sa douleur due à un mariage malheureux : comme l'amour ne devrait plus être important « pour une vieille femme », la tromperie du mari ne devrait plus la troubler, et comme il est impossible de rencontrer l'amour à cet âge, il n'est donc pas nécessaire de mettre fin à ce mariage. Notre interviewée ne comprenait pas le choix de sa mère de rester avec son père, mais étant leur fille elle ne pouvait pas non plus leur conseiller de divorcer. Ce qu'elle pouvait faire depuis des années, c'est d'emmener sa mère en voyage partout dans le monde de manière à ce qu'elle retrouve son bien-être hors du mariage.

Les Chinoises, jeunes ou âgées, ont du mal à parler de l'amour des femmes chinoises âgées, qui semble être un sujet tabou dans leur culture. Mais lorsqu'elles parlent des femmes françaises, elles trouvent enfin un moyen de sortir de leur propre culture et d'exprimer leur aspiration envers l'amour à tout âge. En exprimant cette aspiration, elles ne veulent pas dire qu'elles souhaitent tomber vraiment amoureuses d'un homme, mais qu'elles souhaitent se valoriser et se libérer du regard masculin et de l'obligation que l'environnement

socioculturel impose aux femmes. Dans leur discours, l'amour hétérosexuel n'est qu'une partie d'une vie libre et romantique. Aux yeux des femmes chinoises jeunes, les femmes âgées devront avoir le courage de sortir de la maison et de laisser derrière elles leur mari et leur famille pour parcourir différents endroits pittoresques. Ces actes sont considérés comme hardis et romantiques. C'est pourquoi notre interviewée susmentionnée encourage sa mère à voyager. Et depuis ces dernières années, les vlogues écrits par des femmes âgées chinoises qui voyagent toutes seules circulent en grand nombre sur les réseaux sociaux. Ces voyages sont devenus un de leurs moyens de réaliser un accomplissement du soi après avoir accompli ou rejeté la responsabilité maternelle. Ainsi qu'il est écrit dans le livre intitulé *Un âge nommé désir : Féminité et maturité* – : « Elles sont tout entières dans leur désir, elles vont vers les choses qu'elles jugent bonnes pour elles, elles font l'expérience d'une véritable liberté intérieure. Choisir de rompre une vie conjugale vieille de trente ans, s'abandonner à vivre une passion, s'engager dans de nouvelles explorations intellectuelles, psychiques, sexuelles...<sup>4</sup> »

#### **4.2 Le débat sur la nécessité du mariage**

Quand certaines femmes âgées abandonnent leurs tâches maternelles et ménagères pour sortir de la maison sans renoncer au mariage, certaines jeunes femmes de la génération post-90, qui atteignent un âge où on est censé devoir se marier, se posent des questions sur la nécessité du mariage. Une question, « Faut-il se marier? », posée et discutée sous forme de mots-dièse sur les réseaux sociaux et une phrase disant : « Quand la génération post-80 commence à divorcer, la génération post-90s décide de ne pas se marier », qui se répète dans de nombreux articles portant sur des sujets

---

4 LEMOINE-DARTHOIS, Régine et WEISSMAN, Elisabeth. *Un âge nommé désir : féminité et maturité*. Paris : Albin Michel, 2006, p.9.



différents, peuvent résumer une tendance actuelle en Chine. La baisse du taux de nuptialité, le retard de l'âge du mariage, l'augmentation du taux de divorce, tous ces phénomènes qui préoccupent les parents chinois et l'administration chinoise sont pour les féministes, des indicateurs du réveil de conscience de soi des femmes. À cet égard, l'image de la société française et celle des femmes françaises servent de références et sont souvent mentionnées pour justifier ces phénomènes.

Sur *Le petit Livre rouge*, une jeune femme de vingt-huit ans vivant en France parle de l'âge et du mariage dans un vlogue. Elle dit que ses parents et amis en Chine s'inquiètent qu'elle ne trouve pas de mari avant l'âge de trente ans, mais elle ne s'enangoisse pas grâce à l'environnement socioculturel de la France.

*« Heureusement, je vis en France, un pays où on se marie généralement très tard et où on est relativement plus bienveillant envers les femmes célibataires. Mes amies de mon âge sont toutes non mariées actuellement. Mais on s'angoisse rarement, peu d'entre nous se précipitent vers le mariage »* (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°10)

« Il n'y a pas de "femmes restantes" en France », sur les réseaux sociaux chinois, on peut trouver de nombreux articles ayant pour titre cette phrase. Le mot « femmes restantes » signifie les « catherinettes » chinoises, qui atteignent l'âge nubile, mais qui restent célibataires. Le discours concernant ce sujet reflète l'anxiété des Chinoises face à l'âge et à la perte de l'attraction sexuelle. Avec l'évolution de l'attitude des femmes chinoises envers le mariage, l'étiquette de « femme restante », qui était une préoccupation des parents et des femmes célibataires elles-mêmes, est devenue un symbole d'indépendance et de rébellion.

« On dit souvent qu'il n'y a pas de "femmes restantes" en France. En réalité, c'est parce que les femmes françaises ont une attitude très différente à l'égard de l'amour et du mariage. Le taux de nuptialité est faible en France. J'ai plusieurs amies françaises qui ont déjà des enfants, mais ne se sont jamais mariées. Premièrement, c'est parce qu'en France on n'a pas besoin de se marier pour que l'enfant possède la citoyenneté. Deuxièmement, les Français se fichent de l'acte du mariage. [...] La femme française est très indépendante, elle s'engage totalement dans l'amour lorsqu'elle est amoureuse de quelqu'un, et le quitte aussitôt qu'elle ne l'aime plus. » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°7)

Ce point de vue qui valorise la vie amoureuse des « célibattantes » françaises s'oppose à une phrase qui était très populaire en Chine il y a quelques années : « Tenir une relation amoureuse sans l'intention de se marier, c'est agir en voyou » (*bu yi jie hun wei mu di de lian ai dou shi shua lin mang* : 不以结婚为目的的恋爱都是耍流氓). À cause des idées traditionnelles qui veulent que la position du mari soit financièrement et socialement un peu plus élevée que celle de la femme, et du niveau d'éducation de plus en plus élevé des femmes chinoises, le marché du mariage est devenu de plus en plus déséquilibré en Chine<sup>5</sup>. De nombreuses femmes bien instruites et bien rémunérées sont « restantes » sur le marché du mariage parce qu'il leur est peu probable de rencontrer un homme « plus fort » qu'elles. Par conséquent, les hommes qui sont relativement « plus forts » sont donc très « demandés » sur le marché du mariage et cela provoque un certain degré d'incertitude chez les femmes qui sont en relation amoureuse avec eux. En Chine, on dit même d'une jeune femme qui a passé des années en relation amoureuse avec un homme sans aboutir au mariage qu'elle a perdu sa plus belle jeunesse pour

---

5 YU, Jia, ZHAO, Xiao-Hang et XIE, Yu. « La formation et la désintégration du mariage chinois contemporain : tendances et comparaisons internationales ». *Recherches démographiques*, 2020, 44 (5) : 3-18. (於嘉, 赵晓航, 谢宇. 当代中国婚姻的形成与解体: 趋势与国际比较[J]. 人口研究, 2020,44(5):3-18.)

rien. Ainsi, « tenir une relation amoureuse sans l'intention de se marier, c'est agir en voyou ». Cette phrase populaire en Chine reflète en fait l'insécurité chez les femmes au sujet du mariage.

Cependant, depuis ces dernières années, avec l'éveil de la conscience féminine en Chine, certaines femmes chinoises commencent à remettre en cause la nécessité du mariage, et la voix féminine prônant l'option d'« agir en voyou » se fait de plus en plus entendre.

Une enquête réalisée en 2020 montre les points de vue des Chinois sur la nécessité du mariage<sup>6</sup> : 26,36 % des enquêtés considèrent qu'« on doit obligatoirement se marier dans la vie »; la moitié (51,52 %) dit : « Je ne me marie qu'à condition d'avoir rencontré la bonne personne »; seuls 9,06 % déclarent : « Je veux seulement être amoureux et je ne veux pas me marier »; 11,04 % choisissent : « Je vais bien tout seul et je ne veux pas être amoureux ». Il existe une nuance entre les tranches d'âge : les plus jeunes ont le moins l'intention de se marier. Ce qui est le plus intéressant, c'est que l'écart entre les genres est énorme : la proportion de femmes qui déclarent qu'elles ne veulent pas se marier ou ne se marient qu'à condition d'avoir rencontré la bonne personne est plus élevée que celle des hommes, tandis que les hommes tendent à considérer le mariage comme une nécessité dans la vie. Par rapport à 40,61 % des hommes qui estiment qu'« on doit obligatoirement se marier dans la vie », seulement 15,35 % des femmes choisissent cette réponse.

Si dans la société traditionnelle les femmes étaient fortement inclinées à se marier, car elles étaient obligées de dépendre des hommes, aujourd'hui, les femmes indépendantes bénéficient

---

6 SUN, Nan. « Les jeunes d'aujourd'hui ne veulent plus se marier ? Cette étude de l'Université de Fudan révèle les points de vue des différents groupes sur le mariage et l'amour ». *Wen Hui Bao*. 2020-11-18. (孙楠. 这届年轻人不想结婚了? 复旦大学的这项研究揭晓不同群体的婚恋观[A]. 文汇报. 2020-11-18.)

théoriquement d'une grande liberté pour se marier ou ne pas se marier.

Une faible volonté pour s'engager dans le mariage aurait réduit le taux de nuptialité. Le taux brut de nuptialité en Chine a effectivement baissé depuis quelques années, mais d'après des démographes, la baisse du taux brut de nuptialité est due aux effets combinés du vieillissement de la population et du retard de l'âge du mariage<sup>7</sup>. En réalité, la proportion de ceux qui restent célibataires pendant toute leur vie est encore minimale et sera probablement la même pendant des décennies<sup>8</sup>.

Lorsque les femmes disent qu'elles ne veulent pas se marier et qu'elles ont la liberté de le faire, elles sont sur les discours. Quand elles doivent faire face à la réalité, leurs décisions ne dépendent pas uniquement de leurs idées personnelles, mais de nombreux facteurs externes. Nos enquêtées mariées attribuent souvent leur propre choix de se marier ainsi que l'intention de se marier des femmes chinoises à des facteurs qui sont moins personnels, tels que les attentes des parents et celles de la société. « Tous les autres s'engagent au mariage », « Les autres vous diraient des choses », « Comment les autres regardent vos parents », le mot « les autres » est fréquemment utilisé pour désigner les facteurs compliqués qu'elles n'arrivent pas à expliquer clairement.

En effet, pour des raisons liées aux mœurs socioculturelles, au désir d'avoir des enfants et aux conditions économiques, la grande majorité des femmes chinoises contemporaines

---

7 SONG, Jian. « Explication démographique du nouveau phénomène de faible taux de nuptialité ». *Forum populaire*, 2020(8) : 72-74. (宋健. 结婚率新低现象的人口学解读[J]. 人民论坛, 2020(8):72-74.)

8 ZHAI, Zhen-Wu et LIU, Wen-li. « Les Chinois ne se marient-ils plus - la tendance de nuptialité selon les tranches d'âge ». *Exploration et controverse*, 2020 (2) : 122-130. (翟振武, 刘雯莉. 中国人真的都不结婚了吗—从队列的视角看中国人的结婚和不婚[J]. 探索与争鸣, 2020(2):122-130.)

finissent par s'engager dans le mariage, même si à un âge plus retardé que celui des générations précédentes. Le mariage, étant une institution, est accepté par les femmes chinoises comme étant un besoin intrinsèque au soi et une norme d'évaluation de la qualité de vie. Elles ressentent l'impératif de se marier, mais elles ne peuvent pas clarifier leurs véritables besoins à l'origine de cette intention de s'engager dans le mariage.

L'opinion de la vlogueuse peut aussi expliquer l'effet du regard masculin sur l'attitude contradictoire des femmes chinoises envers le mariage.

*« Si ton partenaire français ne veut que signer un PACS au lieu de conclure le mariage avec toi, ce n'est probablement pas parce qu'il ne t'aime pas, mais parce qu'il pense que le mariage n'est pas nécessaire. Mais ce n'est pas le cas en Chine. Si un homme a une relation amoureuse avec toi depuis des années, mais ne veut pas encore se marier avec toi, c'est probablement parce qu'il ne te prend pas comme la bonne personne pour le mariage. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°6)*

Bien que les femmes aient une attitude de plus en plus réfractaire envers le mariage, elles ressentent tout de même l'envie de se marier autant qu'elles veulent être amoureuses et aimées, parce que le sens commun socioculturel chinois attache l'amour au mariage et assigne l'initiative dans la relation amoureuse aux hommes. Le refus peut venir du soi, mais l'envie est imposée par les Autres.

Quand elles parlent de l'image des femmes françaises qui « choisissent de ne pas se marier », elles imaginent en réalité un environnement où « les Autres » n'existent plus.

*« On ne se marie pas, on peut tomber amoureuse à n'importe quel âge, même les femmes qui ne sont pas très belles peuvent trouver quelqu'un qui les apprécie. Donc, pas la peine de se marier! » (Interviewée N°12, 37 ans,*

mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Et elles imaginent même un futur, dans lequel elles ne seront pas « les Autres », mais seront celles qui élimineront « les Autres » pour leurs propres enfants.

*« Quand ma fille sera grandie, je lui dirai qu'elle n'est pas obligée de se marier si elle ne veut pas. »* (Interviewée N°23, 36 ans, mariée, 1 fille, fonctionnaire, titulaire de master)

*« Je leur conseillerai probablement de rester célibataires. »* (Interviewée N°11, 37 ans, mariée, 2 enfants, employée d'une entreprise de communication, titulaire de licence)

La discussion sur la nécessité du mariage nous amène à aborder la question du divorce. Nous constatons que les Chinois ont une très vague impression sur le taux de divortialité en France. Certaines de nos enquêtées prétendent que le taux de divortialité doit être très élevé en France, simplement parce qu'elles pensent que la divortialité élevée est une caractéristique de la société contemporaine et surtout des pays développés occidentaux. Les autres estiment que le taux de divortialité n'y est pas très élevé, parce qu'elles pensent que le faible taux de nuptialité des Français ainsi que leur attitude indulgente envers l'infidélité conjugale doivent conduire à un faible taux de divortialité. Cependant, malgré l'opposition apparente entre ces deux impressions, nos enquêtées partagent un point commun : que le divorce est banal en France.

*« Pour les Français, le divorce est très normal, il n'y a pas de quoi fouetter un chat. Je faisais mes études en France. Quand j'ai appris que les parents d'un camarade avaient divorcé, j'ai exprimé instinctivement mes regrets, mais*

*les autres camarades français disaient simplement : “c’est la vie”. » (Article WeChat N°64)*

Plusieurs enquêtées mettent l’accent sur l’attitude de la société française envers les femmes divorcées, une attitude moins malveillante que celle de la société chinoise.

*« Pour une femme chinoise, dès qu’elle est divorcée, elle s’est “dévalorisée” sur le marché du mariage tel un produit défectueux. Mais le divorce n’exerce pas autant d’influence négative sur les hommes. Les hommes divorcés pourraient même devenir plus demandés, car ils ont déjà été enrichis par le premier mariage. [...] Mais dans les pays occidentaux, ce n’est pas le cas. Divorcées ou non, on s’en fiche. Les femmes ne seront pas dévalorisées par le divorce. » (Interviewée N°16, 37 ans, divorcée et célibataire vivant en concubinage, 1 fils, traductrice en Australie, titulaire de master, 3 ans d’études en France)*

Les stéréotypes qui contiennent du mépris envers les femmes divorcées constituent un phénomène socioculturel en Chine, même parmi les jeunes : selon une récente enquête, la plupart des jeunes hommes enquêtés estiment que « les femmes divorcées sont plus mal vues que les hommes divorcés »<sup>9</sup>.

Malgré les discriminations, de plus en plus de femmes chinoises ont demandé ou ont l’intention de demander le divorce. Le taux brut de divortialité en Chine augmente rapidement depuis l’année 2002<sup>10</sup>. Dans la plupart des cas, le

---

9 ZHANG, Hong-yu. « Étude sur les attitudes des jeunes envers le divorce et les divorcées dans la nouvelle ère ». *Nouvelle génération*, 2020(2) : 50-55. (张洪玉. 新时代青年对离婚及离异者的态度研究[J]. 新生代, 2020(2): 50-55.)

10 YANG Ju-Hua et SUN, Chao. « Analyse de l’évolution du taux de divorce chinois et des caractéristiques des divorcées ». *Journal de l’Institut d’administration de Pékin*, 2021 (2) : 63-72. (杨菊华, 孙超. 我国离婚率变动趋势及离婚态人群特征分析[J]. 北京行政学院学报, 2021(2):63-72.)

divorce est initié par les femmes<sup>11</sup>. Par rapport aux hommes, les femmes ont une attitude plus ouverte à l'égard du divorce<sup>12</sup>. Les raisons pour lesquelles de plus en plus de femmes choisissent de divorcer sont essentiellement analogues à celles les poussant à refuser le mariage : un meilleur accès à l'éducation et une plus grande autonomisation financière des femmes d'aujourd'hui par rapport aux générations précédentes les ont dispensées de l'impératif de dépendre des hommes, néanmoins l'inégalité sexuelle au sein du mariage reste toujours inéliminable.

Le taux brut de divortialité élevé est devenu une banalité en Chine et le public y devient de plus en plus indifférent. Pourtant, depuis la fin de l'année 2020, la question du divorce redevient une préoccupation majeure du public chinois parce que l'administration a décidé d'imposer un délai de réflexion obligatoire de 30 jours avant la finalisation du divorce. Cette règle ayant pour but de réduire le taux de divortialité est fortement contestée, surtout par les jeunes femmes urbaines dont l'intention de se libérer du mariage est de plus en plus nette.

Ce qui est intéressant, c'est que cette fois-ci l'image de la France sur les réseaux sociaux ne soutient plus l'opposition des femmes à l'administration. Sur WeChat, plusieurs articles (par exemple N°99 et N°106) comparent et analysent les codes civils des deux pays et en concluent que cette nouvelle règle en Chine s'approche en réalité des règles en France. Selon ces articles, non seulement il existe aussi un délai de

---

11 WANG Ji-Mang. « Autonomie des femmes : une nouvelle perspective pour interpréter le phénomène du divorce ». *Collection d'études sur les femmes*, 2004(6) : 19-25. (王纪芒. 女性个人自主性: 解读离婚现象的新视角 [J]. 妇女研究论丛, 2004(6):19-25.)

12 ZHANG, Hong-yu. « Étude sur les attitudes des jeunes envers le divorce et les divorcées dans la nouvelle ère ». *Nouvelle génération*, 2020(2) :50-55. (张洪玉. 新时代青年对离婚及离异者的态度研究 [J]. 新生代, 2020(2):50-55.)



15 jours de réflexion dans le cas du divorce par consentement mutuel, mais les procédures de divorce en France sont beaucoup plus compliquées que celles en Chine, et le coût de divorce est aussi beaucoup plus élevé qu'en Chine. Bref, le divorce est très difficile et très cher en France. En comparant les situations des deux pays, on en conclut que le délai de réflexion va probablement faire baisser le taux de nuptialité au lieu de réduire le taux de divortialité. Ainsi qu'une femme a écrit dans son commentaire laissé sous un article : « Quels sont les avantages du mariage pour les femmes? Rien! Et si on ne pouvait pas divorcer, qui voudrait encore se marier? » Et cet article est intitulé « Quand on discute du délai de réflexion avant le divorce, les Français ne se marient plus ». (Article *WeChat* N°106)

Certains articles parlent d'une autre forme de vie de couple qui n'existe pas en Chine, celle du pacte civil de solidarité. D'après ces articles, les procédures pour conclure ou dissoudre un PACS sont moins compliquées que celles concernant le mariage, et de plus en plus de Français préfèrent le PACS au mariage pour éviter les complications du mariage. Des chercheurs chinois étudiant le phénomène de cohabitation des jeunes Chinois rappellent souvent que plusieurs pays occidentaux ont déjà légalisé et officialisé la cohabitation et proposent ce mode comme un choix potentiel dans la diversification de la vie en couple en Chine<sup>13</sup>.

La cohabitation est restée illégale et a été stigmatisée pendant longtemps en Chine. En 1989, la Cour populaire suprême a inclus encore les cas de cohabitation des deux parties non mariées dans la définition du terme « cohabitation illégale ». La révision de la Loi sur le mariage en 2001 a décidé

---

13 ZHANG Nan et PAN Sui-Ming. « La structure de base et la signification des relations sexuelles : étude comparative empirique sur la cohabitation et le mariage ». *Academia*, 2016(6) :52-61. (张楠, 潘绥铭. 性关系的核心结构及其意义—非婚同居与婚姻的实证比较研究[J]. 学术界, 2016(6):52-61.)

que la « cohabitation illégale » se limitait aux cas dans lesquels une ou deux parties sont mariées avec un tiers. La cohabitation de deux célibataires n'était plus considérée comme illégale<sup>14</sup>, mais la légitimité de la cohabitation des non-mariés n'est pas reconnue non plus, car même le Code civil promulgué en 2020 (le premier Code civil de la République populaire et celui qui vient d'imposer le délai de réflexion avant le divorce) n'a pas encore redéfini la cohabitation<sup>15</sup>. Donc, même si la cohabitation devient de plus en plus banale, elle reste encore discutable sur les plans juridique, moral et culturel.

D'après une étude démographique portant sur les facteurs qui affectent la cohabitation des Chinois, les proportions de la population ayant une expérience de cohabitation avant le premier mariage en Chine sont très différentes selon les tranches d'âge et les proportions augmentent de la génération post-50 à la génération post-80. La migration est une raison importante de la cohabitation : ceux qui se déplacent pour travailler dans les villes ont plus de disposition à pratiquer la cohabitation ; la cohabitation augmente aussi avec le niveau d'éducation et le niveau économique : ceux qui vivent dans les villes côtières plus développées et plus ouvertes à la culture occidentale ont une plus grande possibilité de pratiquer la cohabitation que ceux qui vivent dans les régions intérieures, moins développées et plus fermées<sup>16</sup>. De ces résultats et de notre impression, nous pouvons déduire que la cohabitation

---

14 Ibid.

15 YU, Zhi-qiang. « Recherche sur les différences intergénérationnelles et le mécanisme de négociation des jeunes urbains vivant en cohabitation avant le mariage ». *Journal de l'Université de Yangzhou : édition des sciences humaines et sociales*, 2020,24(4) :103-115. (于志强. 都市青年婚前同居的代际分歧与协商机制研究[J]. 扬州大学学报: 人文社会科学版, 2020,24(4):103-115.)

16 YU, Jia et Xie, Yu. « Analyse du statut de cohabitation pré-nuptiale des résidents chinois et ses facteurs d'influence ». *Recherches démographiques*, 2017, 41 (2) : 3-16. (於嘉, 谢宇. 我国居民初婚前同居状况及影响因素分析[J]. 人口研究,2017,41(2):3-16.)

est un phénomène plus courant chez les jeunes Chinois qui font des études ou travaillent dans les pays étrangers.

Ce qui est intéressant, c'est qu'en Chine, la corrélation positive entre le statut socio-économique et la probabilité de pratiquer la cohabitation est plus nette chez les femmes que chez les hommes<sup>17</sup>. Si les hommes, quel que soit leur milieu socio-économique, sont moins sujets aux condamnations morales que les femmes, les femmes du milieu socio-économique élevé pratiquent plus la cohabitation que les femmes de milieu socio-économique faible.

Bien que les opinions publiques deviennent de plus en plus indulgentes à l'égard de la cohabitation et que cette pratique soit de plus en plus courante, elle reste loin d'être un mode de vie ordinaire en Chine. Une nouvelle étude montre que seuls 20 % des pratiquants de cohabitation déclarent qu'ils se marieront avec le ou la même partenaire, et que la plupart disent qu'ils s'engageront dans le mariage plus tard soit avec le ou la même partenaire soit avec un ou une autre<sup>18</sup>. La cohabitation est considérée en Chine comme un mode de vie provisoire ou un essai de vie matrimoniale avant le mariage officiel. Cela est différent de la France où la cohabitation est de plus en plus acceptée comme une convention à côté de celle du mariage. Pour de nombreuses femmes chinoises, surtout les femmes instruites vivant dans les métropoles et ayant plus de volonté d'orienter leur propre vie, le mariage relève moins de la volonté personnelle que de la soumission

---

17 YUAN, Hao, LUO, Jin-feng et ZHANG, Shan-Shan. « Étude sur la cohabitation pré-nuptiale et la qualité du mariage des jeunes femmes chinoises ». *Études des jeunes chinois*, 2016, 247 (9) : 13-22. (袁浩, 罗金凤, 张姗姗. 中国青年女性婚前同居与婚姻质量研究[J]. 中国青年研究, 2016, 247(9): 13-22.)

18 ZHANG Nan et PAN Sui-Ming. « La structure de base et la signification des relations sexuelles : étude comparative empirique sur la cohabitation et le mariage ». *Academia*, 2016(6) :52-61. (张楠, 潘绥铭. 性关系的核心结构及其意义——非婚同居与婚姻的实证比较研究[J]. 学术界, 2016(6):52-61.)

aux valeurs traditionnelles et masculines<sup>19</sup>. En conséquence, les femmes chinoises urbaines, surtout celles qui ont un meilleur accès à la culture occidentale, pourraient manifester une attitude plus favorable au PACS français.

Dans un article qui transcrit une conversation sur le délai de réflexion entre deux femmes, une interlocutrice ayant reçu une formation juridique évoque le PACS et dit qu'il manque une étape intermédiaire au régime matrimonial chinois.

*« En France, si on ne veut pas le mariage dont les droits et les obligations sont tellement lourds, on peut établir avec son aimé une relation intime reconnue par la loi en concluant un PACS. [...] Mais en Chine, il n'existe aucun lien juridique entre deux personnes s'ils ne se sont pas mariés. On passe du rien au tout. »* (Article WeChat N°105)

Parmi les commentaires laissés sous les articles qui présentent le PACS, la plupart considèrent le PACS comme un mode de vie en couple idéal et enviable. En effet, les lecteurs de ces articles sont généralement ceux qui s'intéressent à la culture occidentale et les commentaires sont déjà filtrés par l'auteur. Mais les préoccupations manifestées par certaines femmes, bien que rares, sont aussi représentatives. Elles craignent surtout que le PACS encourage l'irresponsabilité des hommes.

*« Les femmes qui font un essai de mariage en signant un PACS n'ont-elles pas peur que les hommes ne les épousent jamais ou les quittent sans devoir rien payer ? »* (Commentaire sur Article WeChat N°103)

Les points de vue répliquant à de telles opinions adoptent une attitude fermement féministe :

---

19 YU, Zhi-Qiang. « Analyse des motivations et des pratiques de la cohabitation des femmes cols blancs urbains ». *Etudes des jeunes chinois*, 2019 (4) : 82-90. (于志强. 都市白领女性同居动机与实践过程分析[J]. 中国青年研究, 2019(4):82-90.)

*« En quoi se différencient les femmes des hommes? D'après vous, les femmes sont abandonnées et dévalorisées dès que le PACS est dissous? Pourquoi ne vous inquiétez-vous pas pour les hommes? Hommes ou femmes, on est tous des êtres humains, pas des objets. C'est pourquoi le PACS est officialisé pour protéger tous les genres. Ceux qui ne respectent pas les femmes, comme vous, ne le comprendront jamais. » (Commentaire sur Article WeChat N°103)*

Aux yeux de certaines femmes chinoises d'aujourd'hui, le mariage n'est plus un objectif de la vie, mais une institution sociale. Certes, le mariage des temps modernes protège les droits et les intérêts des femmes, mais pour les femmes qui sont déjà capables d'accéder à une indépendance économique, le mariage est un instrument qui exploite les femmes, car les responsabilités et les obligations que le mariage attribue au mari et à la femme ne sont pas égales sur le plan socioculturel. Cette inégalité au sein du mariage concerne non seulement la division du travail, mais aussi l'aspect affectif. Mais en même temps, elles reconnaissent aussi que le mariage a des fonctions sociales importantes en Chine où le collectif prime sur l'individu. Les femmes chinoises éprouvent ainsi des sentiments ambivalents à l'égard du mariage. Dans leur imagination, les fonctions sociales du mariage en France sont moins évidentes et les femmes françaises disposent de plus d'options et de plus d'autonomie dans les relations amoureuses. Aux yeux des femmes chinoises, le faible taux de nuptialité et l'existence du PACS en France sont les marques du développement de la société, et l'image des femmes françaises qui renoncent au mariage est un symbole d'indépendance.

### **4.3 L'individu et le collectif dans la vie en couple**

En parlant des différences de la vie en couple entre Français et Chinois, nos interviewées soulignent souvent que les Français ne tiennent compte que de leurs propres sentiments

tandis que les Chinois doivent prendre en considération de nombreux éléments extérieurs.

*« Je pense que les Occidentaux accordent une plus grande importance à leurs propres sentiments. Ils restent ensemble si la vie commune leur fait plaisir, et ils se séparent s'ils ne sont plus heureux. Mais dans le mariage des Chinois, il y a beaucoup de tolérance, d'indulgence et d'accommodement, parce qu'on cherche à maintenir le mariage. Ce n'est pas agréable, mais on doit quand même maintenir le mariage pour les enfants et pour des raisons financières, etc. Les Occidentaux ne font pas tellement d'attention à ces choses-là. Que les autres sachent qu'ils se sont mariés et ont divorcé, cela ne les dérange pas et ils sont financièrement plus indépendants l'un de l'autre et n'ont donc pas tellement de problèmes financiers à résoudre. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Cette enquêtée, qui est mariée depuis une dizaine d'années sans enfant, exprime par la suite son ambivalence à l'égard du mariage et explique pourquoi elle n'a pas eu d'enfant.

*« J'aime cette indépendance. Je veux qu'il y ait un minimum de choses qui nous attache l'un à l'autre et l'enfant, c'est une de ces choses. Dès qu'on a un enfant, on a un lien avec son père pour toujours. Mais j'en ai peur, car une telle relation est vraiment un fardeau pour moi. Je préfère une vie plus indépendante. Je pense que je ne suis pas faite pour le mariage. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Certaines femmes chinoises préfèrent la cohabitation au mariage parce que le mariage est « trop compliqué ». D'après nos enquêtées, pour les Français cette complexité est souvent liée aux procédures qui sont trop longues et trop chères, mais pour les Chinois ce qui complique le mariage, c'est qu'il implique souvent d'autres choses que l'amour entre les deux parties du couple. Les valeurs collectives enracinées dans la culture chinoise, qui poussent les Chinois à s'engager dans le mariage, sont devenues maintenant les raisons pour lesquelles

de nombreux jeunes chinois influencés par l'individualisme refusent la vie matrimoniale.

« Le mariage est quelque chose entre deux familles. » Cette phrase souvent utilisée pour résumer le mariage à la chinoise est aussi citée par une vlogueuse célibataire vivant en France pour expliquer le taux élevé de divorce parmi les Chinois de la génération post-90.

*« Les gens sont obligés de se marier à cause de la pression des parents. [...] Comme ils n'ont pas pris du temps pour s'entendre avant de s'engager au mariage, ils finissent par divorcer. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°10)*

La pression venant des autres est considérée comme le facteur principal qui détruit la vie romantique des Chinois. Mais comment s'exerce cette pression? Dans un vlogue, la vlogueuse d'origine chinoise vivant en France attribue cette pression aux envies matérielles tout en exprimant son incompréhension.

*« Je me suis rendu compte qu'en Chine il y avait une grosse pression autour du mariage. J'ai vu à Beijing qu'il y avait un parc avec plein de fiches de garçons et de filles. On avait l'impression que c'était comme une campagne de recrutement en vue du mariage. Cela m'a vraiment fait penser à un entretien de recrutement. Il y avait leurs fiches de présentation. Les parents vont voir si la personne a de l'argent et quel est son patrimoine. Mais je pense qu'entre deux personnes le plus important c'est les sentiments. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°8)*

Cette vlogueuse est d'origine de Wenzhou, mais a grandi en France. Elle ne comprend pas ces jeunes Chinois et leurs parents. Elle souligne à plusieurs reprises dans ce vlogue que les sentiments doivent primer sur l'argent. Après avoir parlé de son histoire d'amour avec son mari français qui est « 100 % pour les sentiments » et « hypersensible », elle déplore

l'attitude des jeunes Chinois qui n'écoutent que leurs parents sans écouter leurs propres sentiments.

*« Les parents chinois, ils veulent que leur fille ou leur fils se marie avec une personne qui a de l'argent ou qui a une bonne position sociale. Je les comprends. Mais parfois j'ai l'impression que les parents chinois mettent beaucoup de pression sur leurs enfants. C'est pourquoi les enfants chinois écoutent leurs parents. Mais je pense que les enfants devraient avant tout écouter leur cœur. »* (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°8)

Dans les commentaires sur ce vlogue, plusieurs internautes ont répondu à la question posée sur l'amour et l'argent et essaient d'expliquer à la vlogueuse ce qui oppose ses points de vue basés sur sa vie en France à la situation réelle en Chine.

Une femme a laissé un commentaire en disant qu'elle préfère la vie en France parce qu'il existe des rivalités entre les proches en Chine, et que c'est à cause de ces rivalités que les jeunes doivent dépendre de leurs parents.

*« Mes parents sont à Beijing, je me suis mariée avec un Français en France. En fait en Chine il est difficile pour la plupart de jeunes Chinois de décider leur propre vie : ils sont obligés de dépendre de leurs parents pour acheter un appartement, pour payer les frais de la noce, pour garder les enfants, etc. Il existe également des rivalités entre les proches. Comme tout le monde veut montrer qu'il est le meilleur alors que les sentiments sont invisibles, on accorde une plus grande importance aux choses visibles. C'est pourquoi je préfère la vie en France, c'est bien d'être moi-même. »* (Commentaire sur Vlogue *Le petit Livre rouge* N°8)

D'après un autre commentaire qui va plus loin, ce qui explique ce phénomène chinois, ce n'est pas le fait que l'argent prime sur l'amour, mais le fait que l'argent devienne un élément nécessaire à l'amour.



*« Tu sais pourquoi c'est comme ça en Chine ? Parce qu'on a une définition très limitée de la réussite et du bonheur. On ne voit que le matériel. Les vertus telles que la bienveillance, le courage, la simplicité et la noblesse, ainsi que les beautés telles que les rayons du soleil, la mer, et les fleurs, sont toutes devenues imperceptibles. Tout le monde s'élance pour être le meilleur. Une personne doit avoir quelque chose qui répond aux désirs d'une autre pour susciter ses sentiments. C'est ce que tu ne comprends pas. L'amour a déjà changé, maintenant il s'accompagne automatiquement des conditions matérielles. »*

(Commentaire sur Vlogue *Le petit Livre rouge* N°8)

L'accent mis sur les conditions mutuellement adéquates entre les deux parties du couple fait penser à l'expression chinoise qui résume les critères de l'alliance à l'époque féodale, consistant à trouver « 门当户对 » (*men dang hu dui*), c'est-à-dire l'adéquation entre les deux familles de l'alliance sur le plan socio-économique. À l'époque où le mariage devait être arrangé par les deux familles selon leur adéquation, l'amour n'existait pas entre les époux, qui ne s'étaient probablement pas connus avant le mariage.

Depuis le mouvement du Quatre Mai (en 1919), ce critère d'alliance est devenu un objet de critique. On préconise que le mariage doive se baser sur l'amour entre les deux parties. Mais en réalité, il existe toujours une tension entre le mariage d'amour et le mariage de raison basé sur l'équivalence des familles, étant donné que, bien que les classes féodales aient été éliminées, les valeurs familistes qui constituent le noyau de la culture chinoise n'ont jamais été abolies. Le système familial n'a jamais cessé d'exercer son influence sur le mariage des Chinois. Le principe de l'alliance fondée sur l'équivalence de deux familles n'a jamais changé. Ce qui a changé, ce sont les critères mesurant cette équivalence.

La société chinoise étant entrée dans une époque d'économie de marché et de consumérisme, la situation financière des familles, perceptible et mesurable, est devenue le critère pesant sur les deux partenaires du mariage. À cause

des responsabilités mutuelles familiales et des angoisses pour la mobilité sociale, non seulement les parents, mais aussi les jeunes eux-mêmes prennent le mariage comme une institution qui influence la situation socio-économique de leurs familles.

L'alliance basée sur l'équivalence de deux familles est considérée comme un principe propre aux traditions féodales, et de nombreux Chinois, en parlant du mariage, classent volontiers ce concept comme typiquement chinois et considèrent l'amour pur comme une représentation du néolibéralisme occidental. Pour les femmes chinoises qui n'ont pas une connaissance directe du monde occidental, elles parlent de l'amour occidental comme une référence imaginée afin d'exprimer leur rébellion contre la situation chinoise; pour celles qui vivent dans les pays occidentaux, comme de nombreuses vlogueuses et blogueuses, elles racontent leur propre expérience amoureuse sur les réseaux sociaux et expriment librement leurs opinions sur la liberté de l'amour, parce qu'elles sont géographiquement et idéologiquement éloignées de leurs propres culture et famille.

D'autres enquêtées prennent une autre perspective pour rapprocher les deux cultures. Par exemple, une femme chinoise qui vit en France depuis des années et qui s'est mariée avec un Français affirme dans un vlogue que les Français accordent une aussi grande importance à l'équivalence entre les deux familles de l'alliance. Seulement, ce qui décide cette équivalence, ce n'est pas le capital économique, mais le capital culturel.

*« Aujourd'hui, les Français accordent encore une très grande importance à l'équivalence des deux familles, mais le critère de mesure de cette équivalence n'est plus l'argent, mais les capacités mentales et intellectuelles. Je vis en France depuis seize ans, j'ai une amie française qui est médecin et issue d'une famille intellectuelle. Elle a été séparée de son copain nanti par ses propres parents. J'ai vu un autre cas : deux amoureux ont été obligés de se séparer parce que leurs parents se sont mis à se quereller à cause de dissensions politiques.*

*Ce sont des cas réels de mon entourage. En fait ils cherchent toujours une équivalence de statut social, mais l'argent n'est plus le seul critère de mesure. Donc, à mon avis, même dans un pays si romantique, les gens n'ont jamais renoncé à cette équivalence. Quand l'équivalence sur le plan financier ne suffit plus à assurer le bonheur, l'adéquation en termes de mentalités et de valeurs devient importante. » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°9)*

Cette femme chinoise reconnaît implicitement dans son discours que l'influence de la famille sur la mentalité d'une personne est importante et que les qualités mentales et intellectuelles sont supérieures aux richesses matérielles. Ce discours débutant par le rapprochement de deux cultures fait croire que l'accent mis sur le capital culturel l'emporte sur l'accent mis sur le capital économique.

Certaines femmes disent que même si elles s'engagent dans un mariage pour l'amour, cet amour entre deux personnes s'usera en raison des ennuis émanant des familles. Une internaute a laissé un commentaire sous un article sur le PACS pour parler des influences de la famille de son mari sur leur vie conjugale.

*« C'est bien, le PACS. Je trouve cette convention vraiment enviable. Avant tout, on n'a pas besoin de se soucier des beaux-parents et des tracasseries des familles. En fait, mon mari et moi, nous ne nous sommes jamais disputés pour des embarras entre nous deux, chaque fois que nous disputons, c'est pour des sujets engendrés par sa famille. Parfois, je ne peux m'empêcher de penser qu'il ne m'aime pas vraiment et qu'il ne désire qu'une femme de ménage gratuite. Si l'amour entre deux personnes était absolu et n'impliquait pas les autres, ce serait tellement mieux. » (Commentaire sur article *WeChat* N°103)*

Cela renvoie à la maternité, dont les fonctions sont plus étendues dans la culture collectiviste chinoise qu'en Occident. Selon l'idéologie traditionnelle chinoise, les fonctions maternelles ne se limitent pas aux soins des enfants. Les valeurs familistes fondent une relation étroite

entre les générations pour qu'elles se sentent mutuellement responsables. La plupart de fonctions parentales étant maternelles, la sphère familiale est souvent un champ où deux générations de femmes rivalisent. Les messieurs Gagnepain restent toujours, dans la sphère privée, ceux qui sont soignés, premièrement par leur mère, puis par leur femme, et probablement par leur belle-fille plus tard. Le mariage est en effet un changement de vie plus important pour les femmes que pour les hommes.

La relation avec la belle-mère est une des problématiques les plus concrètes liées au mariage. D'après les femmes chinoises qui se sont mariées avec des Français, les belles-mères françaises généralement sont plus distantes et individualistes. Selon une autrice de WeChat qui parle des belles-mères françaises dans un article, il est normal que les femmes et leurs belles-mères ne s'entendent pas bien, même en France, mais grâce à l'individualisme, les belles-mères françaises préfèrent ne pas intervenir dans la vie de leurs fils.

*« Les belles-mères françaises ne donnent pas de dot aux jeunes époux, ne paient pas leur appartement, ne s'occupent pas de leurs enfants. [...] Les belles-mères françaises ne s'attendent pas non plus à ce qu'on subviennne à leurs besoins, qu'on les accompagne ou qu'on s'occupe d'elles. Elles sont des adultes qui ont leur propre vie et sont responsables d'elles-mêmes. » (Article WeChat N°107)*

Sous ces articles, de nombreuses lectrices laissent leurs commentaires pour se plaindre de leur vie matrimoniale mise à mal la plupart du temps par leurs belles-mères. Surtout, elles se plaignent du fait que même si elles n'ont pas besoin de l'aide des beaux-parents tant pour s'occuper des enfants que pour acheter un bien immobilier, elles ne peuvent pas se dégager des responsabilités filiales ou du fardeau inégal d'après elles parce qu'elles estiment qu'il est injuste de les obliger à subventionner et soigner les beaux-parents qui ne sont pas

leurs propres parents. Les différences intergénérationnelles par rapport aux valeurs morales et culturelles leur posent de nombreux problèmes insolubles dans le mariage. Un environnement socioculturel où les deux générations sont distantes et indifférentes l'une envers l'autre, comme celui dans leur imagination de la France, devient un idéal.

Il faut reconnaître que même si les interlocutrices chinoises parlent de l'ennui de la vie matrimoniale en évoquant la vie passionnée des femmes françaises, cet ennui est un « privilège » des femmes instruites des classes moyennes. Pour les femmes peu instruites et celles de milieu socio-économique faible, qui sont encore assez nombreuses en Chine, le mariage reste la garantie de son existence. Une relation qui est uniquement conclue par l'amour et qui pourra être rompue dès que l'amour aura fini, comme le cas des couples français dans notre imagination, n'est pas pour elles une option possible.

La Chine est en pleine mutation en valeurs morales et culturelles. Certaines femmes de la classe moyenne qui sont capables de vivre une vie indépendante, mais qui se sentent obligées de s'engager dans un mariage, cherchent à créer leur espace individuel dans ce champ axé sur le collectivisme. Prenons l'exemple des choix de vie faits par nos deux interviewées, toutes deux nées dans les années 1980, titulaires d'un master, riches en expériences interculturelles, vivant principalement en Chine et mariées avec des Chinois. Elles ont choisi de s'engager dans le mariage, tout en renonçant à la vie matrimoniale dite « normale » ou « traditionnelle ».

Notre interviewée N°5 est une enseignante d'anglais d'université. Elle s'est mariée à un âge très jeune avec un homme qui était de dix ans plus âgé qu'elle et assez réussi financièrement. D'après elle, la décision de s'engager dans le mariage a été prise pour des raisons plus rationnelles qu'émotionnelles.

*« Sur le plan financier, ses conditions répondaient parfaitement à mes attentes. On n'avait pas besoin d'attendre pour trouver un logement, tout était prêt quand on s'est marié. Il disait que matériellement il n'attendait rien de son épouse. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Mais elle reconnaît que, même si la décision de l'épouser a été prise à la hâte, ce n'était pas tout à fait un coup de foudre.

*« Son apparence, ce n'est pas du type dont on tombe amoureux immédiatement. En réalité, sa physique est loin de répondre à mon attente. Mais je le trouvais très fiable et il se sentait très heureux avec moi, donc on s'est marié très rapidement. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Son mari est très occupé par son travail, tandis qu'elle, étant enseignante d'université, a de nombreuses vacances. Ce qui pourrait être un désavantage pour d'autres femmes, qui désirent la compagnie du mari, est au contraire un avantage pour elle, qui aime voyager seule, faire du sport, et sortir avec des amis. Elle est contente de la vie matrimoniale parce que son mari ne s'ingère pas dans sa vie privée. Le seul inconvénient, ou l'incertitude qui menace le plus leur mariage, est le désaccord entre elle et les parents de son mari sur la décision d'avoir un enfant : elle refuse la maternité, mais ils désirent avoir leur petit-fils ou petite-fille.

*« Si je savais qu'il était issu d'une famille tellement traditionnelle qui exigerait de moi un bébé, j'aurais eu peur de l'épouser. »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

Comme notre interviewée a un caractère aimable et sait agréablement plaire à son mari, lui aussi est content de leur vie de mariage et résiste à la pression exercée par sa propre

famille pour qu'elle puisse profiter de sa vie libre aussi longtemps que possible.

Cette interviewée, qui a parcouru des dizaines de pays et déclare qu'elle préfère la vie à l'occidentale à la vie en Chine, nous décrit le parcours de vie des « femmes chinoises traditionnelles », scellé et contraint.

*« Elles suivent un parcours scellé : se marier, donner naissance, élever les enfants... toutes doivent suivre ces étapes du programme, celles qui ne le font pas seront très mal vues par les autres. Les femmes chinoises traditionnelles accordent une plus grande importance à la famille et sacrifient leur propre temps et leur propre vie. C'est aussi ce que les hommes chinois traditionnels attendent d'elles. Moi, je ne le peux pas. J'ai toujours vingt ans et je veux m'amuser! »* (Interviewée N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master)

L'autre interviewée (N°9), qui a donné naissance à un fils, a suivi ce « parcours scellé » ainsi défini par l'interviewée précédente. Mais cela ne veut pas dire qu'elle accepte cette identité d'épouse et de mère, elle est en réalité encore plus hédoniste que la précédente. Apparemment elle a obéi aux parents de son mari en épousant celui-ci et en donnant naissance à un fils, mais pour elle tant le mariage que la reproduction ne sont que des modes de vie à expérimenter ou des missions à accomplir afin d'obtenir une plus grande liberté.

*« Ses parents souhaitaient qu'il se marie, bon, je l'ai épousé. Puis ils voulaient des petits-enfants, je leur en ai donné un. Voilà! [...] Se marier ou non, je m'en fiche. Le mariage pourrait être très important pour eux [les beaux-parents], mais il n'a aucun sens pour moi. Donc, s'ils le veulent, cela m'est égal. »* (Interviewée N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Elle a accepté d'épouser son mari pour des raisons qui pourraient sembler frivoles aux yeux des autres : son mari résidait dans un pays étranger où résidait également son ex-amoureux qui est d'après elle l'amour de sa vie. Même si elle n'avait pas l'intention de récupérer cet ex-amoureux, elle aimait bien se sentir un peu plus proche de lui, et le mariage avec son mari lui a procuré cette possibilité. Mais après la naissance de son fils, elle a préféré revenir et vivre en Chine, où habitaient sa mère et ses beaux-parents, qui pouvaient l'aider à s'occuper de l'enfant. Elle aime son fils et prend bien soin de lui, mais elle délègue aux autres autant de missions maternelles qu'elle le peut. Soulagée partiellement des fonctions maternelles, et loin de son mari qui a un métier en pays étranger et est donc obligé d'y résider constamment, elle peut profiter d'une vie libre. Elle a pris des amants, temporaires ou permanents. Quand nous demandons si son mari le sait, elle dit : « Pourquoi le lui faire savoir ? Il y aurait des ennuis. Mais s'il le sait, ce n'est pas grave. S'il veut divorcer, tant mieux. » Quand nous demandons si son mari, lui aussi, a des maîtresses, elle dit : « Je ne sais pas, je m'en fiche. ». Et quand nous demandons si elle craint que son mari veuille divorcer et obtenir la garde de leur fils, elle dit : « Je m'en fiche. Je ne veux pas de la garde de mon fils. »

Certes, certains critiqueraient cette femme comme étant frivole et devant payer le prix de sa « fraude ». Mais vu dans une autre perspective, ce qu'elle fait, c'est de pratiquer, en tant que femme, un mode de vie que pratiquent depuis toujours de nombreux hommes. Par ailleurs, elle parle de tout cela dans une conversation entre amies proches, toutes suffisamment instruites, connaissant bien les cultures occidentales et ayant un esprit assez ouvert. Dans telle ambiance féminine et confidentielle, au lieu d'attirer des critiques morales, elle fait l'objet d'admiration et même d'envie pour la liberté féminine qu'elle a réussi à expérimenter.



Ces deux interviewées qui mènent une vie maritale anti-traditionnelle à la façon d'une célibataire libre, voire libertine, partagent quelques points communs : d'abord, toutes les deux insistent sur le fait qu'il faille délibérément plaire au mari, non pas pour entretenir de réels sentiments d'amour, mais pour le rassurer afin de garder la tranquillité au sein de la famille ; ensuite, elles sont toutes financièrement indépendantes, même si leurs maris pourraient être mieux rémunérés qu'elles ; enfin, elles n'ont pas pris l'amour comme le critère prioritaire de leur mariage, mais elles aspirent toujours à l'amour. Il s'agit d'un amour au sens large qui n'implique pas nécessairement de rapports sexuels, mais qui est un des plus grands plaisirs de leurs vies.

Pour elles, le mariage est instrumentalisé et devient un accessoire qui habille la vie quotidienne, un accessoire qui n'est pas essentiel, mais qui est tout de même nécessaire, ainsi que nous le dit une autre enquêtée :

*« En Chine, une femme, une fois mariée, même si elle est divorcée, semblerait plus normale aux yeux des autres que celles qui ne se sont jamais engagées dans le mariage. »* (Interviewée N°16, 37 ans, divorcée et célibataire vivant en concubinage, 1 fils, traductrice en Australie, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Au fond du cœur, ces enquêtées n'adhèrent pas à l'institution du mariage. Quand elles évoquent le déclin du mariage en France et l'autonomie des femmes françaises, elles n'oublient pas de montrer leur méfiance à l'égard du système matrimonial. Mais différentes des femmes françaises, qui peuvent choisir librement leur mode de vie grâce à un environnement socioculturel axé sur l'individualisme, elles vivent dans un environnement collectiviste où elles doivent prendre en considération de nombreux « Autres ». Le mariage, en tant qu'obligation, permet à son tour à des femmes d'âge mûr de se protéger contre les regards

des autres. Certaines femmes, telles nos interviewées, n'ont pas refusé le mariage malgré leur méfiance, mais ont profité de la nature institutionnelle du mariage comme s'il était un instrument. Mais elles se distinguent des femmes « traditionnelles », surtout de celles des milieux socio-économiques faibles, qui ont intériorisé l'identité de l'épouse subordonnée à l'époux et qui doivent dépendre du mariage pour leurs besoins élémentaires. Elles cherchent à construire une identité indépendante, dominante et subjective dans le mariage qui leur sert d'abri. En s'engageant dans le mariage qu'elles méprisent, en réinventant le sens du mariage, elles déconstruisent – au moins au niveau personnel et spirituel – l'institution matrimoniale et la domination masculine.

#### **4.4 La séparation entre le mariage, le sexe et l'amour**

Le mariage, le sexe et l'amour sont les trois éléments qui forgent la relation intime entre les personnes. On sait que ces trois éléments sont séparables : chacun de ces éléments peut exister isolément dans une relation entre deux personnes. Mais, l'union du mariage, du sexe et de l'amour est souvent considérée comme conforme aux valeurs universelles et de rigueur au niveau moral et rationnel. L'idéal est que l'amour décide de l'objet du désir sexuel, et que le mariage garantit l'exclusivité de l'amour et du sexe. Mais dans la vie réelle, il n'est pas toujours facile de réaliser cet idéal. Ainsi comme nous l'avons dit, nous sommes à une époque où de plus en plus de femmes chinoises se méfient de l'institution du mariage, mais pour de diverses raisons, l'immense majorité d'entre elles finit par s'engager dans le mariage au moins une fois dans sa vie. Nombreuses sont celles qui se sont mariées avec un homme qu'elles n'aimaient pas vraiment, et nombreuses sont celles qui maintiennent le mariage avec un mari qu'elles n'aiment plus. Les rapports sexuels deviennent souvent des obligations conjugales. L'union entre le mariage, le sexe et

L'amour est d'autant plus fragile que la tradition ne cesse de céder devant la modernité. Certes, les valeurs de notre culture attachent une très grande importance à l'union de ces trois éléments et les opinions prônant leur séparation s'attirent facilement des critiques et ont du mal à se faire entendre. Cependant, il faut reconnaître que de telles opinions existent bien et qu'elles ne sont pas rares. Dans l'image des Françaises chez les Chinois, il y a l'infidélité et le libertinage. L'image de l'Autre permet ainsi à nos interlocuteurs de s'extraire des contraintes morales et de s'exprimer librement à travers le contexte d'une autre culture.

On a tendance à croire que la séparation de ces trois éléments est moins facile pour les femmes. Certains disent que la fidélité conjugale doit avoir été inscrite dans la nature innée des femmes pour des raisons biologiques. D'autres (y compris des femmes elles-mêmes) considèrent même la fidélité comme une qualité propre aux femmes les faisant primer sur les hommes qui sont plus susceptibles qu'elles de se livrer aux désirs charnels. Mais, si l'on se trouve dans une ambiance féminisée et confidentielle, ou si l'on entre dans l'image d'un Autre, comme celle des femmes françaises, qui permet de sortir temporairement de son propre cadre moral et socioculturel, on fera entendre des réflexions assez différentes. Pour François KRAUS, directeur du pôle « Genre, sexualités et santé sexuelle » à l'IFOP, la fidélité n'est pas nécessairement innée pour les femmes, mais révèle sa nature d'être acquise ou même imposée : « *La persistance de ce clivage entre les deux sexes est avant tout le produit d'une socialisation sexuelle très genrée au travers de laquelle la plus grande "romantisation" de la sexualité féminine empêche les femmes de dissocier aussi facilement que les hommes, sexualité, affectivité et conjugalité.* », explique-t-il à propos de l'écart des taux d'infidélités masculines et féminines dans son analyse sur les résultats du sondage sur l'infidélité

des femmes européennes<sup>20</sup>. Dans le contexte chinois, où l'infidélité féminine est davantage stigmatisée, des points de vue plus ouverts commencent à se faire entendre, mais l'expression de ces points de vue plus ouverts ne signifie pas le changement des moralités et des comportements, parce qu'elle reste dans la plupart des cas au niveau du discours, mais on peut y entendre une voix appelant à la désintégration de la discipline patriarcale.

En fait, l'union de ces trois éléments n'a pas toujours été exigée par la morale. Chez les hommes, le fait que le désir sexuel peut exister indépendamment de l'amour et du mariage n'est jamais mis en question, et l'infidélité des hommes est même justifiée par des raisons biologiques : on invoque souvent des prétextes liés à la zoologie ou à la génétique où il est supposé que les mâles naissent infidèles parce qu'ils doivent semer autant que possible tandis que les femelles doivent s'attacher à un seul mâle optimal. Effectivement, la polygamie a existé dans la plupart des sociétés primitives et anciennes<sup>21</sup>, et même si le monde moderne se dirige massivement vers la monogamie, la prostitution féminine, étant le métier le plus vieux de l'histoire humaine, existe depuis toujours pour répondre aux besoins de la libido masculine<sup>22</sup>. Dans la Chine contemporaine, la fidélité conjugale n'est jamais une obligation aussi importante pour les hommes que pour les femmes. L'infidélité masculine est banale et moins critiquée. Même si les moralités modernes censurent aussi l'infidélité masculine pour garantir la monogamie et la démocratie

---

20 François Kraus. Observation européenne de l'infidélité féminine. Sondage daté de 06/06/2019. <https://www.ifop.com/publication/observatoire-europeen-de-linfidelite-feminine/>

21 PISON, Gilles. « La démographie de la polygamie ». *Population (french edition)*, 1986, pp. 93-122.

22 DUFOUR, Pierre. Histoire de la prostitution chez tous les peuples du monde, depuis l'antiquité la plus reculée jusqu'à nos jours. Paris : S. Lambert et C., 1852, p.9.

sexuelle, lorsque les hommes se trouvent à des endroits où les valeurs phallocentriques prédominent et où les hommes rivalisent entre eux, ils considèrent encore le nombre de partenaires sexuelles comme une manifestation de leur virilité. Une recherche dans les médias sociaux chinois en se centrant sur les articles portant sur l'infidélité nous montre que la plupart d'entre eux ne parlent que de l'infidélité masculine et ne s'adressent qu'aux femmes : ils enseignent aux femmes comment découvrir les tromperies des hommes et comment y réagir. On attribue volontiers le rôle de trompeurs aux hommes et celui de victimes aux femmes.

Dans la société chinoise féodale, la fidélité ne signifiait que l'union du mariage et du sexe, l'amour n'était pas une condition préalable à la vie du couple. On peut dire qu'à l'époque où le mariage était arrangé, le sexe et l'amour des femmes étaient rarement unis et la fidélité n'avait pas beaucoup à voir avec l'amour, mais était imposée par le pouvoir patriarcal.

À l'époque, la virginité était un critère nécessaire d'une nouvelle épouse et le symbole de la subordination. Cela fait qu'aujourd'hui le déni de la virginité représente à son tour une émancipation féminine. Prenons l'exemple de ce qui était dit sur la virginité par une de nos interviewées qui avait demeuré à Londres pendant huit ans et était rentrée en Chine à l'âge de 25 ans (N°24) : « Personne ne s'attendait plus à ce que je sois vierge, puisque j'avais demeuré en Occident pendant des années. » Mais cela lui a aussi permis de jouir d'une plus grande liberté lorsqu'elle se rendait à des rencontres arrangées par ses amis. Ceux qui accordent une importance à la virginité féminine étant fortement susceptibles d'être phallocentriques et misogynes, elle n'a pas eu besoin de perdre du temps avec eux qui refuseraient probablement de la rencontrer et avec qui elle s'entendrait probablement très peu.

Quand l'amour est entré dans la vie quotidienne des Chinois et qu'il est devenu une sublimité des relations entre deux personnes, et il commence à s'unir avec le sexe alors

qu'avec les rapports sexuels pré-nuptiaux devenus fréquents, l'union entre le mariage et le sexe commence à se désintégrer bien que les rapports sexuels avec un tiers hors du mariage sont toujours critiqués par la société. Mais pour certaines femmes chinoises, la fidélité doit être basée sur l'union du sexe et de l'amour : marié ou non, il ne faut pas avoir de rapports sexuels avec quelqu'un qu'on n'aime pas. Et pour elles, la fidélité conjugale au sein du mariage est ainsi basée sur l'idée que le mariage doit être conclu avec l'aimé. Cependant, les femmes prennent déjà une attitude très différente envers le mariage : ainsi que nous venons de le dire, les femmes chinoises commencent à renoncer au mariage ou à utiliser la couverture protectrice du mariage. L'union entre l'amour et le mariage se relâchant, aurait-on différentes opinions concernant le sexe ?

L'union entre le sexe et l'amour est fréquemment discutée sur les réseaux sociaux. Les questions telles que « Ça vous gêne si votre copain/copine a cohabité avec une/un autre ? » ou « L'infidélité physique ou émotionnelle, qu'est-ce qui est pire ? » sont souvent posées et provoquent des discussions. Au travers de ces discussions, nous pouvons dire que l'attitude du grand public reste assez réservée. Les Chinois parlent de la « mysophobie » en ce qui concerne la sexualité. Si les hommes accordent une plus grande importance à l'appropriation des « ressources sexuelles »<sup>23</sup>, en exigeant aux femmes la fidélité physique, mais en étant indulgents envers leur propre infidélité, les femmes font grand cas de

---

23 Le mot « ressources sexuelles (*xing zi yuan*, 性资源) » n'est pas un terme académique mais un néologisme assez sexiste mais très populaire sur les réseaux sociaux chinois. La définition n'est pas faite officiellement, mais il désigne normalement le nombre de partenaire sexuels d'une personne ou sa facilité de trouver un ou plusieurs partenaires sexuels. Quand le mot est utilisé, il suggère souvent la possibilité d'en échanger contre d'autres ressources, telles que la jeunesse et la beauté des femmes et les ressources financiers des hommes.

la fidélité émotionnelle, non seulement de leur partenaire, mais aussi d'elles-mêmes, et elles considèrent que la fidélité émotionnelle doit guider la fidélité physique, donc l'infidélité est impardonnable.

La plupart d'opinions sur les réseaux sociaux tombent d'accord pour dire que l'amour doit orienter le sexe. Mais lorsqu'on parle de l'image des Français pour qui, selon les stéréotypes que nous avons d'eux, la séparation entre le sexe et l'amour est possible et normale, les opinions publiques changent. Ainsi qu'une lectrice l'a écrit dans son commentaire sur un article portant sur l'image des Français :

*« J'y ai pensé il y a des années en regardant les films français. Le sujet de l'adultère est traité de manière très différente par les films français et par ceux chinois : dans les films chinois, l'adultère fait souvent scandale; mais dans les films français, il est traité avec légèreté et humour. Il y existe des différences culturelles. En même temps, lorsqu'on voit l'adultère dans un film français, on ressent de la légèreté et de la gaieté, contrairement à l'indignation qu'on ressent en voyant un film chinois. »* (Commentaire sur article WeChat N°62)

L'article qu'elle commente est intitulé « Est-ce que l'adultère est un romantisme en France? » En abordant l'image des Français, l'article essaie d'offrir aux lecteurs une autre perspective pour regarder l'adultère qu'il considère comme inévitable voire nécessaire dans la vie des Français.

*« Pour les Français, l'adultère serait le lubrifiant qui permet que tout fonctionne bien au sein du mariage. L'infidélité est la nature humaine, il faut seulement ne pas la laisser percevoir par le conjoint ou la conjointe. Même si le conjoint ou la conjointe la perçoit, cela n'aboutira pas nécessairement au divorce, parce qu'ils continuent à s'aimer l'un l'autre et que l'un sait que l'autre fait la même chose. L'adultère est considéré comme une espèglerie d'enfant. »* (Article WeChat N°62)

Les anecdotes des personnalités publiques françaises confirment aux yeux des Chinois le laxisme des Français à l'égard de l'adultère. En Chine, on attend que les personnalités publiques servent de modèle vertueux. Si les Chinois sont assez indulgents envers les célébrités du divertissement considérées comme les plus susceptibles d'être infidèles, ils restent très sévères envers les hommes politiques. Les histoires des politiciens français provoquent souvent plus de scandale en Chine qu'en France. Dans un article portant sur les opinions des Français à l'égard de l'adultère, l'histoire de François Hollande est citée. Le remplacement de « la Première Copine » de l'Élysée pendant son mandat présidentiel devait être un grand événement pour les Chinois, mais le public français était si indulgent que cette affaire privée n'a exercé aucune influence sur la vie politique du président.

*« On pense que les personnalités publiques seront foutues une fois leurs adultères exposés. Mais, l'avenir politique de Hollande est-il vraiment affecté par cela ? Les opinions du public français nous confirment qu'ils sont tout à fait différents de nous. Ils tendent à ne pas juger moralement la vie privée des autres, même celle des présidents. Pour les Français, cela n'est qu'une affaire personnelle du président et ne doit exercer aucun effet négatif sur son rôle public. » (Article WeChat N°63)*

Notre interviewée (N°12) nous parle aussi de ce qui l'impressionne à propos des histoires d'amour des présidents français, qui, d'après elle, forment une « trilogie » : l'homme qui a trompé, l'homme qui a été trompé et l'homme pour qui une femme a trompé son mari. D'après notre enquêtée, l'histoire de Hollande n'est pas intéressante, car l'infidélité masculine est une banalité, même en Chine, sauf que « les politiciens chinois se protègent mieux de l'exposition de leurs infidélités ». Mais quand il s'agit de l'infidélité féminine, comme celle impliquée dans les histoires de Sarkozy et de Macron, les Chinois observent l'affaire sous un angle



différent. Notre interviewée nous parle d'abord de l'élection présidentielle de l'année 2007, l'époque durant laquelle elle faisait ses études en France. Elle s'est étonnée à l'époque du fait que Sarkozy ait été élu malgré l'infidélité de sa femme, car un tel scandale aurait dû détruire la réputation d'un homme s'il avait eu lieu en Chine.

*« Nicolas Sarkozy a été trompé par sa deuxième femme Cécilia. Il a non seulement pardonné à sa femme, mais a aussi essayé de la reconquérir. Tout cela s'est passé pendant l'élection présidentielle, tous les Français le savaient, mais il a quand même été élu. Cette affaire, au lieu de détruire son image, lui a probablement conféré l'image d'un homme affectueux. On ne peut pas imaginer qu'un tel scandale puisse arriver à un politicien chinois. Ce serait pour lui une honte énorme. Aux yeux des Chinois, l'adultère de la femme est une catastrophe qui automatiquement détruit la dignité du mari. On dirait même qu'un homme qui n'arrive pas à bien administrer sa femme ne peut rien accomplir. Et la femme qui trompe, elle aussi, sera sévèrement condamnée par le public. »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Et en nous parlant de l'histoire de Macron, elle met l'accent sur Brigitte, elle rigole en disant :

*« C'est tellement inspirant pour les femmes chinoises ! Si tu trompes ton mari à l'âge de quarante ans avec un homme beaucoup plus jeune, tu pourras, au lieu d'être sévèrement condamnée, finir par devenir la Première Dame ! »* (Interviewée N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

Si, en abordant l'infidélité des Français, nos enquêtées sont souvent impressionnées par l'attitude des Français à l'égard des femmes, c'est parce qu'elles ont déjà intériorisé l'idée selon laquelle ce sont les femmes, que ce soient celles qui jouent le rôle de « la tierce partie » ou celles qui trompent, qui sont les plus condamnables.

Une autrice de WeChat qui vit en France et a écrit de nombreux articles sur l'image des femmes françaises en a consacré un à ce problème. L'article est intitulé « Pourquoi les “*Da po*” qui attaquent les “*Xiao san*” sont typiquement chinoises ? » (N°108) « *Xiao san* (小三) » est ce qu'on appelle la tierce personne qui intervient dans le couple, et « *Da po* (大婆) » est un mot familier qui désigne « l'épouse principale » d'un polygame, mais est utilisé aujourd'hui dans certaines opinions féministes pour désigner ironiquement une femme qui, au lieu de blâmer et de quitter son conjoint infidèle, attaque la femme qui intervient. Elle écrit cet article parce que : « Il y a toujours des gens qui viennent me demander s'il est vrai que les femmes françaises sont ouvertes et se fichent des bagatelles de leurs maris. » Elle confirme dans l'article que l'infidélité est normale en France et que les femmes françaises ne haïssent pas la tierce personne autant que les femmes chinoises.

*« Même si le nombre [en proportion des personnes ayant déjà trompé son/ sa partenaire] est tellement élevé en France, les Français ne ressentent pas autant de haine que les Chinois envers l'infidélité. Je n'ai jamais entendu parler de femmes qui se manifestent pour attaquer une tierce personne » (Article WeChat N°108).*

D'après elle, plus d'importance une femme accorde au mariage, plus de douleur et de haine elle ressent lorsqu'elle est trompée par son mari et plus il lui est facile de haïr un tiers plutôt que son propre partenaire. Elle propose ainsi aux femmes chinoises de ne pas survaloriser le mariage, de s'inspirer de l'attitude des femmes françaises à l'égard du mariage et d'accorder une moindre importance au mariage et une plus grande importance à leur propre Moi, parce que « le mariage ne sera pas aboli, mais deviendra dans la vie des femmes une partie qui pourrait procurer certains avantages,

mais ne serait plus responsable de la totalité du bonheur des femmes. »

Parmi les commentaires laissés sous cet article, il y en a un qui estime que les Chinoises, à la différence des Françaises, envisagent l'amour comme étant éternel et que c'est la raison pour laquelle les Chinoises craignent l'infidélité de leurs partenaires. Mais de nombreux commentaires s'opposent à une telle opinion et affirment que la crainte des femmes chinoises n'a rien à voir avec l'amour.

*« En Chine, le mariage n'est pas basé sur l'amour, mais sur la famille, les biens, les enfants. La tromperie du mari signifie que les propriétés de la femme trompée seraient probablement arrachées par une tierce personne qui en même temps viendrait flétrir sa réputation. On peut tolérer le fait que l'amour disparaisse et que la vie conjugale se brise à cause d'une autre personne, mais on ne peut pas tolérer le fait que les richesses matérielles et la vie commune partagées par le mari et la femme soient endommagées. »* (Commentaire sur article WeChat N°108)

Dans le même article, l'auteurice a aussi mentionné l'infidélité féminine pour expliquer l'attitude indifférente des Françaises envers l'infidélité masculine et s'est appuyée sur le résultat d'un sondage fait par l'IFOP pour argumenter son point de vue.

*« Quand les Chinoises parlent de la tierce personne qui intervient dans un couple, elles s'imaginent automatiquement que cette tierce personne est une femme non mariée, comme si les femmes mariées ne trompaient jamais. [...] Le taux d'infidélité [en France] a augmenté tant parmi les hommes que parmi les femmes. Le nombre de femmes infidèles reste encore inférieur à celui des hommes infidèles, mais l'augmentation du nombre de femmes s'est beaucoup plus accélérée que celui des hommes. »* (Article WeChat N°108)

En effet, sur les réseaux sociaux chinois, il existe même des opinions qui déclarent que les femmes françaises sont plus infidèles que les hommes français.

Nous avons vérifié les chiffres du sondage cité dans l'article susmentionné : la proportion de personnes ayant eu un rapport sexuel avec une personne autre que son partenaire est de 49 % chez les hommes français et de 33 % chez les femmes françaises en 2016<sup>24</sup> et de 37 % chez les femmes françaises en 2019<sup>25</sup>. Il manque le chiffre masculin de l'année 2019 parce que ce dernier sondage n'était effectué qu'auprès des femmes. Bien que les chiffres cités par l'auteur susmentionné dans son article soient exacts, son analyse ne se conforme pas à celle de l'organisateur lui-même des sondages. François Kraus, directeur des études au pôle politique de l'IFOP, analyse ces données en les comparant avec le résultat du sondage de l'année 2016 et ceux des sondages précédents : « *L'infidélité féminine progresse lentement, mais l'écart avec les hommes ne se réduit pas. Il est toujours très mal vu de ne pas respecter le contrat d'exclusivité sexuelle dans le couple, en particulier de la part des femmes, car le contrôle social sur leur comportement sexuel reste fort. Elles risquent davantage la stigmatisation*<sup>26</sup>. » Et en analysant les résultats du sondage 2019 sur l'infidélité féminine à l'échelle européenne, il écrit : « *En dépit du déclin du discours moral répressif sur l'adultère et de la liberté sexuelle croissante des femmes, la population féminine semble donc avoir toujours intériorisé la norme selon laquelle les femmes risquent*

---

24 François Kraus. *Les Français et l'infidélité*. Sondage daté de 24/04/2016. <https://www.ifop.com/publication/les-francais-et-linfidelite/>

25 François Kraus. *Observation européenne de l'infidélité féminine*. Sondage daté de 06/06/2019. <https://www.ifop.com/publication/observatoire-europeen-de-linfidelite-feminine/>

26 Voir Gaëlle Dupont. « Les femmes de plus en plus infidèles, mais toujours moins que les hommes ». *Le Monde*. 10/01/2017.

*toujours plus de stigmatisation sociale que les hommes lorsqu'elles ont des relations en dehors du cadre conjugal<sup>27</sup>. »*

On y voit que les Chinois, surtout les Chinoises, sont plus enclins que les Français eux-mêmes, à se persuader de la liberté sexuelle des femmes françaises et de l'attitude indulgente des Français à l'égard de l'infidélité féminine.

Sous un article portant sur l'attitude indulgente des Français, une lectrice a laissé un commentaire en disant que l'attitude des Français à l'égard de l'infidélité n'est pas aussi sexuée que celle des Chinois.

*« Je trouve que l'attitude des Français, bien qu'elle ne soit pas conforme aux valeurs universelles, n'est pas inconvenante. Ce qui me paraît le plus juste, c'est qu'ils ne se basent pas sur des normes différentes pour juger les hommes et les femmes. Ceux qui sont vraiment impudents, ce sont les gens qui estiment que l'infidélité masculine est dans l'ordre des choses tandis que les femmes infidèles doivent être "enfermées dans une cage de cochon et jetées dans l'eau." » (Commentaire sur article WeChat N°63)*

« Enfermer une personne dans une cage de cochon et la jeter dans l'eau » (*qin zhu long* : 浸猪笼) fut une pénalité ancienne chinoise utilisée pour exécuter les femmes ayant des rapports sexuels extraconjugaux et parfois leurs complices, donc une pénalité appliquée principalement à l'infidélité féminine. L'origine de la pénalité n'est plus traçable, mais elle était souvent mise en scène dans les films et les séries de télévisions qui ont pour décor les temps anciens. Aujourd'hui l'expression est utilisée dans le langage familier pour désigner les stigmatisations liées à l'infidélité féminine.

Notre enquêtée nous dit aussi que les femmes doivent payer un prix plus élevé que les hommes en cas d'infidélité et que l'infidélité féminine est plus dévastatrice pour la famille.

---

27 François Kraus. 2019

« Il n'y a pas trop de mauvaises conséquences pour les hommes qui trompent leur épouse. Même si leurs infidélités étaient découvertes, ils pourraient dans la plupart des cas être pardonnés, et les autres penseraient que ce n'est pas grand-chose. Mais les femmes doivent payer un prix beaucoup plus élevé pour leur propre infidélité. Ceci aura d'importants impacts sur la famille et sur les enfants, et la femme portera le stigma pour toute la vie. » (Interviewée N°23, 36 ans, mariée, 1 fille, fonctionnaire, titulaire de master)

En raison de la domination masculine et des règles morales qu'elle a imposées, l'infidélité féminine est davantage interdite par rapport à l'infidélité masculine. Et vu l'importance des fonctions maternelles, l'infidélité féminine est plus dévastatrice que l'infidélité masculine pour la famille. Tout cela fait que les femmes s'imposent à elles-mêmes des exigences morales plus élevées que celles qu'elles demandent aux hommes.

Plusieurs articles sur les réseaux sociaux chinois (par exemple, l'article N°62) expriment leurs opinions sur l'infidélité féminine en empruntant un extrait tiré d'un livre écrit par une journaliste américaine, traduit en chinois et publié en Chine en 2018 : *La Séduction : How the French Play the Game of Life*<sup>28</sup>. Dans ce livre, l'autrice compare les conseils qu'une consultante en vie affective donnerait aux femmes infidèles aux États-Unis et ceux qu'une consultante française donnerait aux femmes en France : une consultante américaine dirait à une femme infidèle américaine qu'elle ne doit pas vivre dans le mensonge, et qu'elle doit quitter son amant ou s'attendre à payer un prix très élevé pour son infidélité ; une consultante française dirait que l'infidélité est normale, voire nécessaire, et proposerait à la femme de prendre son temps pour connaître ses propres sentiments avant de prendre une décision qu'elle regretterait. D'après l'autrice, l'infidélité est

---

28 SCIOLINO, Elaine. *La seduction: How the French play the game of life*. Nanjing : Nanjing university press, 2018. (西奥利诺. 《法式诱惑》. 南京：南京大学出版社, 2018.)

moins dévastatrice pour la famille dans la culture française que dans les autres cultures parce que pour les Français, le plaisir n'est pas dans les rapports sexuels, mais dans le processus de la séduction.

Une de nos interviewées, qui est titulaire d'un doctorat en littérature, nous parle de son attitude envers l'infidélité féminine en analysant les personnages littéraires français et la vie des écrivains français. En comparant l'héroïne de *Madame de Bovary* et celle de *Le Rouge et Noir*, elle en conclut que l'infidélité n'est compréhensible que si elle répond à des besoins supérieurs.

*« Emma, je ne l'apprécie pas. Elle était trop vaniteuse, et je ne la comprends pas. Elle n'avait rien dans la tête et c'est pourquoi elle poursuivait des choses vaines et de l'amour hypocrite. [...] Par contre, j'apprécie mieux Madame de Rênal. Elle était bien instruite et très élégante. Comme elle appartenait à une classe sociale assez élevée et éduquée, elle n'attachait pas d'attention aux choses matérielles et vaines. Ce qu'elle poursuivait, c'était une satisfaction spirituelle, parce qu'il n'y avait aucune communication entre elle et son mari et que toute sa vie tournait autour de ses enfants. Alors, quand Julien, un beau jeune homme dynamique et intelligent est tout à coup entré dans sa vie, bien sûr qu'elle a été conquise par lui. Je crois que je la comprends bien. »*  
(Interviewée N°6, 48 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

Nous l'avons interrogée sur ce qu'elle pense de la relation entre Jean-Paul Sartre et Simone de Beauvoir, pour voir son attitude sur la possibilité d'une relation ouverte dans laquelle le partenariat exclusif de vie n'impose l'exclusivité sexuelle ni à l'homme ni à la femme. Elle a exprimé un doute sur une telle relation et a mis l'accent sur la différence entre les hommes et les femmes.

*« Je ne comprends pas vraiment cette relation. Je me demande s'ils s'aimaient vraiment. Un homme peut probablement jouir d'une telle relation, mais étant*

*une femme, je ne crois pas qu'une femme puisse jouir de ce type de relation et accepter de vivre avec un homme, qui, en disant "je t'aime", ne cesse de coucher avec d'autres femmes. Non, si j'étais la femme, je quitterais l'homme. Simone de Beauvoir, elle était grande philosophe, elle pensait probablement d'une manière très différente de la nôtre. Mais je me demande si elle était vraiment heureuse ou si elle s'était obligée d'accepter cette relation afin de mettre en pratique sa philosophie et de prouver que les femmes pouvaient aussi vivre leur vie comme les hommes.* » (Interviewée N°6, 48 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

Mais en parlant de la vie de Marguerite Duras qui avait aussi de nombreux amants, elle nous a exprimé son admiration pour cette femme exceptionnelle.

*« Mais j'adore Duras. J'aime qu'il existe dans le monde des gens anormaux. J'accepte l'idée qu'une femme puisse avoir beaucoup d'amants. Parce que Duras, elle ne s'est jamais mariée. Pas la peine de juger une femme selon les normes traditionnelles. Moi, j'ai besoin d'une famille et d'un mari, mais si une autre femme ne veut pas se marier, ou même si elle veut prendre plusieurs amants, je la comprends bien. »* (Interviewée N°6, 48 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

En réalité, notre interviewée s'est trompée : Marguerite Duras s'était mariée deux fois, elle avait trompé son premier mari avec son amant qui deviendrait son deuxième mari, avec qui elle a eu un fils. Si notre interviewée a l'impression que Duras était toujours célibataire et avait donc plus de droits d'être libertine, c'est probablement parce que Duras n'a pas eu un partenaire aussi connu et permanent que celui de Beauvoir, et cela justifie aux yeux de notre interviewée son défi à l'exclusivité.

Cette interviewée exprime une attitude indulgente envers l'infidélité féminine des autres, mais déclare qu'elle ne sera jamais infidèle ni physiquement ni émotionnellement :



« J'aime mon mari, et j'ai ma propre vision du monde et n'ai donc pas besoin de chercher de l'excitation à l'extérieur. » (Interviewée N°6, 48 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire, titulaire de doctorat)

Elle représente bien l'attitude de la plupart de femmes chinoises qui estiment que l'infidélité est néfaste et impardonnable, mais compréhensible dans certains cas. Différentes des hommes, qui adoptent souvent une perspective morale liée à leurs propres dignité et virilité pour juger l'infidélité féminine, les femmes mettent l'accent sur les émotions.

Les résultats des sondages sociologiques nous montrent que l'union entre la sexualité et l'affectivité s'est effectivement desserrée en Chine. D'après l'étude du sexologue Pan Sui-Ming, depuis le XXI<sup>e</sup> siècle, le degré d'affection dans les couples mariés chinois a diminué, tandis que le degré de leur satisfaction sexuelle a augmenté, et cette tendance est plus évidente chez les couples de tranches d'âge plus jeune<sup>29</sup>. Autrement dit : plus jeunes sont les couples chinois, moins ils s'aiment, mais plus ils jouissent d'une vie sexuelle épanouie dans le mariage. Les relations sexuelles hors du mariage sont aussi devenues de plus en plus courantes en Chine : l'étude de Pan Sui-Ming montre que la proportion des personnes ayant eu des rapports sexuels extraconjugaux a augmenté de 13,2 % à 28,9 % chez les maris et de 4,5 % à 9,7 % chez les femmes entre les années 2000 et 2010<sup>30</sup> ; une autre étude estime que des années 2000 à 2015, cette proportion a augmenté de 12,9 % à 33,4 % chez les maris et de 4,7 % à 11,4 % chez les femmes<sup>31</sup>. L'infidélité féminine a largement augmenté, mais

---

29 PAN, Sui-Ming et HUAG, Ying-ying. *Evolution de la sexualité : la vie sexuelle des Chinois au XXI<sup>e</sup> siècle*. Beijing: Presses de l'Université Renmin de Chine, 2013, p.198. (潘绥铭, 黄盈盈. 性之变 21世纪中国人的性生活 [M]. 中国人民大学出版社, 2013, p. 198)

30 Ibid. p.297

31 ZHANG, Yueyun, WANG, Xin, et PAN, Suiming. "Prevalence and

reste largement inférieure à l'infidélité masculine. L'infidélité féminine est associée négativement à l'âge et positivement au niveau d'éducation<sup>32</sup>. C'est-à-dire que plus les femmes sont jeunes et instruites, plus elles sont propices à l'infidélité. Contrairement à l'infidélité masculine qui est positivement associée à la qualité de la vie sexuelle dans le mariage sans être affectée par la qualité de la vie affective dans le mariage, l'infidélité féminine est liée négativement à la qualité de la vie affective dans le mariage sans être affectée par la qualité de la vie sexuelle dans le mariage<sup>33</sup>. L'infidélité devient une sorte de « récompense » chez certaines femmes pour répondre à leur insatisfaction affective dans le mariage. La croissance de l'infidélité féminine est probablement due à la réaction vengeresse de certaines femmes à l'infidélité masculine.

Les femmes chinoises acceptent avec une attitude de plus en plus ouverte la séparation entre sexe et affection, mais cela ne veut pas dire qu'elles abandonnent l'intention de les associer. En effet, le sexe devient de plus en plus banal, tandis que l'amour devient de plus en plus sublimé et idéalisé. Voyons les conversations entre nos interviewées francophiles qui sont très proches entre elles.

– « *Il est vrai que les Français peuvent trouver de l'amour plus facilement que nous.* » (Interviewée N°8, 37 ans, célibataire, sans enfant, directrice d'une entreprise sino-française, titulaire de master en langue française)

---

Patterns of Extramarital Sex among Chinese Men and Women: 2000-2015". *The Journal of Sex Research*, 2021, vol. 58, no 1, p. 41-50.

32 Ibid

33 WEI, Yong-Feng. « Différences entre les sexes dans la relation entre la qualité du mariage et les attitudes envers l'adultère ». *Collection d'études sur les femmes*, 2015(02):41-48. (魏永峰. 婚姻质量与婚外性态度关系中的性别差异[J]. 妇女研究论丛, 2015(02):41-48.)

- « *Mais ce qu'ils cherchent, c'est de l'amour ou du sexe?* » (Interviewée N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France)
- « *Ils cherchent l'âme sœur parmi beaucoup de partenaires sexuels...* » (Interviewée N°10, 37 ans, mariée, sans enfant, employée d'une entreprise sino-française, titulaire de master, 2 ans d'études en France)
- « *Est-ce qu'on doit chercher l'âme sœur parmi les hommes pour qui on a du désir physique, ou bien chercher un bon partenaire sexuel parmi beaucoup d'âmes sœurs?* » (N°9)
- « *Beaucoup d'âmes sœurs? Impossible! Ce n'est pas évident de trouver une âme sœur.* » (N°10)
- « *C'est vrai qu'il est facile pour eux de trouver des partenaires sexuels. J'ai une ancienne collègue qui est en train de faire un doctorat en France, elle a rencontré quelqu'un dans le métro, ils lisaient des livres similaires et ont donc commencé à se parler. Et puis ils ont décidé d'établir d'abord une relation amicale avec bénéfices sexuels, et ils sont devenus amoureux plus tard. Donc, c'est vrai que leurs relations sexuelles précèdent souvent leurs relations amoureuses.* » (N°8)

Pour certaines femmes, ni le mariage ni l'affectivité n'est plus un préalable pour entamer une vie sexuelle, mais elles continuent de poursuivre l'amour tout en jouissant d'une vie sexuelle épanouie. Si la sexualité est un instinct et une nécessité, l'amour est un idéal, et le mariage est une institution sociale. Aux yeux de nos enquêtées, les Français se marient de moins en moins, mais ils n'ont pas séparé la conjugalité de l'affectivité qui peut résister à l'infidélité physique, alors que les Chinois tendent à dissocier le mariage et l'affectivité en accordant une plus grande importance au sexe, qui était auparavant réprimé.

Il faut reconnaître que le grand public chinois considère encore comme une vertu le désir sexuel orienté par l'amour. Mais en abordant le concept de liberté sexuelle, on découvre facilement que les idées auparavant partagées étaient basées

sur la répression sexuelle et sur une définition de l'amour très différente. Les générations précédentes auraient expliqué l'amour au travers des efforts qu'ils ont déployés pour améliorer la qualité de la vie familiale et de leur respect envers l'exclusivité conjugale, mais ils auraient dû confondre l'affectivité et la responsabilité liées à l'identité conjugale. Les femmes d'aujourd'hui poursuivent un amour idéalisé et sublimé qui va de pair avec un niveau de besoin beaucoup plus élevé, même plus élevé que celui du besoin d'appartenance. Lorsque le désir sexuel est accepté, les rapports sexuels non reproductifs peuvent devenir une activité quotidienne sans grand lien avec l'amour. La quotidienneté de la sexualité et la rareté de l'amour nous semblent expliquer, dans une certaine mesure, la séparation entre l'affectivité et la sexualité qu'on observe en Chine.

Cette libération sexuelle et cette sublimation de l'amour expliquent aussi le fait que de plus en plus de femmes chinoises déclarent qu'elles renoncent au mariage. Ainsi que le dit dans *Le petit Livre rouge* une jeune vlogueuse chinoise qui vit actuellement en France et qui connaît bien la culture du jeune public français, « les jeunes Français ne trompent plus leur partenaire, parce qu'ils peuvent se quitter plus facilement que leurs aînés qui étaient obligés de rester ensemble pour des raisons diverses » (Vlogue *Le petit Livre rouge* N°11).

Cette vlogueuse qui n'a que dix-neuf ans et parle couramment français, représente un cas intéressant : elle n'hésite pas à parler de sa propre sexualité dans ses vlogues quand elle en ressent le besoin, puisque certains de ses vlogues concernent sa vaccination contre le HPV et les tests de maladies sexuellement transmissibles qu'elle a faits en France et elle estime que ces informations pourraient être utiles pour les autres filles chinoises, mais elle n'écrit jamais en chinois. Elle a un courage incroyable en tant qu'une Chinoise non mariée, d'aborder la sexualité publiquement dans un média social chinois, même si la langue française lui

permet de filtrer des lecteurs et de diminuer le risque d'être stigmatisée. La maîtrise de la langue française et le goût pour la culture française sont les traits caractéristiques d'un groupe de femmes chinoises qui se montrent favorables à la libération sexuelle.

Malgré l'évolution des comportements sexuels et la voix de plus en plus entendue pour la libération sexuelle, la Chine est loin de connaître une révolution sexuelle<sup>34</sup>. La répression de la sexualité reste étatique et moralisée, et une certaine répression nous semble même convenable et nécessaire pour des raisons sociales et politiques. Les rapports sexuels restent indicibles. Tant nos interlocutrices que les autrices sur les réseaux sociaux parlent très rarement de leur propre sexualité. Dans la plupart des cas, elles expriment des points de vue par le biais des histoires des autres.

L'aspiration à l'amour est d'ailleurs souvent mentionnée et appréciée. Mais pour la plupart des femmes, le désir amoureux n'est pas nécessairement concrétisé en relation entre les amoureux. On parle de l'amour sublimé d'une manière plus abstraite pour qu'il dépasse les besoins d'appartenance et se rapproche de l'accomplissement du soi. Dans le discours quotidien, le mot « 激情 » (*ji qing* : passion) est plus souvent utilisé. Li Yin-He, l'icône chinoise la plus réputée en tant que sexologue, est très active également sur Le petit Livre rouge pour parler du sens de l'amour en utilisant une langue familière. Dans ses discours adressés au grand public, le mot « 激情之爱 » (*ji qin zhi ai* : l'amour passionnel) se répète : elle déclare que l'amour passionnel est extraordinaire et extrêmement rare, mais elle encourage le jeune public à ne jamais renoncer à le poursuivre. Et nos enquêtées, celles qui reconnaissent la rareté de l'amour passionnel, mais qui désirent toujours réaliser un accomplissement de soi dans

---

34 PETTIER, Jean-Baptiste. « Politiques de l'amour et du sexe dans la Chine de la « révolution sexuelle » ». *Genre, sexualité & société* [en ligne], 2010, no 3.

la poursuite de l'amour, nous parlent de leur passion pour la vie, de leurs centres d'intérêt, de l'attraction spirituelle qu'elles ressentent pour leurs amis masculins ou leurs amies féminines, et de leur recherche d'un « meilleur de soi ».

Confirmons l'idée de cet amour plutôt égocentrique à travers quelques citations devenues populaires sur les réseaux sociaux chinois :

« *Je t'aime, mais cela n'a rien à voir avec toi.* » (*wo ai ni, yu ni wu guan* : 我爱你, 与你无关)

« *L'amour est éternel, l'amoureux ne l'est pas* » (*ai qing shi yong heng de, ai ren bu shi* : 爱情是永恒的, 爱人不是)

« *L'amour est une projection.* » (*ai shi yi zhong tou she* : 爱是一种投射)

La recherche de cet amour égocentrique explique en partie l'attrance de l'image des femmes françaises pour les femmes chinoises, qui ne dénie pas la nature éphémère de l'amour, mais qui sont à sa recherche tout au long de la vie. L'amour passionnel représenté par cette image est différent de l'amour éternel entre deux amoureux et s'oriente vers l'intérieur du soi, au lieu de s'attacher à une autre personne déterminée.

## **Conclusion du chapitre**

Les femmes chinoises, en parlant du renoncement au mariage et de l'aspiration à l'amour passionnel, expriment en fait leur volonté de rester autonomes et d'acquiescer à l'égalité dans la vie en couple, car les rapports de pouvoir sont inscrits dans les relations intimes à cause de la domination masculine, le mariage lui-même est une institution qui les entretient, et l'exclusivité sexuelle est une des manières qui les exprime. Tout cela fait que l'amour devient le seul élément permettant d'éliminer l'asymétrie de pouvoir dans les relations intimes.

Les femmes chinoises ont du mal, dans le contexte culturel chinois, à parler de leur propre vie sexuelle et à

opérer de réels changements, et elles ont encore besoin de se protéger contre des stigmatisations lorsqu'elles expriment leur aspiration à la libération sexuelle. C'est la raison pour laquelle elles se réfèrent à l'image des femmes françaises en l'utilisant comme une armure illusoire. Si elles recourent à cette incarnation pour transmettre des valeurs et changer des choses, ce n'est pas parce qu'elles pensent que la culture française permet de justifier la libération sexuelle et de changer l'idéologie phallocentrique la plus enracinée chez le grand public chinois, c'est plutôt parce que les discussions sur ce sujet pourront regrouper des gens qui partagent les mêmes valeurs et créer un champ dans lequel la libération sexuelle a sa légitimité. Les discours qui prônent la liberté sexuelle des femmes, qu'ils soient fondés ou non, pourraient déjà selon nous être considérés comme un début de déconstruction de l'ordre phallocentrique. Si la libido féminine pouvait être gérée par les femmes elles-mêmes et que l'amour n'était plus nécessairement orienté vers un homme déterminé, mais vers un accomplissement du soi des femmes elles-mêmes, la relation intime cesserait d'être utilisée comme un outil de domination masculine contre les femmes, et les femmes pourraient jouir réellement de la vie en couple.

## Chapitre 5

### La maternité

Une des questions qui ont suscité de vives discussions sur les réseaux sociaux en Chine pendant l'année 2020 était la suivante : « Est-ce que les femmes au foyer peuvent être considérées comme des femmes indépendantes? ». Cette question nous intéresse pour plusieurs raisons. Premièrement, l'image des femmes occidentales chez les Chinoises est assez paradoxale en ce qui concerne le travail et l'indépendance : d'un côté, on croit volontiers que les femmes chinoises sont les plus actives parmi les femmes mariées dans le monde et que les femmes occidentales sont plus susceptibles de devenir femmes au foyer après le mariage; mais de l'autre côté, on dit rarement que les femmes occidentales ne sont pas indépendantes. En réalité, le mot « 独立 » (*du li* : indépendant ou indépendance) est cité par plusieurs de nos enquêtées dans le jeu d'association des mots comme étant une caractéristique des femmes françaises, ainsi qu'il est mentionné comme mot-clé par plusieurs articles et vlogues des médias sociaux parlant de l'image des femmes françaises.



Ce paradoxe sur l'image des femmes occidentales pourrait nous aider à comprendre le dilemme auquel les femmes chinoises doivent faire face. Deuxièmement, cette question est directement liée à la division sexuelle du travail, un des problèmes critiques qui creusent l'écart entre les femmes et les hommes à l'échelle mondiale, il serait donc intéressant de mener à ce sujet une analyse interculturelle afin de comprendre des différences ainsi que des points communs entre les femmes appartenant à des cultures différentes. Enfin et surtout, bien que la question se soit posée avec le mot « femme » qui signifie l'identité d'épouse, les discussions autour d'elle se sont élargies à l'identité de mère, un sujet incontournable pour notre recherche, puisque la maternité est à l'origine de la construction de l'identité féminine.

## **5.1 La nouvelle maternité**

Selon *les Rapports mondiaux de l'Écart entre les Genres* publiés chaque année par le Forum Économique Mondial<sup>1</sup>, de 2009 à 2021, le ratio féminin/masculin de la population active chinoise a baissé (de 0,91 à 0,83) même si le ratio féminin/masculin de l'inscription dans l'enseignement supérieur reste de « 1 ». Autrement dit, bien que l'écart entre femmes et hommes en termes d'accès à l'éducation supérieure se soit réduit depuis plus d'une décennie en Chine, cela n'a pas réussi à favoriser directement l'égalité en termes d'opportunité d'emploi. Ce qui explique ces données, c'est le phénomène qu'on peut aisément constater : de plus en plus de femmes instruites ont renoncé au travail rémunéré et sont devenues temporairement ou définitivement des femmes au foyer après ou même avant l'accouchement. Ce phénomène est encore plus évident chez les femmes ayant des expériences interculturelles. Cela vient en contraste avec l'impression

---

1 <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

commune sur « l'indépendance des femmes » incluse dans les représentations du monde occidental aux yeux des Chinois. Comment expliquer ce paradoxe? Nous pensons qu'une analyse des opinions des femmes chinoises sur cette question nous permettra de mieux comprendre ce qu'elles pensent de la féminité et de mieux comprendre comment interagissent leurs pensées et l'image qu'elles ont des femmes occidentales (notamment des femmes françaises).

Nous n'avons pas l'intention de répondre nous-mêmes à la question s'interrogeant sur l'indépendance des femmes au foyer, mais nous nous intéressons aux questions liées à celle-ci : Pourquoi cette question émerge-t-elle en ces temps-ci? Pourquoi préoccupe-t-elle les femmes chinoises? Et comment y répondent-elles? En effet, les réponses à cette question reflètent non seulement l'état actuel des individus qui y répondent, mais aussi les valeurs qu'ils partagent.

### *5.1.1 L'interrogation sur les femmes au foyer*

L'indépendance est considérée comme la qualité la plus importante qu'une femme moderne doit posséder. Depuis l'émergence du mouvement féministe en Chine en accompagnement de la marche vers la modernisation, on a toujours cru que l'indépendance d'une femme dépendait de son indépendance économique, que chez une femme, l'indépendance signifiait spécifiquement qu'elle effectuait un travail rémunéré et que son époux ne décidait pas de son état financier. Auparavant on n'avait jamais posé la question sur l'indépendance des femmes au foyer, car la réponse aurait été sans aucun doute négative. En parcourant les discussions sur les réseaux sociaux, nous pouvons en déduire que l'émergence de cette question dans les temps actuels pourrait provenir des changements de représentations sociales concernant les valeurs de la sphère privée (surtout de la maternité), changements qui se produisent à l'intérieur de

la communauté féminine chinoise, et qui ont été stimulés par des échanges interculturels.

À travers les discours sur les réseaux sociaux, nous constatons que les femmes chinoises touchées et intéressées sont principalement les mères d'enfants scolaires et préscolaires. La question de l'indépendance se pose parce que ce groupe ne voit pas la maternité de la même manière que leurs aînées des générations précédentes, car la parentalité devient de plus en plus intensive et raffinée par rapport aux temps passés et que les nouvelles fonctions qui s'y sont récemment ajoutées demandent à ceux qui s'occupent des enfants davantage d'énergie, d'affection et de capacité intellectuelle. Ce sont les mères qui s'investissent de plus en plus de manière à remplir ces nouvelles fonctions, étant donné qu'elles restent les principales responsables des soins donnés aux enfants. Au fur et à mesure, ces mères réclament spontanément la réévaluation de la valeur de la maternité qui était jusque-là sous-estimée. Derrière cette réclamation discutée ouvertement la première fois en 2020 se trouvent les effets accumulés depuis des années de la transformation sociale et du changement de la représentation sociale de la maternité sous l'influence de la culture occidentale. Deux événements ayant eu lieu cette année-là sont à l'origine de la formulation de cette question sur l'indépendance des femmes et ont suscité de vives discussions :

Le premier a eu lieu dans le champ de la culture populaire. Une série de télévision sur la vie des femmes de trente ans (« 三十而已 », *san shi er yi* : *Seulement Trente Ans*) a été émise sur une chaîne de télévision par satellite ainsi que sur un des sites de streaming les plus populaires en Chine. C'était une des émissions dont l'audimat fut le plus élevé de l'année. Le rôle principal était une femme de trente ans, bien instruite et fort capable. Elle avait fondé une entreprise avec son mari, mais avait décidé de devenir femme au foyer après la naissance de leur fils au moment du plein développement de l'entreprise.

Mais quand leur enfant avait quatre ans, son mari la trompait et a fait décliner l'entreprise. Enfin elle s'est sauvée en s'engageant dans un nouveau métier. Les téléspectateurs ont entamé un vif débat sur les réseaux sociaux quand l'intrigue parvenait au point où son mari allait la tromper et la question « est-ce que les femmes au foyer peuvent être considérées comme des femmes indépendantes ? » a été posée à ce moment-là. Certains lui reprochaient d'avoir renoncé à sa propre indépendance économique en choisissant de devenir femme au foyer, d'autres admiraient ses capacités d'assurer le bien-être de la famille et estimaient que ses capacités devaient lui permettre de contrôler les risques encourus et lui offrir diverses options de modes de vie.

Si cette histoire fictive, qui a ouvert le débat, reflète seulement la situation d'un petit nombre de femmes appartenant à un groupe socio-économique plutôt aisé, la deuxième histoire qui, elle, est vraie, a suscité l'empathie de la plupart des spectateurs :

Zhang Gui-Mei est la fondatrice et la directrice d'un lycée pour filles situé dans une région montagneuse appauvrie du sud-est de Chine. Bien que victime de plusieurs maladies y compris d'un cancer, depuis plus de vingt ans, elle ne s'est jamais arrêtée de se consacrer à l'éducation des filles nées dans les montagnes. Le lycée qu'elle a fondé est le premier lycée gratuit pour filles du pays, et depuis sa fondation il y a douze ans, toutes les lycéennes ont réussi à entrer dans les écoles supérieures. Le public avait beaucoup de respect pour elle, mais un jour, elle a eu un discours étonnant dans un interview diffusé à la télévision. La journaliste lui a demandé si elle avait refusé le don proposé par une de ses anciennes élèves du lycée parce que cette dernière avait décidé d'être femme au foyer, elle avait non seulement répondu par l'affirmative, mais aussi critiqué les femmes au foyer avec un ton sévère.

*« Jamais je n'accepterai son don ! Devant son mari, je lui ai dit carrément : "sors d'ici !" . Elle m'a demandé si je la méprisais pour son inaptitude, j'ai dit oui. Je lui ai dit : "C'est avec tant de peine que nous l'avons aidée pour que tu deviennes ce que tu es maintenant, mais toi, tu décides d'être femme au foyer ?" [...] Si on devient femme au foyer, on prend soin de son mari, mais on ne peut rien faire quand il trompe. Au fil du temps, on ne pourra plus l'égaliser, on sera qualifiée pour rien dans la société non plus. [...] Ce à quoi je m'oppose le plus, c'est que les filles deviennent femmes au foyer. »*

Si ses commentaires avaient été prononcés dix ans auparavant, ils n'auraient pas soulevé autant d'objections. Cependant, comme de plus en plus de femmes instruites étaient devenues femmes au foyer et que les débats avaient déjà commencé peu avant l'interview, certaines spectatrices ont accusé Madame Zhang de ne pas respecter le choix de ses élèves : « Être femme au foyer, c'est aussi un métier digne de respect. », « Une femme a le droit de choisir son mode de vie. »... Nous ne voulons pas juger les opinions des uns et des autres, mais nous pouvons y percevoir une différence majeure entre les générations en ce qui concerne les priorités de vie. Les points de vue défendant les femmes au foyer pourraient paraître conservateurs, mais ils contiendraient de nouvelles idées féministes. Si l'on remplaçait le mot « femmes au foyer » par « femmes à plein-temps » ou « mères à plein-temps » afin d'insister sur le temps et l'aptitude consacrés à la maternité, l'indépendance ne se limiterait pas à l'indépendance financière, et le mot représenterait une valeur digne de respect.

### *5.1.2 Femmes au foyer traditionnelles vs néofemmes au foyer*

Le mot chinois utilisé dans la question n'est pas « 家庭主妇 » (*jiā tíng zhǔ fù*) qui correspond à « femme au foyer », mais un autre mot : « 全职太太 » (*quán zhí tài tai*). Ce mot se traduit par « *tai tai* à plein temps », *tai tai* étant l'appellation pour les épouses de nobles ou de riches dans le passé, mais

de nos jours elle est souvent utilisée pour les femmes mariées. Ces deux termes désignent les femmes qui s'occupent de leur famille à plein temps et n'exercent pas d'activités professionnelles en dehors du foyer. Si les femmes au foyer sont souvent considérées comme traditionnelles, les *tai tai* à plein-temps représentent une tendance plutôt à la mode.

### *5.1.2 a Les femmes au foyer traditionnelles*

Mais d'ores et déjà la « femme au foyer » est une identité issue de la modernité. Dans la société agricole traditionnelle, les femmes n'exerçaient pratiquement aucune activité professionnelle en dehors de la famille, car une famille constituant une unité de travail, les femmes partageaient souvent les mêmes travaux avec leurs maris, et la nature de leur travail dépendait de la profession du mari. Cela reste le cas pour une partie des femmes rurales exerçant des activités propres à la petite agriculture. Bien qu'elles n'exercent pas d'activité professionnelle hors du foyer, elles contribuent directement au revenu économique de la famille. L'identité de la « femme au foyer » n'a de sens que dans une société modernisée où la profession devient une étiquette identitaire indispensable à tout adulte. C'est aussi la raison pour laquelle nous présenterons, en analysant les discours des femmes actuellement au foyer, les professions qu'elles ont exercées avant le mariage comme un complément de leur identité.

Pendant des décennies, l'identité de la femme au foyer était l'objet de mépris en Chine. L'accès à l'éducation et aux emplois ayant été possible aux femmes dès la fondation de la République populaire, être femme au foyer signifiait qu'une femme n'avait pas l'aptitude d'exercer une profession et que même ses dépenses les plus élémentaires dépendaient de son mari. Effectivement, quand rares étaient les familles qui pouvaient assurer une qualité de vie acceptable avec un seul salaire, la femme au foyer se trouvait dans une position passive.

Ces femmes au foyer traditionnelles étaient considérées comme un Autre secondaire, non seulement par les hommes qui tiraient profit de leur travail domestique, mais aussi par les femmes actives qui souhaitaient se distinguer d'elles.

### *5.1.2 b Les « tai tai à plein temps »*

Avec le développement de l'économie chinoise et l'augmentation du revenu disponible des ménages, dans certaines familles nucléaires, le salaire d'un adulte peut déjà assurer les dépenses nécessaires à toute la famille avec une qualité de vie honorable. Dans ce cas, un adulte restant au foyer – c'est le cas de la femme dans la plupart des cas – peut améliorer la qualité de vie de toute la famille, surtout la qualité des soins aux enfants. Afin de distinguer ces femmes choisissant de rester au foyer des femmes au foyer traditionnelles qui devaient compter financièrement sur leur conjoint par manque de capacités professionnelles, on a conçu le terme de « tai tai à plein temps ».

Le terme « tai tai à plein temps » désigne la mère plutôt que l'épouse au sens commun du public chinois. Le groupe auquel il se réfère recoupe presque complètement le référent du mot « 全职妈妈 » (mère à plein temps), qui apparaît aussi fréquemment. Dans la société chinoise contemporaine où les travaux ménagers tels que le nettoyage et la cuisine peuvent être automatisés ou externalisés à moindre coût, il n'est pas acceptable ni nécessaire qu'une femme instruite abandonne son travail rémunéré simplement en raison du mariage. Mais presque toutes les familles nucléaires d'aujourd'hui sont conscientes de l'intensification du travail lié à la maternité et il arrive de plus en plus souvent que l'épouse privilégie la maternité en sacrifiant sa vie professionnelle. C'est donc la maternité qui est la clé du problème des femmes au foyer.

### *5.1.3 La carrière professionnelle des néofemmes au foyer*

Nous venons de dire que le terme « *tai tai* à plein temps » implique une valeur égale à un travail professionnel. En effet, le phénomène est apparu avec la nouvelle stratification sociale en Chine : le choix d'être « *tai tai* à plein temps » est probablement un privilège réservé aux familles des classes moyenne ou supérieure. Ces femmes au foyer ne sont pas forcément soumises à leurs maris comme nous l'avons cru, car au sein de la cellule familiale, il existe un certain flux de capital qui assure d'une certaine manière l'équilibre entre ses membres, tant sur le plan économique et que sur le plan culturel.

Aujourd'hui, le fait d'être femme au foyer ne signifie pas exactement qu'elle n'exerce aucune activité hors du travail domestique ni que tout son revenu dépend de son mari. En réalité, toutes les femmes que nous avons interrogées et qui ont été ou sont femmes au foyer ont toutes exercé une ou plusieurs activités plus ou moins rentables à temps partiel pendant leur période « inactive ».

Une étude réalisée par trois chercheuses françaises montre que le rapport au travail et au marché de l'emploi des femmes dites « inactives » est bien plus complexe que les représentations communes ne le laissent paraître.

*« Outre les activités familiales et parentales, les femmes au foyer développent, lors de leur période de vie "au foyer", une série d'activités productives, créatives et de service qui sortent de la sphère familiale et qui contribuent à leur procurer une série de gratifications sociales, psychologiques et symboliques, tout en leur assurant des revenus occasionnels ou plus réguliers<sup>2</sup>. »*

Selon les autrices, la transition plus facile qu'autrefois entre deux emplois constitue une des raisons pour lesquelles de plus en plus de femmes quittent la sphère du travail

---

2 DIEU, Anne-Marie, DELHAYE, Christine, et CORNET, Annie. « Les femmes au foyer. Des activités méconnues et peu valorisées en employabilité ». *Travail et emploi*, 2010, no 122, pp. 27-38.



professionnel à l'arrivée de leurs enfants et envisagent l'état d'inactivité comme « temporaire ». D'après un autre article, cette période inactive peut être considérée comme une durée « entre deux contrats de travail ou durant une reconversion professionnelle » dont les femmes peuvent profiter pour vivre de manière différente et opérer une reconstruction identitaire<sup>3</sup>. Mais dans la société chinoise la carrière professionnelle est plus continue et plus linéaire que dans la société occidentale, et une cessation d'activité qui dépasse le congé de maternité autorisé rend difficiles le retour aux emplois rémunérés et la reconstruction de la vie professionnelle ou personnelle, d'autant plus que l'âge augmente.

Une de nos enquêtées a renoncé à son emploi comme enseignante de langues étrangères dans une université chinoise pour s'installer en Australie. À l'âge de 35 ans, elle a commencé à suivre une formation afin d'obtenir la qualification d'orthophoniste. Elle nous a confirmé que le changement de métier est plus fréquent en Occident qu'en Chine.

*« Je ne suis pas la plus âgée de la classe de formation. On peut commencer un métier ou même un autre mode de vie à n'importe quel âge, c'est bien normal ici. [...] J'ai un ami [vivant aussi en Australie] qui est entré à l'école de police, à l'âge de trente-trois ans, en attendant son premier enfant. Il m'a dit que dans sa classe il y avait des femmes âgées de quarante ou même cinquante ans. [...] Tu sais, à cet âge, les femmes chinoises arrivent presque à la fin de leur carrière. Tout est déjà déterminé et ce n'est plus la peine de changer. » (Interviewée N°16, 37 ans, divorcée et célibataire vivant en concubinage, 1 fils, traductrice en Australie, titulaire de master, 3 ans d'études en France)*

---

3 Farah Dubois-Shaik. « Femmes au foyer et fières de l'être : féministes ou « réac » ? ». *La Conversation*, 21 janvier 2021

Elle a admis également que l'éloignement de l'environnement chinois rendait sa décision moins contestée par les autres. Elle n'a pas défini les « autres », mais elle a mentionné les attentes de ses parents et la pression des pairs. Une telle démarche peut aussi être considérée comme un acte d'aventurières par les femmes vivant en Chine.

Trois de nos interviewées (N<sup>o</sup>s8, 9, et 10), vivant à Canton et anciens condisciples en langue française, ont exprimé des vues analogues lorsqu'elles parlaient d'une de leurs anciennes camarades. Cette dernière, divorcée, qui possédait déjà un diplôme de master obtenu en France dix ans auparavant, avait de nouveau quitté la Chine à l'âge de 34 ans pour suivre en Australie un autre master dans une discipline complètement différente. Ses anciennes camarades, tout en s'inquiétant pour elle, car elles pensaient qu'il n'était pas facile de changer de métier après l'âge de 30 ans, exprimaient toutes une certaine admiration pour son courage.

*« Quel courage de tout recommencer à cet âge ! »* (Interviewée N<sup>o</sup>8, 37 ans, célibataire, sans enfant, directrice d'une entreprise sino-française, titulaire de master en langue française)

Le choix de cette camarade était risqué, mais heureusement elle avait moins de souci par rapport aux femmes chinoises de son âge.

*« Si elle restait en Chine, elle risquerait de ne pas trouver d'emploi après la fin de ses études. Mais elle a vraiment de la chance : ses parents sont riches ; elle n'a pas d'enfant. Elle peut faire ce qu'elle veut sans se soucier du dire des autres. »* (Interviewée N<sup>o</sup>10, 37 ans, mariée, sans enfant, employée d'une entreprise sino-française, titulaire de master, 2 ans d'études en France)

La situation familiale est en effet un facteur qui conditionne les décisions concernant la carrière, aussi bien

pour les femmes mariées que pour les hommes mariés. Pour les familles chinoises, la stabilité représente le bonheur. C'est la raison pour laquelle on estime que les postes dans les institutions publiques sont idéaux pour les jeunes filles, car elles peuvent regagner facilement leur poste après un congé de maternité et échapper ainsi à des compétitions féroces. C'est aussi pour cette raison que, parmi les femmes instruites, ce sont souvent les femmes travaillant dans des entreprises privées qui choisissent d'abandonner leur travail après ou même avant l'accouchement. « Le plafond de verre » ou « le sol gluant » (ces termes faisant allusion aux difficultés qui empêchent les femmes de gravir les échelons hiérarchiques au sein des organisations pour lesquelles elles travaillent) est en réalité un phénomène qui existe dans toutes les organisations, mais les heures supplémentaires propres aux entreprises privées obligent souvent les femmes à partir.

L'étude des trois chercheuses françaises affirme que les femmes au foyer gardent un lien avec le monde professionnel à travers des activités bénévoles ou politiques<sup>4</sup>. Mais en Chine, le bénévolat est réservé plutôt aux étudiants ou jeunes diplômés, qui sont dynamiques, mais qui n'ont pas encore à soutenir leur famille. Si les femmes chinoises souhaitent sortir un peu de la sphère familiale tout en restant au foyer, de manière à gagner un peu d'argent et surtout à reconstituer une identité autonome, elles recourent au Web 2.0 et à l'e-commerce qui leur offrent d'énormes opportunités.

De nombreuses femmes au foyer choisissent de gérer de petits commerces sur les réseaux sociaux. En profitant des moyens de communication comme le réseau WeChat, elles proposent à leurs amis des produits vendus par des producteurs ou par une plateforme d'e-commerce et touchent une commission. Ces activités n'exigent pas de

---

4 DIEU, Anne-Marie, DELHAYE, Christine, et CORNET, Annie. « Les femmes au foyer. Des activités méconnues et peu valorisées en employabilité ». *Travail et emploi*, 2010, no 122, pp. 27-38.

grandes compétences professionnelles ni de capital, mais une certaine habileté dans les relations sociales et une capacité d'intégration dans un groupe de consommation élevée sont des atouts pour y réussir.

Les plateformes offrant de telles opportunités de travailler à temps partiel sont nombreuses en Chine, et certaines d'entre elles sont critiquées, car le modèle de vente implique des démarches à multiniveaux. Mais cela n'empêche pas certaines femmes au foyer de le considérer comme un métier qui leur procure le sentiment d'être indépendantes et actives tout en restant au foyer. La principale raison pour laquelle les femmes choisissent ces activités est qu'elles leur permettent de profiter des fragments de temps libre.

*« Je poste des informations sur les produits en attendant que mon enfant sorte de l'école, ou au moment libre entre la lessive et la cuisine. »* (Interviewée N°17, 37 ans, mariée, 2 filles, femme au foyer, ancienne attachée RH, titulaire de licence)

Mais, d'après elle, ce qui l'attire le plus, ce n'est pas la commission, mais le sentiment d'être liée au monde extérieur.

*« Je me sens très heureuse quand mes amies me disent qu'elles ont acheté auprès de moi des produits satisfaisants. Par rapport à la commission, ces commentaires me font plus plaisir. »* (Interviewée N° 17, 37 ans, mariée, 2 filles, femme au foyer, ancienne attachée RH, titulaire de licence)

Une autre interviewée définit carrément sa vente en ligne comme une activité sociale :

*« Oui, j'ai vendu des machins en ligne, mais c'est simplement pour me distraire. Pour moi c'est une activité sociale. Ce n'est pas pour gagner de l'argent que j'ai fait ça. Comme je reste seule à la maison et ne vais pas au boulot, je ne contacte personne excepté les voisins que je rencontre en promenant mes enfants dans le quartier. Je n'ai pas un groupe social avec qui je peux rester en contact. Mais*

*quand je vends des trucs, je peux créer un lien avec mes anciennes collègues, mes anciennes camarades de classe, je peux aussi faire connaissance avec de nouveaux amis qu'on me présente. Même si les conversations avec eux sont occasionnelles, je peux au moins parler à quelqu'un.* » (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

D'après l'interviewée précédente (N°17), elle se sent liée, à travers ces activités, non seulement aux amis qui achètent en suivant ses recommandations, mais aussi aux autres pairs féminins qui gèrent de petits commerces comme elle.

*« Elles sont nombreuses, les gérantes comme moi. Parmi elles il y a des femmes qui sont déjà très riches, mais essaient toujours de devenir meilleures. [...] Il n'y a pas de honte à vouloir gagner de l'argent. [...] La plateforme organise de temps en temps des événements pour nous réunir hors ligne. On se raconte ses expériences. C'est très encourageant de connaître les histoires des autres. »* (Interviewée N°17, 37 ans, mariée, 2 filles, femme au foyer, ancienne attachée RH, titulaire de licence)

En ce sens, ces plateformes constituent une communauté féminine, analogue aux « collectifs de mères entrepreneuses » français, à laquelle l'adhésion est pour les femmes au foyer « une source de réaffiliation que leur nouvelle situation économique, professionnelle et sociale, a justement fragilisée »<sup>5</sup>.

Presque toutes ces néofemmes au foyer affirment que le revenu n'est pas le facteur le plus important dans leurs activités et que la flexibilité en temps et l'intérêt personnel sont plus importants que les rendements économiques, puisque la décision de rentrer au sein de la famille suppose préalablement un revenu familial suffisant. Pourtant, de

5 LANDOUR, Julie. « Les collectifs de « Mompreneurs », une solidarité professionnellement porteuse? ». *Modern & Contemporary France*, 2015, vol. 23, no 4, pp.457-473.

nombreuses femmes rejettent les activités de vente en ligne dont nous venons de parler, parce qu'elles craignent de déranger les autres et estiment que de telles activités manquent de créativité. Certaines préfèrent exercer des activités situées entre production et divertissement : pâtisserie, écriture de courts articles en ligne, enseignement à temps partiel pour le yoga, la danse, l'art, ou une seconde langue étrangère. Les caractéristiques communes à ces activités sont la flexibilité des horaires et l'absence d'une grande exigence en matière de continuité et de réflexion approfondie.

Même si ces activités permettent aux femmes au foyer de sortir du foyer et de créer des liens avec d'autres femmes, elles restent toujours dans la sphère privée. D'ailleurs, ces activités se limitent au dernier chaînon de la production sociale, soit celui de la consommation. Certes, les femmes peuvent éprouver dans la sphère privée des plaisirs et des sentiments d'accomplissement équivalant à ce que peuvent offrir les activités de la sphère publique, mais il est aussi vrai que les possibilités de retourner à la sphère publique deviennent limitées une fois qu'elles la quittent.

Un petit nombre d'entre elles ont réussi à transformer leurs activités au foyer en une nouvelle carrière. Par exemple, plusieurs blogueuses ont commencé à écrire et à publier en ligne des articles sur la puériculture ou sur la vie féminine durant cette période où elles restaient au foyer. Lorsque les contenus de leurs comptes attirent suffisamment de lecteurs ainsi que de publicités et d'investissements, et que leurs enfants atteignent un âge où ils ne nécessitent plus autant de soins, la gestion des comptes devient une carrière, et ces femmes au foyer deviennent des autosalariées ou des entrepreneuses qui rémunèrent leurs équipes. Mais un dilemme auquel elles sont souvent confrontées est l'interférence entre l'espace privé et l'espace du travail.

Une de ces blogueuses, vivant actuellement en France, raconte dans un article (Article *WeChat* N°109) une histoire

qui a eu lieu au moment où elle venait de transformer la gestion de son compte public de WeChat en un métier. Elle allait rencontrer le fondateur d'une entreprise sur le lieu de travail de ce dernier. Comme le rendez-vous était fixé pour l'après-midi d'un vendredi, elle y a amené ses deux enfants. Pendant la réunion, ils étaient constamment interrompus par ses enfants. Bien que cet incident n'ait pas affecté leur coopération et que le monsieur ait été toujours très gentil avec ses enfants, elle ne l'oubliait pas. D'une part, elle se sentait honteuse d'avoir oublié les règles propres au lieu de travail; d'autre part, la multi-identité des femmes la faisait toujours réfléchir. À la fin de cet article, elle réitère son point de vue exprimé dans plusieurs de ses articles : on ne doit pas opposer les femmes au foyer aux femmes actives.

*« On oppose volontiers les “femmes au foyer” aux “femmes actives”, mais en réalité, ces deux rôles ne sont pas du tout opposés. Ce qui les différencie, c'est la manière dont on construit et maintient sa propre identité. » (Article WeChat N°109)*

Aujourd'hui, alors que le travail rémunéré se diversifie et que le lieu de travail devient virtuel, l'identité de « femme au foyer », ayant été définie par l'espace, n'est plus une identité claire. Même si une femme se définit elle-même comme femme au foyer pour revendiquer la priorité qu'elle a accordée à la vie familiale, son identité peut toujours être fluide : selon les étapes où elle se trouve, elle peut être employée à temps partiel, autosalariée, free-lance, ou même étudiante, tout en restant au foyer.

Un autre changement qui attire notre attention, c'est que le capital économique de la famille peut provenir, non pas nécessairement du travail au sens traditionnel, mais en partie ou complètement du marché des capitaux. Certes, seules de très rares familles au sommet de la pyramide peuvent vivre intégralement des revenus du marché des capitaux, mais

pour un grand nombre de femmes des classes moyennes, notamment celles qui n'exercent plus d'activités salariées, l'investissement est une activité leur permettant de conserver un certain degré d'indépendance financière. Parmi les femmes que nous avons interrogées, il y en a plusieurs types : celles qui louent des propriétés immobilières pour percevoir un loyer régulier; celles qui achètent des actions; celles qui investissent des capitaux dans un établissement, etc.

Si le capital respectif de l'époux et de l'épouse détermine d'une certaine manière leur pouvoir de prendre des décisions au sein du foyer, on constate qu'en Chine, ce pouvoir implique souvent le capital des générations précédentes. La génération post-80 étant la première génération d'enfants uniques, il leur est courant de bénéficier de l'aide financière et des ressources sociales de leurs parents. Les interrogées qui sont filles uniques de la famille nous confirment souvent que le soutien fourni par leurs propres parents leur permet d'avoir une part de pouvoir dans leur relation conjugale ainsi que la liberté de quitter leur mari à tout moment ou même de renoncer au mariage.

En plus du capital économique, le capital culturel est également un facteur important qui doit être pris en compte lors de l'examen de cette question sur la valeur des femmes au foyer. On peut même dire que le capital culturel est l'enjeu essentiel dans la décision de devenir femme au foyer : la femme investit son capital culturel dans la parentalité en échange du capital économique provenant du mari. Son capital culturel n'est pas seulement un capital qui lui permet de parvenir à un consensus avec son conjoint sur la division du travail, mais aussi un capital qui garantit ses prises de décisions dans le champ familial. La raison pour laquelle cet « accord » peut être conclu est que la parentalité d'aujourd'hui exige de plus en plus d'énergie et d'aptitude intellectuelle de la part des parents. Lorsque les deux parents possèdent des aptitudes intellectuelles, c'est souvent la mère qui s'occupe de



l'enfant alors que le père convertit son aptitude intellectuelle en capital économique. Ce modèle, conforme à l'idéologie traditionnelle propre à la division sexuelle de travail, prédomine jusqu'à aujourd'hui.

## **5.2 La maternité intensifiée par la modernité**

La question sur l'indépendance des femmes au foyer doit être considérée, selon nous, sous un angle interculturel et pourrait trouver des réponses à travers les représentations du monde occidental chez les Chinois. En Chine, il y a une dizaine d'années, peu de femmes abandonnaient volontiers leur emploi pour donner la priorité à la maternité. Depuis des années, la situation a changé. D'une part, sur le plan économique, l'augmentation du revenu familial a offert à certaines familles la possibilité de ne pas dépendre du salaire de la femme; d'autre part, sur le plan psychologique, sous l'influence occidentale, les Chinois de la classe émergente sont en train de reconstruire leur identité. Le modèle des familles occidentales des classes moyennes des années quatre-vingt, caractérisé par une maternité intensive centrée sur les besoins des enfants et exigeant autant que possible d'investissements d'énergie, d'affection et d'argent<sup>6</sup>, devient le modèle idéal aux yeux des familles chinoises urbaines<sup>7</sup>.

---

6 TAYLOR, Tiffany. "Re-examining cultural contradictions: Mothering ideology and the intersections of class, gender, and race". *Sociology Compass*, 2011, vol. 5, no 10, pp. 898-907.

7 ZHENG, Yang. « Les changements du mode parental et la reconstruction de la « maternité » au cours de l'évolution de la société : Observation des groupes parentaux sur le réseau de WeChat ». *Sciences sociales du Guizhou*, 2019(07):87-95. (郑杨. 社会变迁中的育儿模式变化与“母职”重构——对微信育儿群的观察[J]. 贵州社会科学, 2019(07): 87-95.)

### 5.2.1 *Les changements d'idées sur la maternité*

Depuis la fondation de la République populaire, l'égalité entre les sexes s'est officiellement instaurée en Chine. La sphère publique était désormais ouverte aux femmes qui avaient le droit de recevoir une éducation et de jouir d'un travail rémunéré tout comme les hommes. À l'époque de l'économie planifiée, la participation au travail était à la fois une responsabilité et un honneur pour les femmes : la production économique avait besoin de la main-d'œuvre féminine, la famille nécessitait également le salaire de la femme. La construction de la société socialiste a ainsi suscité l'enthousiasme révolutionnaire des femmes qui éprouvaient un accomplissement de soi en s'engageant dans le travail<sup>8</sup>. Pourtant, le travail relevant de la sphère publique n'a jamais déchargé les femmes du travail de la sphère privée, tels le ménage et les soins des enfants. Les femmes devaient en fait assumer un double fardeau.

Heureusement, à l'époque de l'économie planifiée, le travail dû à la parentalité n'était pas aussi intensif que celui de nos jours. D'un côté, les unités de travail (comme les coopératives, les usines d'État et les établissements publics) offraient souvent des services publics consacrés aux soins des enfants, par exemple les crèches et les écoles maternelles qui accueillaient des enfants de très jeune âge, les cantines qui fournissaient des repas bon marché, voire gratuits. Il existait même des équipes de couture et de lessive organisées par les unités de travail pour que ces tâches ménagères de la sphère privée soient intégrées dans le travail de la sphère publique. De plus, chaque unité de travail a créé autour d'elle

---

8 LUO, Zhe et ZHANG, Jun-Feng. « Différences de l'emploi entre les sexes dans le processus de modernisation : connotation, histoire et comparaison ». *Sciences sociales de Shenzhen*, 2020(06) : 123-133. (罗哲,张俊锋. 现代化过程中的就业性别差异:内涵、历史与比较[J]. 深圳社会科学, 2020(06):123-133.)

une communauté regroupant des membres permanents qui se connaissaient entre eux, créant ainsi un environnement sécuritaire pour les enfants par rapport à l'environnement urbain d'aujourd'hui. Ces avantages du système socialiste d'unité de travail soulageaient en partie la pression entre le travail et la parentalité pesant sur les femmes. D'un autre côté, toutes les familles étant plus ou moins pauvres, le travail lié aux soins des enfants était plutôt simple et concernait principalement les besoins physiologiques et les besoins de sécurité des enfants. Singulièrement avant la mise en œuvre de la politique de planification familiale qui limitait le nombre d'enfants de chaque couple, les gens ne prêtaient presque pas d'attention à la sécurité des enfants laissés sans surveillance. La compagnie mutuelle entre les enfants d'une même famille ou entre ceux qui habitaient dans la même résidence – la résidence appartenait souvent à l'unité de travail de leurs parents – rendait également moins évident leur besoin de compagnie. Par rapport aux enfants d'aujourd'hui, les enfants de l'époque passaient beaucoup plus de temps sans la surveillance des adultes et sans travail scolaire. Les besoins en termes d'affectivité et de reconnaissance n'étant pas élevés, les services publics offerts par les unités de travail pouvaient alors répondre aux besoins parentaux de la plupart des familles.

Depuis la Politique de réforme et d'ouverture, des unités de travail se sont débarrassées de certains services publics liés à l'éducation et aux soins médicaux et les ont commercialisés. L'école, la santé, le logement..., tous ces services autrefois offerts par l'unité de travail ont été monnayés, et devenaient fort chers<sup>9</sup>. Les tâches de la sphère privée qui avaient été partagées par les services publics revenaient à la charge des

---

9 ATTANÉ, Isabelle. « La femme chinoise dans la transition économique : un bilan mitigé ». *Revue Tiers Monde*, 2005, no 2, pp. 329-357.

familles<sup>10</sup>, et l'éducation et les soins aux enfants redevenaient les responsabilités incontournables des parents. La division sexuelle du travail de la sphère privée n'ayant jamais été égale, ces tâches reposaient sur les femmes<sup>11</sup>.

En même temps, la nouvelle stratification sociale, accélérée par l'économie de marché, s'est accompagnée d'une augmentation des besoins des parents des classes moyennes émergentes. En plus des besoins physiologiques et des besoins de sécurité des enfants, ils accordent désormais davantage d'attention à la santé psychologique et au développement intellectuel de leurs enfants. L'afflux des cultures occidentales, dû à l'ouverture du pays, a fourni à ces parents énormément d'informations leur permettant de répondre en temps opportun à leurs besoins. Depuis une dizaine d'années, la communication en réseau du Web 2.0 a multiplié les discours sur la parentalité, ces informations répondent aux besoins et créent en même temps de nouveaux besoins. La parentalité est devenue un champ débordant d'idées et d'anxiété.

Les Chinois ont souvent une énigme concernant les différences en parentalité entre les Chinois et les Occidentaux : « Pourquoi voit-on souvent dans les pays occidentaux des mères qui peuvent s'occuper seules de plusieurs enfants, tandis qu'en Chine plusieurs d'adultes de générations différentes s'affairent autour d'un enfant unique? » En parcourant des articles en ligne qui traitent de ce sujet et en synthétisant ce

---

10 SONG, Shao-Peng. « « Rentrer au foyer » activement ou passivement ? La discussion sur « les femmes rentrant au foyer » et la transformation de l'idéologie sociale chinoise dans le processus de marchandisation ». *Collection d'études sur les femmes*, 2011, (4) (宋少鹏. “回家”还是“被回家”? ——市场化过程中“妇女回家”讨论与中国社会意识形态转型 [J]. 妇女研究论丛, 2011, (4))

11 JIN, Yi-Hong. « Les mères actives chinoises dans la transformation sociale ». *Xue Hai*, 2013, (2) (金一虹. 社会转型中的中国工作母亲 [J]. 学海, 2013, (2))

que nous entendons au cours des enquêtes, nous pouvons résumer des réponses à cette question de la façon suivante :

Tout d'abord, les parents occidentaux utilisent plus fréquemment des produits leur permettant de faciliter le travail parental, tels les couches-culottes jetables, les équipements et les accessoires de sécurité, et les aliments tout faits pour bébé, etc. Le moindre usage de ces produits par les parents chinois est principalement dû aux considérations économiques et à celles de sécurité s'il s'agit de produits comestibles. Excepté le lait, les parents chinois préfèrent des aliments frais et faits à la maison plutôt que des prêts-à-servir. Par ailleurs, comme les enfants sont souvent gardés par des grands-parents qui n'ont jamais utilisé ces produits, les mères qui y ont recours risquent d'être considérées comme incompétentes et gaspilleuses.

Ensuite, l'environnement domestique en Occident est plus adapté qu'en Chine aux activités des enfants. Les familles occidentales habitent en général dans des bâtiments avec cour, équipés d'instruments de sécurité domestique comme les barrières et les moniteurs pour bébé et où il y a suffisamment d'espace pour que les enfants puissent passer la journée en sécurité. Mais les familles urbaines chinoises habitent en général dans de petits appartements où un seul enfant suffit à tout mettre en désordre, ce qui rend la surveillance plus importante et plus fatigante en Chine.

De plus, l'environnement public en Occident (ainsi que dans les pays asiatiques développés comme le Japon et Singapour) est également plus adapté aux activités des enfants et des mères. Il y a moins de circulation de véhicules et moins de pollution, et on y trouve partout des commodités et des équipements comme des salles d'allaitement, des passages sans obstacle pour les poussettes, des haltes-garderies dans les centres commerciaux, etc. Mais en Chine, ces facilités ne se trouvent que dans les quartiers les plus onéreux des villes les plus développées.

Enfin, les mères qui s'occupent seules de plusieurs enfants sont souvent femmes au foyer. La puériculture occidentale accorde une grande importance à l'indépendance des enfants de manière à ce qu'ils puissent s'occuper d'eux-mêmes dès un très jeune âge. Et sans l'implication des grands-parents, la mère détient une plus forte autorité, les enfants obéissent donc davantage à leur mère. Mais en Chine, un plus grand nombre de personnes étant impliquées dans les soins et l'éducation des enfants, la diversité des opinions peut compliquer le travail parental.

Nous pouvons noter que cette impression de facilité qu'on a du travail parental de style occidental est centrée sur le modèle des classes moyennes blanches. Lorsque les Chinois parlent des conditions qui allègent l'intensité du travail parental en Occident, tels les trois premiers aspects que nous avons mentionnés ci-dessus, ils ne se réfèrent en général qu'aux besoins physiologiques et sécuritaires auxquels les conditions matérielles peuvent répondre. Quant au dernier aspect, qui est culturel et conceptuel, il implique par contre plus d'efforts des parents, surtout des mères.

Lorsque les besoins parentaux s'élèvent au niveau des besoins affectifs et de reconnaissance, la parentalité n'est plus considérée comme un simple travail. Différents des besoins physiologiques et sécuritaires, ces besoins de niveau supérieur ne sont plus les besoins des enfants eux-mêmes, mais les besoins des parents projetés sur leurs enfants. À cet égard, les représentations occidentales que possèdent les jeunes parents chinois des classes moyennes ayant accès aux cultures étrangères leur permettent non seulement de se forger une identité, mais aussi d'enrichir leurs discours sur la parentalité. C'est un domaine où il existe une grande divergence d'opinions : les opinions différentes ou même opposées peuvent toutes trouver des fondements dans des concepts et des approches des mères occidentales. Les jeunes

mères chinoises empruntent ces représentations tant pour démontrer une maternité intensive que pour se soulager de la pression qu'elles éprouvent.

### *5.2.2 Le recul de l'implication grand-parentale*

Les différences sino-occidentales en parentalité reposent en premier lieu sur l'implication des grands-parents. Selon une de nos autrices chinoises, les grands-parents français refusent de s'impliquer dans les soins des petits-enfants :

*« Les grands-parents français préfèrent élever un chien plutôt qu'un petit-enfant. Certes, ils vous donneraient un coup de main au cas où vous aviez vraiment de la difficulté à vous débrouiller. Mais pour eux, la retraite, c'est la renaissance! Ils ont trop de choses à faire : ils partent en vacances, ils vont dans les musées, on voit partout dans le monde des groupes de touristes âgés français; ceux qui n'ont pas les moyens financiers vont chanter, jouer aux échecs ou bavarder avec leurs pairs. Bref, ils ne restent pas inactifs, mais ils ne prennent jamais sur leur temps libre pour s'occuper des petits-enfants. »*  
(Article WeChat N°88)

La participation intensive des grands-parents chinois aux soins des petits-enfants est considérée comme une différence caractéristique entre les cultures occidentales et chinoise<sup>12</sup>. En particulier dans les régions rurales où de nombreux enfants sont laissés auprès des grands-parents par leurs parents qui partent travailler dans les grandes villes, presque toutes les fonctions parentales sont déléguées aux grands-parents<sup>13</sup>. Le phénomène des « 留守儿童 » (*liu shou er tong* : enfants laissés

---

12 KO, Pei-Chun et HANK, Karsten. "Grandparents caring for grandchildren in China and Korea: Findings from CHARLS and KLoSA". *Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 2014, vol. 69, no 4, pp. 646-651.

13 SILVERSTEIN, Merrill et CONG, Zhen. "Grandparenting in rural China". *Generations*, 2013, vol. 37, no 1, pp. 46-52.

à l'arrière) reflète en effet la situation difficile des familles en milieu socio-économique faible, et la présence physique des parents est davantage considérée comme un privilège des familles de classe moyenne. Dans les villes, le modèle le plus courant est celui de l'enfant élevé ensemble par les parents et les grands-parents.

Une étude décrit le modèle de parentalité des classes moyennes urbaines comme une organisation de « mère stricte et grands-parents bienveillants »<sup>14</sup> : la mère, guidée par les principes de « l'éducation scientifique », agit comme la gérante et la planificatrice du développement de l'enfant, prend les décisions en ce qui concerne le développement physique et intellectuel de l'enfant et se charge elle-même des soins psychosociaux de l'enfant ; les grands-parents, quant à eux, prennent en charge les soins physiologiques de l'enfant et les tâches ménagères dans la famille de leur propre fils ou fille où ils agissent comme des aides et ne possèdent qu'un droit marginal de parole et de prise de décisions.

Ce modèle attribue aux grands-parents les tâches manuelles qui étaient traditionnellement destinées aux mères. Grâce à cette coopération intergénérationnelle, les jeunes mères peuvent se concentrer sur les tâches émergentes liées aux besoins affectifs et psychologiques de l'enfant qu'elles ne peuvent pas ou ne veulent pas confier aux autres. Étant donné les conditions actuelles de la vie urbaine, ce modèle est convenable si les mères souhaitent équilibrer leur vie professionnelle et leur vie familiale.

Mais en réalité, il existe souvent une mésentente concernant les conceptions éducatives ainsi qu'une rivalité à propos des prises de décisions entre deux générations. Du point de vue

---

14 XIAO, Suo-Wei. « « Mère stricte et grands-parents bienveillants » : Coopération intergénérationnelle et relations de pouvoir dans l'éducation des enfants ». *Recherche sociologique*, 2014, 29(06) : 148-171+244-245. (肖索未. “严母慈祖”: 儿童抚育中的代际合作与权力关系[J]. 社会学研究, 2014,29(06):148-171+244-245.) »



des mères, même si elles se voient déchargées d'une partie des travaux physiques, elles doivent investir une constante énergie dans la gestion des conflits. De plus, d'après les mères, lorsqu'il s'agit du développement psychologique, intellectuel et esthétique des enfants, les grands-parents, au lieu d'aider, créent souvent des obstacles.

Une de nos interviewées nous dit que l'implication grand-parentale pourrait entraver l'indépendance des enfants.

*« Les personnes âgées ne laissent rien faire aux enfants. Mais moi je pense que les enfants doivent faire ce qu'ils peuvent faire. Mes enfants, ils s'habillent et se lavent eux-mêmes. Et les tâches ménagères simples, par exemple la vaisselle, je la laisse faire à mon fils aîné. »* (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Nous entendons souvent dire que les grands-parents chinois ne peuvent s'empêcher de nourrir les enfants, mais les mères sont plus strictes. « Je lui demande de manger lui-même. S'il ne mange pas, il ne peut que souffrir de la faim jusqu'au prochain repas. » Ces propos sont entendus à tout moment dans la vie quotidienne. Et lorsque les mères chinoises évoquent cette approche, elles mentionnent souvent que c'est ce que font les mères occidentales quand les enfants ne mangent pas.

Aux yeux des mères, lorsque les grands-parents (notamment ceux du côté paternel) prennent soin des enfants, soit ils gâtent les enfants, soit ils adoptent des solutions bâclées. Apparemment ces deux approches sont différentes, mais selon les mères, ces approches « inappropriées » sont toutes dues à l'ignorance des grands-parents, qui ne connaissent pas les principes de parentalité dits scientifiques et modernes : ils gâtent l'enfant en lui donnant tout ce qu'il veut, car c'est la solution la plus rapide et facile pour calmer un enfant.

La différence des modes de connaissances, due à la différence intergénérationnelle, est également une raison pour laquelle les mères ne pensent pas que leurs grands-parents soient qualifiés en ce qui concerne l'éducation intellectuelle et esthétique des enfants.

*« Le tutorat de l'anglais et celui de l'art, c'est ce que les grands-parents ne peuvent pas faire. Nous, les mères, nous devons le faire nous-mêmes. »*  
(Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Ces inquiétudes de la part des mères en ce qui concerne la grand-parentalité ne sont pas irraisonnables. En effet, il existe des recherches quantitatives confirmant que les enfants qui ont reçu plus de soins grands parentaux rencontrent plus de problématiques émotionnelles et comportementales et font montre de moins de créativité que ceux qui ont reçu plus de soins parentaux<sup>1516</sup>.

Du côté des grands-parents, la conscience de l'embarras qu'ils suscitent est une raison qui pousse certains d'entre eux à s'éloigner de la famille nucléaire de leurs enfants. En raison de l'évolution de la structure de la population due à la politique de planification familiale et à l'augmentation de l'espérance de vie, la population vieillissante chinoise devient de plus en plus importante. Pour la génération des grands-parents d'aujourd'hui, soit la génération post-50 et la génération post-60, nombreux sont ceux qui doivent encore prendre soin de leurs propres parents (la génération des arrière-

---

15 Li, Y., Cui, N., Kok, H.T. and al. "The Relationship Between Parenting Styles Practiced By Grandparents And Children's Emotional And Behavioral Problems". *J Child Fam Stud* 28, 1899–1913 (2019)

16 LU, Ye. *L'influence de la grand-parentalité sur la créativité des enfants*. Université normale de la Chine de l'Est, 2020. (陆焯. 隔代教养对儿童创造力的影响[D]. 华东师范大学, 2020.)

grands-parents). Il est à noter que le fossé intergénérationnel entre la génération post-50/60 et la génération post-80/90 est particulièrement intense en raison de la réforme et de l'ouverture du pays. Les personnes de la génération post-50/60 maintiennent toujours avec leurs propres parents un lien fondé sur la pitié filiale, noyau de l'idéologie familialiste chinoise, tandis que le lien qu'ils ont avec leurs enfants de la génération post-80/90 s'est affaibli sous l'influence de l'individualisme qui s'est introduit en Chine avec les échanges culturels.

Une autrice chinoise vivant en France a consacré un article intitulé « La Belle-mère française refuse de s'occuper des enfants, comment s'en sort-on ? » (Article *WeChat* N°90) pour décrire sa relation avec sa belle-mère française. Cette dernière a préféré partir en vacances que de se soucier, sans parler de prendre soin, de sa petite-fille blessée suite à un accident. L'autrice a reconnu que, même si un peu choquée par cette attitude indifférente de sa belle-mère, elle s'y était déjà habituée et n'attendait plus l'aide des autres. De nombreuses lectrices ont laissé des commentaires pour exprimer leurs points de vue inspirés par son histoire.

Un commentaire affirme que même s'il y a l'indifférence de sa part à l'égard de sa petite-fille, cette belle-mère française n'est pas non plus en demande auprès de ses enfants.

*« Les belles-mères françaises n'aident pas pour les soins des petits-enfants, mais elles ne diront pas non plus plus tard que les belles-filles devront subvenir à leurs besoins. »* (Commentaire sur Article *WeChat* N°90)

Un commentaire exprime son admiration pour les belles-mères françaises qui respectent l'indépendance des enfants et considère que la distance prise par sa belle-mère rend sa vie familiale plus agréable.

*« Ma belle-mère ne prend pas soin de mon enfant non plus. Je l'admire même, car elle m'a dit franchement qu'elle ne m'aiderait pas. Comme je n'attends pas son aide, ma vie est tranquille. Elle est très polie, a l'air bien cultivée. Avec le temps, je trouve pas mal une telle relation. Si une femme comprend que son enfant relève de sa propre responsabilité et non de celle des autres, elle aura une vision plus claire par rapport à beaucoup de choses. »* (Commentaire sur Article WeChat N°90)

Une jeune femme, qui n'est pas encore mariée, s'imagine aussi qu'elle refusera l'aide des grands-mères et embauchera éventuellement une femme de ménage de sorte qu'elle puisse préserver sa prise de décision dans l'éducation des enfants.

*« Je ne laisserai pas ma belle-mère ou ma mère s'occuper des enfants, car je pense que c'est ma propre affaire envers laquelle je me dois, en tant qu'adulte, de prendre la responsabilité. Et ma mère et moi, nous n'avons pas les mêmes conceptions en ce qui concerne l'éducation des enfants, mais elle imposera ses idées subjectives à mon enfant. Quand j'aurai un enfant, j'embaucherai une bonne pour faire la cuisine et le ménage. Si je n'en suis pas capable financièrement, je ne ferai pas de bébé. À l'avenir, quand je serai vieille, je n'aiderai pas mes enfants avec leurs enfants, je vivrai ma propre vie. »* (Commentaire sur Article WeChat N°90)

Nos interviewées de la génération post-50/60 (N°s2, 3, et 4) ont également déclaré qu'elles n'exigeraient pas de leurs enfants de subvenir à leurs besoins et qu'elles ne les aideraient avec les petits-enfants qu'à la condition qu'ils le leur demandent. En particulier pour les femmes qui n'ont jamais été femmes au foyer, la grand-parentalité dérangera leur accomplissement de soi.

D'après la plupart, ce qui peut être affaibli par l'individualisme, ce n'est pas l'affection, mais l'obligation entre deux générations. Une relation plus distante, dans laquelle moins d'obligations sont impliquées, devient un nouveau modèle souhaitable pour les uns et pour les autres. Les

femmes de la génération post-50/60 ont naturellement retenu l'obligation de leurs enfants d'assurer leur subsistance, mais les deux générations ne considèrent plus le travail de s'occuper des petits-enfants comme une obligation des grands-parents, mais plutôt comme une faveur ou un fardeau. Même pour les grands-parents qui ont la disponibilité et la volonté de prendre soin de leurs petits-enfants, entrer dans le territoire de la famille nucléaire de leurs enfants signifie souvent quitter leur foyer et entrer dans un champ intergénérationnel voire même interclasse, où ils sont confrontés non seulement à la fatigue physique, mais aussi au fardeau psychologique dû au choc culturel et à la perte de parole<sup>17</sup>.

Sous l'effet combiné de ces facteurs, de plus en plus de jeunes mères donnent priorité plus à la vie familiale qu'à la vie professionnelle, de manière à ce que soit diminuée l'implication des grands-parents dans les soins des petits-enfants. Le recul pris par les grands-parents signifie naturellement que plus de responsabilités reviennent aux mères. Ainsi, les travaux domestiques comme le ménage et la cuisine retombent sur les mères. Certes, les familles de classe moyenne disposant de ressources peuvent confier ces travaux aux femmes de ménage appartenant en général à un milieu socio-économique pauvre. Mais, même si les mères ne participent pas physiquement à ces travaux, elles en sont souvent l'organisatrice et doivent tout de même y consacrer de l'énergie. Cette part de travail est souvent négligée par les autres membres de la famille parce qu'elle est « invisible », voilà une autre raison pour laquelle les femmes souhaitent que la valeur des femmes au foyer soit respectée et évaluée à juste titre.

---

17 BU, Na-na et Wei, Xiao-Jiang. « Fatigue, dilemme et solitude : pratiques et réflexions de la grand-parentalité des grand-mères migrantes ». *Collection d'études sur les femmes*, 2020(06) : 56-67. (卜娜娜, 卫小蒋. 劳累、拉扯与孤单: “老漂”母亲的母职实践及回应[J]. 妇女研究论丛, 2020(06):56-67.)

### 5.2.3 Les besoins émotionnels exigeant la présence des mères

Il est courant que les mères contemporaines, surtout les mères qui favorisent « the attachment parenting » ou « le maternage proximal » s'informent activement sur les soins et l'éducation des enfants<sup>18</sup>. En Chine, les mères recherchent volontiers des informations en parcourant les médias sociaux<sup>19</sup>. Les blogueurs et auteurs les plus populaires axés sur la parentalité en Chine peuvent être divisés en deux catégories principales, l'une composée de pédiatres (souvent de sexe masculin), et l'autre de mères ayant une expérience interculturelle, notamment de mères ayant vécu pendant une longue période à l'étranger et/ou vivant actuellement à l'étranger<sup>20</sup>. Curieusement, lorsqu'il s'agit des expériences personnelles des mères, même les opinions apparemment

---

18 MONTESI, Michela and BORNSTEIN, Belén Álvarez. "Defining a theoretical framework for information seeking and parenting: Concepts and themes from a study with mothers supportive of attachment parenting". *Journal of documentation*, 2017, Vol. 73 No. 2, pp. 186-209.

19 YOU, Jia. *Recherche sur l'anxiété des parents chinois contemporaine perçue sur les nouveaux médias*. Université du Hebei, 2019. (尤佳. 新媒体视域下中国当代育儿焦虑研究[D]. 河北大学, 2019.)

20 Cette classification est basée sur les phénomènes que nous, en tant que membre de la communauté des mères urbaines chinoises, avons constatées en communiquant avec les autres membres. Dans la catégorie des pédiatres, nous pouvons citer parmi les plus suivis : Cui Yu-Tao (崔玉涛), Xu You-Jia (许尤佳), et Kong Ling-Kai (孔令凯), etc., tous sont masculins ; Dans l'autre catégorie, les blogueuses s'identifient souvent comme mères sans mentionner leurs propres noms réels. Prenons les descriptions des comptes publics sur WeChat de quelques blogueuses les plus suivies en exemple : la blogueuse surnommée *Xiao Tu Da Cheng Zi* (小土大橙子, ID : buyateng), axée sur le sommeil des bébés, se présente comme « ancienne chef de projet d'une société Fortune 500, qui a vécu pendant 3 ans à l'étranger, et mère de deux garçons » ; l'autre blogueuse, surnommée *Xiao-shu de l'été* (ID : Shu\_DrChen), se présente comme « PhD australien en santé public, chercheuse en santé des enfants, mère de deux enfants ».

contradictoires s'appuient sur les représentations de la parentalité de style occidental.

L'indépendance des enfants, ainsi que nous l'avons mentionnée, est également un des points clés qui distingue la parentalité à l'occidentale de celle à la chinoise. Les études antérieures portant sur les différences sino-occidentales ou sino-françaises confirment que l'individualisme dans les relations parents-enfants des Occidentaux impressionne leurs enquêtés chinois <sup>21</sup>: d'une part, ils sont choqués par la relation distante entre enfants et parents en Occident; d'autre part, ils admirent la capacité des jeunes Occidentaux à être indépendants dès un très jeune âge. Ces études, menées au cours des premières années du XXI<sup>e</sup> siècle, se sont basées plutôt sur les expériences des enquêtés qui comparaient les cultures en partant de la relation qu'ils ont avec leurs propres parents. Lorsque nos enquêtées, en tant que mères confrontées à l'anxiété parentale des classes moyennes, évoquent cette indépendance des enfants, elles ont généralement tendance à l'interpréter de manière à ce que cette notion s'éloigne de l'égoïsme et de l'isolement.

Dans un article intitulé « La Formation de la capacité d'être indépendant des enfants français », écrit par une mère chinoise travaillant en France et publié sur un compte public de WeChat nommé « Union des Mères chinoises d'outre-mer », l'auteur a précisé ses points de vue sur l'indépendance des enfants. D'après ses observations auprès des familles françaises, l'indépendance n'est pas une situation d'isolement, mais une capacité de se débrouiller, une capacité que les parents doivent enseigner aux enfants.

*« Un psychologue pédiatrique a dit : plus tôt nous laissons nos enfants être indépendants, plus profonde est notre relation avec eux. Ce que je comprends,*

---

21 Chang Liu. Les France des Chinois : l'impact des représentations sociales sur l'image de la France. Université de Bretagne occidentale, 2014.

*c'est que nous devons leur apprendre le plus tôt possible ce qu'ils doivent apprendre en tant qu'êtres humains, et le dialogue entre nous en tant qu'êtres humains va approfondir davantage notre relation. [...] Lorsque les enfants sont petits, nous, en tant que parents, nous devons bien organiser notre temps. Sur le temps où nous devons accompagner les enfants, nous devons nous investir complètement. Après que nous aurons appris aux enfants quelque chose ou que nous aurons bien joué avec eux, ils pourront trouver le plaisir d'explorer seuls ou de jouer avec leurs propres amis. À ce moment-là, il nous sera facile de redevenir maître de notre propre temps. » (Article WeChat N°84)*

L'accent mis sur l'indépendance des enfants ne signifie point l'absence des parents. Bien au contraire, la présence des parents est obligatoire et importante, mais cette présence doit se manifester d'une façon plus subtile. Ainsi, l'indépendance des enfants doit être cultivée sous la direction des parents qui disposent des techniques d'éducation.

Deux articles portant sur les fonctions parentales à la française (Article WeChat N°s82 et 87) ont utilisé une même expression chinoise pour résumer les approches éducationnelles des Français : « 欲擒故纵 » (*yu qin gu zong* : pour mieux rattraper quelqu'un, il faut d'abord le lâcher à dessein). D'après nos autrices, les enfants français sont plus sages et plus disciplinés que les enfants chinois, car leurs parents leur ont appris à se débrouiller en leur offrant une certaine autonomie, et pour cela, il faut posséder certaines techniques éducatives que les parents chinois doivent apprendre.

Une autre différence significative entre les styles parentaux chinois et occidental, qui est souvent mentionnée par nos enquêtées, est le fait qu'en Occident les bébés dorment seuls dans leur propre chambre.

*« La plupart des familles françaises ont eu leur chambre de bébé prête avant la naissance de l'enfant. Que le logement familial soit spacieux ou exigü, la chambre de bébé doit être séparée. Peu importe l'âge des enfants et la surface*



*du logement, même si les parents ne pouvaient que dormir sur le canapé du salon, ils ne dorment jamais dans la même chambre – sans parler du même lit – que celle des enfants. » (Article WeChat N°89)*

Cette approche, bien qu'approuvée par beaucoup, est considérée comme peu praticable en Chine en raison des conditions de logement et de la tradition attachée au sommeil partagé ou « co-dodo ». En effet, d'après une étude publiée en 2010, le « co-dodo » reste courant dans les familles chinoises.

*« Dormir dans le même lit que leurs parents est courant chez les jeunes enfants chinois, cela est pratiqué par 79 % des enfants d'âge préscolaire et 53 % des enfants d'âge scolaire. C'est socialement acceptable par les parents chinois comme étant un élément naturel du processus d'éducation des enfants. Les valeurs familiales chinoises et le système de valeurs culturelles mettant l'accent sur les liens familiaux et l'interdépendance interpersonnelle semblent agir comme des facteurs qui renforcent positivement cette pratique.<sup>22</sup> »*

Heureusement pour les parents chinois qui pratiquent le co-dodo, ils peuvent également en trouver les arguments à travers les représentations de la parentalité à l'occidentale. En 2009 a été traduit et introduit en Chine l'œuvre du pédiatre américain le Docteur William Sears – *The Baby Book* – accompagnée de son concept de « *attachment parenting* » (*qin mi yu er* : 亲密育儿) (en français le terme est souvent traduit par « maternage proximal »). Le concept du maternage proximal devient désormais assez populaire en Chine, car certaines approches qu'il propose, comme le co-dodo, le portage d'enfant, et l'allaitement prolongé, considérés comme favorables à la santé psychologue des enfants, ont toujours été pratiquées en Chine, et le fait que le concept provient de l'Occident reconforte les femmes chinoises, d'autant plus que

---

22 HUANG, Xiao-na, WANG, Hui-shan, ZHANG, Li-jin, *et al.* Co-sleeping and children's sleep in China. *Biological Rhythm Research*, 2010, vol. 41, no 3, pp. 169-181.

le terme *qin mi* (亲密, attachement ou intimité) évoquerait une inspiration à la maternité.

Cependant, tant en Chine qu'en Occident, la théorie du maternage proximal est controversée parce qu'elle pourrait entraver l'indépendance des enfants, et surtout parce qu'elle crée une pression incroyable sur les femmes. Contrairement aux mères occidentales adeptes de la théorie qui suivent pas à pas les instructions et qui considèrent le style de parentalité comme étant un symbole d'identité, les mères chinoises adoptent généralement une attitude flexible et rares sont celles obsédées par une seule théorie parentale, car l'éventail des théories, occidentales ou chinoises, nouvelles ou traditionnelles, n'est qu'un coffre à outils pour elles. Les représentations de l'Occident étiquettent certaines de ces théories, mais les mères en choisissent et les utilisent à leur manière.

Bien qu'elles ne mettent pas rigoureusement en œuvre toutes les étapes du maternage proximal (attachement parenting), le concept d'« attachement » est recommandé par la plupart des parents chinois de la génération 80/90. Le mot « attachement » traduit par *qin mi* lorsqu'il s'agit du terme d'« attachment parenting », est traduit par *yi lian* (依恋) lorsqu'il s'agit de la « théorie de l'attachement ». Ce concept psychologique, qui a inspiré les approches du maternage proximal, est aussi bien apprécié au sein de la communauté des mères urbaines chinoises pour ses quatre schèmes d'attachement (sécure, évitant, ambivalent/résistant, désorganisé) que les chercheurs avaient identifiés. Les schèmes d'attachement, qui ont été le sujet de plusieurs études psychologiques-pédiatriques de ces dernières années<sup>23</sup>,

---

23 En consultant les données sur CKNI avec « attachement parent-enfant » comme mot clé, nous constatons que le nombre annuel de thèses publiés en Chine qui abordaient ce sujet n'a jamais dépassé le 10 avant 2010, mais pendant les années de 2010 à 2020, il y a eu une moyenne de 23 articles par an, surtout depuis l'année 2015, le chiffre a toujours été

sont aussi vulgarisés par de nombreux auteurs sur les médias sociaux de manière à ce que les parents puissent mesurer leurs relations avec leurs enfants et trouver des solutions. Bien que toutes les mères chinoises ne comprennent pas clairement ces théories, elles sont convaincues qu'elles doivent créer un attachement sécurisant avec leurs enfants. Des approches diverses leur sont proposées et toutes les approches recommandent la présence en personne de la mère et sa réaction positive aux besoins émotionnels de leur enfant.

Dans un article sur WeChat, une mère chinoise vivant en France a fait part de ses expériences et de ce qu'elle avait appris de la parentalité à la française. Par rapport à la sévérité de ses propres parents, la tendresse des Français lui paraît plus favorable au développement des enfants.

*« J'ai été élevée par mes parents d'une manière traditionnelle : ils me frappaient et me grondaient tout le temps, ils ne m'ont jamais félicitée même si j'avais fait quelque chose digne d'éloges, et quand je faisais des erreurs, j'étais sévèrement punie. Depuis mon enfance, je n'ai jamais connu le sentiment d'être louée. Mais depuis que je suis venue vivre en France, la "louange" m'a fortement impressionnée. Les Français n'hésitent pas à faire des compliments, et ils n'ont pas l'air hypocrites. Le père de mon fils profite de toutes les occasions pour nous faire des louanges, à moi et à notre fils. Je pense que cela peut améliorer l'affection mutuelle entre nous et rendre les enfants plus confiants. » (Article WeChat N°81)*

D'après elle, c'est leur manière de communiquer avec les enfants et leur patience qui rendent les mères françaises « élégantes ».

*« On demande souvent pourquoi les mères françaises peuvent s'occuper de leurs enfants de manière élégante. D'après ce que j'observe, je crois que c'est*

*simplement parce qu'elles ne s'emportent pas facilement. Quelle que soit la situation, elles s'accroupissent et communiquent doucement avec les enfants en les regardant dans les yeux. Comme ça les enfants seront plus disposés à exprimer leurs propres idées et à reconnaître leurs fautes, et selon leurs réactions, les parents pourront décider comment leur enseigner ce qui est correct. » (Article WeChat N°81)*

En plus des descriptions relatées, il existe encore sur les médias sociaux chinois de nombreux clips, amusants ou touchants, qui montrent aux parents chinois comment les parents occidentaux communiquent avec leurs enfants. La capacité de répondre de manière positive aux besoins émotionnels des enfants à tout moment semble être l'une des fonctions les plus fondamentales de la parentalité, surtout de la maternité.

Les mots comme « respect », « égalité », « écoute » et « empathie » sont souvent cités par les mères chinoises pour décrire le bon côté des relations enfant-parent à l'occidentale. L'on pense généralement que dans la dimension « dépendance/ indépendance » le lien enfant-parental du style traditionnel chinois penche plutôt du côté de la « dépendance », et dans une autre dimension, soit celle « hiérarchie/égalité », on estime généralement que les parents chinois sont plus autoritaires et les parents occidentaux plus démocratiques. En se référant aux représentations occidentales de la parentalité et de l'éducation, les parents chinois de la nouvelle ère sont en train d'apprendre spontanément à discipliner leurs enfants d'une manière plutôt empathique qu'impérative et à établir avec eux un attachement sécurisant afin de former des enfants heureux et en bonne santé mentale. Le terme de « discipline positive », qui a également été introduit en Chine vers l'année 2010 et reconnu dans la communauté des mères urbaines chinoises, pourrait résumer la méthode qui dirige les pratiques éducatives de ces parents. Il s'agit d'une éducation de la discipline des enfants par l'empathie, aptitude souvent

considérée comme féminine. Une telle éducation, opposée à la discipline autoritaire relevant de la culture patriarcale traditionnelle, est ainsi assignée a priori aux mères.

L'importance de ce travail a tendance à être amplifiée. Avec la vulgarisation des idées psychanalytiques, la santé psychologique des enfants et l'impact des expériences négatives de l'enfance sur la qualité de vie des adultes sont à présent devenus des sujets de préoccupation du public. Du fait qu'on recherche volontiers la source des déviations comportementales des individus (enfants ou adultes) en analysant la situation de leur famille d'origine, le soutien émotionnel stable provenant des parents depuis le plus jeune âge des enfants est considéré comme étant la clé pour éviter les défauts psychologiques et les déviations comportementales de ces derniers. D'ailleurs, en raison du collectivisme et de la notion du « face » ancrés dans la culture chinoise, l'ensemble des parents chinois craignent que leurs enfants ne soient considérés comme des « *xiong hai zi* »<sup>24</sup> qui dérangent et inquiètent les autres. En particulier à cette époque des réseaux sociaux, où les comportements des individus sont surveillés et jugés par les opinions publiques, les parents peuvent facilement se faire compromettre et devenir la cible des critiques publiques à cause des comportements de leurs enfants.

Il est indéniable que le soutien affectif des parents a un effet positif sur la santé mentale et le développement des enfants. Cependant, si la mère est désignée comme le principal voire le seul parent qui peut offrir ce soutien, et si on surestime cette fonction de la maternité en affirmant l'irréversibilité de son impact et en ignorant d'autres facteurs environnementaux ou individuels, la mère éprouvera une anxiété croissante liée à cette intensification de la maternité.

---

24 熊孩子, termes qu'on utilise sur les réseaux sociaux pour désigner des enfants malicieux ou irritables.

### 5.2.4 Les besoins intellectuels réclamant un rôle polyvalent de la mère

De nombreuses femmes admettent qu'elles rencontrent le problème du « plafond de verre » au cours de leur vie professionnelle et que cela constitue une raison pour laquelle elles préfèrent donner priorité à la vie familiale et éviter la féroce compétition du monde professionnel. Cependant, lorsque les mères se concentrent sur l'éducation des enfants, elles découvrent souvent que ce n'est pas un champ où il existe moins de compétition.

Depuis l'année 2020, un terme souvent mentionné dans la vie quotidienne des Chinois est celui de *nei juan* (内卷, involution). Ce concept est emprunté à l'anthropologue américain Clifford Geertz, l'auteur de *Agricultural Involution*. À l'origine, le terme était utilisé pour décrire un certain type d'économie agricole, où une augmentation de la production grâce à l'augmentation de la main-d'œuvre arrivait seulement à couvrir ce que consommait la main-d'œuvre supplémentaire elle-même. En d'autres termes, chaque travailleur supplémentaire consommait la quantité supplémentaire qu'il produisait, ce qui conduisait à un équilibre et à une stagnation. Mais sur les réseaux sociaux chinois, ce terme est aujourd'hui utilisé pour parler d'un piège circulaire, qui existe dans de nombreux domaines, dans lesquels chacun est obligé d'épuiser son énergie à concurrencer les autres sans créer de valeurs supplémentaires. Dans le domaine de l'éducation, chaque élève doit se plonger dans une compétition intense et y investir toute son énergie pour avoir accès aux ressources éducatives limitées<sup>25</sup>. Les concurrences sociales touchant des

---

25 Cf.: "Trending in China: Is Education To Blame For China's Falling Fertility Rate?" <https://www.caixinglobal.com/2021-02-23/china-still-far-from-semiconductor-self-sufficiency-report-says-101665965.html> "How Chinese students cope in the world's most competitive education system?" <https://blog.sinorbis.com/chinese-students-competition>

groupes de plus en plus jeunes et impliquent non seulement les enfants eux-mêmes, mais aussi leurs parents, surtout leurs mères, qui subissent et intensifient la pression de la concurrence entre enfants. Les expressions comme « il ne faut pas perdre sur la ligne de départ » ou même « gagner avant l'éjaculation » décrivent ironiquement la concurrence de plus en plus intense, et en même temps, les nouveaux concepts tels que celui de « maman tigre » émergent pour surnommer les mères stressées et agressives qui affrontent cette concurrence.

En Chine, les ressources éducatives en ville ne sont plus en pénurie, mais il existe un classement des ressources. Ce qui angoisse les parents à propos de l'éducation des enfants et ce qui stimule la concurrence au sein des ressources éducatives haut de gamme, c'est le principe de la sélection par élimination et leur désir de faire prévaloir leurs enfants.

En ce qui concerne la concurrence et le développement intellectuel des enfants, les représentations du monde occidental sont également un domaine débordant de contradictions. On oppose souvent l'éducation de style occidental à l'éducation chinoise axée sur les concours. Selon ces opinions, l'éducation occidentale est plus laxiste, les parents, moins agressifs, et les enfants, moins fatigués.

Une mère qui a passé deux ans en séjour académique en Allemagne nous dit que l'enfance en Allemagne est plus détendue et que c'est cette enfance joyeuse qui fait la créativité des Allemands.

*« Les enfants allemands passent toutes leurs journées à jouer. C'est en jouant qu'on développe de la créativité. Voyons les Allemands, ils ont tellement d'universités excellentes et de scientifiques réputés, car leur éducation est vraiment développée. Ils ont raison de laisser leurs enfants avoir une enfance joyeuse et détendue. »* (Interviewée N°18, 50 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de doctorat, 2 ans de séjour académique en Allemagne)

Cette mère nous a aussi exprimé sa compassion pour son fils qui était en troisième année de l'école primaire et devait consacrer tout son temps aux études.

*« Mon fils fait ses devoirs jusqu'à dix heures tous les soirs et il n'a pas le temps de jouer. Quel pauvre garçon! Mais qu'est-ce qu'on peut faire? La concurrence est inévitable. Sauf si j'avais les moyens de l'envoyer étudier à l'étranger dès son très jeune âge. »* (Interviewée N°18, 50 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de doctorat, 2 ans de séjour académique en Allemagne)

D'autres opinions estiment que les concours d'entrée à l'université sont aussi importants en Occident qu'en Chine, mais contrairement à la situation chinoise où l'« involution » touche les enfants de plus en plus tôt, ce n'est qu'au lycée que les enfants occidentaux commencent à ressentir la pression scolaire.

*« En France, le principe éducatif est de permettre aux enfants de jouer joyeusement, d'explorer librement et de trouver la joie des études dans les jeux. Lorsque les enfants entrent au lycée, la pression scolaire va tout d'un coup augmenter, car la compétition pour les examens d'entrée aux grandes écoles sera très féroce aussi. Mais comme les enfants français ont développé la capacité d'étudier indépendamment depuis leur très jeune âge, ils savent bien ce qu'ils aiment, ce qu'ils doivent choisir dans les études, et ce qu'ils veulent faire dans le futur. Leurs parents n'ont pas besoin de les pousser à faire des études. Ce principe éducatif qui reporte la pression à un âge plus mature, je le trouve plus conforme aux étapes du développement mental de l'homme. L'idée comme celle de "ne pas perdre sur la ligne de départ" va étouffer la motivation interne des enfants pour les études. Poussés par une telle idée, la plupart des enfants font leurs études pour plaire aux parents, pour réussir aux examens, pour trouver un emploi, mais ils oublient ce qu'ils veulent vraiment. »* (Article WeChat N°87)



Depuis ces dernières années, de nouvelles opinions émergent pour rectifier notre stéréotype sur l'enfance détendue des Occidentaux : non seulement les études scolaires sont aussi dures pour les enfants occidentaux, mais aussi le développement des enfants dépend davantage des efforts de la part des parents.

*« On pensait que les enfants des pays développés comme les enfants américains ou anglais ne travaillaient pas et qu'ils pouvaient entrer facilement dans les universités réputées, mais c'est loin d'être vrai. [...] Ceux qui arrivent à entrer dans les meilleures universités sont soit ceux qui ont des parents capables, soit ceux qui étudient tout le temps. Certains doivent encore travailler à titre bénévole comme assistants de recherche à l'université et préparer pour leurs examens en même temps. Des fois, ils n'ont même pas le temps de manger. Ceux qui étudient sans effort finissent par devenir cols bleus. » (Article WeChat N°115)*

Ces phrases sont tirées d'un article de WeChat intitulé « Ceux qui s'opposent à l'éducation axée sur les concours en Chine sont vraiment stupides ». C'est l'article le plus lu parmi ceux abordant l'éducation axée sur les concours à la chinoise.

Une mère qui a passé des années aux États-Unis avec ses enfants nous a aussi parlé de la vie des enfants américains. D'après elle, les activités des enfants et le temps que les mères y consacrent font la distinction au sein des couches sociales.

*« Aux États-Unis, les maternelles dans les quartiers riches ferment généralement à deux ou trois heures de l'après-midi. Après, les mères emmènent leurs enfants aux cours de loisirs. Tous les jours, les enfants sont très occupés. Et les mères qui habitent dans ces quartiers sont normalement femmes au foyer et disposent de temps pour accompagner les enfants. Seules les maternelles dans les quartiers pauvres ouvrent jusqu'à 6 six heures du soir. » (Interviewée N°19, 38 ans, mariée, 2 enfants, employée aux États-Unis, titulaire de master)*

Les points de vue concernant la situation en France semblent moins élitistes, mais insistent aussi sur les efforts des enfants et ceux des parents. Dans un article sur WeChat, intitulé « Une mère vivant en France nous dit que la vie scolaire des enfants français n'est pas telle que nous l'imaginons », l'autrice a d'abord mis l'accent sur les capacités de réflexion des jeunes Français.

*« Aucun enfant français que je connais n'est aussi détendu que le disent les reportages chinois. C'est vrai qu'ils ont plus de vacances et moins de devoirs. Mais quand même, ces enfants travaillent assidûment la plupart du temps. Un exemple très simple : les sujets de philosophie du Bac. J'en ai montré à mon amie qui était docteur en philosophie, elle m'a dit que ces sujets pourraient être ceux des mémoires de ses étudiants en master. Les lycéens français ne sont qu'adolescents, s'ils ne travaillaient pas tout le temps, ils ne seraient pas capables de réfléchir sur de tels sujets. » (Article WeChat N°91)*

L'autrice explique ensuite que, si les jeunes Français se développent si bien, c'est parce que leurs parents font tout pour que les enfants reçoivent la meilleure éducation.

*« Certes, les enfants français passent moins de temps en classe, mais tous les parents savent bien profiter du temps extrascolaire et des vacances. Chaque enfant fait partie de deux ou trois clubs de loisirs : en plus des clubs d'activités culturelles et de langues étrangères comme nous en avons aussi en Chine, ils ont encore des clubs que nous ne voyons pas beaucoup en Chine, comme ceux de ski, d'escalade, d'équitation, etc. Les moniteurs de ces clubs sont aussi les meilleurs de leur profession. [...] J'admire vraiment les efforts que les parents français font pour leurs enfants : ils les soutiennent sans tenir compte du coût et du retour. » (Article WeChat N°91)*

D'après nos enquêtes, si l'enfance des Occidentaux reste assez joyeuse, elle n'est plus aussi simple qu'on le pensait auparavant. Ce changement de représentations provient probablement du changement au sein de la société chinoise.

Avec les échanges culturels et personnels de plus en plus fréquents, les Chinois ont de plus en plus d'occasions d'observer directement ou même de vivre la vie à l'occidentale. Au lieu d'être étonnés par les différences comme ce qui se produit souvent lors du premier contact, ils ont tendance à voir davantage de points communs entre les cultures. De plus, derrière ce changement de représentations se trouvent l'intensification de la stratification sociale et le développement du consumérisme au sein de la société chinoise.

Avec la faible fécondité naguère instaurée, la valeur d'un enfant pour une famille chinoise devient de plus en plus élevée. En même temps, l'économie de marché se développant en Chine, les familles et les individus doivent faire face à une féroce compétition à tout moment. Dans une famille de classe moyenne, non seulement l'enfant est le plus aimé de tous, mais aussi il porte l'espoir de tous qu'il maintienne le statut social de la famille ou réalise une ascension sociale dans le futur.

En raison de l'augmentation des attentes des parents en ce qui concerne le développement intellectuel de leurs enfants, de divers établissements d'enseignement ont vu le jour pour répondre à ces besoins. Ces établissements, en particulier ceux qui sont privés et orientés vers le marché, créent de nouveaux besoins tout en répondant aux besoins existants. Dans l'économie de marché s'est formé un marché segmenté de l'éducation. Pour les mères, les formations offertes aux enfants par ces établissements ne peuvent pas du tout réduire l'intensivité de leur travail maternel. Au contraire, accompagner et assister les enfants dans les études scolaires ou extrascolaires, comprendre et sélectionner les formations sont de nouvelles compétences nécessaires à acquérir pour les mères modernes.

Une recherche résume ce nouveau contenu de la maternité comme étant celui de « la maternité en tant

qu'agente éducative »<sup>26</sup> : la mère, en tant qu'agente des activités d'apprentissage de son enfant, ambitionne les meilleures performances de son enfant dans l'éducation commercialisée en y appliquant des normes professionnelles. Ses responsabilités principales sont : maintenir le réseau d'informations éducatives, se renseigner sur les produits du marché éducatif et sur les conditions des établissements ciblés, planifier les itinéraires et les horaires des études, chercher et gérer toutes les ressources favorables aux études de son enfant.

Cette nouvelle fonction de la maternité exige non seulement que la mère dispose de suffisamment de temps, mais aussi qu'elle ait la capacité d'acquérir continuellement des connaissances. Par conséquent, certaines femmes dotées de fortes capacités intellectuelles sont plus susceptibles de se consacrer entièrement à la maternité. Cela explique également pourquoi de plus en plus de femmes instruites ont abandonné leurs activités rémunératrices et ont choisi de retourner dans leur famille. Par exemple, dans le groupe de *Shun yi ma ma* (顺义妈妈)<sup>27</sup>, très connu et discuté au cours de l'année 2020, qui regroupe les mères les plus capables et les plus ambitieuses du pays, se retrouvent de nombreuses femmes hautement qualifiées telles que des diplômées des meilleures écoles supérieures du monde et de nombreuses anciennes dirigeantes d'entreprises internationales.

---

26 YANG, Ke. « La maternité en tant qu'agente : l'évolution de la maternité dans le contexte de la marchandisation de l'éducation », *Collection d'études sur les femmes*, 2018(02) : 79-90. (杨可. 母职的经纪人化——教育市场化背景下的母职变迁[J]. 妇女研究论丛, 2018(02): 79-90.)

27 *Shun yi* est un district de Beijing, situé en périphérie nord-est de la ville. *Shun yi ma ma* désigne les mères (souvent à plein-temps) qui habitent dans le quartier du district où se situent les maisons les plus luxueuses de la ville. Comme elles sont déjà arrivées au sommet de la pyramide socio-économique et disposent de meilleures ressources, elles s'angoissent à cause de l'ambition qu'elles ont de former un enfant perfectionné et élitaire.

Ce qui est intéressant, c'est qu'on pense généralement que ce phénomène et la mentalité des mères face à ce phénomène sont particulièrement spécifiques du monde chinois, mais ces « mères tigres » à la chinoise se réfèrent souvent aux représentations occidentales lorsqu'elles cherchent à répondre aux questions posées par ce phénomène.

D'un côté, ce phénomène s'est formé en raison de multiples facteurs tels que la réforme du système éducatif en Chine, l'anxiété face à la mobilité sociale et le développement du marché de l'éducation. En ce qui concerne le système éducatif, depuis 1988, l'État a promulgué plusieurs politiques visant à alléger la pression scolaire des élèves du primaire et du secondaire, mais qui n'ont jamais été vraiment efficaces. Les politiques ont réduit le temps que les élèves doivent passer à l'école et aux devoirs assignés par l'école, mais comme l'accès à l'éducation supérieure est toujours conditionné par les examens, la pression oblige les élèves à rallonger leur temps d'étude par des cours privés hors école. Des établissements privés qui offrent des cours complétant ou approfondissant les études scolaires ont vu le jour. Même si certains de ces établissements ont dû fermer depuis l'année 2021 à cause d'une autre nouvelle politique visant à résoudre la pression des enfants, les services sont toujours demandés. Ils n'ont pas disparu, mais sont devenus plus privés et plus chers. D'ailleurs, il existe aussi une grande variété d'établissements qui offrent des cours de sports et d'arts, répondant à l'idée de la « 素质教育 » (*su zhi jiao yu* : éducation en faveur du développement intégral) avancée par l'État. L'idée proposée depuis les années 1990 vise à établir un système éducatif visant à promouvoir les qualités de toutes sortes de chaque élève. Du point de vue du grand public qui comprend cette idée de manière simpliste et concrète, cela signifie qu'en plus du travail scolaire traditionnel comme les sciences naturelles et sociales, certaines spécialités sportives ou artistiques peuvent également être considérées comme étant des

compétences avantageuses. Pour les mères, le développement de diverses capacités sportives et esthétiques est bénéfique pour les enfants : car les centres d'intérêt peuvent non seulement les épanouir, mais aussi leur donner la possibilité de diversification des examens d'entrée à l'université.

D'un autre côté, lorsque les mères parlent des mesures qu'elles prennent pour faire face à ce phénomène propre à la Chine, elles évoquent souvent les idées issues de l'éducation occidentale. Par exemple, en observant des conversations en ligne dans les groupes WeChat qui regroupent les jeunes mères, nous trouvons qu'elles font souvent mention de concepts provenant de l'Occident en vue d'argumenter leurs choix pour leurs enfants : elles savent établir des comparaisons entre les méthodes Montessori et Waldorf lorsqu'elles cherchent une meilleure maternelle pour leurs enfants; elles parlent du système STEAM, qui s'approche de l'idée de l'éducation orientée vers l'épanouissement général des enfants, et s'y réfèrent pour choisir des activités extrascolaires. Les cours sportifs ou artistiques à l'occidentale, comme l'équitation, le ski, le ballet et la peinture occidentale, etc., sont même devenus un symbole de statut social de la famille en raison de leur image d'élégance et de leur coût élevé. En particulier, les parents de certaines familles de classe supérieure ont décidé de dispenser leurs enfants de l'éducation axée sur les examens, en les envoyant dans les écoles internationales situées en Chine ou directement dans des écoles à l'étranger. Ainsi, leurs enfants peuvent échapper à l'involution à l'intérieur de la société chinoise, profiter des ressources extérieures, et développer d'autres qualités que celles exigées par les concours d'entrée à l'université. Mais la motivation de ces parents n'est pas moins utilitaire. Pour les *shun yi ma ma* qui sont les « meilleures mamans » de Chine, former un enfant qualifié pour les meilleures universités du monde est leur vocation.

Cependant, même pour les familles qui possèdent des moyens financiers leur permettant de choisir les services éducatifs les plus chers, l'état psychologique et les résultats scolaires des enfants restent toujours hors de contrôle. Si l'incertitude est une cause provoquant l'intensification de la maternité en termes de besoins physiques et sécuritaires, elle est aussi une conséquence provoquée par l'intensification de la maternité en termes de besoins émotionnels et intellectuels : plus on investit (de l'argent, de l'affection et de l'énergie), plus le pari est risqué. L'incertitude qui dépasse la tolérance produira de l'anxiété, surtout pour les mères à temps plein qui ont investi dans la maternité trop d'énergie et de temps qu'elles auraient pu investir dans des domaines professionnels. D'ailleurs, il existe des conflits entre les besoins émotionnels et les besoins intellectuels des enfants, étant donné que la pression scolaire constitue une cause importante des problèmes psychologiques des enfants. La mère, en tant que responsable de l'enfant, doit aussi être très précautionneuse à cet égard.

### **5.3 La maternité et sa valorisation sociale**

Revenons à la question posée et discutée en ligne : « Les femmes au foyer peuvent-elles être considérées comme des femmes indépendantes ? ». En parcourant ce qui est énoncé par les internautes sur les réseaux sociaux, nous trouvons que ceux qui s'intéressent à cette question et cherchent à y répondre sont majoritairement des femmes. Pour les hommes, l'absence de travail rémunéré de leur conjointe est aussi une décision très importante. Ils auraient leurs opinions sur cette décision selon leurs propres besoins, mais que leur femme soit définie comme étant indépendante ou dépendante ne les préoccupe pas. Mais pour les femmes, que leurs réponses à cette question soient positives ou négatives, elles cherchent

généralement à défendre les intérêts des femmes et expriment spontanément une conscience plus ou moins féministe.

Celles qui y répondent négativement mettent l'accent sur l'importance de l'indépendance économique. Selon ces opinions, abandonner le travail rémunéré, c'est renoncer à l'autonomie.

Celles qui donnent une réponse positive ne sont pas toutes les femmes au foyer. Nombreuses parmi elles sont des mères actives devant supporter un double fardeau. Comprenant l'intensité du travail maternel, elles souhaitent que ce travail soit valorisé. Et comme elles subissent la pénalité due à la maternité, elles veulent que la valorisation de la maternité puisse récompenser la valeur qu'elles ont perdue dans la vie professionnelle. Pour elles, la question peut être reformulée en une autre : « La maternité est-elle un travail valorisant comme un autre ? ».

Excepté les femmes qui ont déjà acquis une certaine liberté financière, les femmes qui donnent une réponse positive à la question doivent redéfinir ce qu'est l'indépendance pour ne pas la limiter à l'indépendance économique. Ainsi, elles parlent souvent de l'« indépendance d'esprit ». L'indépendance économique dépend plutôt des facteurs externes. L'argument des néofemmes au foyer est le suivant : elles sont qualifiées pour un travail rémunéré qui pourrait garantir leur indépendance économique, mais pour la qualité de vie de la cellule familiale, elles préfèrent travailler pour la famille que de travailler pour les autres et elles doivent être considérées comme économiquement indépendantes. L'indépendance d'esprit est plutôt interne et spontanée. Elle a quelque chose à voir avec la capacité d'une femme d'être financièrement indépendante, mais n'a rien à voir avec le fait qu'elle soit actuellement active ou non.

Certaines de nos enquêtées constatent que l'accent mis sur l'indépendance économique piège les femmes. Nous avons vu de tels commentaires sur cette question sur les



réseaux sociaux : « Pourquoi discute-t-on de l'indépendance des femmes ? Personne ne questionne l'indépendance des hommes ? Si nous, les femmes, ne travaillions pas à la maison, ils vivraient dans le bordel. » ; « Pas la peine de discuter sur l'indépendance. Si le travail de femme au foyer procurait un peu d'intérêt, il ne serait pas le boulot des femmes. » Ces propos, chargés de rancœur, éclairent le fait que le travail de la sphère privée destiné a priori aux femmes est loin d'être valorisé. En effet, l'industrialisation a distingué la sphère privée de la sphère publique, mais seul le travail de la sphère publique est rémunéré, en conséquence, le travail maternel ne peut générer directement une quelconque valeur économique. Le fait que les femmes au foyer soient obligées de dépendre financièrement de leur époux est dû à l'injustice de cette répartition qui dévalorise la sphère privée.

Nous pouvons donc en conclure que les différentes réponses données par les femmes ne sont pas contradictoires entre elles, mais les unes mettent l'accent sur les risques de la maternité, tandis que les autres mettent l'accent sur sa valeur. L'accent mis sur la valeur de la maternité explique aussi des phénomènes que nous constatons : de nombreuses familles qui choisissent d'assigner l'épouse à la maison à temps plein sont souvent interculturelles ou ont des expériences interculturelles, avec, par exemple, le mari étranger, ou l'un ou les deux conjoints ayant effectué un séjour dans un pays développé ; les allocations familiales et la prestation compensatoire qui sont beaucoup plus élevées dans la société occidentale qu'en Chine sont souvent mentionnées par nos enquêtées qui disent que même si ces récompenses ne peuvent pas contrebalancer ce que les mères doivent investir, elles représentent au moins un consensus social sur un meilleur respect de la valeur de la maternité et de l'intérêt des femmes ; pour certaines familles qui ont un accès aisé à la culture occidentale, même si elles ne jouissent pas actuellement d'un système social qui peut directement valoriser la maternité,

elles respectent davantage la mère qui s'occupe du ménage et des enfants, car la valeur et l'importance de la maternité ont été reconnues ; bien que nos interviewées qui étaient ou avaient été mères à plein temps paraissent plus ou moins incertaines lorsqu'elles répondaient aux questions concernant une éventuelle trahison de leurs époux, les expériences interculturelles de leurs conjoints restent néanmoins une raison psychologique pour laquelle elles décident de leur faire confiance.

Selon nos interviewées qui sont actuellement mères au foyer, elles sont plus en conflit sur cette décision de privilégier la vie familiale à la vie professionnelle avec leurs parents ou leurs beaux-parents qu'avec leur mari. Une de nos interviewées nous l'a confirmé.

*« Cela pose un vrai problème à mes parents. Ils pensent que je dois laisser ma belle-mère m'aider avec les enfants afin que je puisse sortir travailler. Ils s'embarrassent vraiment du fait que je suis femme au foyer. Surtout pendant les premières années, mon père n'arrivait même pas à s'endormir. Il pensait qu'il avait formé sa fille en vain, l'avait envoyée étudier à l'étranger pour rien, car cette fille de talent ne faisait rien d'autre que s'occuper des enfants à la maison ! D'après lui, s'occuper des enfants est un travail tellement facile que tout le monde peut le faire, même les femmes rurales et les ignares peuvent le faire. Il pense que ce n'est pas moi qui dois m'occuper des enfants et que je dois les laisser à ma belle-mère et aller travailler moi-même. Il dit que c'est comme ça que je peux "contribuer à la société". » (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)*

Les différences sur les représentations de la maternité et sur la valeur de la maternité s'inscrivent dans les différences intergénérationnelles. L'interviewée nous a également dit qu'elle est parvenue à consoler ses parents en justifiant son choix en se référant à la pitié filiale.

*« Je leur ai dit : “réfléchissez, si je m’occupe de mes enfants moi-même, vous, les aïeuls, vous pouvez vous en libérer et vivre votre propre vie. Vous pouvez faire tout ce que vous voulez et jouir d’une vie heureuse et détendue. Vous êtes déjà âgés, et ce n’est pas facile pour vous de vous occuper des enfants. Ce n’est pas pour moi que j’ai pris cette décision, c’est pour mes enfants, mais aussi pour vous.” » (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d’études en France)*

Ces paroles auxquelles elle avait recours pour persuader ses parents étaient à la fois altruistes et individualistes. L’intégration de l’individualisme et de la valorisation du plaisir dans la pitié filiale constitue donc une stratégie pour combler le fossé des générations. Elle nous a également dit que c’était les opinions des experts en éducation qui avaient effectivement changé l’attitude de ses parents.

*« Depuis ces deux années, ils ont changé d’avis. Le virage s’est produit lorsque je leur ai envoyé un clip vidéo sur WeChat. C’est un extrait d’une conférence donnée par un professeur qui s’appelle Li Mei-Jin, très célèbre en Chine de nos jours. Elle est une experte en éducation des enfants. Elle ne fait pas la leçon, elle explique, d’un point de vue plutôt sociologique, pourquoi il est préférable que les mères s’occupent des enfants elles-mêmes pendant les trois premières années. Elle dit qu’il est profitable pour toute la société que l’enfant reste auprès de la mère avant qu’il ait trois ans. Et ces trois premières années passées tout près de la mère assureraient la bonne qualité de toute la vie de l’enfant. Elle propose même un prolongement du congé maternel et une allocation familiale plus élevée offerts par l’État. Après avoir vu ce clip vidéo, mes parents se sont sentis un peu consolés, car c’était une autorité en matière d’éducation qui disait qu’il était préférable que la mère s’occupe elle-même des enfants. » (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d’études en France)*

Li Mei-Jin, qui est mentionné par notre interviewée, est en réalité un expert en psychologie criminelle. Ayant mené des recherches sur les profils psychologiques des criminels adolescents et ayant analysé le lien entre l'attachement mère-enfant et les crimes d'adolescents, elle est devenue une « influenceuse » en éducation parentale, et les extraits de ses conférences sont largement transférés et partagés sur les réseaux sociaux. Le fait qu'un expert en psychologie, qui enseigne aux parents chinois des connaissances sur la parentalité d'un point de vue scientifique et professionnel, soit devenu une autorité dans le domaine de l'éducation parentale confirme les changements sur les représentations de la maternité que nous avons constatés : les besoins psychologiques constituent une des raisons essentielles pour lesquelles le travail maternel s'intensifie en Chine ; la bonne maternité n'est plus considérée comme innée et naturelle, mais comme acquise, elle nécessite un apprentissage de méthodes et de techniques. Ces changements pourraient argumenter que le travail propre à la maternité est digne d'être valorisé tout comme un autre.

Cependant, sous l'angle du féminisme qui souligne la nature d'être « construite » de la maternité, tous ces facteurs qui contribuent à la construction de la maternité intensive, bien qu'ils soient considérés comme bénéfiques pour les enfants, constituent une énorme pression pesant sur les femmes. En effet, de nombreuses opinions, y compris celles qui soutiennent les avantages d'une présence plus importante des pères, se basent sur le présupposé que la mère soit la première responsable de l'enfant. Prenons la théorie de l'attachement en exemple, les schèmes d'attachement sont basés sur l'observation des paires enfant-mère. Bien que de récentes études occidentales sur les familles homoparentales aient brisé ce présupposé et prouvé que l'attachement entre les enfants et leurs parents n'ont que peu à voir avec le sexe des parents et que les pères étaient aussi capables de garantir

une bonne qualité de soins aux enfants, le travail parental est toujours considéré comme principalement maternel dans la vie réelle et ordinaire en Chine où l'homoparentalité est marginale.

C'est pourquoi les femmes chinoises ont généralement l'impression que les pères occidentaux, ou plus précisément les pères blancs, sont plus impliqués dans les soins des enfants que les pères chinois. Mais par rapport à l'image des mères, cette image du père est beaucoup plus vague et se limite à une image superficielle : nos enquêtées remarquent dans la rue et dans les parcs des pères blancs portant un enfant dans les bras, ou dans les clips vidéo transmis sur les réseaux sociaux des pères blancs jouant avec les enfants. Dans les articles, qui sont en général plus détaillés que ce qui se dit oralement, nous n'avons pas trouvé autant de descriptions sur la paternité à l'occidentale que celles sur la maternité. L'implication plus profonde des pères aux soins et à l'éducation des enfants est ce à quoi les mères chinoises aspirent. Mais comme les stéréotypes attachent plus d'importance aux mérites des hommes dans le domaine professionnel et considèrent que le travail parental est la vocation des femmes, un conjoint qui s'investit activement dans le travail parental est considéré comme une situation dont une femme ne peut jouir que par chance, alors qu'« être la bonne mère centrée sur les enfants » est une exigence vis-à-vis de soi pour les femmes. En effet, presque toutes les mères déclarent qu'elles embrassent la maternité avec plaisir en dépit d'un travail acharné, et pensent même que la maternité est un avantage qui rend les femmes supérieures aux hommes. Il est probable, selon nous, que les femmes aient intériorisé la maternité forgée et construite par le monde patriarcal. Il est aussi probable que les femmes, en tant que « gérantes » des enfants et du champ familial, aient trouvé dans la sphère privée un champ où elles possèdent l'autorité et exercent une influence envers les autres membres de la famille. Il existe effectivement dans la sphère privée

un pouvoir officieux ou tacite, qui est moins sensible que le pouvoir « légitime » dans la sphère publique<sup>28</sup>.

Certains points de vue suggèrent que non seulement le travail maternel, mais aussi les autres tâches de la femme au foyer, sont dignes d'être valorisés : le maintien du confort et de l'ordre du foyer, l'organisation de la consommation familiale et même la gestion de l'image de la femme elle-même et de celle de son mari, car ces activités jouent un rôle symbolique qui représente le statut de la famille. Il n'est pas difficile de constater que de plus en plus d'hommes sont également disposés à s'engager dans de telles activités symboliques. Dans le contexte du consumérisme et de l'économie de l'esthétique, les activités de consommation deviennent de plus en plus productives, et la sphère privée qui est de plus en plus valorisée et transparente a fait naître un nouveau champ d'activités humaines. Les femmes et les hommes y recherchent de la valeur symbolique plutôt que de la valeur économique. L'idée traditionnelle prônant que « l'homme domine à l'extérieur et que la femme domine à l'intérieur » ne peut plus s'appliquer à la situation actuelle.

#### **5.4 La maternité et les besoins d'accomplissement de soi de la mère**

Parmi les activités de la sphère privée, certaines qui sont incluses dans les fonctions de la maternité « forgée » et « traditionnelle » sont considérées comme altruistes, les autres ont tendance à être centrées sur le Moi. En ce qui concerne les représentations de la maternité intensive centrée sur l'enfant, il n'y a pas de différence importante ni entre les mères françaises et les mères occidentales en général ni entre les mères occidentales et les mères chinoises, car cette

---

28 OAKLEY, Ann. *The sociology of housework*. Bristol: Policy Press, 2018, p.14.

image de mère bienveillante et capable est présente aussi bien dans la culture occidentale que dans la culture chinoise. Mais quand il s'agit de l'attitude égocentrique, l'image des mères françaises se démarque de celle des mères occidentales en général qui se démarque de celle des mères chinoises. Les mots-clés décrivant l'image des femmes françaises que nous avons analysée dans le chapitre précédent sur la beauté, comme l'élégance et la nonchalance, réapparaissent dans les descriptions de l'image des mères françaises, et cette image fonctionne comme un agent dissolvant qui dilue l'intensité de la maternité.

#### *5.4.1 Le débat sur l'allaitement maternel*

Commençons notre analyse de l'image de cette mère « nonchalante » à la française par l'allaitement maternel qui joue un rôle majeur dans la construction de l'identité maternelle et qui, après l'accouchement, est la première et la plus importante tâche maternelle ainsi que la seule tâche qui ne peut pas être déléguée à un autre.

L'expérience de l'allaitement apporterait aux femmes le plaisir d'être attachées au nouveau-né, mais elle leur procurerait souvent une grande frustration et parfois également des douleurs physiques. Les experts biomédicaux mettent souvent l'accent sur les effets positifs de l'allaitement maternel sur la santé physique et mentale des nourrissons. L'OMS recommande un allaitement exclusif au sein pendant les six premiers mois et un allaitement partiel jusqu'à 2 ans. En Chine, les femmes urbaines de la classe moyenne, qui se dotent de connaissances scientifiques sur la maternité, ont produit une nouvelle culture axée sur l'allaitement maternel<sup>29</sup>. En effet, encouragées par leur confiance dans les sciences

---

<sup>29</sup> HANSER, Amy et LI, Jialin. "The hard work of feeding the baby: breastfeeding and intensive mothering in contemporary urban China". *The Journal of Chinese Sociology*, 2017, vol. 4, no 1, pp. 1-20.

modernes et par le culte traditionnel de la maternité, les femmes urbaines pratiquent activement l'allaitement maternel et le considèrent comme un critère permettant de juger de la performance des mères<sup>30</sup>. Elles prétendent à une meilleure quantité et une plus longue durée de l'allaitement. Parmi elles, on a même vu apparaître un nouveau groupe qui n'avait jamais existé en Chine dans le passé, à savoir les « 背奶妈妈 » (*bei nai ma ma* : mères porteuses du lait) : des femmes allaitantes qui se rendent sur leur lieu de travail avec des équipements de maternité tels que des tire-lait, des biberons et des sacs réfrigérants et qui profitent de repos toutes les deux ou trois heures pour tirer du lait en se mettant dans les toilettes, dans des voitures ou des salles d'allaitement s'il y en a, de manière à ce qu'elles puissent stocker une ration et en rapporter à la maison pour leur bébé.

Cependant, les féministes soutiennent souvent une attitude critique à l'égard de l'allaitement maternel, estimant que les réglementations concernant la durée et la pureté de l'allaitement maternel aliènent le corps des femmes. « *L'allaitement est aussi une servitude épuisante [...] c'est au détriment de sa propre vigueur que la nourrice alimente le nouveau-né* », a écrit Simone de Beauvoir dans *Le Deuxième Sexe*.

De nombreux articles dans les médias sociaux chinois disent que le taux et la durée de l'allaitement maternel en France sont à un niveau très bas parmi les pays occidentaux. De nombreux reportages français affirment également que la durée moyenne d'allaitement maternel en France est loin d'atteindre la durée recommandée par l'OMS. Curieusement, ces articles sur les réseaux sociaux chinois partagent un point

---

30 XU, Yi et LIU, Ya. « Première expérience de la maternité : Une étude sur la pratique de l'allaitement des femmes urbaines basée sur l'auto-ethnographie et l'ethnographie en ligne ». *Sciences sociales du Shandong*, 2017(8) : 95-106. (许怡, 刘亚. 母职初体验: 基于自我民族志与网络民族志的城市女性哺乳实践研究 [J]. 山东社会科学, 2017(8) : 95-106. )



commun : au lieu de critiquer la « négligence » ou l'« égoïsme » des mères françaises qui n'allaitent pas leurs enfants, ils apprécient l'« égocentrisme » que représentent ces « mères imparfaites » à la française et utilisent cette image comme une référence pour soulager la pression d'allaitement des mères chinoises.

Dans un article de WeChat intitulé « En quoi le concept de nourriture de la France se différencie du nôtre? Du lait maternel ou du lait en poudre? Ne laissons pas l'obsession de l'allaitement nuire à notre plaisir d'être mère » (Article *WeChat* N°94), l'autrice chinoise raconte ses expériences d'allaitement en France : Avant l'accouchement, l'autrice a appris pendant une formation prénatale que pour les mères françaises « un mois d'allaitement, c'est déjà pas mal, deux mois, c'est déjà très très bien », ce qui était très différent de la conception de sa mère en Chine qui pensait que l'allaitement devait durer « au moins un an ». L'autrice souligne dans cet article que c'est l'esprit d'humanité qui décide de l'attitude laxiste des Français à l'égard de l'allaitement maternel :

*« En France, personne ne vous dira que vous devrez nourrir votre enfant d'une certaine manière ou d'une autre, c'est la mère elle-même qui décide comment nourrir l'enfant. Avant l'accouchement, les médecins vous demanderont comment vous voudrez nourrir le bébé, de sorte qu'ils puissent nourrir le bébé selon votre décision pendant l'hospitalisation après l'accouchement. Maintenant je trouve que cette approche qui n'impose rien aux mères génère une sorte de tendresse compatissante pour l'humanité. Pourquoi? Parce que pour les mères qui échouent à la lactation au début, l'allaitement, c'est vraiment une dévastation physique et mentale. »* (Article *WeChat* N°94)

L'autrice raconte par la suite les difficultés qu'elle avait rencontrées en essayant d'allaiter son bébé et les moyens qu'elle a essayés et qui ont échoué pour favoriser la lactation. Obsédée par l'intention de nourrir son bébé et par le remords,

elle se sentait anxieuse, frustrée et honteuse. Enfin, c'est sa belle-mère française qui l'a soulagée du stress.

*« Ce qui m'a libérée de cette angoisse, c'est ce que ma belle-mère m'a dit : "En France, à l'époque où j'ai donné naissance à Matthieu [le mari de l'autrice], on nous recommandait de donner aux bébés du lait maternisé. L'allaitement maternel, par contre, n'était pas du tout recommandé. Donc je n'ai jamais allaité Matthieu. Je crois que l'allaitement est une mode, qui change avec le temps. Ce qui est important pour toi maintenant, c'est de te reposer suffisamment. Prends des forces et reste heureuse, c'est comme ça que tu peux t'occuper de ton bébé. Si l'allaitement est trop difficile, ne te force pas." »*  
(Article WeChat N°94)

D'après un autre article, intitulé « La raison pour laquelle les mères françaises sont si à l'aise, c'est qu'elles n'allaitent pas ? » (Article WeChat N°93), les femmes françaises n'allaitent pas parce qu'elles sont plus égocentriques que les femmes d'autres cultures.

*« Bien que l'allaitement maternel soit recommandé dans la plupart des pays, le taux d'allaitement reste très bas en France : seules 63 % des mères françaises ont allaité, et la moitié d'entre elles ont continué l'allaitement après leur sortie de l'hôpital et la plupart l'ont arrêté au bout d'un mois. Parce que la plupart des femmes françaises donnent la priorité à leur propre expérience d'être mère et souhaitent que leurs seins soient mystérieux, d'ailleurs, elles se sentent plus à l'aise quand elles n'allaient pas. »* (Article WeChat N°93)

Après avoir présenté la situation en France, l'autrice exprime son souhait de libérer les femmes de la pression de l'allaitement.

*« J'espère que tant les mères elles-mêmes que l'environnement social n'exerceront pas trop de pression sur les femmes en ce qui concerne l'allaitement maternel. Les mères ne doivent pas se sentir coupables à cause d'une durée trop courte*

*ou d'une quantité trop faible de l'allaitement. [...] Après tout, rien n'est plus important pour un bébé qu'une mère heureuse. » (Article WeChat N°93)*

Tant sur les réseaux sociaux que dans la vie quotidienne, nous entendons souvent parler de l'expérience de l'allaitement, qui, selon les nouvelles mères, leur fait ressentir leurs corps comme étant aliénés. Contrairement aux opinions scientifiques axées sur les avantages de l'allaitement maternel pour les nourrissons, les discours font souvent référence à l'image des femmes françaises et encouragent les mères à porter plus d'attention à leurs propres sentiments qu'à l'allaitement. Et ces points de vue apparemment égocentriques finissent souvent par revenir sur le bien-être du bébé en mettant l'accent sur l'influence de la santé mentale de la mère sur celle de l'enfant.

#### *5.4.2 La réconciliation entre l'indépendance et la maternité*

Dans l'imaginaire de nombreuses femmes chinoises, les femmes françaises ne changent pas à cause de leur maternité : elles restent toujours élégantes et sophistiquées. Elles semblent être épargnées des états de tension que les mères chinoises éprouvent souvent, comme la fatigue, la dépression et le désordre.

*« J'ai vu sur Internet des photos de mères françaises : elles s'asseyent sur la pelouse, les enfants jouant à côté. Elles ont l'air tellement détendues, nonchalantes et insouciantes. J'ai envie de cet état, vraiment. Je suis toujours très occupée, je me sens toujours stressée et anxieuse, et je ne sais pas pourquoi. » (Interviewée N°20, 41 ans, mariée, 2 filles, enseignante universitaire, titulaire de doctorat, 2 ans d'études en Angleterre)*

Certaines autrices disent que par rapport aux mères chinoises qui font preuve d'abnégation, les mères françaises

donnent la priorité à leur propre bien-être, et que c'est pour cela qu'elles sont élégantes.

*« Beaucoup de femmes trouvent que tout semble tourner autour de leurs enfants une fois qu'elles sont devenues mères. Mais les femmes françaises ne sont pas comme ça. La France est le berceau du féminisme, donc l'esprit indépendant des femmes françaises est digne d'être appris par toutes. Même après avoir eu un enfant, les femmes françaises parviennent toujours à bien organiser leur propre vie : elles prennent du temps pour la lecture et d'autres centres d'intérêt. C'est comme ça qu'on peut toujours concevoir de l'espérance pour la vie. »*  
(Article WeChat N°56)

Une de nos interviewées qui est titulaire d'un master effectué en France et actuellement femme au foyer nous dit qu'elle a pris du temps pour se prémunir de ces états difficiles et qu'elle est désolée pour les mères.

*« Parfois, à IKEA, ou dans les supermarchés, j'ai vu des femmes qui avaient l'air très fatiguées : elles étaient un peu corpulentes, parce qu'elles n'avaient pas de temps pour prendre soin d'elles ; elles portaient un bébé avec une ceinture, et quand le bébé criait tout d'un coup, elles ne savaient pas comment faire, alors elles ne pouvaient que donner leur portable au bébé. En voyant de telles femmes, je me sentais désolée pour elles. Moi aussi, j'étais comme ça pendant une certaine période. Quand on est si fatiguée, on n'a plus la moindre énergie pour prendre soin de soi. Et maintenant, petit à petit, j'arrive à m'ajuster. Quand les enfants vont à l'école, je vais à la gym et je fais du jogging. Je peux aussi développer mes centres d'intérêt à la maison. J'aime bien la calligraphie et je la pratique à la maison. »* (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Pour les femmes urbaines contemporaines qui se sont habituées à une vie indépendante, la maternité signifie souvent que l'individu est privé de son temps, de son espace et même de son corps. Certaines femmes, même si elles

jouissent bien de la maternité, ne peuvent pas s'empêcher de se sentir prises d'ennui et d'anxiété, car la plupart des travaux maternels sont monotones et leurs résultats, souvent incertains. Avec la facilité croissante d'accès aux informations et l'augmentation de la conscience de soi, les problèmes de santé psychologique des mères, tels la dépression post-partum et l'anxiété, ont attiré de plus en plus l'attention des femmes chinoises. Cependant, à cause d'une différence intergénérationnelle dans les représentations de la maternité, et du manque de sensibilité à ces problèmes féminins chez les hommes et chez les femmes de milieu socio-économique faible, les discussions autour de la santé psychologique des femmes se limitent souvent au sein de la communauté des mères de classe moyenne, qui ne peuvent que compter sur elles-mêmes pour résoudre ces problèmes.

Heureusement, ces femmes sont non seulement les plus conscientes des problèmes de santé mentale, mais possèdent aussi des moyens financiers et intellectuels pour les affronter. Les pratiques de loisirs et d'esthétique, telles que la lecture, le fitness, l'apprentissage des arts, etc., sont souvent mentionnées par les femmes urbaines, mères ou nullipares. Pour les mères, ces pratiques leur permettent de s'extraire de la sensation de privation du soi et de maintenir le sentiment d'être maître de soi. Par rapport aux activités professionnelles dans la sphère publique qui sont lucratives, mais stressantes, ces pratiques de loisir sont souvent considérées comme des activités visant à soulager des pressions psychologiques tout en enrichissant l'esprit et en augmentant le capital culturel. Ces activités non utilitaires ne sont pas seulement considérées comme des loisirs, mais aussi comme des exercices spirituels. Dans les discours des femmes urbaines chinoises, l'image des femmes occidentales, surtout des femmes françaises élégantes, libres, littéraires et artistiques, incarne parfaitement les valeurs symboliques et spirituelles de ces activités. Avec cette image à l'appui, les mères chinoises essaient d'établir

un équilibre entre l'identité de mère et le Moi à travers ces exercices spirituels.

Cependant, les mères chinoises n'oublient jamais d'évoquer l'intérêt de ces activités pour leurs enfants lorsqu'elles en parlent. Les aptitudes visant à maintenir un bon équilibre physique et mental et à réaliser un accomplissement de soi deviennent de nouveaux critères de la bonne maternité.

Par exemple, lorsque notre interviewée raconte sa pratique de la calligraphie, elle ne manque pas de parler de son influence sur ses enfants.

*« Je trouve que ça exerce une bonne influence sur les enfants, ils pratiquent la calligraphie avec moi de temps en temps. Je suis persuadée que ce qu'on fait est plus important que ce qu'on dit quand il s'agit de l'éducation des enfants. On ne doit pas essayer de leur enseigner quelque chose, on doit le faire soi-même, ils seront naturellement influencés. Par exemple, quand je fais de la calligraphie, ils vont me suivre. Comme ils aiment faire de la peinture, je les emmènerai voir des expositions de peinture. Je vais souvent dans les musées, les galeries, au café avec eux. [...] Mon père disait que même les ignares peuvent s'occuper des enfants. Mais non, ce n'est pas pareil du tout. Telle mère, tel enfant. Je trouve qu'ils sont trop utilitaires, mes parents. Moi, j'ai déjà mis de côté les idées utilitaires. Je n'oblige pas mes enfants à "gagner sur la ligne de départ", ce qui est plus important, c'est la santé et la passion. »* (Interviewée N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France)

Ce détour qu'elle a opéré représente la mentalité de la plupart des mères de sa génération. On lit souvent de tels discours dans les articles partagés dans les médias sociaux ou l'on en entend dans les conversations quotidiennes :

*« Le bon état mental de la mère est très important pour la santé physique et mentale de l'enfant. »;*

*« Ce sont les connaissances acquises par les mères qui décident de la ligne de départ de l'enfant. ».*

Ces discours encouragent les mères à poursuivre un accomplissement de soi en intégrant leur satisfaction aux tâches maternelles. Ainsi, les activités visant au bien-être des mères elles-mêmes ne seront plus considérées comme des comportements égoïstes. Cela montre aussi que la maternité intensive est toujours une exigence de soi intériorisée par les femmes. Dans leur conscience incarnée dans leurs jugements sur le soi et sur les autres femmes, l'égoïsme est toujours honteux et condamnable, et les activités visant au bien-être des mères ne peuvent être justifiées qu'en étant incluses dans des tâches maternelles.

Les mères françaises imaginées et admirées, qui parviennent à maintenir la juste ligne, la belle apparence et la richesse d'esprit, sont pour les femmes chinoises un modèle encourageant, mais aussi un « Autre » apportant de la pression. En effet, la belle apparence et le bon état d'esprit ne peuvent être acquis qu'à condition qu'on y investisse de l'énergie et du temps. Auparavant, pour être une bonne mère aux yeux des autres, une femme n'avait qu'à prendre soin de son enfant, tandis que maintenant une bonne mère doit encore être capable de prendre soin d'elle-même et de s'épanouir. Et quand on parle de ces nouvelles obligations, on se demande rarement comment réduire le travail maternel. Un bon état physique et mental, qui est un nouveau critère de la bonne maternité, devient un fardeau supplémentaire pour les mères. Dans la vie quotidienne, si une jeune mère souhaite réaliser un accomplissement du soi, elle sera obligée d'avoir plus ou moins de recours aux autres pour la remplacer dans le travail maternel. Mais en réalité, le travail intensif de la parentalité contemporaine est rarement partagé par les hommes, et dans la plupart des cas, les tâches maternelles sont déléguées soit aux femmes de la génération précédente, soit aux femmes

de bas milieu socio-économique. En plus, différentes des tâches manuelles de la maternité, ces nouvelles obligations sont généralement imposées aux femmes par les femmes elles-mêmes. Elles appliquent ces nouvelles normes, non seulement pour se juger, mais aussi pour juger les autres femmes. Dans ce sens, tels discours vont intensifier l'inégalité entre les femmes avant de réduire celle entre les genres.

Enfin, en lisant les articles qui abordent l'image élégante des mères françaises, nous remarquons qu'il s'agit en réalité d'une instruction de parentalité à travers une image enviable. Par exemple, selon un article qui commence par décrire l'allure et le style des mères françaises, la raison pour laquelle les mères françaises peuvent élever des enfants disciplinés sans effort, c'est que les rudiments de la culture maternelle traditionnelle qu'elles ont acquis de leurs propres mères s'accordent avec les concepts de la pédagogie Montessori (Article *WeChat* N°79). Donc, ce que les mères françaises savent naturellement faire depuis l'enfance, c'est ce que les mères chinoises doivent attentivement apprendre. Derrière cette image des mères françaises, égocentriques et insouciantes, se profilent toujours les exigences d'une mère désintéressée et polyvalente.

## **Conclusion du chapitre**

La maternité constitue la différence physiologique la plus importante qui sépare les sexes et la cause physiologique de l'inégalité dans la division sexuelle du travail. L'aliénation engendrée par la maternité est un problème que ne peut résoudre même le courant féministe le plus radical.

Dans la société moderne, les enfants ne sont pas seulement l'objet d'affection des parents, mais aussi l'objet de construction de l'image de la famille, car le développement des enfants représente le capital économique et culturel de la famille. Cela est d'autant plus vrai en Chine que la politique de la planification familiale limite le nombre d'enfants d'une



famille. Et la pression du développement de l'enfant pèse principalement sur les mères et fait évoluer les représentations de la maternité.

La maternité traditionnelle chinoise est axée sur les enfants et diffère de la maternité d'aujourd'hui. La maternité traditionnelle se limitait à répondre aux besoins physiologiques et sécuritaires des enfants et à leurs besoins émotionnels les plus fondamentaux et la mère, en tant que responsable des soins des enfants, était en réalité une agente de l'autorité paternelle. La maternité d'aujourd'hui est intensifiée et raffinée, elle doit répondre aux besoins supérieurs, non seulement des enfants, mais aussi de la famille et de la mère elle-même, ce qui confère à la mère, une autorité plus importante dans le champ familial.

En raison de l'évolution des représentations de la maternité, les mères chinoises d'aujourd'hui se réfèrent à l'image des mères occidentales pour guider leurs pratiques, argumenter leurs décisions et manifester leur identité. L'image des mères occidentales offre non seulement un modèle de maternité axée sur les enfants, mais aussi celui d'une maternité axée sur le Moi des mères. Si le premier modèle est issu de l'image des femmes occidentales en général, le dernier se réfère davantage à l'image des femmes françaises.

Face à l'évolution des représentations de la maternité, les mères chinoises d'aujourd'hui éprouvent une ambivalence qui les déchire. D'un côté, en raison de la tradition de la division sexuée de travail, elles sont obligées de consacrer infiniment d'énergie au travail maternel en s'y investissant émotionnellement et intellectuellement; de l'autre côté, l'éveil de leur conscience féminine les appelle à un accomplissement de soi. Ainsi, afin de valoriser leur maternité, elles ne doivent pas épargner leurs efforts ni en temps ni en énergie, et en même temps, elles doivent se perfectionner sans cesse pour se distinguer des femmes au foyer traditionnelles. Les discours peuvent certes aider à valoriser la maternité, mais

ils ne peuvent pas changer le fait que la parentalité reste principalement maternelle. L'éveil de la conscience ne peut pas encore procurer aux femmes une réelle liberté.



## **Chapitre 6**

### **L'image utopique et l'identité construite**

Dans leurs énoncés concernant l'image des femmes françaises et dans les explications qu'elles donnent de cette image et des différences entre celle-ci et celle des femmes chinoises, beaucoup de femmes chinoises tendent à s'identifier avec l'image de cette « Autre », bien qu'elles sachent que cette image est également stéréotypée. En fait, c'est aux valeurs symboliques attachées à cette image qu'elles adhèrent, et non pas à l'identité des femmes françaises. Les différences que leurs énoncés décrivent ne sont pas seulement des différences interculturelles, car cet imaginaire collectif parle non seulement des disparités entre la culture chinoise et la culture française, mais aussi des disparités entre les femmes chinoises elles-mêmes, celles dues aux différences intergénérationnelles et à la stratification sociale.

Bien que les problèmes de génération et de classe sociale semblent relever de deux dimensions différentes, ces deux dimensions sont inséparables. Les représentations sociales, y compris celles des classes sociales, sont partagées au sein

d'une même génération et évoluent avec les générations. Dans la Chine contemporaine, la mise en œuvre de la Politique de réforme et d'ouverture depuis 1978 a changé les règles du jeu de sorte que la situation économique a remplacé l'appartenance de classe pour devenir le critère principal déterminant la stratification sociale<sup>1</sup>. Les différences sociales se sont ancrées au sein des différences intergénérationnelles. Nous essayons d'expliquer, en partant de la dimension générationnelle, les représentations de l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises de classe moyenne, car le thème de l'image des Françaises suppose un certain capital économique et culturel des participants et exclut implicitement les personnes de milieu socio-économique faible.

## **6.1 L'image française et la différenciation sociale chinoise**

Bien que l'image des Françaises se caractérise par la relation entre beauté et vieillissement, les Chinoises qui éprouvent de plus d'empathie avec les valeurs représentées par ce stéréotype ne sont pas vraiment des femmes âgées, mais plutôt celles qui commencent à ressentir de l'angoisse liée à l'âge, mais souhaitent se différencier des femmes qui sont plus âgées qu'elles-mêmes. La nouvelle stratification sociale étant une réalité à partir de laquelle le degré d'exposition définit les générations en Chine, nous allons analyser le profil de ce groupe de femmes « moyennes » en invoquant la théorie de génération.

Du point de vue sociologique, la génération se distingue de la cohorte démographique : « *Certes, le phénomène des générations est dépendant du rythme biologique de la naissance et de la mort, mais*

---

1 LI, Qiang. *La stratification sociale dans la Chine contemporaine*. Beijing : édition de San lian xin zhi, 2019, p. 84 (李强著. 当代中国社会分层[M]. 生活·读书·新知三联书店, 2019, p.84)

*il n'est ni déductible de, ni compris en lui. Il indique uniquement le positionnement commun d'individus dans la dimension historique du processus social.* <sup>2</sup>» Sur la base des théories du sociologue Karl Mannheim et de l'anthropologue Margaret Mead, Tao Dongfeng, chercheur chinois du domaine des cultures, a dégagé ce qui définit une génération : les individus d'une certaine tranche d'âge et de position sociale semblable ou similaire, qui ont traversé les mêmes événements sociaux et les mêmes vagues culturelles et ont par conséquent intériorisé des expériences sociales communes ou similaires ainsi que des mémoires collectives, et affirment donc une identité ou une similarité en termes de comportement, de pensée, de valeur et d'esthétique<sup>3</sup>.

D'après lui, la génération post-50/60 (ceux qui sont nés dans les années 1950 et 1960) et la génération des jeunes nés à la fin des années 1980 et au cours des années 1990 constituent deux générations qui représentent le mieux les divergences entre pères et fils en termes d'esthétique et de culture populaire. Nous allons décrire le profil des femmes qui s'intéressent à l'image des Françaises et expliquer leur attachement à cette image par leurs expériences communes. Nous nous centrerons sur la génération Y, soit la génération post-80/90 en la comparant à celle qui la précède, soit la génération des baby-boomers ou la génération post-50/60 et à celle qui la suit, soit la génération Z ou la génération post-95.

---

2 DEVRIESE, Marc. « Approche sociologique de la génération. Vingtième siècle ». *Revue d'histoire*, 1989, pp. 11-16.

3 Tao, Dong-Feng. « Le fossé intergénérationnel au niveau esthétique et sa formation dans la Chine contemporaine ». *Critique littéraire*, 2020(2) : 135-143. (陶东风. 论当代中国的审美代沟及其形成原因[J]. 文学评论, 2020(2):135-143.)

### *6.1.1 La génération post-80/90 chinoise*

Selon les notions occidentales, la génération Y regroupe l'ensemble des gens nés entre le début des années 1980 et la fin des années 1990. Ils participent massivement aux réseaux sociaux et le Web a révolutionné leur façon de regarder le monde et de s'y projeter<sup>4</sup>. En Chine, l'introduction de l'informatique n'est pas le seul critère ni le plus important pour définir la génération. La génération post-80/90 chinoise a commencé à intéresser les chercheurs occidentaux dans les années 2000 lorsque ces adolescents chinois faisaient montre d'un nouveau mode de vie, et ils y ont vu un important potentiel parce que les jeunes de cette génération ont développé un goût pour les marques occidentales et qu'ils pourraient devenir des leaders d'opinion au moment où la Chine deviendrait une des plus grandes entités économiques du monde<sup>5,6</sup>.

Selon nous, l'élément le plus important qui distingue les femmes de cette génération de celles des générations précédentes, c'est le fait qu'elles appartiennent à la première génération d'enfants uniques. En raison de la stricte exécution de la politique de planification familiale à partir du début des années 1980, la première génération d'enfants uniques était née. Bien que le système patriarcal continue jusqu'aux temps actuels à exercer une influence sur certaines familles chinoises qui préféraient les garçons aux filles, on a vu

---

4 DAGNAUD, Monique. *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Paris : Presses de Sciences Po, 2011

5 STANAT, Michael. *China's generation Y: Understanding the future leaders of the world's next superpower*. Paramus: Homa & Sekey Books, 2006.

6 O'CASS, Aron et CHOY, Eric. "Studying Chinese generation Y consumers' involvement in fashion clothing and perceived brand status", *Journal of Product & Brand Management*, 2008, Vol. 17 No. 5, p. 341-352.

émerger et se développer de nouvelles valeurs privilégiant les filles ou insistant sur l'égalité entre les garçons et les filles. En particulier dans les métropoles, où les parents sont plus ouverts et où la politique de planification familiale est mieux respectée, les enfants uniques, les filles comme les garçons, ont pu profiter de ressources familiales et sociales et de conditions éducatives sans précédent. Les filles s'avèrent être aussi brillantes que les garçons. On constate même que dans les universités de langues étrangères, les filles sont beaucoup plus nombreuses que les garçons. On peut dire dans ce cas que les filles sont les meilleures bénéficiaires de la politique du planning familial, ainsi que l'écrit Gladys Chicharro, un chercheur français, l'existence d'un seul enfant a contribué à établir un modèle idéal de filles à la réussite professionnelle exemplaire<sup>7</sup>. Cette politique a continué de bénéficier aux femmes de cette génération jusqu'à ce que le pays ait permis le deuxième et puis le troisième enfant à toute famille vers la fin des années 2010 : elles regagnaient leur poste ou retrouvaient plus facilement du travail après donner naissance à un seul enfant, car il était impossible de donner naissance à plus d'enfants.

Ce qui se passe simultanément avec la politique de l'enfant unique, c'est la Politique de réforme et d'ouverture du pays, datant de la fin des années 1970. En plus des marchandises, les produits issus des cultures populaires occidentales véhiculant des esthétiques et des valeurs modernes tels les films, les séries télévisées, les informations autour de la mode, sont aussi entrés dans la vie quotidienne des Chinois. La génération post-80/90 a donc grandi dans un environnement où sont facilement accessibles les cultures populaires étrangères. Différente de la génération de leurs parents qui, lorsque la politique de réforme et d'ouverture a démarré, avait

---

7 CHICHARRO, Gladys. *Le fardeau des petits empereurs : une génération d'enfants uniques en Chine*. Nanterre : Société d'ethnologie, 2010.



déjà passé l'âge de jeunesse plus réceptif aux changements sociaux<sup>8</sup>, et qui conserve leurs valeurs grandement enracinées malgré l'influence des cultures occidentales introduites en Chine, la génération d'enfants uniques a vécu une enfance et une adolescence dans cet environnement ouvert et a pu intérioriser certaines valeurs occidentales tout en héritant naturellement des valeurs de leurs parents.

Et tout comme la génération Y du monde entier, les membres de la génération post-80/90 chinoise sont aussi les premiers utilisateurs de l'Internet, dont la généralisation en Chine a eu lieu dans le courant des années 1990. En particulier, ils sont les principaux acteurs du Web 2.0, datant des années 2000. Ils ont appris à s'exprimer en profitant des nouveaux médias et depuis les années 2010, eux, qui commencent à entrer dans l'âge de la maturité, sont enfin devenus des leaders d'opinion et ont eu davantage d'occasions de se faire entendre et approuver.

En Chine, on utilise généralement les mesures décennales pour décrire les générations, les « post-80 » désignent ainsi les gens nés dans les années 1980, ainsi de suite. Il est évidemment déraisonnable de définir une génération par l'âge physiologique seul, car ce qui est biologique et mécanique n'explique pas forcément les phénomènes sociologiques. Mais les événements sociaux qui coïncident avec l'âge critique d'une génération influençant les valeurs individuelles et produisant des valeurs collectives peuvent justifier cet emploi de mesures décennales parfaitement acceptées en Chine. Les gens nés durant une même décennie s'identifient spontanément et volontiers avec la génération à laquelle ils sont censés appartenir.

Le premier emploi de cette mesure est celui des « post-quatre-vingt », apparue vers la fin des années 1990, alors que

---

8 ATTIAS-DONFUT, Claudine. « Rapports de générations et parcours de vie ». Enquête. Archives de la revue Enquête, 1989, no 5.

les premiers enfants uniques atteignaient l'adolescence et entraient en conflit avec leurs parents. À cette époque-là, ces jeunes étaient critiqués par les adultes et les leaders d'opinion en raison de leur rébellion. L'Internet qui venait de devenir un média courant a aussi avivé les discussions sur le fossé entre générations.

Cependant, tant que les valeurs relèvent des idées sociales et culturelles, elles ne se limitent pas à l'âge biotique. Les valeurs attachées à l'image des femmes françaises intéressent principalement les post-80 et une partie des post-90, classes au sein desquelles les femmes ressentent ou commencent à ressentir l'angoisse liée à l'âge et au genre, mais certaines femmes d'autres tranches d'âge y adhèrent aussi. Par exemple, certaines femmes des post-70, en particulier celles qui ont eu des expériences interculturelles à un âge très jeune, sont les pionnières des valeurs partagées par les post-80. Et de nombreuses icônes culturelles locales – actrices, écrivaines, animatrices, etc., appréciées par les femmes post-80 en raison de leur pouvoir féminin, se trouvent parmi les post-60 et les post-70. Par ailleurs, certaines jeunes filles âgées d'environ 20 ans actuellement et devant appartenir à la génération post-95 ou à celle des post-00, n'hésitent pas à exprimer leur adhésion aux valeurs liées à l'image des femmes françaises, elles ont en effet l'intention de se débarrasser des préjugés contre la génération post-95, critiquant leur matérialisme et leur vanité.

Si nous abordons l'image des femmes françaises en introduisant les générations, ce n'est pas pour en critiquer une ou en flatter une autre, mais pour mieux expliquer les différences dans les représentations au sein des différentes générations. L'image des femmes françaises agit ici comme un prisme qui filtre la lumière pour en faire une gamme de couleurs variées : les valeurs qui s'y reflètent nous font entrevoir des diversités à l'intérieur de la culture chinoise. Mais ces différences sont très subjectives et appartiennent

elles aussi aux représentations. Nous choisissons de traiter les femmes chinoises appartenant à la génération post-80/90, soit la génération Y, terme plus compréhensible par le monde occidental, car cette génération nous semble représentative lorsqu'il s'agit des expériences interculturelles et féminines.

Ceux qui s'identifient à la génération post-80/90 s'opposent volontiers à la génération de leurs parents, soit la génération post-50/60, et à la génération qui les suit, soit la génération post-95.

Nous voudrions emprunter deux histoires absurdes largement répandues sur les réseaux sociaux en Chine au moment même de l'élaboration de ce chapitre. Bien qu'elles ne soient pas directement liées aux images des femmes françaises, elles nous paraissent pertinentes pour incarner les femmes appartenant à d'autres générations aux yeux de la génération post-80/90 et pour représenter tout ce qui s'oppose à l'image des femmes françaises.

L'histoire 1 : Les *Da ma* qui sont fans du faux Jin Dong

C'est une histoire vraie qui a été d'abord racontée dans un reportage télévisé pour devenir ensuite l'objet d'une vive discussion sur les réseaux sociaux.

Une femme de 60 ans voulait quitter son mari pour rejoindre son amoureux qu'elle avait rencontré sur Internet. D'après elle, son amoureux était Jin Dong (靳东), un célèbre acteur chinois âgé d'une quarantaine d'années. En réalité, elle a été trompée par un compte de TikTok qui simulait Jin Dong en utilisant les images de l'acteur et en synchronisant ces images avec des mots d'amour s'adressant spécifiquement aux femmes âgées. Cette fraude était tellement maladroite que la plupart des internautes ont pu la percer à jour d'un seul coup d'œil, mais cette femme-là, manquant de discernement, a cru que Jin Dong était tombé amoureux d'elle et que tous les mots d'amour qu'il avait dits ne s'adressaient qu'à elle.

Au début, les téléspectateurs se moquaient de la folie de cette femme. Mais après que le reportage ait été transmis sur les réseaux sociaux, de nombreux internautes ont laissé des commentaires et ont raconté des histoires analogues qui étaient arrivées à leurs proches. Les gens se sont rendu compte que ce n'était pas un cas isolé : face aux écrans des smartphones, de nombreuses femmes âgées solitaires et incomprises maîtrisent mal ces nouvelles technologies qui leur offrent un exutoire émotionnel. La plupart d'entre elles comprennent plus ou moins que ce qu'elles voient et entendent n'est pas réel, mais elles y trouvent un soutien émotionnel qu'elles ne trouvent pas dans la vie réelle et souvent elles n'hésitent pas à se livrer à un faux amoureux et à lui virer de l'argent.

La victime a dit dans le premier reportage : « Dans ma vie, je n'ai jamais connu l'amour ». Cette phrase a touché de nombreux lecteurs et a été citée plusieurs fois dans des commentaires qui traitaient l'événement sous un angle humain et compréhensif. Si les symptômes de paranoïa amoureuse font rire les gens, la vie pénible d'une femme qui n'avait jamais aimé ni avait été aimée a suscité de la sympathie et de la pitié. Notamment lorsqu'elle a dit : « je ne suis jamais tombée amoureuse. Mais lui (Jin Dong), il comprend tout : ma beauté, ma bonté, mon cœur... ». Son mari, furieux et humilié, a répliqué : « Tu as déjà 60 ans ! Personne ne te veut ! Tu faisais comme si tu étais belle ! » Néanmoins, il refusait de divorcer de sa femme qui ne l'aimait pas et qu'il n'aimait pas non plus.

Chez cette femme malheureuse, de nombreux auteurs des jeunes générations ont vu l'image stéréotypée de leurs aînées, comme l'a écrit cette autrice :

*« Les femmes urbaines ou rurales de notre précédente génération, elles n'ont jamais su prendre soin d'elles-mêmes. Elles ont consacré toute leur vie à s'occuper des autres. C'était leur instinct de réserver le meilleur à la famille. C'est bien si elles peuvent trouver une sorte de consolation. Mais beaucoup*

*d'entre elles n'ont jamais entendu de mot doux et se sentent insignifiantes. »*  
(Article *WeChat* N°113)

L'état de ces femmes a également évoqué un futur que refusent les femmes plus jeunes :

*« Ces femmes qu'on appelle Da ma, elles étaient aussi des jeunes filles qui attendaient un bel avenir. Mettons-nous à leur place et imaginons comment elles se sont transformées de jeunes filles naïves en ce qu'elles sont aujourd'hui, c'est vraiment triste. »* (Commentaire sur Article *WeChat* N°113)

L'histoire 2 : Le groupe des *ming yuan* (名媛 : célébrités féminines) de Shanghai

L'histoire a été racontée en premier sur un compte public du réseau *WeChat* (Article *WeChat* N°114).

D'après l'auteur, un de ses lecteurs l'a renseigné sur l'existence d'un groupe sur *WeChat*, un groupe qui prétendait réunir de riches jeunes femmes de Shanghai et auquel on ne pouvait adhérer qu'en payant une cotisation de 500 yuans et en fournissant une preuve d'actifs d'une valeur de 100 000 yuans. Selon le prospectus numérique de recrutement du groupe, en y adhérant, on pouvait communiquer avec d'autres femmes riches, discuter de produits de luxe, se donner rendez-vous dans les meilleurs restaurants, prendre de belles photos, avoir l'occasion de faire connaissance avec des hommes d'élite, etc. Par curiosité, l'auteur s'est fait passer pour une femme afin de s'infiltrer dans le groupe. Après avoir été admis dans le groupe numéro 3, il a découvert que ce que faisaient les filles dans ce groupe, c'était en réalité des achats groupés pour des marchandises ou des services haut de gamme : se grouper à quarante pour payer une nuitée dans une chambre d'hôtel des plus luxueux de Shanghai afin de prendre de belles photos tour à tour ; se grouper à quatre pour louer un sac de luxe pendant un mois, chacune en profitant pendant une semaine afin de rencontrer l'homme qu'elle souhaitait séduire ; porter

même tour à tour des leggings, à condition qu'ils soient de marque de luxe...

Le groupe est dénommé « les *ming yuan* de Shanghai ». Le terme *ming yuan* (名媛) se traduit par « célébrité féminine ». Au sens propre, les *ming yuan* signifient les femmes de la haute société qui participent aux événements mondains. Par exemple, lorsque les médias chinois rapportent le Bal des Débutantes de Paris, le terme est utilisé pour traduire « la Débutante ». Il n'y avait pas de *ming yuan* en Chine durant les premières décennies de la République populaire, car la haute société n'existait pas. Depuis une quarantaine d'années, on a commencé à pénétrer la vie des femmes et des jeunes filles de la grande bourgeoisie hongkongaise, et ce terme est rentré dans le lexique quotidien des Chinois du continent. Au fur et à mesure qu'une partie de la population s'enrichissait et que le marché du luxe s'élargissait, les marques que les riches portaient et les endroits qu'ils fréquentaient commençaient à intéresser le public. Les *ming yuan* sont devenues un objet d'admiration et d'imitation de certaines femmes chinoises.

Cette histoire a projeté l'image des jeunes filles influencées par le consumérisme au regard du public et a provoqué de vives discussions. Le terme *ming yuan* qui comportait déjà une teinte d'ironie depuis que le consumérisme s'est développé en Chine, est devenu synonyme de termes négatifs tels que *bai jin nv* et *lao nv* (拜金女, 捞女, femme vénale, gold-digger). Les critiques ont principalement ciblé les jeunes femmes de la génération post-95 qui sont actuellement dans leur pleine jeunesse. Si certaines autrices plaidaient pour ces jeunes femmes dans cette histoire en disant qu'on n'était pas coupable de rêver d'une vie meilleure et de dépenser son propre argent pour simplement goûter la vie des riches, la plupart des autrices se moquaient des comportements ridicules de ces Madame Bovary contemporaines et critiquaient leur vanité.

Une vlogueuse chinoise de la trentaine qui vit actuellement à Paris a comparé dans un vlogue ces jeunes femmes avec les

jeunes filles chinoises invitées au Bal des débutantes de Paris. D'après elle, les demoiselles invitées au bal, jeunes et bien éduquées, sont dignes du sens propre du terme « *ming yuan* », mais ces jeunes femmes vaniteuses ont détruit le sens de ce mot.

*« C'est un beau mot qui fait rêver et fascine les filles. Mais si les influencenses se croyaient être ming yuan avec leurs photos prétentieuses prises dans les hôtels de luxe où elles portaient des marques de luxes, je préférerais m'éloigner du mot. » (Vlogue Le petit Livre rouge N°12)*

Ce qui est représenté par ces femmes dans ces deux histoires s'oppose parfaitement à l'image des femmes françaises, qui, selon les femmes chinoises, sont élégantes, intellectuelles et passionnantes. On distingue également dans ces histoires les différences intergénérationnelles liées à la mobilité sociale. Certes, on ne peut pas résumer les caractéristiques des générations à travers de simples représentations, mais on peut au moins distinguer deux pôles extrêmes : un pôle représentant les femmes qui font preuve d'abnégation et qui ne savent pas s'aimer, un autre pôle représentant les femmes qui sont vaniteuses et superficielles sous l'influence du consumérisme.

### *6.1.2 La génération post-50/60 aux yeux de la génération post-80/90*

La rébellion contre les parents est propre à la nature humaine. Selon la théorie de psychanalyse féministe, le complexe précœdipien exerce une influence plus grande chez les filles que chez les garçons : pour une fille, la mère est sa première référence d'identité féminine et son premier objet amoureux, et ces effets s'exercent tout au

long de la vie et rivalisent avec son complexe œdipien<sup>9</sup>. Si nous voulons donc discuter de l'identité féminine d'une génération, son opposition à la génération de ses mères est un sujet incontournable. En raison de la politique du mariage tardif et de l'accouchement tardif que le gouvernement chinois applique pour soutenir la politique de planification familiale, les parents de la génération post-80/90 se trouvent généralement parmi les post-50/60.

La génération post-50/60 est une génération exceptionnelle et remarquable en Chine. Une étude américaine l'a baptisée la génération de consolidation (post-50s) et la génération de la Révolution culturelle (post-60), équivalant à la génération de baby-boomers en Occident<sup>10</sup>.

Ces baby-boomers chinois nés dans les premières années de la République populaire ont vécu plusieurs événements importants de l'histoire de la nouvelle république : la grande famine vers l'année 1960 qui a gravé la faim dans leur jeune mémoire; la Révolution culturelle qui a troublé leur enfance ou leur adolescence; le mouvement les appelant à « aller et travailler dans les régions montagneuses ou à la campagne » (*shang shan xia xiang* : 上山下乡); la Politique de réforme et d'ouverture dont ils étaient les principaux acteurs. Ils ont passé leur vie en luttant et en travaillant jusqu'à ce que la société de consommation et d'abondance se mette en place vers la fin du siècle dernier où même les plus jeunes d'entre eux avaient déjà plus de trente ans. Même si les conditions de vie se sont grandement améliorées pour la plupart, ils n'ont pas cessé de travailler assidûment. Cette génération a subi des transformations sociales radicales : le pays ayant profondément changé avec l'essor économique pendant

---

9 CHODOROW, Nancy. *The reproduction of mothering*. Berkeley: University of California press, 1978.

10 EGRI, Carolyn P. et RALSTON, David "A. Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States". *Organization science*, 2004, vol. 15, no 2, pp. 210-220.



40 ans depuis l'année 1978, ils ont connu à la fois la pauvreté et la richesse, la tradition et la modernité, la fermeture du pays et la mondialisation<sup>11</sup>.

Durant leur jeunesse, la stratification sociale était déterminée par l'appartenance de classe familiale et par leur profession. Les enfants étaient déterminés par la même appartenance de classe que leurs parents et pouvaient succéder à ces derniers dans leur poste de travail lorsqu'ils partaient à la retraite. La mobilité sociale était peu probable. Mais sur le plan économique, tous se trouvaient sur un pied d'égalité, et personne n'était relativement plus riche que les autres. Lorsque la Politique de réforme et d'ouverture fut mise en œuvre, les jeunes de cette génération ont commencé à se différencier les uns des autres. « La minorité de personnes qui deviennent riches en premier » provient de cette génération, et tout ce qu'ils procèdent aujourd'hui est dû à leurs propres efforts. Ils sont tous partis d'un même point de départ, mais ont réussi différemment et ont construit ainsi une nouvelle hiérarchie sociale. Leurs enfants ont par conséquent des points de départ différents.

La nouvelle République a relancé les mouvements féministes déjà en marche en Chine depuis trois décennies. La loi sur le mariage, promulguée en 1950, a décidé que l'égalité entre les sexes était un principe fondamental du pays. Les femmes de cette génération sont les premières filles nées dans une société où la monogamie était véritablement respectée<sup>12</sup>. Les mêmes droits que les hommes, pour lesquels les féministes occidentales ont lutté pendant un siècle avant de

---

11 ZHENG, Li-Hua et YANG, Xiao-Min. *La vie des retraités chinois*. Paris : l'Harmattan, 2021, p.30.

12 La tradition chinoise permettait toujours à un homme d'avoir une ou plusieurs concubines auprès de son épouse principale. La monogamie a été décrétée une fois par la République de Chine en 1912 mais n'était pas bien respectée jusqu'à ce que la République populaire de la Chine ait promulgué la Loi sur le mariage.

les obtenir, ont été accordés aux femmes en Chine depuis la fondation de la République populaire. Tous les domaines de la sphère publique ont été légalement ouverts aux femmes. La reconstruction du pays avait également besoin de mains-d'œuvre et les femmes étaient encouragées à entrer dans les écoles et dans les usines. Les femmes étaient considérées comme capables de faire ce que les hommes pouvaient faire et de « soutenir la moitié du ciel » (*fu nu ban bian tian* : 妇女半边天).

À l'heure actuelle, grâce à la popularisation des médias, les femmes de cette génération peuvent avoir accès à des informations sur la culture populaire occidentale et se faire leurs propres idées sur l'image des femmes françaises. Mais dans leur jeunesse, à une époque où les informations étaient issues principalement des manuels d'écoles et des journaux, la plupart d'entre elles ne connaissaient que Marie Curie, plus connue sous l'appellation « Madame Curie » en Chine. Madame Curie, qui a dédié toute sa vie aux recherches scientifiques et a offert de remarquables réalisations, est le meilleur modèle de la diligence, du courage et de l'intelligence des femmes. Elle était et reste encore la seule femme occidentale dont le portrait, avec ceux de nombreux hommes scientifiques ou philosophes, est accroché sur les murs des écoles primaires et secondaires en Chine. Certaines femmes chinoises de cette génération, si elles étaient un peu plus cultivées, nommeraient aussi George Sand, écrivaine qui s'habillait en homme et qui écrivait sous un nom d'homme. *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir, l'œuvre féministe française la plus connue de cette génération, n'a été introduite en Chine que dans les années 1980 grâce à une traduction réduite. Rares étaient les femmes chinoises qui ont lu l'ouvrage en entier et celles qui en ont eu un peu plus connaissance diraient brièvement qu'« on ne naît pas femme, on le devient » et que la féminité est imposée aux femmes par les hommes. Bref, l'image des femmes françaises chez les jeunes femmes chinoises de

cette génération représentait des femmes françaises égales aux hommes français. Il s'agit d'une valeur égalitaire qui ne concernait guère la beauté physique des femmes ni la féminité dite construite.

Pour les femmes de la génération post-1950/1960, les vertus dont elles étaient convaincues depuis l'enfance étaient la diligence et le courage, et les mérites dignes d'être respectés par la société se limitaient à la sphère publique. En même temps, elles se soumettaient à des idées ancrées selon lesquelles les femmes devaient s'occuper de l'intérieur de la famille. Dans les familles, les tâches ménagères étaient principalement assignées aux femmes. La situation sociale des femmes, selon qu'elles avaient du travail ou non, pouvait être très différente. Dans leur jeunesse, l'éducation, même encouragée, n'était pas encore accessible à tous, l'éducation obligatoire sur neuf ans n'ayant été décrétée qu'en 1986. De nombreuses filles, surtout rurales, n'avaient pas d'opportunité de recevoir une éducation suffisante pour trouver un emploi et étaient obligées de devenir femmes au foyer après le mariage. Par manque d'indépendance économique, ces femmes au foyer étaient objet de mépris, non seulement de la part des hommes, mais aussi de celle des femmes actives qui, elles non plus, n'avaient pas une vie plus facile, car même si elles avaient eu de la chance de recevoir une éducation et de trouver un travail, elles devaient travailler bien plus que les femmes au foyer, étant donné que la plupart ou même l'ensemble des tâches ménagères leur restaient assignées. Ces travaux domestiques, non rémunérés, accaparaient une partie de leur énergie, les empêchaient d'accomplir dans leur carrière autant de missions que les hommes et nuisaient ainsi à leur indépendance économique par rapport aux hommes et intenses étaient les efforts qu'elles devaient accomplir pour obtenir un statut social digne de respect. Aujourd'hui, elles sont fières de leurs efforts, car durant leur jeunesse, pendant les années 1960 et 1970, ces efforts étaient les valeurs les plus

importantes chez les femmes alors que tout ce qui était lié à l'esthétique, la beauté physique, l'art de vivre, la romance, etc., était considéré comme appartenant au style bourgeois et était sérieusement stigmatisé.

### *6.1.3 La génération post-1995 aux yeux de la génération-1980/1990*

En Occident, la génération Z désigne généralement ceux qui sont nés après 1995. Le fossé entre la génération post-1980/1990 et celle des post-1995 n'est pas aussi évident que celui entre la génération 1980/1990 et celle des post 1950/1960, qui ont une relation parent-enfant. La transition entre les générations post-1980/1990 et post-1995 est progressive. Aux yeux de la génération post-1980/1990, si le conflit qu'elle a avec la génération 1950/1960 provient de la tension générationnelle, celui qu'elle a avec la génération post-1995 est lié à une crainte de menaces de la part des plus jeunes.

La définition de la génération Z en Occident est souvent rattachée au développement des moyens de communication : on qualifie les Z de « *digital natives* » puisqu'ils sont nés avec le numérique, contrairement à la génération post-1980/1990, la génération Y, qualifiée de « *digital adopters* », car elle s'est adaptée au numérique<sup>13</sup>. Cette description correspond en gros à la situation chinoise, mais en Chine, la numérisation n'est pas le seul progrès massif accompagnant l'enfance de cette génération post-1995.

Cette génération est née et a grandi à l'époque où la société de consommation s'est déjà implantée en Chine. Ils n'ont pas connu les premières années de la Politique de réforme et d'ouverture. La faim, gravée dans la mémoire collective

---

13 GENTINA, Élodie, et DELELUSE, Marie-Ève. *Génération Z. Des Z consommateurs aux Z collaborateurs*. Malakoff : Dunod, 2018, p.1.

de la génération post-1950/1960, et dont la génération post-1980/1990 entendait souvent les rappels de leurs parents, leur est tout à fait inconnue. Si la génération post-1980/1990, un peu plus âgée, garde encore le souvenir d'enfance de vie dans des logements exigus et dépouillés, fournis par l'unité de travail de leurs parents, la génération post-1995 est née dans des logements commerciaux, c'est-à-dire des appartements achetés ou loués au prix du marché. La génération post-1980/1990 se souvient d'une enfance plutôt modeste, où la pénurie matérielle était partagée par tout un chacun et une partie d'entre eux (la génération post-1980) ont connu la création de fossés entre riches et pauvres et ont pu voir une partie limitée de la population devenir plus riche que les autres grâce à d'énormes opportunités offertes par la Politique de réforme et d'ouverture tandis que la génération post-1995 est née dans un temps où le nouveau classement social est déjà établi et se laisse tenter d'autant plus par les classes supérieures qu'elle a moins de possibilités d'y avoir accès.

Les natifs de la société numérique sont plus aptes que leurs aînés à profiter des opportunités fournies par la numérisation, le développement des moyens de communication et les applications du Web 2.0. Lorsque les leaders d'opinion de la génération 1980/1990 s'activent sur les plateformes comme WeChat en produisant des contenus encore relativement littéraires et sophistiqués, les jeunes de la génération 95 se lancent sur des plateformes audiovisuelles comme TikTok en produisant des contenus fragmentaires, mais accessibles à tous ceux qui s'y intéressent.

Aux yeux des femmes de la génération post-1980/1990, les jeunes filles de la génération post-1995 constituent une menace, tout d'abord et simplement parce que ces dernières sont plus jeunes et donc plus attirantes qu'elles, qu'elles n'hésitent pas à profiter de leur jeunesse et de leur beauté physique, et qu'elles font tout pour obtenir, garder et mettre en scène cette beauté physique. « Consuméristes », « matérialistes », « égoïstes », ce

sont les mots souvent utilisés pour critiquer les jeunes filles stéréotypées de la génération post-1995. La plupart de ces stigmatisations sont des préjugés subjectifs, voire injustes, mais les valeurs opposées qui les sous-tendent constituent des qualités supérieures que les leaders d'opinion des femmes de la génération post-1980/1990 considèrent comme propres à leur génération : une consommation esthétique permettant plutôt de se satisfaire que de se vanter, une richesse d'esprit dépassant le matériel, une intelligence émotionnelle faisant preuve d'empathie.

Ce sentiment de menace s'explique ensuite par les angoisses dues à l'alternance générationnelle et à la mobilité sociale qui s'amplifient chez les femmes de la génération post-1980/1990. Dans une société de consommation et d'esthétique, la jeunesse et la beauté peuvent facilement être converties en capital. Ce phénomène n'est pas uniquement propre aux femmes, car on constate que de plus en plus de jeunes hommes, surtout de jeunes hommes qui choisissent de se présenter d'une manière féminisée cherchent aussi à utiliser leur apparence physique jeune et attractive, mais il concerne davantage les femmes, et les femmes post-1980/1990 voient diminuer chaque jour leur capital.

Enfin, les angoisses des femmes post-1980/1990 sont aggravées par leurs soucis concernant l'image sociale de leur famille, étant donné que les comportements de consommation constituent d'importantes représentations des classes sociales et que la consommation familiale est généralement considérée comme féminine selon la division sexuée de travail. Ces soucis touchent aussi à leur identité maternelle, car les enfants sont les successeurs de l'identité sociale de la famille.

Les générations différentes perçoivent donc différemment les classements sociaux, et cela détermine aussi leurs différentes perceptions de l'espace : ils ne partagent pas les

mêmes idées en ce qui concerne les définitions et les valeurs du public, du privé et de l'intime.

Avant la Politique de réforme et d'ouverture, il existait une limite assez déterminée entre la sphère publique et celle privée, et on considérait volontiers que la sphère publique était supérieure à celle privée. Seuls les mérites de la sphère publique étaient dignes de respect. Bien qu'on louât les femmes, surtout les mères, pour leurs contributions à la famille, ces louanges supposaient souvent qu'il fût difficile pour les femmes de se mesurer aux hommes dans la sphère publique et que leurs contributions dans la sphère privée eussent pour but de rendre service aux hommes travaillant dans la sphère publique.

À cette époque-là, la sphère privée était presque identique à l'espace familial. L'espace intime ou individuel était compressé et ignoré. Pour beaucoup de femmes de la génération post-1950/1960, l'espace intime qu'elles partagent avec leurs maris était implicite, surtout pour celles qui vivaient dans une grande famille où cohabitaient trois générations ou même plus. Selon l'éthique traditionnelle chinoise, la relation entre le couple et celle de mère-enfant étaient le prolongement de l'autorité paternelle et devaient ainsi se conformer au patriarcat. Même si l'édification de la République populaire a légalisé l'égalité entre les sexes, sur le plan social et moral, une femme vertueuse était toujours une femme désintéressée qui néglige le privé et l'intime.

Avec la mise en œuvre de la Politique de réforme et d'ouverture, surtout avec la réforme des unités de travail et la formation de l'économie de marché, la perception des Chinois concernant le public et le privé a évolué. Certains services qui étaient publics deviennent des obligations des individus, et chacun travaille pour son propre salaire. On accorde plus d'importance à ce qui est privé, cela fait naturellement changer la valeur de la sphère privée.

Pour les gens nés après la Politique de réforme et d'ouverture, surtout pour celles qui se sont bien adaptées à l'ère de Web 2.0, la limite entre la sphère publique et celle privée n'est plus aussi déterminée par rapport aux générations précédentes. L'émergence des nouvelles industries de service fait que la sphère privée ne se limite plus à l'espace familial. La sphère privée s'infiltré dans l'espace public, mais en même temps, la famille devient de plus en plus petite, la famille nucléaire devient le mode de vie le plus courant. On accorde moins d'importance au lien entre les générations et plus d'attention à l'espace intime. L'intimité entre le couple et le plaisir de l'individu, qui étaient implicites et ignorés, sont ainsi mis en avant et deviennent même une dynamique de la société.

Ceux qui appartiennent à la génération post-1980/1990, ayant grandi au long de ces changements, perçoivent le plus clairement la tension entre les différents espaces. Surtout pour les femmes, qui étaient censées être encadrées dans la sphère privée, elles possèdent désormais plus d'options, mais doivent aussi envisager plus de défis. Les questions telles que « comment concilier la vie professionnelle et la vie familiale? », auxquelles seules les femmes sont confrontées, sont désormais contestées. Le retour à la vie familiale et privée est désormais considéré comme non seulement une obligation de tous les sexes, mais aussi un droit de tous les sexes.

On critique souvent la vanité des femmes en raison des attentions excessives qu'elles portent à l'apparence et à la consommation, mais en réalité, les femmes se livrent à ces préoccupations en partie parce qu'elles y sont obligées. Ces comportements considérés comme féminins leur procurent autant de plaisirs que d'angoisses, et derrière ce phénomène se retrouve la logique du pouvoir phallocratique. Existe-t-il une sorte de féminité qui permet aux femmes de jouir des plaisirs tout en s'affrontant aux angoisses? Cette féminité, si



elle existe, n'existe pas dans notre propre culture. Elle n'existe probablement pas non plus dans les cultures occidentales, car la phallocratie y est omniprésente. Cependant, les représentations du monde occidental peuvent nous fournir des références grâce à une idéalisation imaginaire promise par la distance, non seulement parce que le monde occidental nous devance en termes de modernisation, mais aussi et surtout parce que l'individualisme valorisé par le monde occidental n'était pas familier aux Chinois qui sont plus attachés au collectivisme et que la nouvelle perception de l'espace nous oblige à revoir le privé.

## **6.2 Les représentations d'une féminité idéale**

Les représentations de l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises, tout en projetant ce qu'on croit exister chez l'autre, reflètent en fait l'identité féminine et la situation des femmes en Chine. Ces représentations peuvent être très variées selon les différents regards, mais l'image représentée, même s'il s'agit de l'image d'une féminité idéale, n'est pas vraiment le reflet de ce qui existe en France, mais ce qui nous manque dans notre propre environnement socioculturel.

Cette image française est associée à l'apparence physique et à la mode, mais la beauté physique n'est pas la seule valeur qu'elle véhicule. Cette image est amplement partagée, car tous ceux qui en parlent, même ceux qui ne l'apprécient pas, expriment de manière similaire les caractéristiques de la mode à la française, mais les femmes qui expriment leur admiration pour l'image ne se limitent pas à ce qui est visible. Elles se projettent, en parlant de l'image des femmes françaises, dans une circonstance où la féminité est mise en relief. Les mots-clés qui nous sont déjà très familiers, « romantique », « élégante », « indépendante », etc., sont intégrés dans les expressions décrivant cette image. Si cette image était traitée indépendamment de ce que les femmes pensent de leurs

propres situation et identité, elle se réduirait à un symbole insignifiant.

Prenons l'exemple de la mode qui est l'une des valeurs de la féminité, la plus répandue sans doute. Nous ne pensons pas que la mode soit, ainsi qu'il l'est couramment admis, aussi superficielle et inutile. La mode est un système de représentation de la société contemporaine très important sur les plans économique et social. La mode rend visibles et représentables les valeurs abstraites et permet aux femmes d'annoncer leur identité au moyen de symboles visuels. Et grâce à la forte reproductivité de l'esthétique dans la société contemporaine, la mode ouvre à discussion et transmet des valeurs féminines inclusives. Tout au long de ce processus se forme un système de discours féminin et se crée une puissance spirituelle féminine.

Nous parlons de la beauté, de la maternité et de la sexualité à travers les discours portés par nos enquêtées sur l'image des femmes françaises. Un thème récurrent est celui de la subjectivité féminine. Le dévouement désintéressé des femmes chinoises de la génération post-1950/1960 et de leurs aînées est en partie dû aux valeurs traditionnelles chinoises intériorisées par les femmes elles-mêmes; le consumérisme de notre nouvelle ère s'explique en fait par le regard masculin auquel se soumettent inconsciemment les jeunes filles qui prétendent se plaire. En effet, dans un monde patriarcal, toute revendication réclamant le bien-être féminin risque de retomber dans le piège du phallocentrisme, car les femmes ont déjà intériorisé le regard masculin et appris à se juger en adoptant ce regard<sup>14</sup>. Les représentations de l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises peuvent aussi retomber dans un tel piège. Nous n'osons point prétendre que la représentation de cette image peut aboutir à une subjectivité

---

14 DELMOTTE, Benjamin. « L'un dans l'autre : Les ambiguïtés de l'objectivation sexuelle ». *Esprit*, 2017, no 436, pp.145-154.

féminine idéale ni que l'identification à cette image permet de résister de manière efficace au monde masculin. Mais le discours est également pouvoir et la représentation est un mode d'action. Ce qui rend cette image distinguée, c'est que les valeurs qu'elle véhicule incitent les femmes chinoises à la subjectivité féminine.

### *6.2.1 L'image des femmes françaises et la différence sexuelle*

« On ne naît pas femme, on le devient. », cette phrase tirée de l'œuvre de Simone de Beauvoir et devenue le slogan du mouvement féministe révèle la nature construite de la féminité. Selon Beauvoir, les femmes et les hommes sont nés indifférenciés, le fait que les femmes soient subordonnées aux hommes est dû au rôle de l'Autre imposé socialement aux femmes. En sociologie, le « genre » se distingue du « sexe » biologique. En Chine on parle de « sexe socialisé ». Le genre n'est pas décidé par le sexe biologique : la féminité tout comme la masculinité sont le produit du discours sociohistorique. L'environnement socioculturel qui est patriarcal attribue la féminité aux femmes et la masculinité aux hommes, et l'individu qui se trouve dans cet environnement socioculturel et qui intériorise le discours patriarcal est tenu de se discipliner automatiquement pour s'adapter au rôle qui lui est attribué.

Le rejet de l'encadrement que le patriarcat impose aux femmes a été et reste le principe essentiel du féminisme. Les féministes égalitaires, représentées par les suffragettes et les existentialistes, pensaient que les femmes ont été injustement exclues des statuts et des postes de valeur occupés par les hommes. Elles prétendaient que les femmes étaient aussi capables que les hommes de faire ce que faisaient les hommes. Selon elles, le fait que les femmes ne soient pas considérées comme les égales des hommes était, non pas résultant de la nature, mais des idéologies patriarcales, des pratiques de socialisation discriminatoires, des stéréotypes sociaux et des

jeux de rôle. Elles suggéraient aux femmes de revendiquer leur place dans la société : les femmes devaient, selon elles, lutter pour un travail égal à salaire égal, occuper un pouvoir égal dans les institutions sociales, et rejeter éventuellement les attributs traditionnellement considérés comme féminins et maternels<sup>15</sup>.

L'image des femmes chinoises après la fondation de la République populaire et avant la Politique de réforme et d'ouverture était un bel exemple partiellement réalisé de la vision des féministes égalitaristes. « Les temps ont changé, l'homme et la femme sont égaux. Ce que l'homme peut accomplir, la femme le peut aussi », est ce célèbre aphorisme prononcé par le président Mao Ze-Dong en mai 1965<sup>16</sup>. Le corps féminin et la sexualité féminine étaient disciplinés par le discours politique de l'époque. « Les femmes de fer » (*tie gu nian* : 铁姑娘) » et les femmes « qui préfèrent les armes à la toilette » (*bu ai hong zhuang ai wu zhuang* : 不爱红妆爱武装) constituaient l'image standardisée des femmes de l'époque. Non seulement les femmes travaillaient comme les hommes, mais elles s'habillaient également comme les hommes et effaçaient volontiers leurs traits féminins. Certains considéraient que le discours politique de l'époque, au lieu de neutraliser les différences sexuelles, a en réalité masculinisé les femmes<sup>17</sup>.

---

15 GROSZ, Elizabeth. "Sexual difference and the problem of essentialism". In: GROSZ, Elizabeth. *Space, Time, and Perversion*. New York: Routledge, 2018. pp.45-57.

16 DRESSEN, Marnix. « Ombres chinoises : regards de maoïstes français sur la Chine de Mao (1965-1976) ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 2009, no 2, pp. 16-32.

17 DONG, Jinping, « Discours et construction de la féminité : une analyse des mutations de la féminité chinoise depuis le xx<sup>e</sup> siècle », *Forum de Jiang-Huai*, 2007(2) :146-150. (董金平. 话语与女性气质的建构——二十世纪以来中国女性气质变迁分析[J]. 江淮论坛, 2007(2):146-150.)

Telles les critiques portées par Elizabeth Grosz sur les revendications du féminisme égalitariste, plus les programmes égalitaires réussissaient, plus il était évident que cet agenda politique comportait un certain nombre d'inconvénients sérieux : les réalisations, les valeurs et les critères des hommes sont considérés comme les normes auxquelles les femmes devraient également aspirer ; pour parvenir à une égalité entre les sexes dans un système dont le pouvoir reste méconnu, les besoins et intérêts spécifiques des femmes – ce qui les distingue des hommes – doivent être minimisés, y compris les besoins qui proviennent de la corporéité et de la sexualité féminines<sup>18</sup>. La neutralisation revendiquée par l'égalitarisme ne s'est jamais libérée du discours patriarcal, car elle suppose que la féminité est inférieure à la masculinité et que les femmes doivent la rejeter pour égaler les hommes.

En ce qui concerne la situation dans la Chine contemporaine, l'égalitarisme s'avère insuffisant dans la construction de l'identité féminine avec l'ouverture du pays. D'une part, la féminité a évolué et le regard masculin a rejustifié la légitimité des valeurs attachées à la féminité ; d'autre part, les femmes essaient de maîtriser le discours social pour exprimer l'esthétique et le désir qui leur sont intrinsèques. Et tout cela s'intensifie avec le développement du pouvoir des médias de masse.

En Occident, depuis les années 1970, l'idéologie qui met l'accent sur la différence sexuelle se fait de plus en plus entendre. Les féministes postmodernes, telles que Nancy Chodorow, Luce Irigaray, Julia Kristeva, etc., – même si certaines d'entre elles refusaient d'être identifiées aux féministes – étaient inspirées par la psychanalyse et ont essayé de sonder l'origine de la différence sexuelle dans l'étape précœdipienne de l'enfant. Pour elles, l'identité sexuelle se forme lors de l'étape précœdipienne (ou le stade du miroir

---

18 GROSZ, *ibid.*

ainsi nommé par Lacan), c'est le stade prélinguistique où l'enfant commence à connaître sa propre image et sa relation avec sa mère dans le miroir.

Ainsi que les féministes précédentes telles que Simone de Beauvoir, les féministes postmodernes renoncent également au déterminisme biotique et reconnaissent que la féminité est dans notre société actuelle un « Autre » de la masculinité. Mais ce qui les diffère des égalitaristes, c'est qu'elles ont considéré la différence entre l'homme et la femme comme étant une différence pure et sans identité au lieu de la comprendre comme une inégalité et une opposition. La féminité aux yeux des égalitaristes est le négatif de la masculinité, et leurs points de vue sont encadrés par un dualisme qui est en réalité un monisme ne reconnaissant qu'un seul sexe, celui du masculin. Les féministes postmodernes refusent l'homogénéisation tout en célébrant la féminité qui distingue les femmes des hommes : la beauté du corps féminin, la fertilité féminine et la sexualité féminine. En mettant l'accent sur la différence sexuelle, elles rêvent de construire un monde dans lequel la féminité et la masculinité peuvent être libérées du discours patriarcal et les hommes et les femmes peuvent ainsi être libres et égaux.

Selon Hélène Cixous, les femmes peuvent bénéficier d'une bisexualité qui n'annule pas la différence sexuelle, mais qui l'anime.

*« Bisexualité, c'est-à-dire repérage en soi, individuellement, de la présence, diversement manifeste et insistante selon chaque un ou une, des deux sexes, non-exclusion de la différence ni d'un sexe, et à partir de cette "permission" que l'on se donne, multiplication des effets d'inscription du désir, sur toutes les parties de mon corps et de l'autre corps <sup>19</sup> »*

---

19 CIXOUS, Hélène. « Le rire de la Méduse ». *L'arc*, 1975, vol. 61, no 1975, pp. 39-54.

Luce Irigaray oppose également le sexe pluraliste au sexe qui est défini par le phallus seul<sup>20</sup>. Elle désigne les lèvres de la vulve comme étant un symbole qui s'oppose au phallus pour dénier « l'envie de pénis » : l'existence des lèvres permet aux femmes d'expérimenter et d'exprimer leurs propres plaisirs sans le phallus, les lèvres symbolisent également le discours féminin qui reste incertain, mais résiste à la logique du discours masculin<sup>21</sup>.

Les féministes postmodernes affirment la différence sexuelle et admirent la féminité, mais elles définissent rarement la féminité en employant des représentations, car dans le cadre du discours patriarcal, toute représentation de la féminité retombera dans un système de symboles construit par l'hégémonie masculine. Ainsi que l'a écrit Judith Butler dans *Gender Trouble*, « la représentation est la fonction normative d'un langage dont on dit tour à tour qu'il révèle ou déforme la vérité qu'on croit déceler dans la catégorie "femmes" ». Selon Judith Butler, nous nous trouvons actuellement dans une culture « qui, globalement, persistait à mal représenter le vécu des femmes, voire à ne pas le faire du tout »<sup>22</sup>.

Selon nous, bien que leurs théories ne nous offrent pas d'exemples concrets d'une identité féminine idéale, elles nous ont permis d'envisager un futur dans lequel l'intersubjectivité des genres pluriels serait réalisée, elles nous ont également montré la voie : les femmes doivent établir leur propre ordre de discours en écrivant leurs propres vies et leurs propres désirs, célébrer leur féminité tout en explorant leur bisexualité, sonder plus profondément la relation avec leurs mères puis

---

20 IRIGARAY, Luce. « Ce sexe qui n'en est pas un ». *Les cahiers du GRIF*, 1974, vol. 5, no 1, pp. 54-58.

21 LIU, Yan. *La beauté de la différence : la vision philosophique de Luce Irigaray*. Beijing : édition de l'Université de Beijing, 2010. (刘岩著. 差异之美：伊里加蕾的女性主义理论研究 [M]. 北京大学出版社, 2010.)

22 BUTLER, Judith. « « Les femmes » en tant que sujet du féminisme ». *Raisons politiques*, 2003, no 4, p. 85-97.

avec leurs filles et accorder une plus grande importance à l'amitié féminine.

De plus, même si la féminité ne peut être authentiquement représentée dans le système actuel du discours, les femmes doivent utiliser ce système pour mieux se manifester plutôt que de rester muettes et invisibles. « *Pour la théorie féministe, développer un langage qui représente pleinement ou adéquatement les femmes semblait indispensable pour promouvoir la visibilité politique de ces dernières.*<sup>23</sup> » Ce que les femmes peuvent faire actuellement avant de pouvoir radicalement changer le langage, c'est de changer la relation sujet-objet du discours sexuel : admirer la beauté en adoptant le regard féminin, affronter le phallocentrisme par le biais des symboles jusque-là utilisés pour stigmatiser les femmes et s'allier avec les autres genres marginalisés pour déconstruire la suprématie de la masculinité.

En évoquant l'image des femmes françaises, les femmes chinoises adoptent souvent spontanément des approches et des attitudes postmodernes. Elles font l'éloge de la beauté du corps féminin en mettant en évidence les figures qui représentent un bel équilibre entre la féminité et la masculinité, ainsi de Gabrielle Chanel, Sidonie-Gabrielle Colette et Irène de la Fressange qui incarnent une bisexualité à définir non pas comme une neutralisation, mais comme une fluidité de la sexualité ; elles insistent sur le regard féminin, et pour elles même la nudité n'a pas pour but de plaire au regard masculin ; en faisant état d'une adoration envers d'autres femmes, elles échangent non pas des « choses », mais de l'émotion ; elles créent un espace symbolique et féminin dans lequel les valeurs esthétiques ne sont pas jugées à partir des valeurs économiques, mais par l'impulsion, et de cette manière elles brisent les stéréotypes considérés longtemps comme les attributs de la féminité (comme par exemple la jalousie), mais qui sont en réalité des stigmatisations de la

---

23 BUTLER, *ibid.*



part de la misogynie projetée sur les femmes ; elles font savoir que les femmes sont capables, non seulement de faire carrière dans la sphère publique, mais aussi de jouir du plaisir dans la sphère privée, cela d'autant plus que les hommes veulent tout autant profiter des avantages financiers apportés par les femmes travaillant hors du foyer, mais également les considérer comme des biens privés dans la sphère privée. Peu importe le mode de vie que les femmes choisissent, elles doivent confirmer leur propre volonté à travers le discours.

Les réseaux sociaux forment à notre époque un nouveau mode de communication qui permet de créer des champs autour de ces thèmes et de réaliser une intersubjectivité entre les acteurs d'un même champ et qui offre une opportunité de créer un nouveau langage favorable au féminisme. Mais les femmes, tout en luttant, tombent souvent dans certains pièges. Par exemple, parfois, elles sont exploitées et aliénées par un consumérisme qui leur fait croire qu'elles peuvent, en dépensant ce qu'elles gagnent elles-mêmes, s'extraire de la situation de subordonnée des hommes, mais ce consumérisme ne leur offre qu'un plaisir éphémère et les empêche en réalité de saisir leur subjectivité ; parfois, elles expriment des points de vue extrêmes, mais élémentaires contre le phallocentrisme sans se rendre compte que de telles démarches ne font que justifier les stigmatisations portées sur un « féminisme » déjà trop mal vu en Chine. Mais malgré ces erreurs, l'important est le courage d'essayer, de s'interroger, de contester, de négocier et d'agir en tant que sujets. Le discours féminin inaugure déjà de la déconstruction du discours masculin.

### *6.2.2 L'image des femmes françaises et la sphère privée des femmes chinoises*

Il est évident que l'image des femmes françaises en Chine s'est focalisée sur la sphère privée. Mais cela signifie-t-il que les femmes chinoises ne s'intéressent pas à la sphère

publique? Il nous faut d'abord clarifier un fait : cette image « incomplète » des femmes françaises est une image utopique d'une culture étrangère et ne reflète ni la réalité de la culture de l'objet regardé ni celle de la culture du sujet regardant. Elle reflète l'hétérogénéité et l'homogénéité de deux cultures sous la perspective du sujet, l'hétérogénéité représentant ce qui manque dans la culture du sujet et l'homogénéité représentant la tendance qui se manifeste elle-même dans la culture du sujet.

Le fait que l'image des femmes françaises implique rarement la sphère publique ne signifie pas leur indifférence pour la sphère publique, bien au contraire. En fait, lorsqu'il s'agit des efforts et des mérites des femmes dans la sphère publique, les femmes chinoises n'ont aucunement besoin de se référer à une image venue de l'étranger. Les exemples de femmes excellent dans la sphère publique ne manquent pas en Chine. Du début du xx<sup>e</sup> siècle à la fondation de la République populaire, des figures héroïques féminines qui ont consacré leur vie à la sauvegarde de la nation abondaient dans l'histoire de la Chine moderne. Ces images, qui apparaissent dans les manuels scolaires et les œuvres cinématographiques, restent familières à la population d'aujourd'hui. Depuis 1949, ce sont des travailleuses-modèles et des athlètes excellentes, diligentes et résistantes, qui sont devenues les héroïnes en ces temps de paix. Même à notre époque de consumérisme où les contenus concernant les expériences corporelles et la vie quotidienne des femmes ne manquent pas dans les nouveaux médias de masse, dans les médias officiels comme *Le Quotidien du peuple*, conduits par la parole politique et ayant pour but de propager de l'énergie positive, les figures féminines rapportées représentent presque toutes d'excellents exemples de la sphère publique<sup>24</sup>. En tant que chercheuses francophones,

---

24 HAN, Jie-Tong. Étude comparative sur la construction et la présentation de l'image des femmes chinoises sur les médias en Chine et aux États-Unis. Université de Jilin, 2020. (韩杰桐. 中美主流媒体对中国女性形象构建与呈现的对比研究[D]. 吉林大学, 2020.)

nous sommes plus ou moins au courant des mouvements féministes en France. Les revendications de droit politique et de réduction de l'écart salarial sont toujours objet de débats qui préoccupent les femmes françaises d'aujourd'hui. Mais nous trouvons rarement ces thèmes dans les discussions de femmes chinoises parlant de l'image des femmes françaises. Certains articles sur les réseaux sociaux les mentionnent en traduisant des articles publiés par les médias français, mais ces articles sont introduits sur des comptes qui ciblent un groupe relativement minoritaire, et ils n'intéressent souvent que le groupe des francophones chinois. Ces articles, en tant qu'informations ou matériel d'apprentissage de la langue française, suscitent rarement des discussions sur une échelle plus large. En revanche, avec la vulgarisation des idées féministes en Chine depuis ces dernières années, certains articles accusent le désintérêt des femmes chinoises pour les mouvements féministes. Par exemple, dans un article intitulé « Ce qui fait trépigner de colère les femmes françaises, c'est que les femmes chinoises sont si bien avec elles-mêmes », l'autrice parle d'un fait qui a irrité son amie française : les femmes chinoises ont fait de la journée internationale des femmes une fête de la consommation, tandis que pour les femmes françaises c'est une journée où l'on se doit de discuter sérieusement des droits des femmes et de descendre dans la rue pour revendiquer l'égalité. En effet, lorsque les femmes chinoises parlent de l'image des femmes françaises, les thèmes plus sérieux tels que l'accès à l'éducation, l'opportunité d'emploi et les droits politiques sont rarement abordés, même si elles sont loin d'être satisfaites dans ces domaines. En Chine, l'écart entre les genres n'est pas considéré comme étant un problème social majeur et il est plutôt discuté dans le cadre de la stratification sociale. Par conséquent, sur le plan de la politique sociale, ce sont les femmes marginales et défavorisées qui sont prises en considération. D'ailleurs, en Chine, tant dans la vie professionnelle que dans le domaine

des droits sociaux, il n'existe pas d'écart institutionnel considérable entre les genres. De plus, en ce qui concerne le système institutionnel et politique, il est inapproprié de faire référence au mode occidental, car une telle démarche risque d'amener à commettre des erreurs idéologiques et à provoquer davantage de stigmatisation des revendications féministes.

En ce qui concerne l'homogénéité. Dans le cadre des médias de masse, ce sont les thèmes de la vie quotidienne qui intéressent les femmes chinoises lorsqu'elles parlent de l'image des femmes françaises. Car c'est dans la vie privée et quotidienne que l'on ressent l'écart entre les genres. Lorsqu'on dit en Chine que « les femmes sont la moitié du ciel », cette « moitié » renvoie en réalité à la moitié au sein de la sphère publique. Les femmes chinoises étaient et restent toujours la force principale du travail de la sphère privée. En Chine, officiellement, les opportunités professionnelles et les rémunérations sont institutionnellement égales pour les hommes et pour les femmes, mais ce qui empêche les femmes de saisir des opportunités, ce sont les représentations enracinées dans la culture. Tel cet exemple classique : lorsque la politique de planification familiale a permis un troisième enfant pour toutes les familles en 2021, elle a accordé en apparence un droit reproductif plus important aux femmes, mais de nombreuses femmes manifestent leur répugnance contre cette « option », car elles ne sont pas vraiment à l'origine de cette prise de décision. Certaines d'entre elles seront obligées de donner naissance à un ou deux enfants de plus sous l'influence des autres ou d'une maternité traditionnelle intériorisée sans vraiment s'être consultées elles-mêmes quant à leur propre volonté. Même si certaines peuvent décider, leur décision est fortement conditionnée par la compétitivité professionnelle, les coûts éventuels entraînés par l'enfant et les représentations sociales de la maternité dans l'environnement socioculturel. On peut dire qu'en Chine,

les femmes ont déjà accès à la sphère publique, mais qu'une force invisible ne cesse de les tirer vers la sphère privée.

Selon nous, plutôt que de lutter désespérément contre « le plafond de verre » et « le sol gluant », il vaut mieux briser la distinction entre la sphère publique et la sphère privée. Pour cela, il serait souhaitable d'accorder une valeur à la vie privée et quotidienne plutôt que de mesurer les valeurs personnelles uniquement à l'aune des mérites dans la sphère publique. Cela nous conduirait à une homogénéité entre les sociétés, car en Chine comme en Occident, il y a des revendications féministes envers la valeur des travaux ménagers. Une infiltration mutuelle entre les sphères publique et privée et une esthétisation de la vie quotidienne aboutiront à une meilleure déconstruction du discours masculin.

La société moderne a opposé la rationalité à la sensibilité, la production à la consommation, le travail au loisir, et la sphère publique à la sphère privée. Selon ce dualisme enraciné, la rationalité est considérée comme publique, supérieure et masculine, et la sensibilité, comme privée, peu importante et féminine. Henri Lefebvre a prolongé le concept d'aliénation développé par Marx et l'a appliqué aux domaines apparemment externes des domaines productif, économique et politique. Avec lui, la vie quotidienne a commencé à préoccuper les philosophes occidentaux et est devenue l'objet d'une critique valorisante<sup>25</sup>. Selon Henri Lefebvre, la vie quotidienne est en réalité la sphère dans laquelle l'homme est le plus aliéné et il souligne la situation étouffante des femmes dans la vie quotidienne.

*« Sur les femmes pèse le poids de la quotidienneté. Qu'elles en tirent avantage, c'est probable. Leur tactique : retourner la situation. [...] Elles sont à la fois sujets dans la quotidienneté et victimes de la vie quotidienne, donc objets, alibis*

---

25 PASÍN, Angel Enrique Carretero. « La quotidienneté comme objet : Henri Lefebvre et Michel Maffesoli ». *Sociétés*, 2002, no 4, pp. 5-16.

*(la beauté, la féminité, la mode, etc.) et celles au détriment de qui sévissent les alibis. De même elles sont acheteuses et consommatrices et marchandises et symboles de la marchandise (dans la publicité : le nu et le sourire). L'ambiguïté de leur situation dans le quotidien, qui fait partie précisément de la quotidienneté et de la modernité, leur ferme l'accès à la compréhension.<sup>26</sup>»*

Bien que la vie quotidienne soit imprégnée d'une idéologisation généralisée, Henri Lefebvre la perçoit sur un mode dialectique : c'est juste parce qu'elle est le lieu de l'aliénation qu'elle peut être celui de l'émancipation, d'une « délivrance », tout comme l'humain qui « s'est formé à travers l'inhumain – dialectiquement »<sup>27</sup>. Il affirme que dans le quotidien il existe des éléments qui peuvent résister à la rationalité instrumentale, tels que la corporéité, la sensibilité, et le désir, etc., et que ces éléments possèdent un potentiel de désaliénation.

L'idée d'Henri Lefebvre selon laquelle le retour de la sensibilité serait apte à résister à l'aliénation engendrée par la rationalité absolue converge avec la vision du féminisme aspirant à l'émancipation de tous les genres en détruisant le dualisme et la domination masculine. Henri Lefebvre insiste sur la possibilité de libérer la sensibilité et le désir à travers les pratiques esthétiques intervenant dans la vie quotidienne. Par exemple, les fêtes qui procurent aux paysans une joie dionysiaque et qui s'accordent avec l'ordre de la nature. Ce sera d'après lui une manière de subvertir la quotidienneté de la vie quotidienne<sup>28</sup>.

Avec l'avènement de la société de consommation et du capitalisme esthétique, l'esthétique intervient de plus en plus

---

26 LEFEBVRE, Henri. *La vie quotidienne dans le monde moderne*. Paris : FeniXX, 1968, p74.

27 RAULIN, Anne. « La vie quotidienne, entre colonisation et émancipation ». *L'Homme la Société*, 2012, no 3, pp. 19-32.

28 LEFEBVRE Henri, *Critique de la vie quotidienne*, t. I. Paris : Grasset, 1947, p212.

profondément dans la vie quotidienne. En fait, l'esthétisation de la vie n'est pas une nouveauté : la vie poétique balzacienne et le dandysme baudelairien incarnaient déjà la relation entre la modernité et la vie esthétique du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>29</sup>, et le goût esthétique pour la vie a existé depuis aussi longtemps que la civilisation humaine. Cependant, c'est depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle que le goût esthétique devient industrialisé et popularisé et qu'il commence à être converti en moteur le plus dynamique de la consommation<sup>30</sup>.

Certes, le fétichisme des signes peut engendrer, selon les critiques, une aliénation plus profonde que le fétichisme de la marchandise, mais il faut voir dans le discours un pouvoir potentiel permettant la déconstruction de l'opposition des sphères privée et publique, et de celle entre la production et la consommation. En fait, tout ce qui relève de la sphère privée, comme l'affection, le corps, l'intimité et le goût, entre aujourd'hui dans la sphère publique en tant que marchandises et services, ce qui fait émerger de nouvelles professions qui offrent de la valeur émotionnelle et du jugement esthétique. Les techniques du Web 2.0 ont rendu moins évidente la division spatiale entre la sphère publique et la sphère privée : le lieu de travail et le lieu de loisir se confondent ; la vie privée est rendue publique à travers les médias sociaux tandis que les opinions publiques s'inscrivent de plus en plus dans la vie personnelle ; les femmes peuvent faire carrière tout en restant à la maison si elles le souhaitent et les hommes ont également un accès plus libre à la vie familiale et au monde de la sensibilité.

Revenons à l'image des femmes françaises aux yeux des femmes chinoises. Il est évident que l'image a construit

---

29 JENNY, Laurent. « L'art dans la vie, l'art contre la vie ». Dans : JENNY, Laurent. *La vie esthétique : stases et flux*. Lagrasse : Verdier, 2013, p7-16.

30 ASSOULY, Olivier. *Le capitalisme esthétique : essai sur l'industrialisation du goût*. Paris : édition du Cerf, 2008.

un champ de symboles et même formé un ensemble systématique de signes indépendant de l'existence réelle des femmes françaises. Avec ses activités esthétiques et rituelles et ses expressions de la corporéité, de l'émotion et du désir, l'image fonctionne comme un guide de la vie esthétique. Certes, cette image est plus ou moins stéréotypée comme toutes les représentations, mais elle est munie d'une ample force provenant probablement de l'autorité tant en philosophie qu'en esthétique inscrite dans les stéréotypes concernant la culture française. C'est cette autorité qui la situe mystérieusement au milieu entre rationalité et sensibilité. De plus, les femmes chinoises qui parlent de l'image française essaient de la définir, mais insistent en même temps pour dire qu'elle est indéfinissable, ce qui donne à cette image une résistance à la répétition et à la généralisation. Enfin, si certaines femmes chinoises considèrent cette image comme le symbole d'un style visuel parmi d'autres optionnels, d'autres, tout autant nombreuses, ne s'en contentent pas et essaient de lui donner un sens, de la diversifier et d'établir un lien entre les signes visuels et les qualités d'esprit, lien qui fournit aux femmes une force consciente et spirituelle leur permettant de résister à la quotidienneté et à l'aveuglement inconscient.

### *6.2.3 L'image des femmes françaises et le « style français » pour les femmes chinoises*

Dans les articles et les vlogues qui parlent de l'image des femmes françaises, les auteurs soulignent fréquemment que les femmes françaises sont variées et indéfinissables. Néanmoins, ils essaient toujours de généraliser le style et l'esprit des femmes françaises. Ce paradoxe a également été observé lors de nos conversations avec des femmes chinoises qui ont eu des contacts étroits avec des femmes françaises. Si les objets regardés, soit les femmes françaises, sont variés et indéfinissables, les sujets regardant, soit les regards des



femmes chinoises, le sont également. Les interviewées, lorsqu'elles parlent d'une femme française précise, partent souvent d'une perspective interculturelle et axent leurs points de vue sur les différences culturelles : leur propriétaire est avare, leur patronne, méchante, et leur camarade, paresseuse, etc. Nous avons même entendu parler dans notre enquête de conflits qu'elles ont eus avec des femmes françaises, conflits analogues à ceux abordés dans les études de communication sino-françaises. Mais, lorsqu'il s'agit de la mode, du goût, de l'attitude à l'égard de la sexualité et de l'expérience féminine, l'image des femmes françaises devient chez ces interviewées abstraite et idéalisée. Il semble que la perspective féminine qu'elles adoptent dépose un filtre sur les femmes françaises.

L'image des femmes françaises aux yeux des femmes chinoises se détache des femmes françaises réelles. Cette image devient un guide des pratiques esthétiques quotidiennes et un ensemble de symboles d'identité. Elle incarne la performativité du genre définie par Butler et l'habitus défini par Bourdieu. Cet habitus dénommé « le style français » comprend la mode vestimentaire et l'art de vivre. Les femmes qui se représentent par ce style donnent l'impression de posséder un capital culturel et économique lié à ce style. Cet habitus comprend aussi des dispositions d'esprit et des valeurs, et les femmes qui affichent ce style déclarent qu'elles adhèrent à ces dispositions d'esprit et à ces valeurs et qu'elles sont prédisposées à agir selon l'habitus collectif.

Plusieurs caractéristiques de ce « style français » méritent d'attirer notre attention.

D'abord, en tant que terme attribué à un certain habitus, « le style français » n'est pas dans sa totalité un choix personnel. Il est partiellement lié à la trajectoire des individus, et il fonctionne dans l'interaction entre l'individu et les autres. En effet, nous avons lu des commentaires qui critiquaient une vlogueuse pour son inaptitude à représenter « le style français », parce que malgré les efforts qu'elle avait

déployés pour mettre en scène ce style, sa manière de parler a aussitôt révélé sa superficialité. Nous avons aussi connu une francophone chinoise qui déclarait qu'elle n'aimait pas « le style français », mais qui était considérée par son entourage comme une incarnation parfaite du style français, parce qu'elle était fumeuse, célibattante et artistique et qu'elle avait une très forte personnalité.

Ensuite, « le style français » incarne un aspect propre à un groupe de femmes chinoises qui ressemblent aux bobos occidentaux, les bourgeois-bohémien, et qui possèdent à la fois un capital économique de petit bourgeois et un capital culturel de bohémien. À ce groupe appartiennent aussi les « nouveaux intermédiaires culturels » décrits par Mike Featherstone et Pierre Bourdieu, soit les nouveaux intellectuels qui créent et transmettent les pratiques de la vie esthétisée<sup>31</sup>. Depuis l'introduction en Chine du concept de l'esthétisation de la vie quotidienne élaborée par Mike Featherstone au début du XXI<sup>e</sup> siècle, de nombreux chercheurs ont essayé d'étudier le phénomène dans la société chinoise<sup>32</sup><sup>33</sup>. Ces études ont suscité de vifs débats dans les milieux académiques chinois. Selon certains critiques, les théories de Mike Featherstone et de Pierre Bourdieu axées sur les classes moyennes ne sont pas adaptées à la situation chinoise, parce que le grand public chinois demeure dans un milieu socio-

---

31 TAO, Dong-Feng. « L'esthétisation de la vie quotidienne et l'émergence des nouveaux intermédiaires culturels », *Controverse littéraire*, 2003(06) : 9-12. (陶东风. 日常生活审美化与新文化媒介人的兴起[J]. 文艺争鸣, 2003(06):9-12.)

32 TAO, Dong-Feng. « L'esthétisation de la vie quotidienne et la reconstruction de la sociologie de littérature et d'art ». *Recherche littéraire et artistique*, 2004(01):15-19. (陶东风. 日常生活的审美化与文艺社会学的重建[J]. 文艺研究, 2004(01):15-19.)

33 WANG, De-Sheng et LI, Lei. « Esthétisation de la vie quotidienne » en Chine. ». *Recherches en théorie littéraire*, 2012, 32(01): 10-16. (王德胜, 李雷. “日常生活审美化”在中国[J]. 文艺理论研究, 2012,32(01):10-16.)

économique faible<sup>34.35</sup>, et ces critiques mettent en cause les valeurs des études sur l'esthétisation de la vie quotidienne en Chine du fait que ces études ne s'intéressent qu'à un groupe privilégié. Sur le plan de la parole féministe, les études sur la vie des femmes urbaines ont reçu des critiques similaires, parce que dans ces études, les femmes de milieu socio-économique faible sont devenues un « Autre » inférieur et négligé et que ces études ont mis en relief la distinction entre les femmes de différents milieux et trahi ainsi le discours féministe censé devoir réunir les femmes de tous milieux.

Or, selon nous, les critiques qui pensent que l'esthétisation de la vie quotidienne est un privilège propre à la classe moyenne n'ont pas tout à fait raison. Il suffit de consulter les médias sociaux pour constater que même les individus de milieux défavorisés ont leurs propres pratiques esthétiques, probablement moins raffinées que celles des classes moyennes, mais qui leur procurent autant de jouissance. Cependant leurs habitus diffèrent de ceux des classes plus privilégiées, car ils se trouvent dans des champs différents. Quant aux critiques féministes, s'il est vrai que les études sur les femmes urbaines négligent la situation des femmes de milieux défavorisés, il ne faut pas nier la valeur de ces études pour l'ensemble de la communauté des femmes et dont les femmes défavorisées font également partie. Les femmes de milieu socio-économique faible sont celles qui intériorisent le plus profondément les vertus féminines imposées par la domination masculine, et leur émancipation

---

34 ZHAO, Yong. « A qui est « l'esthétisation de la vie quotidienne » ? Comment faire de la « recherche culturelle » ? Discussion avec le professeur Tao Dong-Feng ». *Journal académique du Heibeï*, 2004(05): 81-85. (赵勇. 谁的“日常生活审美化”? 怎样做“文化研究”?——与陶东风教授商榷[J]. 河北学刊, 2004(05):81-85.)

35 LU, Yang. « Points de vue de Featherstone sur l'esthétisation de la vie quotidienne ». *Recherche littéraire et artistique*, 2009 (11) : 18-26. (陆扬. 费瑟斯通论日常生活审美化[J]. 文艺研究, 2009(11): 18-26.)

nécessite non seulement des changements sur les plans social et institutionnel, mais aussi des changements sur les plans spirituel et culturel. Les femmes urbaines constituant souvent une image idéale à laquelle aspirent les femmes de classe inférieure, la résistance consciente des femmes urbaines au phallocentrisme, leurs qualités d'esprit et leurs valeurs culturelles peuvent dans une certaine mesure exercer une influence sur les femmes des classes inférieures en les arrachant de leur mentalité imprégnée de valeurs masculines.

Enfin, l'image des femmes françaises, bien qu'idéalisée, n'est pas inaccessible : l'acquisition de l'habitus modelé sur cette image demande un enrichissement tant économique que culturel, le capital culturel étant plus important que le capital économique. Par conséquent, cet idéal est accessible à la plupart des femmes urbaines. Parmi les valeurs culturelles et spirituelles représentées par l'image des femmes françaises, on perçoit une conscience féministe qui résiste au regard masculin et qui engage la subjectivité féminine, mais cette conscience n'est pas subversive. Par exemple, l'amante qui ne veut pas s'engager dans le mariage, l'épouse qui est infidèle, la mère qui refuse d'allaiter, la fille qui sort sans porter de soutien-gorge... ces figures constituent certes un défi pour le regard masculin et pour les vertus féminines traditionnelles, mais ces figures ne sont pas libérées du cadre de l'omniprésence du regard masculin et elles supposent même qu'elles ont accepté l'identité construite et attendue d'elles par la société.

Certes, les femmes chinoises qui s'intéressent à l'image des femmes françaises ne peuvent pas représenter l'ensemble des femmes chinoises, et cette image n'est qu'une partie des préférences des femmes appartenant à un groupe particulier. Mais ce groupe est, avec le nombre considérable et les multiples capacités de ses membres, le plus prometteur pour réaliser une révolution féministe. Au sein de ce groupe, l'image des femmes françaises, en tant que sujet de conversation ou de référence, peut créer un champ spécifique dans lequel

certaines opinions hardies peuvent aisément être exprimées sans crainte de stigmatisations. Ce champ est comme une bulle dans l'espace de la société patriarcale. Elle doit à la fois supporter la pression de l'extérieur et la tension à l'intérieur. Dans ce champ qui permet un discours féminin, les femmes peuvent temporairement découvrir une forme de liberté. L'idéal féministe est que des champs de ce genre se multiplient sous des formes variées et que tous ces champs s'élargissent afin de créer un monde dans lequel l'écart entre les genres n'existe plus et les discours sont désormais dégenrés.

### **Conclusion du chapitre**

Les discours concernant l'image des femmes françaises aux yeux des femmes chinoises démontrent en apparence les différences entre les femmes françaises et chinoises, mais ils reflètent en réalité les différences sociales et intergénérationnelles au sein de la société chinoise. Ce que l'image des femmes françaises met en contraste, ce sont les angoisses liées aux mobilités dans lesquelles se trouvent les générations et les couches sociales. Même si l'image des femmes françaises n'intéresse pas toutes les femmes chinoises, elle intéresse en particulier un groupe de femmes chinoises situées de façon médiane entre générations et classes sociales, qui se sentent plus angoissées en raison de pressions provenant de toutes parts, qui pour s'en libérer, s'identifient avec cette image et s'accommodent des représentations liées à cette image.

Les femmes chinoises axent l'image des femmes françaises sur la beauté féminine afin de compenser la privation de leur beauté féminine, qui était réprimée par une idéologie égalitaire durant des dizaines d'années. En exprimant leur appréciation pour la beauté féminine française, les femmes chinoises n'oublient pas de souligner la fluidité de la sexualité et la nature indéfinissable de la beauté. C'est un regard influencé

par les récents courants féministes. Si l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises concerne plus la sphère privée que la sphère publique, on ne peut pas en conclure que les femmes chinoises négligent la sphère publique. On doit au contraire y voir des raisons profondes. En effet, en raison de facteurs politiques et de l'abondance de modèles de femmes chinoises excellant dans la sphère publique, les femmes chinoises n'ont pas besoin de recourir à l'image d'un Autre étranger pour affronter les problèmes qu'elles rencontrent dans la sphère publique.

Les discours valorisant la féminité des femmes et leur vie dans la sphère privée, bien que risquant de piéger les femmes dans une aliénation encore plus profonde, peuvent, dialectiquement, constituer une force d'anti-aliénation. C'est en détruisant les oppositions dualistes entre la sphère privée et la sphère publique, entre la consommation et la production, entre la sensibilité et la rationalité, ainsi qu'entre la masculinité et la féminité que les femmes chinoises pourront établir un discours féminin résistant à la domination masculine.



## Conclusion générale

La rédaction du présent travail a été réalisée au cours des années 2020 et 2021, deux années qui sont, fortuitement, marquées par l'explosion de discussions portant sur la vie des femmes au sein de la société chinoise. Certains auteurs des réseaux sociaux ont même considéré l'année 2020 comme étant marquée par les débuts d'un réel mouvement féministe en Chine. Leurs points de vue ne sont pas encore reconnus par les milieux académiques, mais cela illustre déjà les caractéristiques de ce mouvement : plutôt que d'être un mouvement politique ou un courant idéologique qui influence le grand public de manière descendante, cette vague a été déclenchée par des femmes ordinaires dans la culture populaire. Le premier mouvement féministe moderne de la Chine fut initié par des intellectuels masculins au début du <sup>xxi</sup><sup>e</sup> siècle, puis l'égalité entre les genres sur les plans politique et institutionnel s'est inscrite dans la politique nationale dès la fondation de la République populaire, mais il nous semble qu'il manquait, durant ce processus, une réelle prise de conscience de la part des femmes chinoises elles-mêmes et



que les Chinois n'ont pas tout à fait intériorisé l'idéologie de l'égalité entre les genres sur les plans social et culturel.

Depuis l'année 2020, on remarque fréquemment sur les réseaux sociaux chinois des discussions autour des mots-clés suivants : 容貌焦虑 (*rong mao jiao lv* : l'angoisse liée à l'apparence), 身材焦虑 (*shen cai jiao lv* : l'angoisse liée à la taille), 年龄焦虑 (*nian ling jiao lv* : l'angoisse liée à l'âge), 育儿焦虑 (*yu er jiao lv* : l'angoisse liée à la parentalité), 雌竞 (*ci jing* : la rivalité entre les femmes), 普信男 (*pu xin nan* : les hommes médiocres, mais sûrs d'eux-mêmes), PUA<sup>1</sup>, 性侵 (*xing qin* : agression sexuelle), 家暴 (*jia bao* : violence conjugale) et même 杀妻 (*sha qi* : assassinat de l'épouse), etc. Les phénomènes décrits par ces mots-clés ne sont pas récents, mais les discussions se sont intensifiées au cours de ces deux années pour des raisons combinées : tout d'abord, la génération post-1980/1990, qui ne partage pas les mêmes représentations des genres avec leurs aînées, est devenue un leader d'opinion sur les plans esthétique et culturel, et la génération post-95, elle aussi, a commencé à y prendre la parole grâce au développement des médias sociaux du Web 2.0 qui lui offre l'opportunité de se faire entendre ; ensuite, le mouvement *me too* initié par les femmes occidentales a encouragé les femmes chinoises à réfléchir sur les rapports de pouvoir entre les deux sexes et certaines femmes ont osé dénoncer publiquement des harcèlements sexuels dont elles avaient été victimes ; de plus, l'isolement dû à la pandémie de la Covid-19 a contraint les gens à accorder plus d'attention à la sphère privée, de sorte que l'inégalité dans la sphère privée, toujours plus ou moins

---

1 Le terme « PUA » est l'abréviation de « pick-up artist ». Il désignait à l'origine une formation qui aide les hommes à approcher les femmes et favoriser la communication, mais cette formation contenait des techniques de manipulation mentale. Puis, suite à une séquence d'événements, y compris le suicide d'une jeune femme qui était manipulée et maltraitée par son petit ami, le terme désigne depuis lors les techniques que les hommes utilisent pour circonvenir les femmes.

négligée, a été remise au premier plan ; enfin, de plus en plus de femmes chinoises commencent à prendre conscience du fait que c'est le regard masculin omniprésent qui conditionne leur propre jugement et que c'est le rapport de pouvoir qui détermine leur propre choix.

Certains des thèmes que nous avons traités dans ce travail ont depuis longtemps été abordés par les descriptions de l'image des femmes françaises perçue par les femmes chinoises, mais notre recherche nous a conduits à quelques nouvelles découvertes. Premièrement, selon nous, la prise de conscience féminine des femmes chinoises ne signifie pas qu'elles n'ont plus besoin de recourir à la référence de l'image de cet « Autre ». Cette image, en tant que représentation sociale partagée par le groupe des femmes chinoises, présente une forte intertextualité avec l'actualité de la vie des femmes chinoises : on réécrit cette image selon ce qui se passe actuellement, on essaie aussi, en faisant référence à cette image, de proposer des stratégies permettant de faire face à la situation actuelle. L'image des femmes françaises reste aux yeux des femmes chinoises la pionnière du féminisme et le modèle de la féminité idéalisée, censé pouvoir maintenir la subjectivité féminine et résister au regard masculin. Deuxièmement, le public féminin chinois tend à se référer à l'image des femmes françaises dans le cadre d'énoncés concernant la vie quotidienne de la sphère privée. En parlant des femmes françaises, on parle en réalité de la beauté, de la sexualité, de la relation intime et de la maternité propres à soi. Aux yeux des femmes chinoises, la beauté des femmes françaises incarne une beauté propre au regard féminin. La diversité esthétique qu'elle représente répond à leur angoisse liée à l'apparence ; sa capacité à mettre en évidence la beauté des femmes d'âge mûr répond à l'anxiété liée à l'âge ; ses qualités intellectuelles et spirituelles, extériorisées par sa beauté d'apparence, font prévaloir le capital culturel et enrichissent les signifiés des symboles esthétiques. Avec

cette image, la quête de la beauté n'est plus uniquement un acte imposé par le consumérisme et le regard masculin, mais aussi un acte volontaire de la part des femmes consistant à exprimer une corporéité libérée. Troisièmement, les discours sur l'image des femmes françaises permettent aux femmes chinoises d'avoir un champ dans lequel elles peuvent aborder plus ouvertement la sexualité sans risquer d'être stigmatisées. Leurs discours sur leurs expériences corporelles et sexuelles et leurs opinions sur certains objets qui sont impliqués dans l'expérience féminine et plus utilisés par les femmes françaises que par les femmes chinoises révèlent leur volonté de libérer leur désir et de résister aux stigmatisations provenant du regard masculin. Quatrièmement, l'amour du style français aux yeux des femmes chinoises est égocentrique et passionnant, l'image des femmes françaises est considérée comme étant le modèle de femme capable de maintenir son indépendance économique ainsi que son indépendance spirituelle dans la relation conjugale, car elles peuvent douter de la nécessité du mariage et s'engager dans une relation amoureuse ou s'en retirer à tout âge. Les femmes chinoises, en faisant appel à cette image, essaient de déconstruire le rapport de pouvoir existant au sein de la vie en couple et expriment leur aspiration à faire revenir la relation intime sur le terrain de la pure jouissance. Enfin, l'image des mères occidentales en général argumente de l'intensification du travail maternel et exprime la volonté des femmes chinoises de valoriser la maternité, et l'image des mères françaises présente d'ailleurs l'aspiration des femmes chinoises à réaliser un accomplissement de soi au sein ou en dehors des fonctions maternelles.

Ayant discuté de tous ces aspects de l'image des femmes françaises chez les femmes chinoises, nous constatons que les femmes chinoises axent cette image sur la subjectivité féminine, que cette image, en tant que représentation sociale, interagit avec les conditions de vie des femmes chinoises et devient la référence d'un habitus qui identifie un groupe de

femmes chinoises, que cette image procure indubitablement aux femmes chinoises un pouvoir d'esprit résistant à la domination masculine, et que l'habitus modelé à base de cette image manifeste l'esprit indépendant et ouvert de son sujet. Pourtant, le mieux est l'ennemi du bien. La recherche de la perfection de cette image pourra constituer une autre forme de pression et d'aliénation. L'accès aux champs dans lesquels fonctionne cet habitus demandant un certain capital économique et culturel, il peut provoquer une certaine pression au sein du groupe des femmes chinoises. Ainsi, en ambitionnant la perfection, les femmes risquent de retomber dans les pièges du consumérisme ou de confondre les besoins issus du regard masculin intériorisé à leurs propres besoins.

L'image des femmes françaises contient certainement des prototypes, mais elle est devenue un imaginaire collectif et un motif mythologique qui peut être réécrit. Elle est appréciée en Chine parce qu'elle répond aux besoins propres des femmes chinoises, et elle y est populaire grâce à la capacité de la culture populaire de créer les discours et la capacité de communication des réseaux sociaux du Web 2.0.

Il est à noter que, si l'image des femmes françaises peut contraster avec les conditions de vie des femmes chinoises, ce n'est pas parce que les femmes chinoises vivent dans de très difficiles conditions. Certes, les femmes chinoises, comme toutes les femmes du monde, sont loin d'avoir atteint l'égalité absolue entre les sexes, mais elles possèdent un espace de discours de plus en plus important et c'est précisément grâce à cela que l'image des femmes françaises et les opinions féministes autour d'elle se font de plus en plus entendre. Les femmes chinoises auront à affronter diverses difficultés, mais elles avanceront.

Actuellement, l'opposition est intense entre les deux sexes au sein de la société chinoise, et les réseaux sociaux offrent un des champs principaux à cette polémique. Même à l'intérieur du groupe des femmes, les opinions sont divergentes. Celles

qui se pensent féministes suivent principalement deux voies pour lutter contre la tyrannie des valeurs masculines : la voie de la vengeance et la voie de la déconstruction. La voie de la vengeance consiste à lutter pour que les critères moraux imposés aux femmes par la domination masculine soient également appliqués aux hommes ; la voie de la déconstruction consiste à déconstruire l'opposition dualiste et à libérer tous les sexes des stéréotypes et des critères normatifs. Les discours concernant l'image des femmes françaises penchent pour la voie de la déconstruction. Cependant, cette deuxième voie est également risquée, car en déconstruisant les valeurs éthiques ancrées dans le régime patriarcal, on touchera inévitablement certains critères moraux censés représenter les normes sociales. Cette deuxième voie ne s'adapte probablement pas à la société chinoise actuelle. C'est pour cette raison qu'on en parle sur le socle d'une image étrangère. La déconstruction ne peut que demeurer au niveau du discours.

Notre recherche a pour ambition de contribuer à libérer les femmes chinoises au niveau du discours et à les encourager à réfléchir sur le rapport de pouvoir dans lequel elles se situent par le biais de l'image des femmes françaises. À ce stade, nous ne pensons pas pouvoir proposer des stratégies pratiques pour surmonter l'inégalité entre les sexes, mais nous espérons que notre recherche pourra inspirer une nouvelle perspective au mouvement féministe chinois. De plus, en tant que femmes chinoises francophones engagées dans l'apprentissage et l'enseignement de la langue française sous l'inspiration de l'image des femmes françaises, nous prenons aussi cette étude comme une analyse de notre propre trajectoire et une exploration de notre propre soi. Le choix du français pour la rédaction de cette thèse a un autre objectif qui nous paraît capital : nous espérons que les femmes françaises puissent, à travers ce miroir créé par les discours des femmes chinoises, comprendre mieux celles-ci et les points communs des femmes de différentes cultures. Nous sommes convaincues

que les femmes, avec leur empathie, leur esthétique et leur sollicitude, sont aptes à réaliser une meilleure communication interculturelle.

Notre recherche a aussi pour but de tirer des leçons du succès de l'image des femmes françaises, puisque la construction de l'image de la Chine sur la scène internationale est actuellement un thème d'intérêt national et que l'image des femmes françaises a apporté de grandes contributions à la restauration de l'image de la France, à la diffusion de la culture française, et à la promotion des marques françaises.

Sur la scène internationale, les dialogues politique et économique se trouvent souvent dans l'impasse, et les tentatives de pays visant à imposer leur influence sur d'autres pays suscitent toujours de grandes résistances. Cependant, négligées par le discours masculin, les communications des cultures des femmes n'ont jamais cessé, car dans toutes les sociétés les femmes se trouvent dans même état de sujets opprimés. Le discours féminin forme ainsi un univers spécifique qui écarte les polémiques politiques. Dans un contexte où les combats politiques sont féroces, une communication interculturelle efficace pourrait selon nous se réaliser par le biais du discours féminin. En tant que femmes chinoises, nous ressentons à longueur de temps les pressions issues de la phallocratie, et une misogynie enracinée dans la tradition. Néanmoins, cela ne signifie pas que la culture chinoise n'ait rien à offrir aux femmes du monde. Car aucun pays n'a réussi à supprimer les écarts entre les genres et toute culture a sa propre problématique féminine, l'image d'une culture exotique, après avoir été réécrite dans une perspective féminine, pourrait apparaître comme attirante pour les autres cultures. En effet, Julia Kristeva et Luce Irigaray, deux philosophes féministes françaises, ont trouvé quelques inspirations dans la culture orientale. Julia Kristeva a consacré un ouvrage à ses réflexions inspirées par la femme chinoise dont elle a fait connaissance grâce à ses visites en

Chine et à sa lecture de documents anciens<sup>2</sup> : le culte des déesses dans la mythologie chinoise, la prospérité de la société matriarcale dans l'histoire de la Chine, et les rituels qui conservent des vestiges de la coutume matrilineaire lui ont offert de nombreux éléments intéressants, la sexualité des femmes chinoises, qui à nos yeux est depuis toujours victime de répression, devient libérée dans son interprétation. Quant à Luce Irigaray, ses théories sur les différences sexuelles se sont inspirées de la culture orientale, ou plus précisément, de la culture indienne et surtout de sa pratique du yoga, mais elle a complètement ignoré le fait que la société indienne était une des sociétés dans lesquelles les écarts entre les genres étaient les plus importants et les conditions de vie des femmes étaient les pires. Sans aucune intention de blanchir la misogynie enracinée dans les cultures anciennes, nous prenons ces exemples simplement pour démontrer la possibilité de trouver dans la culture traditionnelle des éléments qui peuvent être réécrits et adaptés à l'idéologie contemporaine. Nous en avons un très bel exemple : Li Zi-qi, la jeune vidéaste du Web chinoise. Ses vidéos de préparation de nourriture, qui incarnent une beauté idyllique, féminine et orientale, ont connu un grand succès sur les réseaux sociaux à l'échelle mondiale. D'autres possibilités sont à envisager. Par exemple, le concept du Yin-Yang dans la philosophie chinoise ancienne pourrait favoriser le féminisme si on le réinterprète en rejetant le phallocentrisme et en mettant en valeur la fluidité et l'harmonie au lieu de l'opposition du Yin et du Yang ; le totémisme dans la mythologie chinoise suggère une conception de l'égalité de toutes les espèces, il pourrait s'entendre avec l'écologisme contemporain ; dans les légendes folkloriques, il y a aussi des figures bisexuelles qui pourraient inspirer le féminisme postmoderne. Ces motifs peuvent selon nous être réinterprétés par l'écoféminisme, embellis

---

2 KRISTEVA, Julia. *Des chinoises*. Paris : Éditions des Femmes, 1974.

par des éléments esthétiques traditionnels, et retransmis par les nouveaux médias. La culture chinoise pourra, nous en sommes convaincues, se faire objet d'admiration par le monde.

Dans notre recherche, tant l'objet de recherche que la méthodologie se situent dans une tentative interdisciplinaire. Nous espérons qu'elle apporte aux études interculturelles ainsi qu'aux études de la sociologie des genres des contributions innovantes. D'un côté, en prenant pour perspective féminine l'image d'un Autre étranger dans la culture populaire et dans la vie quotidienne, cette recherche nous permet de clarifier la formation de l'habitus des individus, de comprendre comment les représentations sociales influencent le choix du mode de vie des individus et comment les individus réinterprètent les représentations selon leur trajectoire et participent en retour à la construction des représentations sociales. De l'autre côté, choisissant de traiter le thème féminin de la société chinoise par le biais des discours sur l'image d'un Autre étranger, et cette distance que nos enquêtés ont pu prendre avec cet Autre leur offrant un espace de discours plus libéré, nous pouvons donc y percevoir certaines de leurs envies qui étaient auparavant indicibles et leur volonté de déconstruire le phallocentrisme au niveau du discours.

Enfin, avec le développement de la Chine, les représentations sociales évoluent, y compris la perception des Chinois à l'égard de l'image du monde occidental. Les femmes chinoises verront elles-mêmes ainsi que leurs points communs et différences avec les femmes françaises d'une nouvelle perspective. Nous croyons que ce présent travail sera un point de départ que nous revisiterons et réexaminerons au cours d'une recherche plus étendue et plus approfondie sur l'interaction entre l'image d'un Autre étranger et la vie des femmes chinoises.





## Bibliographie

ASSOULY, Olivier. *Le capitalisme esthétique : essai sur l'industrialisation du goût*. Paris : édition du Cerf, 2008.

ATTANÉ, Isabelle. « La femme chinoise dans la transition économique : un bilan mitigé ». *Revue Tiers Monde*, 2005, no 2, pp. 329-357.

ATTIAS-DONFUT, Claudine. « Rapports de générations et parcours de vie ». *Enquête. Archives de la revue Enquête*, 1989, no 5.

BAI, Wei. *Les Femmes chinoises et la modernité dans les médias*. Université de Shanghai, 2007. (白蔚. 传媒中的中国女性与现代性[D]. 上海大学, 2007.)

BARTHES, Roland. « “Le bleu est à la mode cette année” : Note sur la recherche des unités signifiantes dans le vêtement de mode ». *Revue française de sociologie*, 1960, pp.147-162.

BARTHES, Roland. *Système de la mode*. Paris : Média Diffusion, 2015.

BARTKY, Sandra Lee. *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge, 2015.

BONARDI, Christine et ROUSSIAU, Nicolas. *Les représentations sociales*. Paris : Dunod, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Minuit, 2016.

BOURDIEU, Pierre. *La domination masculine*. Paris : Média Diffusion, 2016.

BREY, Iris, LAUGIER, Sandra, et DOMENACH, Élise. « Le regard féminin à l'écran ». *Esprit*, 2021, no 1, pp. 151-157.

BU, Na-Na et Wei, Xiao-Jiang. « Fatigue, dilemme et solitude : pratiques et réflexions de la grand-parentalité des grands-mères migrantes ». *Collection d'études sur les femmes*, 2020(06) : 56-67. (卜娜娜, 卫小将. 劳累、拉扯与孤单: “老漂”母亲的母职实践及回应[J]. 妇女研究论丛, 2020(06):56-67.)

BUTLER, Judith. « “Les femmes” en tant que sujet du féminisme ». *Raisons politiques*, 2003, no 4, pp. 85-97.

BUZELIN, Hélène. “Unexpected allies: How Latour’s network theory could complement Bourdieusian analyses in translation studies”. *The Translator*, 2005, vol. 11, no 2, pp. 193-218.

CARRÉ, Jean-Marie. *Les écrivains français et le mirage allemand, 1800-1940*. Paris : Boivin et Cie, 1947.

CHANG, Liu. *Les France des Chinois : l'impact des représentations sociales sur l'image de la France*. Université de Bretagne occidentale, 2014.

CHEN, Fei-Qiang. « “Elle” et “Lui” vus par “Elle” : une analyse des reportages de personnages dans le China Women ». *Journal de l'Université des femmes du Shandong*, 2012(06) : 55-63. (陈飞强. “她”与“他”: “她”者眼中的性别形象——对《中国妇女报》人物报道的内容分析[J]. 山东女子学院学报, 2012(06):55-63.)

CHICHARRO, Gladys. *Le fardeau des petits empereurs : une génération d'enfants uniques en Chine*. Nanterre : Société d'ethnologie, 2010.

CHIU, Chi-Yue et HONG, Ying-Yi. *Social psychology of culture*. New York: Routledge, 2013.

CHODOROW, Nancy. *The reproduction of mothering*. Berkeley : University of California press, 1978.

CHOLLET, Mona. *Beauté fatale : les nouveaux visages d'une aliénation féminine*. Paris : La Découverte, 2015.

CIXOUS, Hélène. « Le rire de la Méduse ». *L'arc*, 1975, vol. 61, no 1975, pp. 39-54.

CONSTANTINO, Odysseas. "Multimodal discourse analysis: Media, modes and technologies". *Journal of Sociolinguistics*, 2005, vol. 9, no 4, pp. 602-618.

CORDONNIER, Jean-Louis. Aspects culturels de la traduction : quelques notions clés. *Meta : journal des traducteurs*, 2002, vol. 47, no 1, pp.38-50.

DAGNAUD, Monique. *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Paris : Presses de Sciences Po, 2011

DE BEAUVOIR, Simone. *Le deuxième sexe II*. Paris : Gallimard, 1949.

DE BEAUVOIR, Simone. *Le deuxième sexe*. Paris : Gallimard, 1976.

DELMOTTE, Benjamin. « L'un dans l'autre : Les ambiguïtés de l'objectivation sexuelle ». *Esprit*, 2017, no 436, pp. 145-154.

DELPHINE, RAHIB, MIREILLE, LE GUEN, et NATHALIE, LYDIE. Contraception. Quatre ans après la crise de la pilule, les évolutions se poursuivent. *Baromètre Santé*, 2016.

DEVRIESE, Marc. « Approche sociologique de la génération. Vingtième siècle ». *Revue d'histoire*, 1989, pp. 11-16.

DIEU, Anne-Marie, DELHAYE, Christine, et CORNET, Annie. « Les femmes au foyer. Des activités méconnues et peu valorisées en employabilité ». *Travail et emploi*, 2010, no 122, pp. 27-38.

DIEU, Anne-Marie, DELHAYE, Christine, et CORNET, Annie. « Les femmes au foyer. Des activités méconnues et peu valorisées en employabilité ». *Travail et emploi*, 2010, no 122, pp. 27-38.

DONG, Jin-Ping, « Discours et construction de la féminité : une analyse des mutations de la féminité chinoise depuis le xx<sup>e</sup> siècle », *Forum de Jiang-Huai*, 2007(2) : 146-150. (董金平. 话语与女性气质的建构——二十世纪以来中国女性气质变迁分析[J]. 江淮论坛, 2007(2): 146-150.)

DRESSEN, Marnix. « Ombres chinoises : regards de maoïstes français sur la Chine de Mao (1965-1976) ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 2009, no 2, p. 16-32.

DUBOIS-SHAIK, Farah, « Femmes au foyer et frères de l'être : féministes ou "réac" ? » *La Conversation*, 21 janvier 2021

DUFOUR, Pierre. *Histoire de la prostitution chez tous les peuples du monde, depuis l'antiquité la plus reculée jusqu'à nos jours*. Paris : S. Lambert et C., 1852, p9.

DURAS, Marguerite. *L'amant*. Paris : Minuit, 1984.

EGRI, Carolyn P. et RALSTON, David « A. Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States ». *Organization science*, 2004, vol. 15, no 2, pp. 210-220.

FRIEDMAN, Susan Stanford. *Mappings: Feminism and the cultural geographies of encounter*. Princeton : Princeton University Press, 1998.

FROIDEVAUX-METTERIE, Camille. « La beauté féminine, un projet de coïncidence à soi ». *Le Philosophoïre*, 2012, no 2, pp. 119-130.

DUPONT, Gaëlle. « Les femmes de plus en plus infidèles, mais toujours moins que les hommes ». *Le Monde*. 10/01/2017.

GENTINA, Élodie, et DELELUSE, Marie-Ève. *Génération Z. Des Z consommateurs aux Z collaborateurs*. Malakoff : Dunod, 2018, p1.

GOUANVIC, Jean-Marc. « A Bourdieusian theory of translation, or the coincidence of practical instances:

Field, 'habitus', capital and 'illusio' ». *The translator*, 2005, vol. 11, no 2, pp. 147-166.

GROSZ, Elizabeth. « Sexual difference and the problem of essentialism ». In: GROSZ, Elizabeth. *Space, Time, and Perversion*. New York : Routledge, 2018. pp. 45-57.

HAN, Jie-Tong. *Étude comparative sur la construction et la présentation de l'image des femmes chinoises sur les médias en Chine et aux États-Unis*. Université de Jilin, 2020. (韩杰桐. 中美主流媒体对中国女性形象构建与呈现的对比研究[D]. 吉林大学, 2020.)

HANSER, Amy et LI, Jialin. « The hard work of feeding the baby: breastfeeding and intensive mothering in contemporary urban China ». *The Journal of Chinese Sociology*, 2017, vol. 4, no 1, pp. 1-20.

HAVILAND, William A., PRINS, Harald EL, et al. *Cultural anthropology: The human challenge*. Boston : Cengage Learning, 2016.

HE, Jian-Ping et YU, Zhi-Ping. « La Construction et l'identification : une lecture de l'identité féminine des publicités télévisées ». *Critique cinématographique*, 2007(06) : 62-63. (贺建平, 余志平. 建构与认同: 电视广告的女性身份解读[J]. 电影评介, 2007(06):62-63.)

HU, Ying. *Tales of translation : composing the new woman in China, 1899-1918*. Palo Alto: Stanford University Press, 2000.

HU, Ying. *Tales of translation : composing the new woman in China, 1899-1918*. Palo Alto: Stanford University Press, 2000.

HUANG, Xiao-na, WANG, Hui-shan, ZHANG, Li-jin, et al. Co-sleeping and children's sleep in China. *Biological Rhythm Research*, 2010, vol. 41, no 3, pp. 169-181.

HUANG, Yan. "Co-variation of Translation and Social Culture: A Study on the Translation of Western Female Image in China". In: ZHAO, You-Bin and Zhang, Zhi-Qing. *Proceeding of the third international conference on globalization: Challenges for translators and interpreters*. Salt Lake City : American Academic Press, 2020, pp. 91-96.

HUANG, Ying-Ying. *Body, sexuality an Xinggan, research on Chinese women's daily life*. Beijing : Social Sciences Literature Press, 2008. (黄盈盈. 身体·性·性感——对中国城市年轻女性的日常生活研究[M]. 社会科学文献出版社, 2008.)

INGHILLERI, Moira. "The sociology of Bourdieu and the construction of the 'object' in translation and interpreting studies". *The translator*, 2005, vol. 11, no 2, pp. 125-145.

IRIGARAY, Luce. « Ce sexe qui n'en est pas un ». *Les cahiers du GRIF*, 1974, vol. 5, no 1, pp. 54-58.

JAU RAND, Emmanuel. « Les plages nudistes, une exception occidentale? ». *Géographie et cultures*, 2008, no 67, pp. 47-64.

JENNY, Laurent. « L'art dans la vie, l'art contre la vie ». Dans : *La vie esthétique : stases et flux*. Lagrasse : Verdier, 2013, pp.7-16.

JIN Yi-Hong. « Les mères actives chinoises dans la transformation sociale ». *Xue Hai*, 2013, (2) (金一虹. 社会转型中的中国工作母亲[J]. 学海, 2013, (2))

JODELET, Denise, « Représentation sociale », *Grand dictionnaire de la psychologie*, Paris : Larousse, 1991, p668.

JODELET, Denise, et al. « Représentations sociales : un domaine en expansion ». Dans : JODELET, Denise, éd., *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, pp. 45-78.

JULLIEN, François. *Le nu impossible*. Paris : éditions du seuil, 2005.

KAUFMANN, J. C. *Corps de femmes, regards d'hommes : sociologie des seins nus*. Paris : Nathan.

Ko, P. C., & Hank, K. (2014). « Grandparents caring for grandchildren in China and Korea: findings from CHARLS and KLoSA ». *Journal of Gerontology Series B-Psychological Sciences and Social Sciences*, 69(4), 646–651.

KRISTEVA, Julia. *Des Chinoises*. Paris : Éditions des Femmes, 1974.

LANDOUR, Julie. « Les collectifs de “Mompreneurs”, une solidarité professionnellement porteuse? ». *Modern & Contemporary France*, 2015, 23 :4, pp.457-473

LE BRETON, David. « Vieillir en beauté : les jouvences contemporaines ». *Champ psy*, 2012, no 2, pp. 127-139.

LEERSSEN, Joep. « Imagology: History and method ». In: BELLER, Manfred and LEERSSEN, Joep. *Imagology*. Brill, 2007. pp. 17-32.

LEFEBVRE Henri, *Critique de la vie quotidienne, t. I*. Paris : Grasset, 1947.

LEFEBVRE, Henri. *La vie quotidienne dans le monde moderne*. Paris : FeniXX, 1968, p.74

LEMOINE-DARTHOIS, Régine et WEISSMAN, Elisabeth. *Un âge nommé désir : féminité et maturité*. Paris : Albin Michel, 2006.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *L'anthropologie face aux problèmes du monde moderne*. Paris : Seuil, 2011.

LI, Qiang. *La stratification sociale dans la Chine contemporaine*. Beijing : édition de San lian xin zhi, 2019. (李强. 当代中国社会分层[M]. 生活·读书·新知三联书店, 2019.)

LI, Y., CUI, N., KOK, H.T. et al. « The Relationship Between Parenting Styles Practiced By Grandparents And Children's Emotional And Behavioral Problems ». *J Child Fam Stud* 28, 1899–1913 (2019)

LIN, Xiao-Lan. *La Construction de l'identité des femmes urbaines cols-blancs*. Université des sciences et technologies de Chine de l'Est, 2013. (林晓兰. 都市女性白领的身份建构[D]. 华东理工大学, 2013.)

LIN, Xiao-Shan. « Contexte et pratique du tabagisme des jeunes femmes professionnelles urbaines ». *Études des jeunes*, 2009(05) : 47-59+95. (林晓珊. 城市青年职业女性香烟消费的情境与实践[J]. 青年研究, 2009(05):47-59+95.)

LIN, Xiao-ying. *Recherche sur les personnages européens et américains dans les films chinois*. Université normale de Chine



orientale, 2014. (林晓英. 中国电影中的欧美人物形象研究[D]. 华东师范大学, 2014).

LIU, Chuan-xia. *La Femme construite*. Université normale du Shandong, 2006. (刘传霞. 被建构的女性[D]. 山东师范大学, 2006).

LIU, Fang, *Les Magazines de mode et l'identité féminine de la classe moyenne*. Université de Shanghai, 2006. (刘芳. 时尚杂志与中产阶级女性身份[D]. 上海大学, 2006.)

LIU, Yan. *La beauté de la différence : la vision philosophique de Luce Irigaray*. Beijing : édition de l'Université de Beijing, 2010. (刘岩著. 差异之美: 伊里加蕾的女性主义理论研究[M]. 北京大学出版社, 2010.)

LIU, Yu. *L'image de la France dans les médias chinois*. Université des études étrangères du Guangdong, 2013 (刘雨. 中国媒体中的法国形象[D]. 广东外语外贸大学, 2013.)

LU, Yang. « Points de vue de Featherstone sur l'esthétisation de la vie quotidienne ». *Recherche littéraire et artistique*, 2009 (11) : 18-26. (陆扬. 费瑟斯通论日常生活审美化[J]. 文艺研究, 2009(11):18-26.)

LU, Ye. *L'influence de la grand-parentalité sur la créativité des enfants*. Université normale de la Chine de l'Est, 2020. (陆焯. 隔代教养对儿童创造力的影响[D]. 华东师范大学, 2020.)

LUO, Zhe et ZHANG, Jun-Feng. « Différences de l'emploi entre les sexes dans le processus de modernisation : connotation, histoire et comparaison ». *Sciences sociales de Shenzhen*, 2020(06) : 123-133. (罗哲, 张俊锋. 现代化过程中的就业性别差异: 内涵、历史与比较[J]. 深圳社会科学, 2020(06):123-133.)

LUO, Lie. *L'Image des femmes et le discours féminin : études sur les images féminines dans les romans occidentaux traduits au début du XX<sup>e</sup> siècle*. Chengdu : Édition lexicographique du Sichuan, 2008. (罗列. 女性形象与女权话语——20世纪初叶中国西方文学女性形象译介研究[M]. 四川辞书出版社, 2008.)

MACHIN, David. « What is multimodal critical discourse studies? » *Critical discourse studies*, 2013, vol. 10, no 4, pp. 347-355.

MENG, Hua et al. *Images d'Occidentaux dans la littérature chinoise*, Hefei : Anhui Éducation Press, 2006. (孟华 等著. 中国文学中的西方人形象[C]. 安徽教育出版社, 2000)

MENG, Hua. *Imagologie de la littérature comparée*. Beijing : Beijing University Press, 2001. (孟华 主编. 比较文学形象学[C]. 北京: 北京大学出版社, 2001.)

MISRAHI, Robert. Réflexion sur le nu féminin. *Sigila*. 2015, no 1, pp. 63-72.

MONTESI, Michela and BORNSTEIN, Belén Álvarez. “Defining a theoretical framework for information seeking and parenting: Concepts and themes from a study with mothers supportive of attachment parenting”. *Journal of documentation*, 2017.

MORALDO, Delphine. « Georg Simmel, Philosophie de la mode ». *Lectures*, 2014.

MOSCOVICI, Serge. « 2. Des représentations collectives aux représentations sociales : éléments pour une histoire », Dans : JODELET, Denise, éd., *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, 2003, pp. 79-103.

MOSCOVICI, Serge. « La Psychanalyse, son image et son public ». *Les études philosophiques*, 1962, vol. 17, no 2.

MOURA, Jean-Marc. « L’imagologie littéraire, essai de mise au point historique et critique ». *Revue de littérature comparée*, 1992, vol. 66, no 3.

O’CASS, Aron et CHOY, Eric. “Studying Chinese generation Y consumers’ involvement in fashion clothing and perceived brand status”, *Journal of Product & Brand Management*, 2008, Vol. 17 No. 5, pp. 341-352.

OAKLEY, Ann. *The sociology of housework*. Bristol : Policy Press, 2018.

PAGEAUX, Daniel-Henri. *La littérature générale et comparée*. Paris : Colin, 1994.

PAGEAUX, Daniel-Henri. « De l'imagerie culturelle à l'imaginaire ». Dans : BRUNEL, Pierre, éd., *Précis de littérature comparée*. Paris : Presses Universitaires de France, 1989, pp. 133-161.

PAN, Sui-Ming et HUAG, Ying-ying. *Évolution de la sexualité : la vie sexuelle des Chinois au XXI<sup>e</sup> siècle*. Beijing : Presses de l'Université Renmin de Chine, 2013. (潘绥铭, 黄盈盈. 性之变: 21世纪中国人的性生活[M]. 中国人民大学出版社, 2013)

PAN, Sui-Ming. *La révolution sexuelle chinoise*. Kaohsiung : Universal Press, 2006. (潘绥铭. 中国性革命纵论[M]. 万有出版社, 2006.)

PAPERMAN, Patricia. « Éthique du care ». *Gérontologie et société*, 2010, vol. 33, no 2, pp. 51-61.

PASÍN, Angel Enrique Carretero. « La quotidienneté comme objet : Henri Lefebvre et Michel Maffesoli ». *Sociétés*, 2002, no 4, pp. 5-16.

PEI, Yu-Xin. *Sexualité et métropole : étude sur les femmes post-70 à Shanghai*. Shanghai : Édition populaire de Shanghai, 2013. (裴渝新. 欲望都市: 上海70后女性研究[M]. 上海人民出版社, 2013.)

PETTIER, Jean-Baptiste. « Politiques de l'amour et du sexe dans la Chine de la "révolution sexuelle" ». *Genre, sexualité & société* [en ligne], 2010, no 3.

PISON, Gilles. « La démographie de la polygamie ». *Population (french edition)*, 1986, pp. 93-122.

POPE, Catherine et MAYS, Nick. « Qualitative research: reaching the parts other methods cannot reach: an introduction to qualitative methods in health and health services research ». *bmj*, 1995, vol. 311, no 6996, pp. 42-45.

RICCEUR, Paul. *Soi-même comme un autre*. Paris : édition du Seuil, 2015.

RAULIN, Anne. « La vie quotidienne, entre colonisation et émancipation ». *L'Homme la Société*, 2012, no 3, pp. 19-32.

SCIOLINO, Elaine. *La séduction : How the French play the game of life*. Nanjing : Nanjing university press, 2018. (西奥利诺. 法式诱惑. 南京: 南京大学出版社, 2018.)

SHI, Wan-Peng et LIU, Chuan-Xia. « Les Écrits sur les femmes étrangères des femmes écrivains de la Chine moderne et leur identité ». *Appréciation des chefs-d'œuvre*, 2017(10) : 70-74. (石万鹏, 刘传霞. 中国现代女作家异国女性形象书写与自我身份认同——以陈衡哲、冰心、张爱玲笔下的异国女性形象为例[J]. 名作欣赏, 2017(10):70-74.)

SHI, Yi-Ni. « Étude sur l'espace du discours de l'amour des adolescents : 1979-2015 ». *Études des jeunes Chinois*, 2016(9) : 44-49. (施旖旎. 早恋的话语空间研究: 1979—2015[J]. 中国青年研究, 2016(9):44-49.)

SILVERSTEIN, Merrill Zhe Cong. "Grandparenting in Rural China". *Generations*, 2013, 37(1) : 46-52

SLEDZIEWSKI, E. G. « L'image du tabagisme féminin en France ». *Journal de gynécologie obstétrique et biologie de la reproduction*, 2005, vol. 34, p. 270-274.

SONG, Jian. « Explication démographique du nouveau phénomène de faible taux de nuptialité ». *Forum populaire*, 2020(8) : 72-74. (宋健. 结婚率新低现象的人口学解读[J]. 人民论坛, 2020(8):72-74.)

SONG, Shao-Peng. « “Rentrer au foyer” activement ou passivement? La discussion sur “les femmes rentrant au foyer” et la transformation de l'idéologie sociale chinoise dans le processus de marchandisation ». *Collection d'études sur les femmes*, 2011, (4) (宋少鹏. “回家”还是“被回家”？——市场化过程中“妇女回家”讨论与中国社会意识形态转型 [J]. 妇女研究论丛, 2011, (4))

STANAT, Michael. *China's generation Y : Understanding the future leaders of the world's next superpower*. Paramus: Homa & Sekey Books, 2006.

SU, Mei, *Ce qui caractérise les jeunes femmes littéraires et artistiques relève de symptômes d'une maladie. Pour guérir la maladie, il suffit de donner naissance à un enfant*. Beijing : édition Lianhe de Beijing,

2015. (苏美. 文艺女青年这种病, 生个孩子就好了[M]. 北京联合出版公司, 2015.)

SUN, Nan. « Les jeunes d'aujourd'hui ne veulent plus se marier? Cette étude de l'Université de Fudan révèle les points de vue des différents groupes sur le mariage et l'amour ». *Wen Hui Bao*. 2020-11-18. (孙楠. 这届年轻人不想结婚了? 复旦大学的这项研究揭晓不同群体的婚恋观[A]. 文汇报. 2020-11-18.)

TANG, Xiao-Jing. « “Grand-parentalité” urbaine : dispositions institutionnelles et rôle émotionnel des parents de la nouvelle génération ». *Journal académique de Hebei*, 2017,37(01) :160-164. (唐晓菁. 城市“隔代抚育”: 制度安排与新生代父母的角色及情感限制[J]. 河北学刊, 2017,37(01):160-164.)

TAO, Dong-Feng. « L'esthétisation de la vie quotidienne et l'émergence des nouveaux intermédiaires culturels », *Controverse littéraire*, 2003(06) : 9-12. (陶东风. 日常生活审美化与新文化媒介人的兴起[J]. 文艺争鸣,2003(06):9-12.)

TAO, Dong-Feng. « L'esthétisation de la vie quotidienne et la reconstruction de la sociologie de littérature et d'art ». *Recherche littéraire et artistique*,2004(01) :15-19. (陶东风. 日常生活的审美化与文艺社会学的重建[J].文艺研究, 2004(01):15-19.)

TAO, Dong-Feng. « Le fossé intergénérationnel au niveau esthétique et sa formation dans la Chine contemporaine ». *Critique littéraire*, 2020(2) : 135-143. (陶东风. 论当代中国的审美代沟及其形成原因[J]. 文学评论,2020(2):135-143.)

TAYLOR, Tiffany. Re-examining cultural contradictions: Mothering ideology and the intersections of class, gender, and race. *Sociology Compass*, 2011, vol. 5, no 10, pp. 898-907.

TONG, Rosemarie. *Feminist thought, student economy edition: A More Comprehensive Introduction*. New York : Routledge, 2018.

WAHNICH, Stéphane. « Enquêtes quantitatives et qualitatives, observation ethnographique ». *Bulletin des bibliothèques de France*. t. 51, no6, 2006.

WANG Ji-Mang. « Autonomie des femmes : une nouvelle perspective pour interpréter le phénomène du divorce ». *Collection d'études sur les femmes*, 2004(6) : 19-25. (王纪芒. 女性个人自主性: 解读离婚现象的新视角[J]. 妇女研究论丛, 2004(6):19-25.)

WANG, De-Sheng et LI, Lei. « “Esthétisation de la vie quotidienne” en Chine. ». *Recherches en théorie littéraire*, 2012, 32(01) : 10-16. (王德胜, 李雷. “日常生活审美化”在中国[J]. 文艺理论研究, 2012, 32(01):10-16.)

WANG, Hong-Tao et WANG, Xiao-Wen. « La théorie de base de la traductologie sociale et son futur développement : un entretien avec le professeur Yves Gambier ». *Traducteurs de Shanghai*, 2019(02) : 21-26. (王洪涛, 王小文. 社会翻译学的学科基础理论与未来发展空间——Yves Gambier教授访谈录[J]. 上海翻译, 2019(02):21-26.)

WANG, Hong-Tao. « Dix ans de traductologie sociale en Chine (2006—2016) : Réflexions, rétrospectives et perspectives ». *Traducteurs de Shanghai*, 2016 (05) : 49-55 + 95. (王洪涛. 中国社会翻译学研究十年(2006—2016): 思考、回顾与展望[J]. 上海翻译, 2016(05):49-55+95.)

WANG, Mei-Xiu. « Le mouvement des femmes chinoises modernes sous l'influence des pensées occidentales ». *Journal de l'Université de Beijing (Édition de philosophie et de sciences sociales)*, 1995, {4}(04):105-111. (王美秀. 西学东渐影响下的中国近代妇女运动[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 1995, {4}(04):105-111.)

WANG, Meng-yao, ZHANG, Wei-hong, MU, Yi, *et al.* « Contraceptive practices among unmarried women in China, 1982–2017: systematic review and meta-analysis ». *The European Journal of Contraception & Reproductive Health Care*, 2019, vol. 24, no 1, pp. 54-60.

WANG, Ping. « L'influence des programmes télévisés sur l'attitude envers le mariage et les rencontres d'amour des adolescents : une perspective de la représentation sociale ». *Zhejiang Academic Journal*, 2012(04) : 204-209. (王平. 电视婚

恋交友节目对青少年恋爱观的影响: 社会表征的视角[J]. 浙江学刊, 2012(04):204-209.)

WANG, Yin-sheng. *L'image de l'Occident en Chine*. Beijing : Édition de Tuanjie, 2015. (王寅生 编订. 中国的西方形象[M]. 团结出版社, 2015)

WEI, Yong-Feng. « Différences entre les sexes dans la relation entre la qualité du mariage et les attitudes envers l'adultère ». *Collection d'études sur les femmes*, 2015(02):41-48. (魏永峰. 婚姻质量与婚外性态度关系中的性别差异[J]. 妇女研究论丛, 2015(02):41-48.)

WU, Jia. *Les stéréotypes des étudiants de Shanghai sur la France*. Université Jiaotong de Shanghai, 2010. (吴佳. 上海大学生对法国的刻板印象研究[D]. 上海交通大学, 2010.)

XIAO, Suo-Wei. « “Mère stricte et grands-parents bienveillants” : Coopération intergénérationnelle et relations de pouvoir dans l'éducation des enfants ». *Recherche sociologique*, 2014, 29(06) : 148-171+244-245. (肖索未. “严母慈祖” : 儿童抚育中的代际合作与权力关系[J]. 社会学研究, 2014,29(06):148-171+244-245.)

XU, Yi et LIU, Ya. « Première expérience de la maternité : Une étude sur la pratique de l'allaitement des femmes urbaines basée sur l'auto-ethnographie et l'ethnographie en ligne ». *Sciences sociales du Shandong*, 2017(8) : 95-106. (许怡, 刘亚. 母职初体验: 基于自我民族志与网络民族志的城市女性哺乳实践研究 [J] . 山东社会科学, 2017(8) : 95-106.)

YANG Ju-Hua et SUN, Chao. « Analyse de l'évolution du taux de divorce chinois et des caractéristiques des divorcées ». *Journal de l'Institut d'administration de Pékin*, 2021 (2) : 63-72. (杨菊华, 孙超. 我国离婚率变动趋势及离婚态人群特征分析[J]. 北京行政学院学报, 2021(2):63-72.)

YANG, Ke. « La maternité en tant qu'agente : l'évolution de la maternité dans le contexte de la marchandisation de l'éducation », *Collection d'études sur les femmes*, 2018(02) : 79-90.

(杨可. 母职的经纪人化——教育市场化背景下的母职变迁[J]. 妇女研究论丛, 2018(02):79-90.)

YANG, Lian-Fen. « Nouvelle éthique et anciens rôles : le dilemme identitaire des nouvelles femmes ». *Chinese Social Sciences*, 2010(05) : 206-219+224. (杨联芬. 新伦理与旧角色: 五四新女性身份认同的困境[J]. 中国社会科学, 2010(05): 206-219+224.)

YOU, Jia. *Recherche sur l'anxiété des parents chinois contemporaine perçue sur les nouveaux médias*. Université du Hebei, 2019. (尤佳. 新媒体视域下中国当代育儿焦虑研究[D]. 河北大学, 2019.)

YU, Jia et Xie, Yu. « Analyse du statut de cohabitation pré-nuptiale des résidents chinois et ses facteurs d'influence ». *Recherches démographiques*, 2017, 41 (2) : 3-16. (於嘉, 谢宇. 我国居民初婚前同居状况及影响因素分析[J]. 人口研究, 2017, 41(2):3-16.)

YU, Jia, ZHAO, Xiao-Hang et XIE, Yu. « La formation et la désintégration du mariage chinois contemporain : tendances et comparaisons internationales ». *Recherches démographiques*, 2020, 44 (5) : 3-18. (於嘉, 赵晓航, 谢宇. 当代中国婚姻的形成与解体: 趋势与国际比较[J]. 人口研究, 2020, 44(5):3-18.)

YU, Zhi-Qiang. « Analyse des motivations et des pratiques de la cohabitation des femmes cols blancs urbains ». *Études des jeunes Chinois*, 2019 (4) : 82-90. (于志强. 都市白领女性同居动机与实践过程分析[J]. 中国青年研究, 2019(4):82-90.)

YU, Zhi-qiang. « Recherche sur les différences intergénérationnelles et le mécanisme de négociation des jeunes urbains vivant en cohabitation avant le mariage ». *Journal de l'Université de Yangzhou : édition des sciences humaines et sociales*, 2020, 24(4) : 103-115. (于志强. 都市青年婚前同居的代际分歧与协商机制研究[J]. 扬州大学学报: 人文社会科学版, 2020, 24(4):103-115.)



YUAN, Hao, LUO, Jin-feng et ZHANG, Shan-Shan. « Étude sur la cohabitation pré-nuptiale et la qualité du mariage des jeunes femmes chinoises ». *Études des jeunes Chinois*, 2016, 247 (9) : 13-22. (袁浩, 罗金凤, 张姗姗. 中国青年女性婚前同居与婚姻质量研究[J]. 中国青年研究, 2016, 247(9): 13-22.)

ZHAI, Zhen-Wu et LIU, Wen-li. « Les Chinois ne se marient-ils plus – la tendance de nuptialité selon les tranches d'âge ». *Exploration et controverse*, 2020 (2) : 122-130. (翟振武, 刘雯莉. 中国人真的都不结婚了吗—从队列的视角看中国人的结婚和不婚[J]. 探索与争鸣, 2020(2):122-130.)

ZHANG Nan et PAN Sui-Ming. « La structure de base et la signification des relations sexuelles : étude comparative empirique sur la cohabitation et le mariage ». *Academia*, 2016(6) : 52-61. (张楠, 潘绥铭. 性关系的核心结构及其意义—非婚同居与婚姻的实证比较研究[J]. 学术界, 2016(6):52-61.)

ZHANG, Hong-yu. « Étude sur les attitudes des jeunes envers le divorce et les divorcées dans la nouvelle ère ». *Nouvelle génération*, 2020(2) : 50-55. (张洪玉. 新时代青年对离婚及离异者的态度研究[J]. 新生代, 2020(2):50-55.)

ZHANG, Yue-Yun, WANG, Xin, et PAN, Suiming. « Prevalence and Patterns of Extramarital Sex among Chinese Men and Women: 2000-2015 ». *The Journal of Sex Research*, 2021, vol. 58, no 1, pp. 41-50.

ZHAO, Ji-Hong. « L'Image des femmes occidentales transmise par le Journal des Femmes de Beijing ». Dans : MENG, Hua. *Images d'Occidentaux dans la littérature chinoise*. Hefei : Anhui Éducation Press, 2006, pp.118-152. (赵继红 《北京女报》传递的西方女性形象[A] in 孟华 等著. 中国文学中的西方人形象[C]. 安徽教育出版社, 2006, pp.118-152.)

ZHAO, Yong. « À qui est “l'esthétisation de la vie quotidienne” ? Comment faire de la “recherche culturelle” ? Discussion avec le professeur Tao Dong-Feng ». *Journal*

*académique du Heibei*, 2004(05) : 81-85. (赵勇. 谁的“日常生活审美化”? 怎样做“文化研究”?——与陶东风教授商榷[J]. 河北学刊, 2004(05):81-85.)

ZHENG, Li-Hua et DESJEUX, Dominique. *Entreprises et vie quotidienne en Chine : approche interculturelle*. Paris : Éditions L'Harmattan, 2002.

ZHENG, Li-Hua et YANG, Xiao-Min. *La vie des retraités chinois*. Paris : l'Harmattan, 2021.

ZHENG, Yang. « Les changements du mode parental et la reconstruction de la “maternité” au cours de l'évolution de la société : Observation des groupes parentaux sur le réseau de WeChat ». *Sciences sociales du Guizhou*, 2019(07):87-95. (郑杨. 社会变迁中的育儿模式变化与“母职”重构——对微信育儿群的观察[J]. 贵州社会科学, 2019(07):87-95.)

ZHOU, Ning et ZHOU, Yunlong. *Un pays étranger est un miroir négatif : un entretien sur l'imagologie interculturelle*. Beijing : Beijing University Press, 2014 (周宁、周云龙 著. 他乡是一面负向的镜子——跨文化形象学的访谈[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014)

## Sites Web

François Kraus. *Les Français et l'infidélité*. IFOP. Sondage daté de 24/04/2016. <https://www.ifop.com/publication/les-francais-et-linfidelite/>

François Kraus. *Observation européenne de l'infidélité féminine*. Sondage daté de 06/06/2019. IFOP. <https://www.ifop.com/publication/observatoire-europeen-de-linfidelite-feminine/>

*Trends in Contraceptive Use Worldwide 2015*, UN, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. New York: United Nations. 2015 : 51. [https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/undesa\\_pd\\_report\\_2015\\_trends\\_contraceptive\\_use.pdf](https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/undesa_pd_report_2015_trends_contraceptive_use.pdf)

*Global gender gap report 2021*. World Economic Forum.  
<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

« Trending in China: Is Éducation To Blame For China's Falling Fertility Rate? » <https://www.caixinglobal.com/2021-02-23/china-still-far-from-semiconductor-self-sufficiency-report-says-101665965.html>

« How Chinese students cope in the world's most competitive education system? »

<https://blog.sinorbis.com/chinese-students-competition>

« La cigarette de Coco Chanel, nouvelle victime de la loi Evin ». *Le Figaro*. <https://www.lefigaro.fr/cinema/2009/04/22/03002-20090422ARTFIG00382-la-cigarette-de-coco-chanel-nouvelle-victime-de-la-loi-evin.php>

« Influenceuses mode : les blogueuses et instagrameuses à suivre » <https://www.journaldesfemmes.fr/mode/magazine-mode/1989449-blogueuses-instagrameuses-influenceuses/>

« Le Boom du "No Bra", tendance de fond ou effet de mode? », sondage fait par l'Institut d'Études Opinion et Marketing en France et à l'International. <https://www.ifop.com/publication/le-boom-du-no-bra-tendance-de-fond-ou-effet-de-mode/>

# Annexes

## I. Liste des articles sur le réseau WeChat

N°	Date	Intitulé	Site Web
1	2016-04-23	Avec ces 20 choses, les femmes françaises gardent leur l'élégance pour toute la vie. (法国女人用这20件事, 优雅了一辈子)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Gq6-OsswxTbOQX1fTD3MRA">https://mp.weixin.qq.com/s/Gq6-OsswxTbOQX1fTD3MRA</a>
2	2018-01-21	Chanel la déesse indépendante : savoir se plaire, c'est la meilleure attitude pour une femme (独立女神香奈儿: 悦己, 是女人最好的态度)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/jv0AHxd9NOsyXoS_jeAYA">https://mp.weixin.qq.com/s/jv0AHxd9NOsyXoS_jeAYA</a>
3	2016-09-10	Elle, qui a 59 ans, est chic depuis 35 ans. Avec des articles qui coûtent seulement des centaines de <i>yuan</i> chacun, elle démontre la mode à la française! (59岁的她时髦了35年, 却只用几百块穿出了法国女人的时尚圣经!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/V4fTweL-CgHZwD0hId7lhDg">https://mp.weixin.qq.com/s/V4fTweL-CgHZwD0hId7lhDg</a>
4	2018-08-07	Les Françaises qui ne font pas de sport vous disent les secrets de manger sans grossir (这些不爱运动的法国女人, 说出了光吃不胖的秘密)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/-JjJg5CFeECttYjIcuZK3w">https://mp.weixin.qq.com/s/-JjJg5CFeECttYjIcuZK3w</a>
5	2019-02-21	On dit que les femmes françaises s'habillent bien, mais en fait leurs maisons sont aussi très belles. (都说法国女人穿衣好看, 其实她们的家也很美!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/dVYrleoL9PejmOcrOLA0mg">https://mp.weixin.qq.com/s/dVYrleoL9PejmOcrOLA0mg</a>
6	2019-07-08	Belles et à la mode, ces quatre femmes françaises sont dignes de notre attention! (好看又会穿, 这4个法国女人每个都值得关注!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/cT1cmqc6hpkWvy0ZWEZW8A">https://mp.weixin.qq.com/s/cT1cmqc6hpkWvy0ZWEZW8A</a>
7	2017-06-08	Comment s'habiller après avoir 30 ans? Les femmes françaises vous renseignent. (30岁以后穿什么, 看法国女人怎么说)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/vug6JAHwAEch7E_JIYaMA">https://mp.weixin.qq.com/s/vug6JAHwAEch7E_JIYaMA</a>
8	2018-07-13	Pourquoi toutes les femmes françaises aiment le porter? (为啥法国女人都爱把它穿在身上?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Zsjae1LW3z7W-e5UyEhwQ">https://mp.weixin.qq.com/s/Zsjae1LW3z7W-e5UyEhwQ</a>
9	Supprimé	Avec ces 22 choses, les femmes françaises gardent leur l'élégance pour toute la vie. (法国女人用这22件事 优雅了一辈子)	
10	2019-06-03	Pourquoi les femmes françaises restent sexy même après avoir 50 ans? (50岁的法国女人为何依然性感?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/0Z_G4yEgTwh7v8stu25Edg">https://mp.weixin.qq.com/s/0Z_G4yEgTwh7v8stu25Edg</a>
11	2018-11-05	Trois paires de chaussures préférées des femmes françaises, vous pouvez les acheter pour quelques centaines de <i>yuan</i> (法国女人最爱的三双鞋, 几百元就能买到)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/lJm1sgrE64Qb6l6U0Y8sQ">https://mp.weixin.qq.com/s/lJm1sgrE64Qb6l6U0Y8sQ</a>
12	2016-02-24	Pourquoi les Françaises n'achètent pas les sacs des marques de Luxe? (为什么法国女人不买名牌包?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/TOTNJaay7wtj_Y8yFgo-9g">https://mp.weixin.qq.com/s/TOTNJaay7wtj_Y8yFgo-9g</a>
13	2019-07-16	Les marques que les femmes françaises portent vraiment sont différentes de ce que vous pensez (法国女人真正在穿的牌子, 和你们想的不一样)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/b1Vyc_S1dLYiNWTq0zhzwQ">https://mp.weixin.qq.com/s/b1Vyc_S1dLYiNWTq0zhzwQ</a>

Comment les femmes chinoises voient les femmes françaises

14	2019-06-13	Les femmes françaises se fichent de « l'élégance à la française » (法国女人才不在乎什么“法式优雅”呢)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ikXFwIYrS7JosayeWuQa1A">https://mp.weixin.qq.com/s/ikXFwIYrS7JosayeWuQa1A</a>
15	2017-07-31	La plus grande actrice française est morte (最伟大的法国女演员死了)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/H9u7oW3nunF2vQ7F_xkcxA">https://mp.weixin.qq.com/s/H9u7oW3nunF2vQ7F_xkcxA</a>
16	2015-10-11	Guide d'habillement des femmes françaises : imiter facilement le chic parisien (法国女人的穿衣宝典 - 轻松模仿 Parisian Chic)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/riSIXNT9Wp5NaEDjBDDCBQ">https://mp.weixin.qq.com/s/riSIXNT9Wp5NaEDjBDDCBQ</a>
17	2019-09-09	Les femmes françaises à la mode disent que les meilleures histoires sont celles avec des aliments (时髦的法国女人说, 最精彩的故事是吃出来的)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/fvrNztfvrVwZWU5bOCNTTg">https://mp.weixin.qq.com/s/fvrNztfvrVwZWU5bOCNTTg</a>
18	2018-01-18	Mesdemoiselles, n'enviez plus la vie des femmes françaises! (姑娘, 别再羡慕法国女人的生活!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/sTKIHjLIpM_DISZ_QMwTeg">https://mp.weixin.qq.com/s/sTKIHjLIpM_DISZ_QMwTeg</a>
19	2019-06-20	Tout le monde dit que ce sont les femmes françaises qui s'habillent le plus, oubliez-vous les femmes italiennes? (都说法国女人最会穿, 你把意大利女人放哪?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/rkdelWgeueFD_wdHXmf0ZA">https://mp.weixin.qq.com/s/rkdelWgeueFD_wdHXmf0ZA</a>
20	2018-06-19	Pourquoi toutes les femmes veulent devenir femmes françaises? (为什么每个女人, 都想成为法国女人?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ufW_juNAaLoVoGWWBeVkcA">https://mp.weixin.qq.com/s/ufW_juNAaLoVoGWWBeVkcA</a>
21	2017-04-29	Les secrets des femmes françaises de garder l'élégance de 20 ans jusqu'à 80 ans (法国女人从20岁到80岁, 一直优雅的秘密)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ISaYvqxGKsmy9IUEG0So_Q">https://mp.weixin.qq.com/s/ISaYvqxGKsmy9IUEG0So_Q</a>
22	2019-04-20	Ces femmes françaises sont les déesses dans mon cœur (说到法国美女 这些女明星才是我心里的女神)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/lCg0NbwgopTqs_7moWKX3Q">https://mp.weixin.qq.com/s/lCg0NbwgopTqs_7moWKX3Q</a>
23	2020-04-25	Avec seulement quatre vêtements, les femmes françaises peuvent s'habiller de 100 manières (法国女人的衣橱只有4件衣服, 却穿出了100种搭配!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/45Bc0I1ssjDjrTz7q-rqw">https://mp.weixin.qq.com/s/45Bc0I1ssjDjrTz7q-rqw</a>
24	2017-10-02	Comment les femmes françaises voient le vieillissement? C'est l'éternel de la beauté (法国女人如何看待衰老? 那是美走投无路的绝境)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/fq3wVkv2WtuVFzUOUp/737g">https://mp.weixin.qq.com/s/fq3wVkv2WtuVFzUOUp/737g</a>
25	2018-11-03	Derrière la délicatesse décontractée des femmes françaises... (法国女人漫不经心的精致背后.....)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/PzuhPjT009JwMaab35JZ_A">https://mp.weixin.qq.com/s/PzuhPjT009JwMaab35JZ_A</a>
26	2020-03-05	Les femmes françaises peuvent être chic sans effort? Pas vraiment. (法国女人的时髦毫不费力? 还真不是)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/3G2PF17p8-tCH2ADZH9jw">https://mp.weixin.qq.com/s/3G2PF17p8-tCH2ADZH9jw</a>
27	2016-04-26	La délicatesse des femmes françaises est le meilleur mode de vie (法国女人的精致才是打开生活的正确方式)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/LAsiDAdK48fiWxZtyH_MMA">https://mp.weixin.qq.com/s/LAsiDAdK48fiWxZtyH_MMA</a>
28	2017-03-08	C'est comme ça les femmes françaises séduisent les hommes du monde (法国女人就这样诱惑了全世界的男人)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/g9G4oy5kD-m4aaaOP3fSYA">https://mp.weixin.qq.com/s/g9G4oy5kD-m4aaaOP3fSYA</a>
29	2017-06-02	Sophie Marceau, pourquoi les femmes françaises possèdent ce charme fatal? (苏菲·玛索: 为什么法国女人都有一种致命的吸引力?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/1RoJkVfpxColws2jzW4qVQ">https://mp.weixin.qq.com/s/1RoJkVfpxColws2jzW4qVQ</a>

30	2019-05-08	Cette femme française a déjà 52 ans. Vivant dans l'amour, elle est toujours belle. (这个法国女人52岁了, 活在爱里的她一直很美)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Dueas54X67TFWgLFk59ZlQ">https://mp.weixin.qq.com/s/Dueas54X67TFWgLFk59ZlQ</a>
31	2018-10-28	Le mode de s'habiller que j'ai appris pendant les années de séjour en France (那些年我在法国学会的穿衣搭配)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/wO17ruxadTfwg5PwQZC14g">https://mp.weixin.qq.com/s/wO17ruxadTfwg5PwQZC14g</a>
32	2019-11-21	En fait, les femmes françaises ne sont pas les seules qui sont à la mode (其实 时髦的不只有法国女人)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/vbtr-lnbXW_Gv1wkRe5MvQ">https://mp.weixin.qq.com/s/vbtr-lnbXW_Gv1wkRe5MvQ</a>
33	2017-10-30	Les maisons des femmes françaises (法国女人怎么住?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/bExNSn_85_r6ONHqj0ubzg">https://mp.weixin.qq.com/s/bExNSn_85_r6ONHqj0ubzg</a>
34	2016-11-29	Avec ces trois trucs, les femmes françaises gardent leur élégance pour toute la vie (法国女人用这三招, 优雅了一辈子)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/rrr_d4ZZs-bADIEvfInYSQ">https://mp.weixin.qq.com/s/rrr_d4ZZs-bADIEvfInYSQ</a>
35	2019-07-02	Pourquoi les Françaises ne grossissent pas même après l'accouchement (为什么生了孩子的法国女人, 还是不会胖)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/JS_3p-XqUSLzQz9VtTKVdw">https://mp.weixin.qq.com/s/JS_3p-XqUSLzQz9VtTKVdw</a>
36	Supprimé	Après avoir vu toutes ces jolies influenceuses, pourquoi les gens du monde entier adorent encore la beauté des femmes françaises? (为什么见过这么多漂亮网红, 全世界依然迷恋法国女人的美?)	
37	2017-03-16	Une artiste française qui a peint de vieux panneaux de porte en Chine pendant de nombreuses années (一个法国女艺术家, 在中国画了好些年旧门板)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/9LMxNevMk67155kYiTCmiQ">https://mp.weixin.qq.com/s/9LMxNevMk67155kYiTCmiQ</a>
38	2020-05-20	Les secrets de l'élégance des femmes françaises, j'en ai trouvé dans leurs maisons (法国女人优雅的秘密, 我在她们家里找到了答案)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/rRgfeOJyasXGLdvtAOLf9w">https://mp.weixin.qq.com/s/rRgfeOJyasXGLdvtAOLf9w</a>
39	2017-06-08	Après avoir vu les photos des filles françaises dans la rue, je me trouve que je m'habille très mal (看完法国女生的街拍, 觉得自己穿得好逊噢)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ley2bAXMM5vJYiVTNyM6Rw">https://mp.weixin.qq.com/s/ley2bAXMM5vJYiVTNyM6Rw</a>
40	2016-03-02	Pourquoi les Françaises peuvent jouer de la gastronomie sans grossir, alors que toi, tu grossis en ne prenant que de l'eau? (为什么法国女人狂爱美食也不胖, 而你却是喝水肥)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/duZ29C98ad6K3Dj60PCq4g">https://mp.weixin.qq.com/s/duZ29C98ad6K3Dj60PCq4g</a>
41	2019-03-01	Une femme écrivaine de 66 ans est tombée amoureuse d'un jeune homme de 27 ans. La femme va mourir sans amour? (66岁法国女作家爱上27岁小鲜肉: 没有爱情的女人, 真的会死吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/LXUuyPsEda7OPXoGXROvg">https://mp.weixin.qq.com/s/LXUuyPsEda7OPXoGXROvg</a>
42	2017-05-17	Réveille-toi! Tu ne deviendras jamais femme française même si tu t'habilles comme ça! (醒醒! 就算穿这些你也成不了法国女人!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/dUiNEji_ZhKdN9TtCH7B_A">https://mp.weixin.qq.com/s/dUiNEji_ZhKdN9TtCH7B_A</a>
43	2014-01-08	Il n'y a pas de femme restante en France. Vieillir comme une femme française (法国无剩女: 像法国女人那样优雅地老去!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/15M53j-bvpspppN-Ky1jIA">https://mp.weixin.qq.com/s/15M53j-bvpspppN-Ky1jIA</a>
44	2019-12-16	Les femmes françaises savent toujours se plaire (法国女人总是懂得取悦自己)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/dZeo5sAsI.9HIDS75xvU4g">https://mp.weixin.qq.com/s/dZeo5sAsI.9HIDS75xvU4g</a>
45	2020-04-29	Les femmes chinoises sont malheureuses? Regarde la vie des femmes françaises! (中国女人苦? 看看法国女人的日子!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ZGnkcOedWmK49LpuD-rfbA">https://mp.weixin.qq.com/s/ZGnkcOedWmK49LpuD-rfbA</a>
46	2020-01-08	Les femmes à la mode se fichent de l'âge (时髦的女人, 不在乎年龄)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Z8pVeah5J09jZD-D5Npq7g">https://mp.weixin.qq.com/s/Z8pVeah5J09jZD-D5Npq7g</a>

*Comment les femmes chinoises voient les femmes françaises*

47	Supprimé	La prostituée la plus belle dans la rue de la France n'est pas sale du tout (法国堕落街的最美站街女, 一点也不肮脏)	
48	2020-05-13	Cette femme qui s'occupe des finances publiques de la France n'est pas ordinaire (这个天天和钱打交道的女人, 一点都不俗)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/teYYVoVyIeXd2Dr_Rut2bA">https://mp.weixin.qq.com/s/teYYVoVyIeXd2Dr_Rut2bA</a>
49	2019-11-13	Pourquoi la vie des femmes françaises d'âge moyen n'est pas dans la merde? (狼狽的中年, 为什么总与法国女人无缘?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/M9Pc3s_Vk7dJbB_K_P8S9A">https://mp.weixin.qq.com/s/M9Pc3s_Vk7dJbB_K_P8S9A</a>
50	2020-04-25	L'aura mystérieuse des femmes françaises est brisée par la pandémie (法国女人的神话光环, 被疫情戳破了)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/JEvqZNFNIWQTZW5I5I9FQ">https://mp.weixin.qq.com/s/JEvqZNFNIWQTZW5I5I9FQ</a>
51	2017-05-10	Elle n'a pas la beauté attrayante, mais elle a l'élégance, la jouissance et la confiance en soi. Ça, c'est la légende et le secret des femmes françaises (不是大美女, 但她有优雅, 愉悦, 和自信, 这就是法国女人的传奇和秘密)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/SF9Q1AhXcS_budszoB7YGa">https://mp.weixin.qq.com/s/SF9Q1AhXcS_budszoB7YGa</a>
52	2014-08-17	Pourquoi les Françaises ne prennent-elles plus le soleil torse nu? (法国女人为什么不再裸露上身晒日光浴?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/AZZLdQGw_YMJCbWZ1Van4A">https://mp.weixin.qq.com/s/AZZLdQGw_YMJCbWZ1Van4A</a>
53	2016-01-12	Peut-être tu es aussi une femme française (也许你也是个法国女人)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/dHZ1AbzD9d7RIYeaO2blg">https://mp.weixin.qq.com/s/dHZ1AbzD9d7RIYeaO2blg</a>
54	2018-08-14	Les femmes françaises n'aiment pas porter le soutien-gorge? J'adore mieux leur comportement quotidien (法国女人不喜欢穿内衣? 我更欣赏的是她们的生活态度)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/EdE4Ily711uagOQO8a-Ecg">https://mp.weixin.qq.com/s/EdE4Ily711uagOQO8a-Ecg</a>
55	2014-12-29	Pourquoi tous les hommes aiment les femmes françaises (为什么男人们都爱法国女人)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/NeLBIqDcYKIXF5ZC7NDIRg">https://mp.weixin.qq.com/s/NeLBIqDcYKIXF5ZC7NDIRg</a>
56	2018-03-12	La philosophie de vie des femmes française existe-t-elle vraiment? (法国女性的生活哲学真的存在吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/itCKEwNdcyfzqWYwlggafA">https://mp.weixin.qq.com/s/itCKEwNdcyfzqWYwlggafA</a>
57	2018-11-19	Le romantisme des femmes françaises consiste à l'indépendance (她们的浪漫在骨子里, 成了一种独立)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/6f4jemOPKOx4LgNM2zuVPA">https://mp.weixin.qq.com/s/6f4jemOPKOx4LgNM2zuVPA</a>
58	2018-11-24	Comment les femmes françaises vivent la vie d'une espèce unique? (巴黎女人, 怎么能活成一个独特物种?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/hEnoJeurwMVT0R1e2IaD2g">https://mp.weixin.qq.com/s/hEnoJeurwMVT0R1e2IaD2g</a>
59	2018-08-24	La déesse sensuelle d'hier est déjà vieillie, mais elle vit encore une vie épanouie sans aller au salon de coiffure ni au restaurant! 曾经的法国性感女神如今年老色衰, 不理发不去餐厅一样活得尽兴!	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/AiQdE_6gJFFZLnBQT0An4w">https://mp.weixin.qq.com/s/AiQdE_6gJFFZLnBQT0An4w</a>
60	2017-08-18	Dix secrets de la parentalité des femmes françaises (法国妈妈育儿的10个诀窍)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/yqInMt5td22W0J_ck6fZ8w">https://mp.weixin.qq.com/s/yqInMt5td22W0J_ck6fZ8w</a>
61	2019-04-21	La France est vraiment romantique? (法国真的浪漫吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/wAsitbi0yo8bXHkN6gI4Kw">https://mp.weixin.qq.com/s/wAsitbi0yo8bXHkN6gI4Kw</a>
62	2019-04-23	Est-ce que l'adultère est une sorte de romantisme en France? (出轨在法国是一种浪漫吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/3zwtACT41r8doej41XUcwQ">https://mp.weixin.qq.com/s/3zwtACT41r8doej41XUcwQ</a>
63	2017-09-21	Quant à l'infidélité conjugale, les conceptions des Françaises sont les plus « incorrects » (论出轨, 法国人的三观最不“正”)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/hFjIs2d-TmyqYhBTQOx8JQ">https://mp.weixin.qq.com/s/hFjIs2d-TmyqYhBTQOx8JQ</a>

64	2017-04-14	Comment les Français voient l'infidélité conjugale (法国人的出轨观)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/efhsxsq5ddvOfKuDPZBOnQ">https://mp.weixin.qq.com/s/efhsxsq5ddvOfKuDPZBOnQ</a>
65	2016-12-07	Appelle ta maman, fais-lui voir comment Sophie Marceau fait de la danse de place avec du style (快叫老妈来看, 学苏菲玛索把广场舞跳出高大上)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/gII7An86a-urm66XIu0R6Q">https://mp.weixin.qq.com/s/gII7An86a-urm66XIu0R6Q</a>
66	2016-03-31	Est-ce que Sophie Marceau, après avoir fait de la danse de place, est encore une déesse? (跳过广场舞的苏菲·玛索还是女神吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/W0xfVYD1ofAJaw3zTISI-Q">https://mp.weixin.qq.com/s/W0xfVYD1ofAJaw3zTISI-Q</a>
67	2019-06-03	Pourquoi j'adore Isabelle Hubert? (我为什么喜欢于佩尔)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/qQDBDmPxO2VWMJjiaS4W98w">https://mp.weixin.qq.com/s/qQDBDmPxO2VWMJjiaS4W98w</a>
68	2017-02-24	La qualification et le développement des femmes au foyer (论家庭主妇的资格和发展)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/rzjdljvrf5yk5SSl6D9Ng">https://mp.weixin.qq.com/s/rzjdljvrf5yk5SSl6D9Ng</a>
69	2020-07-24	Le débat provoqué par « Seulement trente ans » : est-ce que les femmes au foyer peuvent être considérées étant femmes indépendantes? La réponse des femmes françaises est intéressante! (《三十而已》引发讨论: 全职太太算不算独立女性? 法国太太的回答亮了!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/_RYRtSMYd5QJ2t4rhjXDuA">https://mp.weixin.qq.com/s/_RYRtSMYd5QJ2t4rhjXDuA</a>
70	2020-07-15	Pourquoi les femmes françaises n'ont pas l'air vieilles? Je conclus quatre techniques de leur habillement! (为什么巴黎女人不显老? 姐姐总结了4点穿搭精髓!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/7A5vmx2tV_66t7w-CaxEjg">https://mp.weixin.qq.com/s/7A5vmx2tV_66t7w-CaxEjg</a>
71	2020-08-13	Seul le style « français » peut vaincre le style de BM (能打败BM的只有“法式风”了)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/loOvIXcbAQMtm4L3oqTg">https://mp.weixin.qq.com/s/loOvIXcbAQMtm4L3oqTg</a>
72	2020-05-13	Pourquoi les visages d'influenceuses que tout le monde déteste se voient partout dans le monde? (为什么女人都讨厌的网红脸, 却霸屏了全世界?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Wy4jpOwfm_bB5kVDt6l25w">https://mp.weixin.qq.com/s/Wy4jpOwfm_bB5kVDt6l25w</a>
73	2021-05-25	Pourquoi les Femmes françaises n'aiment pas la chirurgie esthétique? (为什么法国女人不爱整容?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/yQSOP4k1JEjgfrdg0JIJQ">https://mp.weixin.qq.com/s/yQSOP4k1JEjgfrdg0JIJQ</a>
74	2019-09-09	Les influenceuses françaises ne dépendent pas de leur apparence, n'aiment-elles pas la beauté? (法国“网红”不靠脸, 难道是他们不“爱美”吗)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ygllc5kgfg4wm5CA64LuRg">https://mp.weixin.qq.com/s/ygllc5kgfg4wm5CA64LuRg</a>
75	2019-04-09	La beauté naturelle vs la beauté opérée, quelle est la solution médiane de l'esthétique des Français? (自然美vs整容美, 什么是法国人审美的中庸之道?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/JF2YIzNx1BhIhEKV3GI00w">https://mp.weixin.qq.com/s/JF2YIzNx1BhIhEKV3GI00w</a>
76	2020-09-14	Les femmes françaises disent que la beauté est payante (法国女人说, 美丽是需要付出代价的)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/0vlj8905dOCipGoD70A1SA">https://mp.weixin.qq.com/s/0vlj8905dOCipGoD70A1SA</a>
77	Supprimé	La vie quotidienne des femmes françaises constitue la salle de gym (法国女人“生活”就是健身房)	
78	2014-10-26	Pourquoi les Françaises sont plus dignes des Produits du Luxe (为什么法国女人更能成为奢侈品的真正主人)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/a-CEHp9qKTt2cR5G3yDc5g">https://mp.weixin.qq.com/s/a-CEHp9qKTt2cR5G3yDc5g</a>
79	2018-10-11	Pourquoi les mères françaises n'ont pas besoin d'apprendre les techniques de parentalité et pourquoi elles peuvent prendre du café et faire une manucure tout en s'occupant des enfants et travaillant? (法国妈妈为何不用发奋学习育儿方法, 还能在带娃的同时优雅地喝着咖啡涂着指甲油顺便升职加薪?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/dPGUAIN3ntVHw2ra2P2SmIA">https://mp.weixin.qq.com/s/dPGUAIN3ntVHw2ra2P2SmIA</a>



80	2018-04-25	Les mères françaises sont décontractées et élégantes? Vous ne voyez pas leurs difficultés. (法国妈妈轻松又优雅? 那是你没看到她们的无奈和挣扎)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/T7Ar75_ARNUrTwwFI9W5JA">https://mp.weixin.qq.com/s/T7Ar75_ARNUrTwwFI9W5JA</a>
81	2016-04-27	Deux secrets de parentalité des mères françaises (法国妈妈优雅带小孩的两个关键秘诀)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/kJy51jyETqB75fss4f4m11A">https://mp.weixin.qq.com/s/kJy51jyETqB75fss4f4m11A</a>
82	2020-03-30	Mère chinoise en France : la suspension des cours me fait découvrir le sens de l'éducation française (法国华人妈妈: 这场突如其来的停课, 让我发现法式教育“欲擒故纵”的真谛)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/99nklBcd3X3ZhVtVtSaKlw">https://mp.weixin.qq.com/s/99nklBcd3X3ZhVtVtSaKlw</a>
83	2018-09-27	Même les mères américaines admirent les mères françaises capables de s'occuper des enfants et d'être élégantes en même temps (连美国妈妈都佩服, 为何法国妈妈带娃还能优雅)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/UNzhQ6_tKbPNC0exz0FFTA">https://mp.weixin.qq.com/s/UNzhQ6_tKbPNC0exz0FFTA</a>
84	2019-04-23	La cultivation de l'indépendance et de l'autonomie des enfants français (法国孩子独立自主能力培养)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/vXicv9-RbmxVG1RUeP_c6w">https://mp.weixin.qq.com/s/vXicv9-RbmxVG1RUeP_c6w</a>
85	2018-03-06	Les qualités indépendante et romantique des enfants français se sont développées comme ça (法国孩子的独立浪漫气质, 原来是这样培养的)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Bflvk9c48A25Fh9J-z58Vw">https://mp.weixin.qq.com/s/Bflvk9c48A25Fh9J-z58Vw</a>
86	2019-11-25	Comment les mères françaises s'occupent des enfants de manière élégante? (法国妈妈如何优雅育儿?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/sBYALahcYRfn_mM2z0kw2Q">https://mp.weixin.qq.com/s/sBYALahcYRfn_mM2z0kw2Q</a>
87	2020-02-20	Comment les Français, qui ne prennent pas grand cas des enfants, forment des enfants polis et aptes à réfléchir et à s'exprimer? (没把孩子太当回事儿的法国人, 如何培养温和守礼、思考力和表达力强的孩子?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/0LUGdqmrpCvWlG02AD_iQ">https://mp.weixin.qq.com/s/0LUGdqmrpCvWlG02AD_iQ</a>
88	2019-03-31	« Tout va bien », mais tout ne va pas bien, j'aime mieux la relation parent-enfant des Français (« 都挺好 »却都不好, 我还是喜欢法国父母与孩子之间的相处模式)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/9VLCmexE6Vquyd5qGEioLQ">https://mp.weixin.qq.com/s/9VLCmexE6Vquyd5qGEioLQ</a>
89	2014-09-28	Qu'est-ce que les Français enseignent aux petits enfants? 法国人的« 早教 »都教什么	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/wGhpNYJz4sA8GGk1AmqJ7A">https://mp.weixin.qq.com/s/wGhpNYJz4sA8GGk1AmqJ7A</a>
90	2020-11-23	La belle-mère française refuse de s'occuper des enfants, comment on s'en sortit? (我家法国婆婆拒绝带孩子, 日子怎么过?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/5fFltZ2WQGpKzy2W3rp-qw">https://mp.weixin.qq.com/s/5fFltZ2WQGpKzy2W3rp-qw</a>
91	2016-09-09	Mères vivant en France disent que la vie scolaire des enfants français n'est pas comme ce que vous l'imaginez (生活在法国的妈妈说: 法国儿童学习生活不是你们想的那样!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/mE7FcLqcTKni0Y8UU-JbYw">https://mp.weixin.qq.com/s/mE7FcLqcTKni0Y8UU-JbYw</a>
92	2017-05-13	Apprends les techniques de parentalité des femmes françaises élégantes, tu aimeras la maternité aussi (向优雅的法国女人学育儿, 你也会爱极了做妈妈)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/hrZ4jKH-4cD2VgTJ2MR5uA">https://mp.weixin.qq.com/s/hrZ4jKH-4cD2VgTJ2MR5uA</a>
93	2019-05-20	La raison pour laquelle les mères françaises sont si à l'aise, c'est qu'elles n'allaitent pas? (法国妈妈那么自在轻松, 只是因为她们没有母乳喂养?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/C5N9969XLp02eB-J2Y8Nvg">https://mp.weixin.qq.com/s/C5N9969XLp02eB-J2Y8Nvg</a>
94	2019-06-21	En quoi le concept de nourriture de la France se différencie de la nôtre? Du lait maternel ou du lait en poudre? Ne laissons pas l'obsession de l'allaitement nuire à notre plaisir d'être mère! (法国喂养理念的不同? 母乳还是奶粉? 别让母乳强迫症阻止你幸福当妈妈!)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/8eYaghTjS2rTgQX-Gbfm6g">https://mp.weixin.qq.com/s/8eYaghTjS2rTgQX-Gbfm6g</a>

95	2020-12-17	Tu hésites sur l'allaitement? Les mères françaises disent que les mamans doivent être plus désinvoltes (还在纠结要不要母乳? 法国妈妈说当妈就该潇洒一点)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/GyO6oEF8sPgWFEbGnG4CQ">https://mp.weixin.qq.com/s/GyO6oEF8sPgWFEbGnG4CQ</a>
96	2018-12-14	Les mères au foyer françaises passent toute la journée en jouant, buvant, prenant des photos et faisant des mini-blogs? (法国全职妈妈的一天, 居然是吃喝玩拍照发票圈?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/FaWhXxikTnsuVdc7PKGbgq">https://mp.weixin.qq.com/s/FaWhXxikTnsuVdc7PKGbgq</a>
97	2019-03-27	Les mères au foyer sont toutes rongées par la fatigue? Cette mère française, avec ses sept enfants et vingt chiens, vit une vie poétique! (全职妈妈都是黄脸婆? 这位法国妈妈生7个娃, 养20只狗, 把日子过成了诗)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/fMXYTHgbTGwYHS3fDrD-sA">https://mp.weixin.qq.com/s/fMXYTHgbTGwYHS3fDrD-sA</a>
98	2017-08-11	Quelle est l'expérience d'être mères au foyer en France? (在法国做全职妈妈是种什么样的体验?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Zfa7Of_v-tw-B74OC29rAg">https://mp.weixin.qq.com/s/Zfa7Of_v-tw-B74OC29rAg</a>
99	2020-12-11	Le délai de réflexion avant le divorce est officialisé en Chine! Les Français disent qu'il ne faut que ne pas se marier pour dissiper tous les ennuis! 中国式“离婚冷静期”定了! 法国人: 不结婚, 一切烦恼自动消失!	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/f6NyxtdDXu154h7ZQyHZlg">https://mp.weixin.qq.com/s/f6NyxtdDXu154h7ZQyHZlg</a>
100	2018-05-20	Pourquoi les jeunes Français ne veulent que tomber amoureux et ne veulent pas se marier? (法国年轻人为啥只恋爱不结婚?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/Yyggw8gJrZJPfWCya0m8jA">https://mp.weixin.qq.com/s/Yyggw8gJrZJPfWCya0m8jA</a>
101	2021-7-29	Les couples français préfèrent cohabiter et donner naissance aux enfants sans s'engager au mariage, tu peux accepter leurs idées? (同居生子但就是不结婚, 法国人的爱情观你能接受吗?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/uYOQnBjtvVUjkYwgYRkcA">https://mp.weixin.qq.com/s/uYOQnBjtvVUjkYwgYRkcA</a>
102	2019-03-22	En France, que se passe-t-il si on ne se marie jamais? (在法国一辈子不结婚会怎样?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/JksPjgPe03W12t9A8QdSzw">https://mp.weixin.qq.com/s/JksPjgPe03W12t9A8QdSzw</a>
103	2020-07-16	On peut devenir partenaires de vie légaux sans se marier? Le PACS des Français bouleverse le mariage traditionnel (不结婚也能成为合法伴侣? 法国的“同居协议”制度, 颠覆了传统的婚姻观)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/rpG60d5d91Q-zFMRlIJ7xA">https://mp.weixin.qq.com/s/rpG60d5d91Q-zFMRlIJ7xA</a>
104	2020-07-31	Voici un contrat de PACS (这里有一份“同居协议”)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/r8s2NjFh4VuhAQIEzYxEkA">https://mp.weixin.qq.com/s/r8s2NjFh4VuhAQIEzYxEkA</a>
105	2020-10-19	Vous désirez la garantie légale, mais ne voulez pas vous engager au mariage? Voici la solution (想要法律保障, 又不想走入婚姻? 这题有解)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/n29xokO3lJexjDvrOf38nQ">https://mp.weixin.qq.com/s/n29xokO3lJexjDvrOf38nQ</a>
106	2020-06-03	Quand les Chinois discutent le délai de réflexion avant le divorce, les Français ne se marient plus? (当大家热议«离婚冷静期»的时候, 法国人已经不结婚了?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/HzuChCZuDxwa9F-N46Lhww">https://mp.weixin.qq.com/s/HzuChCZuDxwa9F-N46Lhww</a>
107	2018-08-01	Quelle est l'expérience d'avoir une belle-mère française (家有法国婆婆, 是一种怎样的体验?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/GmrI.gqnQxwfbChBh_TQ8Kkg">https://mp.weixin.qq.com/s/GmrI.gqnQxwfbChBh_TQ8Kkg</a>
108	2020-08-19	Pourquoi les « da po » qui attaquent les « xiao san » sont typiquement chinoises? 痛打小三的«大奶教», 为什么是纯中国式的?	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/N7Ep0QY_uUK8pNcW0lNufQ">https://mp.weixin.qq.com/s/N7Ep0QY_uUK8pNcW0lNufQ</a>
109	2021-02-01	Pourquoi je n'oublie jamais cette histoire embarrassante qui a eu lieu il y a six ans? (记了6年的糗事儿, 为啥我就是忘不掉?)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/pctzOioWU15uxcv0j5otCA">https://mp.weixin.qq.com/s/pctzOioWU15uxcv0j5otCA</a>

110	2018-03-07	Histoire brève de la contraception : passion, amour, opportunité et liberté (极简避孕工具史, 关于激情, 爱, 机会, 以及自由)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/UYNg_nBrN-pECbP_HFWMfg">https://mp.weixin.qq.com/s/UYNg_nBrN-pECbP_HFWMfg</a>
111	2020-05-11	La jouissance sexuelle ne doit pas être son stigmate (性爱戏不应该是她的污点)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/oORtSRTxwWnly5L30oQmlQ">https://mp.weixin.qq.com/s/oORtSRTxwWnly5L30oQmlQ</a>
112	2018-03-23	Seuls les Chinois prennent l'amour des adolescents pour une catastrophe, à l'étranger les jeunes peuvent se marier à l'âge de 16 ans (早恋只在中国才是洪水猛兽 国外16岁结婚不是梦)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/kMLao-X5lMIC3lLAF-TuvQ">https://mp.weixin.qq.com/s/kMLao-X5lMIC3lLAF-TuvQ</a>
113	2020-10-15	Après que la fraude du faux Jin Dong soit percée à jour, j'espère que personne ne se moque d'elle ("假靳东"骗局被戳破后, 希望不要有人嘲笑她们)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/pSj8DffEfgUIoJvQG3gm9fw">https://mp.weixin.qq.com/s/pSj8DffEfgUIoJvQG3gm9fw</a>
114	2020-10-13	Je me suis infiltré dans le groupe de <i>Ming yuan</i> de shanghai pour les observer pendant un mois (我潜伏上海“名媛”群, 做了半个月的名媛观察者)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/z6ZZvP1_SXUAaz5CaMO_gg">https://mp.weixin.qq.com/s/z6ZZvP1_SXUAaz5CaMO_gg</a>
115	2019-10-18	Ceux qui s'opposent à l'éducation axée sur les concours en Chine sont vraiment stupides (在中国, 反抗应试教育的人, 是真蠢)	<a href="https://mp.weixin.qq.com/s/ZE2VnPgUZMkpshHBnL1ueg">https://mp.weixin.qq.com/s/ZE2VnPgUZMkpshHBnL1ueg</a>

## II. Liste des vlogues sur Le petit Livre rouge

N°	Date	Intitulé	Site Web
1	2021-01-06	Renoncer à l'angoisse liée à l'apparence. La beauté ne doit pas être unifiée, mais doit être diversifiée (拒绝容貌焦虑   美不是千篇一律而是各有千秋)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ff4bdf600000000101c1e0">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ff4bdf600000000101c1e0</a>
2	2020-11-12	En France, les femmes d'âge mûr sont plus adorées? (在法国, 大龄女性更受欢迎?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5fad32e200000000100543b">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5fad32e200000000100543b</a>
3	2020-09-08	Les Français achètent-ils des contrefaçons? (法国人会买奢侈品假货吗?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5f578fb800000000101ca1a">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5f578fb800000000101ca1a</a>
4	2021-04-10	Les filles françaises ne portent-elles pas de soutien-gorge? (法国女生真的不穿内衣吗?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607178dc0000000021038f50">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607178dc0000000021038f50</a>
5	2021-03-09	À quel point la sexualité des filles françaises se diffère de la nôtre? (法国女生性观念有多不一样?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/604757e300000000102c88c">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/604757e300000000102c88c</a>
6	2020-08-02	Les différences sino-françaises d'amour et de mariage (中法婚恋观差异)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5f25e97f000000001005688">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5f25e97f000000001005688</a>
7	2021-04-19	Pourquoi les femmes françaises ne craignent pas de devenir femmes restantes? (为什么法国女人不怕当剩女?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607d8a290000000021035e7b">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607d8a290000000021035e7b</a>
8	2021-04-18	La pression du mariage est si forte en Chine? (中国结婚压力那么大?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607b290c000000002103b8f7">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/607b290c000000002103b8f7</a>
9	2021-03-22	Est-ce que l'équivalence entre les deux familles est aussi importante pour le mariage des Français? (法国难道也有门当户对吗?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/60584cb300000000100227d">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/60584cb300000000100227d</a>
10	2021-04-25	Si une femme reste célibataire après avoir atteint l'âge de trente ans, elle finira par rester seule toute la vie? (女人过了30不结婚还单身, 就嫁不出去了?)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/608522d50000000021036d7f">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/608522d50000000021036d7f</a>
11	Supprimé	Sur l'infidélité des Français	
12	Supprimé	Sur le Bal des débutantes de Paris	
13	2019-05-28	Bilan des contraceptions saines, sûres et scientifiques (安全、不伤身体的科学避孕方式大盘点)	<a href="https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ced091a00000000d029ba3">https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5ced091a00000000d029ba3</a>

### III. Liste des interviewées

N°1, 29 ans, mariée, 2 enfants, gérante d'un salon de beauté, titulaire de baccalauréat

N°2, 53 ans, mariée, 1 fils travaillant en France, enseignante universitaire, titulaire de doctorat

N°3, 59 ans, divorcée, 1 fils, enseignante universitaire retraitée, titulaire de licence

N°4, 64 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire retraitée, titulaire de licence

N°5, 39 ans, mariée, sans enfant, enseignante universitaire, titulaire de master

N°6, 48 ans, mariée, 1 fille, enseignante universitaire, titulaire de doctorat

N°7, 36 ans, mariée, 2 enfants, femme au foyer, ancienne productrice audiovisuelle, titulaire de master, 3 ans d'études en France

N°8, 37 ans, célibataire, sans enfant, directrice d'une entreprise sino-française, titulaire de master en langue française

N°9, 36 ans, mariée, 1 fils, autoentrepreneur, titulaire de master, 3 ans d'études en France

N°10, 37 ans, mariée, sans enfant, employée d'une entreprise sino-française, titulaire de master, 2 ans d'études en France

N°11, 37 ans, mariée, 2 enfants, employée d'une entreprise de communication, titulaire de licence

N°12, 37 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de master, 2 ans d'études en France

N°13, 31 ans, divorcée, 1 fille, gérante d'un salon de beauté, titulaire de baccalauréat

N°14, 34 ans, mariée, 1 fils, employée d'une entreprise sino-française, titulaire de master, 2 ans d'études en France

N°15, mariée, née dans les 1960, 1 fille, enseignante universitaire retraitée

N°16, 37 ans, divorcée et célibataire vivant en concubinage, 1 fils, traductrice en Australie, titulaire de master, 3 ans d'études en France

N°17, 37 ans, mariée, 2 filles, femme au foyer, ancienne attachée RH, titulaire de licence

N°18, 50 ans, mariée, 1 fils, enseignante universitaire, titulaire de doctorat, 2 ans de séjour académique en Allemagne

N°19, 38 ans, mariée, 2 enfants, employée aux États-Unis, titulaire de master

N°20, 41 ans, mariée, 2 filles, enseignante universitaire, titulaire de doctorat, 2 ans d'études en Angleterre

N°21, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire

N°22, 21 ans, célibataire, sans enfants, étudiante universitaire

N°23, 36 ans, mariée, 1 fille, fonctionnaire, titulaire de master

N°24, 32 ans, célibataire, sans enfant, employée de banque à Hongkong, titulaire de master, 8 ans de séjour en Angleterre



Imprimé en France pour les Éditions Le Manuscrit

Dépôt légal : octobre 2023





