



HAL
open science

Le Bonheur sur les écrans de cinéma dans la Chine du nouveau millénaire

Morgane Mikrut

► **To cite this version:**

Morgane Mikrut. Le Bonheur sur les écrans de cinéma dans la Chine du nouveau millénaire. Sociologie. 2022. dumas-04397075

HAL Id: dumas-04397075

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04397075>

Submitted on 16 Jan 2024

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

MÉMOIRE DE RECHERCHE MASTER 2

Langues Littératures, Civilisations Étrangères et Régionales
Études Chinoises
Parcours recherche

« **Le Bonheur sur les écrans de cinéma dans la Chine
du nouveau millénaire** »

Présenté par **Morgane MIKRUT**

N° Étudiant : 71700026

Sous la direction de : **M. Gilles GUIHEUX, professeur des universités**
M. Corrado NERI, maître de conférences

Soutenance prévue le : **septembre 2022**

Morgane MIKRUT

« Le Bonheur sur les écrans de cinéma dans la Chine du nouveau millénaire »

Résumé

Infiniment précieuse et inspirante, la lecture de l'ouvrage de Rémy Pawin (*Histoire du Bonheur en France*, 2013) a servi de point de départ à l'élaboration de ce mémoire. Les circonstances ont joué en notre faveur dans la mesure où le bonheur sur le terrain chinois n'est que peu étudié, la majorité des travaux s'intéressant davantage aux débats économiques et philosophiques qu'il implique. Ainsi, nous avons décidé d'aborder le bonheur sous un angle sociologique, en choisissant d'étudier ses représentations dans un corpus de films produits entre 2012 et 2021. En outre, en plus d'analyser les causes et les conséquences de ces représentations, il nous importe également de savoir si la Chine se trouve dans une situation comparable à la France d'après-guerre pendant la période des Trente Glorieuses. Notre travail ne tend pas à l'analyse exhaustive, mais plutôt à l'évaluation des tendances.

Mots-clefs : bonheur, Chine, cinéma, individualisme, collectivisme

Abstract

Infinitely precious and inspiring, the reading of Rémy Pawin's work (*Histoire du Bonheur en France*, 2013) served as a starting point for the elaboration of this dissertation. Circumstances worked in our favor insofar as happiness in the Chinese field is only little studied, the majority of papers being more interested in the economic and philosophical debates that it implies. Thus, we decided to approach happiness from a sociological angle, studying its representations in a corpus of films produced between 2012 and 2021. Furthermore, in addition to analyzing the causes and consequences of these representations, it is also relevant to know whether China finds itself in a situation comparable to post-war France during the *Trente Glorieuses*. Our study does not aim at an exhaustive review but rather at a trend evaluation.

Keywords: happiness, China, cinema, individualism, collectivism

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à adresser de vifs remerciements à mes directeurs de recherche, M. Gilles GUIHEUX et M. Corrado NERI pour leur présence ainsi que leurs précieuses suggestions.

Puis, viennent s'ajouter mes amis et Paul-Lawrence, toujours présents et non avares de tendresse et de conseils.

Enfin, je n'oublie bien sûr pas de remercier mes parents qui m'ont toujours soutenue et encouragée dans mes études.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
SOMMAIRE.....	3
INTRODUCTION	5
I. Les Trente Glorieuses chinoises	5
II. Le bonheur, c'est quoi ?.....	8
III. Objectif de cette étude et méthodologie.....	9
CHAPITRE I - LES HAPPINESS STUDIES EN CHINE : UNE GÉNÉALOGIE.....	13
I. Naissance des <i>happiness studies</i> et théories majeures.....	13
II. Quelques études sur le bonheur en Chine menées à l'étranger.....	15
III. Les premiers pas de la recherche chinoise	18
CHAPITRE II - UNE REMISE EN CAUSE DU BONHEUR MATERIEL ET INDIVIDUALISTE	33
I. L'individualisme ou la mise en scène de soi.....	33
Égocentrisme et égoïsme	35
Superficialité.....	42
II. Anéantir le mythe de la consommation providentielle.....	49
La consommation matérielle ne permet pas d'atteindre le bonheur.....	49
La marchandisation des rapports sociaux.....	56
III. Des cadres de vie simples au charme bucolique ou d'antan.....	58
CHAPITRE III - VERS UNE FÉTICHISATION DU BONHEUR MATERIEL ?	70
I. Une richesse moquée en même temps que glorifiée.....	71
II. Pour la promotion d'une classe-moyenne urbaine.....	83
III. Valorisation de la beauté et de la jeunesse.....	90
Des femmes jeunes, belles et actives	91
Des hommes jeunes, beaux et actifs.....	98
A la recherche d'une jeunesse perdue.....	102
IV. « Une morale nue apporte de l'ennui/le conte fait passer le précepte avec lui ».....	105
Des univers merveilleux	106

Un schéma narratif propre au conte merveilleux	109
Une valeur morale	112
CHAPITRE IV - AMOUR, FAMILLE ET AMITIÉ : LE BONHEUR, C'EST LES AUTRES	115
I. Amour, famille et amitié : le triptyque du bonheur collectif au cinéma	118
II. On ne peut être heureux sans autrui.....	123
Connotation négative de la solitude	123
Guérir en tissant des liens sociaux	129
III. « C'est un honneur de servir le peuple et un déshonneur de le trahir ».....	134
IV. Un bonheur qui se mérite.....	139
CONCLUSION	144
ANNEXE	146
Corpus filmique.....	146
BIBLIOGRAPHIE.....	149
I. Sources primaires	149
Corpus filmique	149
Articles de presse.....	151
Déclarations officielles et communiqués	153
II. Sources secondaires.....	156

INTRODUCTION

I. Les Trente Glorieuses chinoises

Sorti dans les salles françaises en janvier 1968, le film *Alexandre le Bienheureux* – dont le nom rappelle avec humour le titre d'un célèbre conquérant grec – se présente comme une ode champêtre à la paresse. Lyrique parce que l'ingéniosité avec laquelle Alexandre profite des plaisirs simples de la vie comporte une certaine part de poésie ; champêtre parce que cette captation de la campagne fleure bon le soleil. Son refus catégorique de reprendre son travail d'agriculteur semble refléter le vent contestataire qui souffle sur la population française quelques mois avant Mai 68. Malgré un sentiment de révolte à l'encontre de l'autoritarisme du gouvernement gaulliste¹ d'une part, et des effets néfastes de la société de consommation sur les populations les plus fragiles économiquement de l'autre², la société d'alors fait toujours partie de la période communément appelée les Trente Glorieuses, et ce depuis 1945. Les Trente Glorieuses correspondant à une ère de prospérité économique, il n'est donc guère étonnant que le bonheur occupe une place privilégiée dans les représentations littéraires et cinématographiques de l'époque, qui mettent l'accent sur les plaisirs que procurent la consommation et les loisirs.

Cette explosion de représentations joyeuses perpétrées par une croissance exponentielle n'est pas sans rappeler la situation économique de la Chine du début des années 2000. En effet, la fin de la Révolution Culturelle ouvre la voie à un essor économique sans précédent, notamment sous les effets de la politique des Quatre Modernisations³ laquelle encourage les échanges aussi bien économiques que culturels avec le monde extérieur. Encore marqués par le massacre de Tian'anmen⁴, les intellectuels des années 1990 se plaisent à narrer des récits de vie qui prennent pour décor la réalité⁵, en signe de protestation face à une entrée fracassante de la Chine dans une société de consommation de masse⁶. Ces révoltes peuvent évoquer le climat social contestataire des années 60 et 70 en France que nous venons de mentionner, qui, tout en dénonçant les inégalités

¹Le gaullisme se caractérise par un pouvoir exécutif très fort qui donne au chef de l'État un rôle primordial, en même temps que par un certain conservatisme (position défavorable à l'avortement mais favorable à la peine de mort), et un patriotisme exacerbé.

²On observe en effet, à partir de 1967, une légère hausse du chômage (2%) ainsi que l'installation d'une importante inégalité des richesses au sein de la population. Voir MIRLICOURTOIS A., « Mai 68 : quelle était la situation économique ? », *Xerfi*, 20/04/2018.

³Lancée par Deng Xiaoping en décembre 1978, cette réforme concernait les quatre domaines suivants : la défense nationale, l'industrie, la science et les technologies et l'agriculture.

⁴Cette locution réfère aux multiples manifestations d'étudiants violemment réprimées par le gouvernement chinois.

⁵En effet, le courant néo-réaliste se développe en Chine à partir des années 1990, s'inspirant des quotidiens peu reluisants des membres délaissés par la société dominante (ouvriers, migrants etc.).

⁶« C'est une société dans laquelle acheter est une norme comportementale (une habitude du quotidien) mais aussi morale (quelque chose de valorisant) », GUIEN Jeanne, *Le Consumérisme à travers ses objets*, Paris : Divergences, 2021, 228p.

causées par le capitalisme et la consommation de masse, ne peut s'en dépêtrer au point de vivre avec, en dépit des contradictions idéologiques que cette cohabitation imposée par les dirigeants d'alors suppose. Il faut dire aussi que le traumatisme de la deuxième guerre mondiale, encore présent chez la plupart, autant parce qu'ils l'ont expérimenté que par le biais d'histoires qu'ils transmettent aux plus jeunes, leur communiquant leur peur, place le bonheur et le plaisir sur le panthéon des valeurs nécessaires à une reconstruction forte et durable de la nation française. Pareillement, les années noires de l'ère maoïste⁷, puis une dizaine d'années plus tard les événements tragiques de Tian'anmen, exhortent les esprits à considérer la recherche du bonheur comme la prémisses essentielle d'une Chine forte. Dès la fin des années 1990, nous pouvons constater que le rêve devient un thème récurrent au cinéma : un compte-rendu écrit sur le Festival international du film de Rotterdam de 1995 s'intitule « Chinese Cinema at the 1995 Rotterdam Film Festival: Dreaming of a Better World⁸ », suivi par la sortie de la comédie *The Dream Factory* (*Jiǎ fāng yǐfāng* 甲方乙方) de Feng Xiaogang en 1997. Le passage au nouveau millénaire coïncidera avec la diffusion sur les écrans chinois du premier film produit en Chine continentale comportant le mot *bonheur* (*xìngfú* 幸福) dans son titre : *Happy Times* (幸福时光) de Zhang Yimou. Pour Chong Woei Lien et Anne Sytske Keyser, le rêve et le bonheur dans le cinéma chinois s'inscrivent dans deux projets : le divertissement et la satire sociale⁹. Parallèlement, toujours dans l'optique de maximiser le bonheur de son peuple, Hu Jintao va s'engager à mener une politique visant à rétablir le principe de « société harmonieuse » (*héxié shèhuì* 和谐社会), en réponse aux conflits sociaux engendrés par les inégalités sociales et économiques. Toutefois, aussi bien pour Hu Jintao que pour Xi Jinping, il semblerait que le bonheur des masses mérite qu'on s'y intéresse uniquement s'il peut servir les intérêts du Parti et sa glorification à l'échelle nationale et internationale. Voici ce qu'a déclaré Xi Jinping à l'occasion de la célébration du centenaire du Parti communiste chinois, le 1er juillet 2021.

Depuis sa fondation, le Parti communiste chinois s'est donné pour mission de garantir le bonheur du peuple chinois et le rajeunissement de la nation chinoise. Depuis cent ans, il a uni et dirigé toutes les luttes, tous les sacrifices et toutes les créations du peuple chinois, lesquels convergent vers un unique thème : réaliser le grand rajeunissement de la nation chinoise.¹⁰

Telle une eau de Jouvence, la politique du Parti n'aurait pas eu pour d'autre but que la purification et la revitalisation de la population, afin de donner naissance à un pays tout neuf. Ainsi, le bonheur

⁷C'est-à-dire la Révolution culturelle.

⁸ CHONG Woei Lien, KEYSER A Sytske, « Chinese Cinema at the 1995 Rotterdam Film Festival: Dreaming of a Better World », *China information*, 1995 9(4), p.60–72.

⁹ CHONG Woei Lien, KEYSER A Sytske, *art.cit.*

¹⁰ 习近平 XI Jinping, 在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话 [Discours à l'occasion de la célébration du centième anniversaire du Parti communiste chinois], 中华人民共和国国务院新闻办公室 [Conseil des affaires de l'État de la république populaire de Chine], 1 juillet 2021. <http://www.scio.gov.cn/tt/xjp/Document/1707696/1707696.htm>

paraît s'inscrire dans la constitution du Parti comme une prérogative essentielle, à la manière de la poursuite du bonheur au fondement de la Déclaration d'Indépendance américaine¹¹ qui prescrit aux citoyens le devoir de faire de la recherche du bonheur le but de sa vie¹². Le document « Valeurs et mission historique du Parti communiste chinois », publié en août 2021 par le Département de la propagande du Comité central du PCC, affiche l'ambition de « faire passer une belle vie à son peuple » (让人民过上好日子¹³), en lui prodiguant notamment un confort matériel essentiel à la satisfaction de ses envies et besoins. Un tableau nommé « Élévation à grande échelle du niveau de vie de la population » confirme l'accroissement vertigineux des conditions de vie de l'ensemble de la population.

表 1 人民生活水平大幅提升

指标/年度	新中国成立初期	1980 年	2020 年
贫困发生率	人民生活处于赤贫	96.2%	现行标准下农村贫困人口全部脱贫
人均可支配收入	98 元(1956 年)	171 元(1978 年)	32189 元
预期寿命	35 岁	67.8 岁	77.3 岁(2019 年)
婴儿死亡率	200‰	48‰	5.4‰
学龄儿童入学率	20%	95.5% (1978 年)	99.96%
15 岁及以上人口平均受教育年限	80% 以上人口是文盲	5.3 年	9.91 年
高等教育毛入学率	0.22%	2.22%	54.40%

Fig.1

Élévation à grande échelle du niveau de vie de la population [Traduction]

Source : « Valeurs et mission historique du Parti communiste chinois »

A en croire ce tableau, bien que la période comprise entre la deuxième et la troisième colonne soit quelque peu floue et volontairement bafouée - la Révolution culturelle serait un accident de parcours qu'il ne conviendrait plus d'évoquer – les quarante dernières années semblent celles qui réussirent à redorer le blason du Parti, en permettant un accès plus important aux biens de consommation et à l'éducation. Toutefois, bien qu'il soit certain que l'aisance matérielle favorise le bien-être spirituel (les pensées ne demeurent plus parasitées par l'unique assouvissement des besoins primaires), cette dernière ne peut constituer le critère *sine qua non* du sentiment de bonheur,

¹¹« Nous tenons pour évidentes pour elles-mêmes les vérités suivantes : tous les Hommes sont créés égaux ; ils sont doués par leur Créateur de certains Droits inaliénables, parmi lesquels se trouvent la Vie, la Liberté et la recherche du Bonheur » (« WE hold these Truths to be self-evident, that all Men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty, and the pursuit of Happiness »).

¹² PAWIN, Rémy, « Le sacre du bonheur », *L'Histoire*, n°420, février 2016.

¹³Département de la propagande du Comité central du Parti communiste chinois *Zhōnggòng zhōngyāng xuāncuán bù* 中共中央宣传部, *Zhōngguó gòngchǎndǎng de lìshǐ shǐmìng yǔ xíngdòng jiàzhí* 中国共产党的历史使命与行动价值 « Valeurs et mission historique du Parti communiste chinois », 26 août 2021.

tant son ressenti demeure purement subjectif. Comme l'a souligné Ma Jiantang lors du 4ème Forum Mondial de l'OCDE au sujet des enquêtes statistiques mesurant le niveau de bien-être des Chinois, la Chine n'en compte aucune d'officielle parmi ses registres¹⁴. De fait, face à cette absence, il convient de s'interroger sur la réelle velléité du Parti de « faire passer une belle vie à son peuple¹⁵ », dans la mesure où ce dernier ne semble pas vouloir connaître les retombées des mesures mises en place.

II. Le bonheur, c'est quoi ?

Cela fait à présent quatre pages que nous parlons du bonheur ; pourtant, aucune définition de ce terme n'a été proposé. Il est d'ailleurs assez frappant de constater à quel point les papiers rédigés sur ce thème évitent voire s'y refusent, imaginant certainement que le lecteur saura ce que le *bonheur* signifie. Cette éviction demeure toutefois problématique – mais compréhensible – dans la mesure où il n'existe pas une définition unique, ainsi que le prouve une compilation de définitions de ce terme chez de grands écrivains français opérée par France Culture¹⁶. Bien que beaucoup d'entre eux s'accordent sur sa fragilité et sa versatilité, aucun n'est capable d'en donner une définition unanime et théorique, se contentant de livrer des événements ou des choses qui y serait apparenté, tels que la cueillette de fruits sauvages, chanter, aimer, etc. Or, Léopold Senghor dit ne s'être « jamais posé la question », car, selon lui, le bonheur est une « idéologie bourgeoise¹⁷ » ; de même Pascal Bruckner évoque le bonheur en tant qu'idéologie « dictatoriale », la société ne créant pas un contexte favorable à l'épanouissement des corps et des esprits ; elle générerait au contraire de la culpabilité, en invitant à se surpasser afin de devenir « plus heureux, plus jeune, plus beau, plus riche¹⁸ ». Certes, nous pourrions nous contenter de reprendre la définition communément donnée par le dictionnaire, à savoir « bonne fortune, chance favorable, occasion propice, événement propre à apporter quelque satisfaction¹⁹ ». Mais cela reviendrait à nier que les mots et leur signification évoluent à travers les âges et les contrées. En Chine par exemple, il convient de distinguer la satisfaction ponctuelle habituellement traduite par *gāoxìng* 高兴 ou *kāixīn* 开心 d'un état de satisfaction et de plénitude pérennes mentionné sous le terme de *xìngfú* 幸福. Il serait toutefois erroné de réduire l'expression

¹⁴Néanmoins, elle fait des efforts dans ce domaine puisque depuis les années 2010, deux types d'enquêtes ont vu le jour : le Xiaokang Society Measurement et le Development and Life Index. Voir MA Jiantang 马建堂, *China's Practice in Measuring Well-Being*. Communiqué du Bureau national des statistiques de Chine, 22 octobre 2012.

¹⁵Département de la propagande du Comité central du Parti communiste chinois *Zhōnggòng zhōngyāng xuānchuán bù* 中共中央宣传部, *Zhōngguó gōngchǎndǎng de lìshǐ shǐmìng yǔ xíngdòng jiàzhí* 中国共产党的历史使命与行动价值 « Valeurs et mission historique du Parti communiste chinois », 26 août 2021

¹⁶« Le bonheur, c'est quoi ? pour Piaf, Sagan, Aron, Beauvoir... - #CulturePrime », *France Culture*, 08/06/2019. Disponible sur Youtube.

¹⁷*Ibid.*

¹⁸*Ibid.*

¹⁹*Le Trésor de la langue française informatisé*, entrée « bonheur ».

du bonheur à une simple question de vocabulaire. Tout comme en France, ses caractéristiques ont varié et varient encore, passant du bonheur généré par la sociabilité avec ses pairs chez Confucius, à celle d'un état de plénitude passiviste²⁰, ou encore à la possession de divers objets, élevés au rang de trophées vitaux par le consumérisme. Or, le consumérisme justement s'est aussi bien implanté dans le monde en partie grâce à la croyance capitaliste selon laquelle le bonheur rime avec l'avoir ; il faut posséder, encore et toujours plus – ou du moins en créer l'illusion²¹ – en vue de reconstruire un pays solide et vigoureux, capable de rayonner à l'international, et pourquoi pas de concurrencer le géant américain. Notons par ailleurs que, ainsi que Rémy Pawin le mentionne, la France des Trente Glorieuses commence à intégrer le bonheur en tant que valeur à la sortie de la deuxième guerre mondiale, remplaçant ainsi progressivement celle de sacrifice auparavant très présente²². Cette substitution, si elle n'est pas aussi tranchée dans le cas de la Chine du nouveau millénaire, s'opère malgré tout par cohabitation. Au cinéma notamment, elle se manifeste souvent en faisant du bonheur le but ultime d'une vie de sacrifice.

III. Objectif de cette étude et méthodologie

Infiniment précieuse et inspirante, la lecture de l'ouvrage de Rémy Pawin a servi de point de départ à l'élaboration de ce mémoire. Les circonstances ont joué en notre faveur dans la mesure où le bonheur sur le terrain chinois n'est que peu étudié, la majorité des travaux s'intéressant davantage aux débats économiques et philosophiques qu'il implique. Ainsi, nous avons décidé d'aborder le bonheur sous un angle sociologique, en choisissant d'étudier ses représentations dans un corpus de films produits entre 2012 et 2021 : à partir de 2012 parce que cette année coïncide avec un changement de dirigeant, et 2021 parce que, au-delà du fait qu'il faille délimiter notre étude dans le temps, il s'agit de la dernière année pour laquelle nous puissions avoir une vision d'ensemble complète, ce qui n'aurait pas été le cas pour 2022. En outre, c'est en 2021 qu'a été votée une loi stipulant l'interdiction d'offenser les « héros de la patrie » (*yīngxióng lièshì* 英雄烈士), conduisant ainsi les réalisateurs à adopter de nouveaux comportements face à leur art²³. En outre, selon un

²⁰Nous faisons référence ici au discours inaugural de Sun Yat-Sen, premier président de la République de Chine, lequel proclame « Subvertir le gouvernement autocratique de Manchu, consolider la République de Chine, chercher le bonheur du peuple, c'est la volonté générale des citoyens de la Chine » (« 颠覆满清专制政府，巩固中华民国，图谋民生幸福，此国民之公意 »). Or cette conception du bonheur semble faire écho au bonheur chez Rousseau, qui le définit comme un fragment spontané fruit d'une vie paisible et simple, proche de la nature et tendant à idéaliser le passé. Ce discours n'est pas sans rappeler celui de Xi Jinping précédemment cité. Voir note 72 dans XIAO Yingying, *Une Subjectivité fluide*, Demopolis, 2017, 313p.

²¹GUIEN Jeanne, *op.cit.*

²²PAWIN, Rémy, *Histoire du bonheur en France depuis 1945*, Paris : Robert Laffont, 2013, 379p.

²³En effet, le gouvernement décide de lancer une campagne de dénonciation des comportements qualifiés de « nihilisme historique » (*Lìshǐ xūwú zhǔyì* 历史虚无主义) au travers la mise en place d'un numéro vert. Pour plus de précisions, consulter Zhongyāng wǎng xìn bàn jubào zhōngxīn 中央网信办举报中心 (Administration du cyberspace de Chine), *Jǔbào nǎngshàng lìshǐ xūwú zhǔyì cuòwù yánlùn qǐng dào "12377" ——jǔbào zhōngxīn "shè lìshǐ xūwú zhǔyì yǒubài xìnxi jǔbào zhuanqū" shàngxiàn* 举报网上历史虚无主义错误言论请到“12377” ——举报中心“涉历史虚无主

graphique d'occurrences du terme *xìngfú* 幸福 issu de la base de données CNKI, nous observons un déclin depuis 2018 jusqu'à nos jours, qu'il paraissait donc intéressant d'inclure.

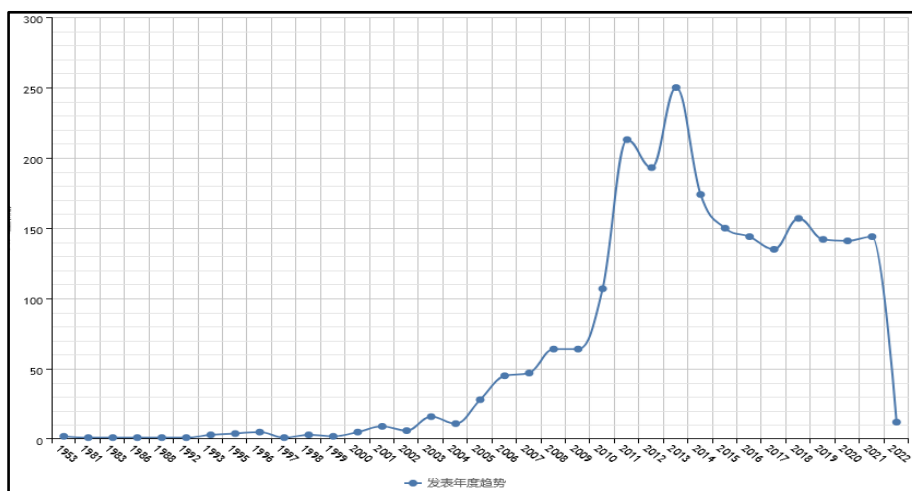


Fig.2

Nombre de publications académiques dont le titre comporte le terme *xìngfú* 幸福 entre 1953 et 2021

Source : CNKI

Comme nous pouvons le voir, la courbe stagne globalement entre 1953 et 1999, ne connaissant qu'une très légère hausse en 1996 et en 2001. A partir de 2003, le nombre de parutions augmente lentement, puis de façon spectaculaire, jusqu'à atteindre son apogée en 2013 avec un total de 280. En revanche, dès l'année suivante, le nombre chute drastiquement, pour ne comptabiliser plus que 101 publications en 2021. Bien qu'il s'agisse d'une baisse relativement importante, le nombre de parutions reste néanmoins relativement élevé au regard des chiffres exceptionnellement bas des années 1953-2002. Ces résultats peuvent s'expliquer par l'attitude des autorités à l'égard du bien-être et du bonheur et de la place que ces derniers occupent dans leur discours. Ainsi, 1992 correspond à la Tournée dans le Sud (邓小平南巡²⁴) de Deng Xiaoping, au cours de laquelle celui-ci exprima publiquement son désir de rendre son pays heureux :

La technologie, plus elle est avancée, mieux c'est ; plus elle est récente, mieux c'est. Plus

义有害信息举报专区”上线, 09/04/2021 ainsi que LEE-MYERS, S., « Shutting Down Historical Debates, China Makes It a Crime to Mock Heroes », *The New York Times*, 15/11/2021.

La sortie de *The Battle at Lake Changjin* – colosse du box-office chinois de l'année 2021 avec 852 millions de dollars d'entrées-qui narre l'intervention militaire chinoise dans la guerre de Corée (1950-1953) témoigne parfaitement de la mythification de l'Histoire chinoise voulue/souhaitée/opérée par le gouvernement en place.

²⁴ La « Tournée dans le Sud » désigne une tournée organisée par Deng Xiaoping dans les villes de Shenzhen, Zhuhai, Canton et Shanghai, choisies parce qu'elles correspondent au cœur économique du pays, avec pour mission de rattraper les « quatre dragons asiatiques ». Du 18 janvier au 21 février 1992, le président chinois, nonagénaire aux jours comptés, va à la rencontre des habitants et prononcer un certain nombre de discours en faveur de la campagne de « réformes et d'ouverture », commencée à son élection en 1978 et interrompu en 1989 à la suite des événements de Tiananmen.

c'est avancé et c'est nouveau, plus nous sommes heureux. Non seulement nous sommes heureux, mais les gens sont heureux, et le pays est heureux. Aimez notre pays et laissez-le se développer²⁵

Concernant l'apogée de 2013, il faut certainement en invoquer la responsabilité à la campagne du Rêve chinois (*Zhōngguó mèng* 中国梦²⁶) lancée par Xi Jinping 习近平 la même année. « Dans la nouvelle période historique, l'essence du rêve chinois est la prospérité du pays, le rajeunissement de la nation et le bonheur du peuple. » (« 在新的历史时期, 中国梦的本质是国家富强、民族振兴、人民幸福²⁷. ») déclarait-il, dès son investiture, en novembre 2012. Au fil des discours, le nouveau président explicitera ce qu'il entend par « bonheur du peuple » :

Notre peuple aime la vie et attend une meilleure éducation, des emplois plus stables, de meilleurs revenus, une sécurité sociale plus fiable, des soins médicaux de meilleure qualité, des conditions de vie plus confortables et un environnement plus beau. Ils espèrent que leurs enfants pourront mieux grandir, mieux travailler et mieux vivre. L'aspiration des gens à une belle et belle vie est l'objectif pour lequel nous nous efforçons²⁸.

Le 8 juin 2013, lors de sa rencontre avec le président Barack Obama, il réitérera son intention de faire de la Chine un pays prospère où les gens vivent heureux, prêts à coopérer avec le monde entier dans le but de propager le Rêve chinois, ainsi que l'avait fait les États-Unis avec le rêve américain²⁹. De fait, en plus d'analyser les causes et les conséquences de ces représentations, il nous importe également de savoir si la Chine se trouve dans une situation comparable à la France d'après-guerre pendant la période des Trente Glorieuses. Or, comme nous venons de le voir, travailler sur la conception du bonheur en Chine n'est pas tâche aisée, compte tenu de deux difficultés majeures inhérentes à ce sujet. La première tient à la définition du bonheur. Si les lectures se recourent parfois, il n'existe pas une définition unique du bonheur, sa définition dépendant nécessairement

²⁵DENG Xiaoping 邓小平, « *Nán xún jiǎnghuà* 南巡讲话 » (« Discours de la Tournée d'inspection dans le sud »), 18/01/1992-21/02/1992. Pour plus de détails quant au contenu des discours, voir ARTHUS H., « Les discours de Deng Xiaoping dans le Sud : Points essentiels des discours prononcés par le camarade Deng Xiaoping à Wuchang, Shenzhen, Zhuhai et Shanghai (du 18 janvier au 21 février 1992) », *Perspectives chinoises*, n°2, 1992. p. 10-14.

²⁶Celle-ci s'inscrit dans un projet de rêve collectif mettant l'accent sur quatre points primordiaux : une puissance économique et militaire, une civilisation vertueuse – adoptant les valeurs morales confucéennes –, une société harmonieuse où n'importe qui, quelle que soit sa condition sociale, peut trouver sa place, et enfin, une atmosphère pure et innovante où il fait bon vivre.

²⁷*Xijīnpíng guānyú shíxiàn zhōnghuá mínzú wéidà fùxīng de zhōngguó mèng lùnsù zhāibiān Zhōnggòng zhōngyāng wénxiàn yánjiū shì* 习近平关于实现中华民族伟大复兴的中国梦论述摘编 (*Extraits de la thèse de Xi Jinping sur la réalisation du rêve chinois du grand renouveau de la nation chinoise*), 中共中央文献研究室 (Bureau de recherche de documents du Comité central du Parti communiste chinois), 2013.

²⁸*Ibid.*

²⁹« Le rêve chinois est la prospérité du pays, le rajeunissement de la nation et le bonheur du peuple. C'est aussi un rêve de coopération, de développement, de paix et de gagnant-gagnant. Cela correspond au rêve américain et aux beaux rêves des gens du monde entier. » [« *Zhōngguó mèng jiùshì guójiā fùqiáng, mínzú zhènxīng, rénmín xìngfú. Tā yěshì hézuò, fāzhǎn, héping, gòng yíng de mèng, Zhè yǔ měiguó mèng hé gèguó rénmín dì mèihǎo de mèngxiǎng shì xiāngtōng de.* 中国梦就是国家富强、民族振兴、人民幸福。它也是合作、发展、和平、共赢的梦。这与美国梦和各国人民的美好的梦想是相通的。"]

de la culture qui le définit. Ainsi, un Américain ne concevra pas la vie heureuse de la même manière qu'un Français ou un Chinois. Toutefois, les frontières culturelles de plus en plus floutées par l'imposition d'une culture dominante globalisée compromettent les différences culturelles dans les représentations, bien qu'elles soient encore très présentes. La deuxième difficulté concerne la sélection de notre corpus cinématographique. En effet, l'exhaustivité n'est ici pas permise, il faut donc s'assurer de choisir les œuvres les plus pertinentes. Notre travail ne tend pas à l'analyse exhaustive, mais plutôt à l'évaluation des tendances. De fait, nous avons collecté des films en cherchant d'abord le terme *bonheur* dans leur titre à l'aide de bases de données cinématographiques telles que *Imbd*, *Chinesemov*, *Mydramalist* tout en considérant en parallèle les films ayant fait le plus d'entrées en Chine pour chaque année entre 2012 et 2021. Nous avons également veillé à sélectionner le plus de genres cinématographiques possibles, afin d'avoir un corpus suffisamment varié. Le tableau intitulé *corpus filmique*, présent en annexe 1, dévoile l'ensemble des œuvres cinématographiques sélectionnées pour ce travail. Mentionnons que ces dernières sont systématiquement évoquées sous leur titre international. La raison de ce choix est simple : étant donné que nous écrivons en langue française, la mention du titre en anglais crée un contraste moins important que si nous avions utilisé le chinois, qui créerait une forme de déséquilibre dans le rythme des phrases ainsi que pour l'esthétique du texte.

CHAPITRE I

LES HAPPINESS STUDIES EN CHINE : UNE GÉNÉALOGIE

I. Naissance des *happiness studies* et théories majeures

Avant de nous plonger dans les études menées et écrites en Chine, intéressons-nous d'abord à la naissance des études sur le bonheur.

Devenues un véritable champ d'études au sein des sciences humaines et sociales, elles trouvent leur origine dans une étude anglaise de 1912³⁰, considérée comme la première étude sur le bien-être³¹. Conçue à l'origine comme une analyse de l'intelligence et de la personnalité d'un groupe d'étudiants d'une université britannique, elle a permis d'analyser le taux de bien-être de ces jeunes six mois après l'étude, grâce à une évaluation menée par un observateur extérieur à l'enquête³². La notion de « bien-être subjectif » – ou « subjective well-being » souvent abrégée en SWB – très fréquemment utilisée, proviendrait de cette étude³³. Si au début du XXe siècle, la recherche est encore sporadique et appartient principalement aux domaines de la philosophie et la psychologie, elle s'ancre davantage dans le champ des études psychologiques et économiques au fil du temps. Aux États-Unis, les années soixante, pleinement marquées par la reconstruction idéologique d'après-guerre du pays – reconstruction reposant principalement sur le développement du capitalisme et la diffusion du « rêve américain » – a vu naître une kyrielle de travaux sur le bonheur et le bien-être. Ainsi, le chercheur en psychologie américain Wanner Wilson va étudier les facteurs individuels liés au bonheur dans son article *Correlates of avowed happiness* paru en 1967 dans la revue académique *Psychological Bulletin*³⁴. Grâce à une analyse des études précédentes, il réussit à broser le portrait de l'Homme heureux : une personne jeune, en bonne santé, dotée d'une bonne éducation, bien payée, extravertie, optimiste, sans souci, croyante, mariée et intelligente. Le genre ne constituerait pas un critère influent³⁵. Pour Miao Yuanjiang, sociologue à l'université de Nankin, l'essor et la généralisation de l'étude du bonheur en psychologie seraient corrélés d'une part à l'émergence de la psychologie positive – qui s'appuie sur des analyses de la santé mentale et du bon développement

³⁰WEBB, E., «Character and intelligence: An attempt at an exact study of character», *British Journal of Psychology Monograph Supplements*, 1915, 1 (III), i-iv and 1-99.

³¹PAWIN R., « Le Bien-être dans les sciences sociales : naissance et développement d'un champ de recherches », PUF, « L'année sociologique », 2014/2, vol.64, p.274.

³²*Idem.*

³³*Idem.*

³⁴WILSON, W. R., « Correlates of avowed happiness ». *Psychological Bulletin*, 67(4), 1967, p.294-306.

³⁵*Ibid.* Cité dans BARROW, R., *Happiness*, Routledge Library Editions: Education, vol. 131, 1980, p.10.

de l'être humain – et d'autre part, à l'importance grandissante de la notion de bien-être dans les sociétés occidentales d'après-guerre³⁶. La même année est publiée la première bibliographie sur le sujet³⁷. Aussi, les années soixante marquent le début des *happiness studies* en tant que champ de recherche à part entière. Les toutes premières études se focalisent sur la dimension uniquement affective du bien-être, tandis que d'autres considèrent le bien-être non pas comme résultant d'une pure émotion, mais comme « un jugement réflexif que l'individu porte sur sa vie ». Compte-tenu de la composante auto-évaluative de ces recherches, elles sont principalement réalisées sur la base d'auto-témoignages plus que sur celle d'observations par un tiers³⁸. Henri Cantril injecte une dimension économique aux travaux existants. Son enquête menée sur vingt pays entre 1957 et 1963 révèle que les habitants de pays riches se déclarent davantage heureux que ceux de pays pauvres ou émergents. Toutefois, Cuba figure comme une exception dans ce sondage, en présentant des taux de bien-être comparables à ceux trouvés dans des pays riches, alors même qu'il est très précaire sur le plan économique³⁹. En outre, Cantril mentionne que le bonheur serait une composante intrinsèque de la vie humaine, commanditée par notre patrimoine génétique : « Les êtres humains sont des créatures d'espoir et ne sont pas génétiquement conçus pour se résigner⁴⁰ ». Or bien que la dimension économique soit présente, ce n'est véritablement qu'à partir des années soixante-dix qu'elle connaîtra un essor considérable. Le président américain Kennedy pensait déjà que « tout pouvait se mesurer avec le Produit Intérieur Brut (PIB)⁴¹ ». Or, l'objectif principal de la recherche sur le bonheur à cette époque était justement de créer de nouveaux indices de mesure susceptibles de remplacer le PIB. L'adoption de l'Indicateur de Développement Humain (IDH) par l'ONU en 1990 prouve que la recherche n'a pas pleinement réussi sa mission, cet indicateur continuant de se baser sur le PIB (en plus de deux autres facteurs, à savoir l'espérance de vie et le taux d'alphabétisation)⁴². De fait, l'utilisation massive du PIB dans les études sur le bonheur cherchent à prouver une possible corrélation entre revenu et bien-être. En 1974, l'économiste Easterlin crée un véritable tollé avec son article « Does Economic Growth Improve the Human Lot ? Some Empirical Evidence ». Il y affirme en effet que le bien-être des habitants n'augmente pas nécessairement avec l'enrichissement de leur pays⁴³. En prenant comme exemple le cas de la Chine,

³⁶MIAO Yuanjiang 苗元江, *Cóng xìngfú gǎndào xìngfú zhǐshù——fāzhǎn zhōng de xìngfú gǎn yánjiū* 从幸福感到幸福指数——发展中的幸福感研究 (« Du bonheur à l'indice de bonheur : un essor des études sur le bonheur »), *Nánjīng shèhuì kēxué* 南京社会科学, novembre 2009.

³⁷PAWIN R., *art.cit.*, p.278

³⁸*Idem.*

³⁹CANTRIL H., *The Pattern of Human Concerns*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey, 1965.

⁴⁰« Human beings are creatures of hope and are not genetically designed to resign themselves ». *Ibid.*, p.317.

⁴¹Cité dans WU Mingxia 吴明霞 : 30 *Niánlái xīfāng guānyú zhǐguān xìngfú gǎn de lǐlùn fāzhǎn* 30年来西方关于主观幸福感的理论发展 (« Développement théorique du bien-être subjectif en Occident au cours des trente dernières années »), *Xīnlǐ xué dòngtài* 心理学动态, avril 2000.

⁴²PAWIN R., *art.cit.*, p.284

⁴³EASTERLIN R., « Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence », in David P.,

cette hypothèse, aussi nommée « Paradoxe d'Easterlin », fournira un point de départ important aux nombreuses études sur le lien entre économie florissante et bonheur dans la Chine contemporaine. Dans les années quatre-vingt, la parole se veut moins théorique et plus méthodologique avec des études placées sous le signe de l'expérimentation, grâce à l'élaboration de nouveaux indices de mesure et l'application de méthodes d'ordre expérimentales. Par la suite, à la manière d'Émile Zola avec son cycle romanesque des Rougon-Macquart, les sciences du vivant vont attribuer au bonheur une dimension génétique et héréditaire⁴⁴. Le psychologue américain Martin Seligman estime que le bonheur des individus dépend non seulement du patrimoine génétique, mais aussi de l'état psychologique : plus une personne sera d'un naturel optimiste, plus elle sera heureuse ; plus elle sera d'un naturel pessimiste, plus elle sera malheureuse⁴⁵. De fait, les années deux mille assisteront au grand retour de la psychologie au cœur des études sur le bonheur, et en particulier de la dimension cognitive de ce dernier. Ainsi des chercheurs comme Sonia Lyubormirsky estiment que la construction individuelle résultant de l'interprétation et de l'évaluation des événements participe à l'émergence d'un sentiment de bien-être⁴⁶. Elle est en outre l'auteure de nombreux livres mêlant psychologie et développement personnel⁴⁷. Edward Diener, anciennement professeur de psychologie à l'université de l'Utah et de Virginie annonce dès l'année 2000 que la recherche sur le bonheur doit inclure des indicateurs économiques et sociaux, afin de devenir à lui seul un indicateur d'évaluation de la qualité de vie des populations⁴⁸. Par ailleurs, elle doit avoir pour mission de promouvoir la survie de l'espèce humaine en favorisant son développement⁴⁹. Lauréat du prix Nobel d'économie en 2002, Daniel Kahnemann propose de bâtir un nouveau type de science, « l'hédonique », contraction des mots « hédonisme » et « économique ». Cette nouvelle discipline scientifique, aussi connue sous le nom d'« économie comportementale », et proche à certains égards de la psychologie positive, imagine que les biais cognitifs, les émotions ainsi que les normes sociales seraient à l'origine des prises de décisions des individus perçus comme des agents économiques. « Si l'économie a créé un monde riche pour nous, alors la science du bonheur créera un monde heureux pour nous » conclut Miao Yuanjing⁵⁰.

II. Quelques études sur le bonheur en Chine menées à l'étranger

Reder M. (eds), *Nations and Households in Economic Growth. Essays in Honor of Moses Abramovitz*, New York, Academic Press, 1974, p. 89-127.

⁴⁴HAMER D., « The Heritability of Happiness », *Nature Genetics*, n°14, octobre 1996, p. 125-126.

⁴⁵SELIGMAN, M., *Learned optimism*, Knopf: New York, 1991.

⁴⁶WU Mingxia 吴明霞 *art.cit.*

⁴⁷*The How of Happiness* (2007) ; *The Myths of Happiness* (2014). Ces deux livres ont été traduits en français respectivement par *Comment être heureux et le rester* (2008) et *Qu'est-ce qui nous rend heureux* (2014).

⁴⁸DIENER, E., « Subjective Well-Being: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index », *The American psychologist*. 2000, vol.55, p.34-43. Cité par MIAO Yuanjiang 苗元江, *art.cit.*

⁴⁹*Ibid.*

⁵⁰*Ibid.*

Publié en 2000, le premier numéro de la revue académique *Journal of Happiness Studies* choisit de consacrer un article à la Chine, intitulé « Positivity and the Construction of Life Satisfaction Judgments: Global Happiness is not the Sum of its Parts⁵¹ ». Edward Diener tente de mettre en évidence le taux de satisfaction de vie à partir d'un échantillon international d'interrogés afin d'établir une moyenne nationale pour chaque pays. La Chine, en présentant le nombre d'interrogés le plus élevé (544 contre 200 à 300 en moyenne pour les autres pays), s'assure une représentativité plus complète. Ce papier semble se situer dans le sillage de *Happiness in nations* de Ruut Veenhoven, paru en 1993⁵². Dans cet ouvrage qui couvre des études sur une cinquantaine de pays, les auteurs évaluent et comparent les niveaux de bien-être parmi les populations choisies entre 1945 et 1992. Le « niveau de bonheur moyen » servirait d'indicateur quant à l'habitabilité d'une société, là où son absence traduirait de grandes inégalités sociétales. Notons toutefois que ce livre écarte la Chine au profit du Japon, seul pays d'Extrême-Orient figurant dans la liste des nominés. Aussi, la première étude internationale portant sur le cas chinois semble être l'article d'Easterlin que nous avons précédemment évoqué. En effet, l'économiste américain soulève un paradoxe propre aux sociétés en voie de développement, à savoir qu'un PIB élevé ne garantit pas nécessairement le bonheur des individus, suggérant que la Chine illustre parfaitement cette hypothèse. Or, cette théorie a fait couler beaucoup d'encre : la majorité des recherches portant sur le bonheur en Chine y répondent plus ou moins favorablement et plus ou moins explicitement. Il suffit de parcourir l'ensemble des articles publiés par le *Journal of Happiness Studies* sur la Chine pour constater que les études sont largement dominées par le champ de l'économie. Ainsi, sur les 315 résultats obtenus, l'ensemble des études répondent au critère « *economics* » du moteur de recherche. Nous pouvons par exemple citer le travail de Heinz Welsch, « Freedom and Rationality as Predictors of Cross-National Happiness Patterns: The Role of Income as a Mediating Variable⁵³ », ou « The China Puzzle: Falling Happiness in a Rising Economy⁵⁴ ». Il ne faut toutefois pas circonscrire les écrits sur le lien entre bonheur et économie uniquement au *Journal of Happiness Studies*. *Social Indicators Research*, revue académique spécialisée dans « la mesure de la qualité de vie » (« for Quality-of-Life measurement ») créée en 1974 aux États-Unis, a publié un certain nombre d'articles sur le sujet parmi lesquels figure par exemple « Rising Happiness in nations 1946-2004 : A reply to Easterlin⁵⁵ ». En 2012, Easterlin

⁵¹ DIENER, E., NAPA-SCOLLON, C.K., OISHI, S. *et al.* «Positivity and the Construction of Life Satisfaction Judgments: Global Happiness is not the Sum of its Parts», *Journal of Happiness Studies*, 2000, 1, p.159–176.

⁵² EHRHARDT, J., VEENHOVEN, R., *et al.* *Happiness in nations: Subjective appreciation of life in 56 nations 1946–1992*. Erasmus University: Rotterdam, 1993.

⁵³ WELSCH, H. « Freedom and Rationality as Predictors of Cross-National Happiness Patterns: The Role of Income as a Mediating Variable », *Journal of Happiness Studies*, 2003, n°4, 295–321.

⁵⁴ BROCKMANN, H., DELHEY, J., WELZEL, C. *et al.* The China Puzzle: Falling Happiness in a Rising Economy. *Journal of Happiness Studies*, 2009, n°10, 387–405.

⁵⁵ HAGERTY, M. R.; VEENHOVEN, R., « Rising happiness in nations 1946–2004: A reply to Easterlin ». *Social Indicators Research*, 2006, 79, 421–436.

ranime le débat en affirmant que le taux de satisfaction de vie de la population chinoise traverse une phase en forme de U (« U-shape pattern ») entre 1990 et 2010. En effet, le sentiment de satisfaction à l'égard de sa vie aurait remarquablement diminué au sein des populations les plus pauvres et les moins éduquées, contrairement aux populations issues de la classe moyenne ou supérieure, qui verrait leur satisfaction à l'égard de la vie augmenter⁵⁶. Un an auparavant, Oshio puis Knight et Gunatilaka montrent que les revenus individuels exercent une forte influence sur le bonheur des individus en Chine⁵⁷. Par ailleurs, notons que l'impact des sciences économiques ne s'arrêtent pas là. En effet, depuis les années 2000, un certain nombre de chercheurs en économie et issus d'universités étrangères – principalement américaines – développent des indices de mesure spécifiques à la Chine, arguant que les méthodes utilisées jusqu'ici ne s'adaptent pas bien à la spécificité du cas chinois⁵⁸. A commencer par le *Asiabarometer* (AB) présidé par l'Université de Nigata au Japon qui mène en 2006 une grande enquête internationale sur le bonheur. Une autre série d'enquêtes internationales comprenant la Chine ont été menées par le Pew Research Center dans le cadre du Pew Global Attitudes Project en 2011. La même année, une enquête n'impliquant cette fois-ci que la Chine (China Health and Nutrition Survey), est conduite par des chercheurs de l'Université de Caroline du Nord à Chapel Hill. En 2016, l'université de Georgetown met au point la «Blessed Happiness, perçu comme novatrice par les chercheurs, car elle tient compte du sens que donnent les participants au mot «bonheur» dans les résultats de l'enquête⁵⁹. De fait, cette considération rend bien compte de la préoccupation des chercheurs à l'égard de l'état psychique des individus sur le bien-être. Charles Stafford, déjà connu du public universitaire pour ses multiples travaux anthropologiques sur la Chine⁶⁰, publie un article sur le bonheur des Chinois en 2015 dans

⁵⁶ EASTERLIN, Richard A., MORGAN Robson., SWITEK Malgorzata., and WANG Fei., *China's life satisfaction, 1990–2010*, 14 mai 2012, PNAS, vol.109, n°25, p.9775–9780.

⁵⁷ Pour Oshio, la corrélation entre bonheur et revenu est typiquement chinoise, contrairement à d'autres pays d'Extrême-Orient comme la Corée ou le Japon qui associeraient la solidarité au bien-être. Knight et Gunatilaka (2011), quant à eux, montrent qu'un même revenu peut être appréhendé de manière différente selon que l'individu qui la reçoit soit issu d'un milieu urbain ou rural. Ainsi, le revenu procure un effet davantage positif sur les Chinois du monde rural que sur les citadins ou les migrants. KNIGHT, J. GUNATILAKA, R., « Does Economic Growth Raise Happiness in China? », *Oxford Development Studies*, 2011, n°39, p.1-24.

⁵⁸ Nous pouvons par exemple citer L'Enquête mondiale sur les valeurs (ou World Values Survey), élaborée en 1981 grâce à un réseau international de chercheurs en sciences sociales présidé par Ronald Inglehart. Bien que constituant une donnée très précieuse, les systèmes de valeur et de croyances collectés dans le monde sont tous évalués selon les mêmes critères, critères affectés par le système de pensées et de valeurs des sociétés occidentales tels que le soutien à la démocratie, l'égalité entre les sexes et l'impact de la globalisation. Véritable référence dans les travaux sur le bien-être, elle est néanmoins de plus en plus boudée par la communauté scientifique aussi bien chinoise qu'étrangère, qui cherche à développer des indices de mesures qui correspondraient mieux au contexte socio-culturel chinois.

⁵⁹ Bien que l'enquête date de 2016, les résultats n'ont été rendus publics qu'en 2019. HSU, B., ZHANG, W. & Kim, C. « Surveying happiness in China: comparing measures of subjective well-being », *Journal of Chinese Sociology*, 2017, n°4, 14.

⁶⁰ STAFFORD, C., *The Roads of Chinese Childhood: Learning and identification in Angang*, Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

Separation and reunion in modern China, Cambridge : Cambridge University Press, 2000.

“Two stories of learning and economic agency in Yunnan.” *Taiwan Journal of Anthropology* 2 (1), p.171–94.

la revue *Journal of Ethnographic Theory*⁶¹. A partir d'un échantillon de personnes issues de la Chine rurale et de Taïwan, Stafford affirme que la recherche de la richesse – synonyme de bonheur dans l'article – semble un objectif partagé par tous, car il serait source de cohésion sociale, à commencer par une cohésion familiale. Toutefois, cet objectif commun premier aurait progressivement laissé place à un but davantage individualiste. Au sein du groupe interrogé peuvent être distingués deux types de comportements : les « progressives » qui souhaitent construire l'avenir en faisant du bonheur un projet de société commun et les « déclinantes » qui abandonnent le rêve du bonheur à venir, en fantasmant sur le passé. Les jeunes de ces familles rejettent l'idée que le travail rendrait heureux et préfèrent se conforter dans les loisirs et les biens de consommation à portée intellectuelle faible, comme les séries télévisées. Nous pourrions pourtant imaginer que le visionnage de séries télévisées stimulerait l'envie d'adopter les comportements et les modes de vie lisses et idéalisés des personnages ; de presque croire, qu'au moment du visionnage, nous sommes absorbés par le *show* au point de faire corps avec lui. Permettant de focaliser notre attention uniquement sur un point précis, la télévision efface tout repère spatio-temporel, et d'une certaine manière, la réalité. De nombreuses séries américaines jouent d'ailleurs sur leur qualité de vendre du rêve aux jeunes, comme *Gossip Girl* – en montrant la vie parfaite des élites new-yorkaises – ou *Alerte à Malibu* – qui peint un portrait idyllique de la Floride des années quatre-vingt-dix. Comme nous le verrons par la suite, un grand nombre de séries télévisées chinoises ambitionnent de faire évoluer leurs personnages, à l'instar de leurs concurrentes américaines, dans un cadre de vie suffisamment réalistes pour que le téléspectateur lambda puisse le rapprocher de sa propre vie, mais tellement idéalisés qu'elles génèrent des fantasmes – principalement d'ordre matériel et sentimental. Justement, face à cette incursion de plus en plus prégnante de la question du bien-être et du bonheur dans le débat public, les *media studies* ont commencé à s'y intéresser de près, bien que la recherche reste encore à ce jour très limitée dans la sphère occidentale. Nous pouvons cependant citer le travail de Chris Berry, spécialiste américain du cinéma chinois, « « Happy Alone ? Sad Young Men in East Asian Gay Cinema » paru en 2000 dans le *Journal of Homosexuality*⁶² et celui de K Rui « Le goût d'une bonne vie : récits et contre-récits du bonheur dans le documentaire *La Chine au bout de la langue 2* (2014)⁶³ » à titre d'exemples.

III. Les premiers pas de la recherche chinoise

⁶¹ STAFFORD Charles, "Being careful what you wish for : The case of happiness in China", *Hau : Journal of Ethnographic Theory*, 2015, vol.5, n°3, p.25-43.

⁶²BERRY C., « Happy Alone? Sad Young Men in East Asian Gay Cinema », *Journal of Homosexuality*, 2000, n°39(3-4), p.187-200.

⁶³RUI K., « Le goût d'une bonne vie : récits et contre-récits du bonheur dans le documentaire *La Chine au bout de la langue 2* (2014) », *Perspectives chinoises*, 2018/1-2, p.51-60.

Sur le territoire chinois, le premier article publié sur le sujet daterait de 1999, selon Chen Zhenghui et Gareth Davey, deux chercheurs spécialisés sur le bien-être et le bonheur⁶⁴. Il convient toutefois de nuancer cette affirmation, toutes publications confondues : d'après nos recherches menées sur la base de données CNKI, deux articles sur le bonheur sont présents dès 1953. Édité dans le cinquième numéro de la revue *Shìjiè zhīshì* 世界知识 (*Connaissances du monde*), le premier porte sur les répercussions positives du collectivisme agricole sur les paysans d'Union soviétique⁶⁵, tandis que l'autre, publié dans *Rénmín jiàoyù* 人民教育 (*Éducation populaire*) est la traduction d'un document produit par le ministère de l'Éducation de l'URSS sur le bien-être des enfants⁶⁶. Dans les années 1980, la majorité des articles s'intéressent à la science et au domaine médical⁶⁷, seul un est consacré aux populations vivant dans le Xinjiang, région autonome depuis 1955⁶⁸. A partir des années 90, les papiers évoquant le bonheur se font plus fréquents, en représentant une à trois publications par an en moyenne. Les thèmes sont variés, allant de la célébration du 75ème anniversaire du Parti communiste chinois⁶⁹ à la démographie chinoise⁷⁰, en passant par les femmes⁷¹.

⁶⁴CHEN, Z., DAVEY, G., « Happiness and Subjective Wellbeing in Mainland China », *Journal of Happiness Studies*, 2008, n° 9, p.589-600.

⁶⁵LI Boning 李伯宁, *Xìngfú de sūlián nóngmín——suí zhōngguó nóngmín dàibìchǎo tuán fù sū cānguān jì zhī wǔ* 幸福的苏联农民——随中国农民代表团赴苏参观记之五 (*Les heureux paysans soviétiques——La cinquième visite en Union soviétique avec la délégation paysanne chinoise*), *Shìjiè zhīshì* 世界知识, 1953, n°5, p.27-29.

⁶⁶DUBROVNIK 杜伯洛維娜, *Xìngfú de sūlián értóng——wéi zhōngguó rénmíng bǎowèi értóng quánguó wéiyuánhuì ér zuò* 幸福的蘇聯兒童——為中國人民保衛兒童全國委員會而作 (*Heureux enfants soviétiques——pour le Comité national de la défense populaire chinoise des enfants*). *Rénmín jiàoyù* 人民教育, 1953, n°6, p.10-12.

⁶⁷QIAN Xinzong 钱信忠, *Rénkǒu kēxué wéi rénlei xìngfú fúwù——1983 nián 1 yuè 10 rì zài zhōngguó rénkǒu xuéhuì lǐshì huì kuòdà huìyì shàng de jǐānghuà* 人口科学为人类幸福服务——1983年1月10日在中国人口学会理事会扩大会议上的讲话 (*La science de la population au service du bonheur humain——Discours à la réunion élargie du Conseil de la Société chinoise de la population le 10 janvier 1983*), *Rénkǒu yánjiū* 人口研究, 1983, n°2, p.7-10 ; LI Shunlai 李顺来, *Bōzhòng xìngfú de rénmen——jì zhōngguó yīliáo duì zài ā'ěrjǐlyǎ* 播种幸福的人们——记中国医疗队在阿尔及利亚 (*Les Gens qui sèment le bonheur : l'équipe médicale chinoise en Algérie*), *Guójì jīngjì hézuò* 国际经济合作, 1986, n°3, p.14-16 ; HAO Xiping 郝新平, *Zhōngguó de "xìngzǐ" men——jì běijīng értóng yīyuàn báixuèbìng kāngfù xiǎo'ér liánhuān huì* 幸福啊, 中国的“幸子”们——记北京儿童医院白血病康复小儿联欢会 (*Heureusement, les « fils chanceux » de la Chine——En souvenir du rassemblement d'enfants de réadaptation pour leucémie à l'hôpital pour enfants de Pékin*), *Fùmǔ bìdú* 父母必读, 1988, n°8, p.4-5.

⁶⁸AWUTI Tohtu 阿吾提·托乎提, *Méiyǒu zhōngguó gòngchǎndǎng jù méiyǒu xīnjiāng gè zú rénmin de xìngfú* 没有中国共产党就没有新疆各族人民的幸福 (« Sans le Parti communiste chinois, il n'y aurait pas de bonheur pour les habitants de tous les groupes ethniques du Xinjiang »), *Shíshìqiúshì* 实事求是, 1981, n°7, p.1-6.

⁶⁹*Chuàngzào wǒmen de wénmíng hé xìngfú——jìniàn zhōngguó gòngchǎndǎng dànséng qīshíwǔ zhōunián* 创造我们的文明和幸福——纪念中国共产党诞生七十五周年 (*Créer notre civilisation et notre bonheur - Commémoration du 75e anniversaire de la naissance du Parti communiste chinois*), *Qiánjìn* 前进, 1996, n°7, p.1.

⁷⁰SONG Qixia 宋绮霞, *Wéile zǐsūn hòudài de xìngfú——fǎng zhōngguó yōushēng kēxué xiéhuì huì zhǎng qián xīnzhōng* 为了子孙后代的幸福——访中国优生科学协会会长钱信忠, *Zhōngguó jìhùà shēngyù xué zǎzhì* 中国计划生育学杂志 (« Pour le bonheur des générations futures——Entretien avec Qian Xinzong, président de la China Healthy Birth Science Association »), 1993, n°4, p.195-197.

⁷¹WU Fugui 吴富贵, *Bōzhòng xìngfú de tiānshǐ zhōngguó hùshì zài ālābó* 播种幸福的天使 中国护士在阿拉伯 (« Les anges qui sèment le bonheur. Infirmières chinoises en Arabie »), *Guójì réncái jiāoliú* 国际人才交流, 1992, n°8, p.19-22, XU Sizhen 徐思贞, *Zhōngguó wéidà xīn zhōngguó de fùnǚ xìngfú——cānjiā běijīng'95NGO lùntán gǎn* 中国伟大新中国的妇女幸福——参加北京'95NGO论坛感 (« La grandeur de la Chine, le bonheur des femmes de la nouvelle Chine - Participation au Forum des ONG de Pékin '95 »), *Xīndōngfāng* 新东方, 1995, n°5, p.85-86.

C'est en 1998 que paraît la toute première enquête chinoise sur le bonheur : « Bonheur, auto-pouvoir et ontologie sociale : l'idée du bonheur dans un village chinois⁷² ». Publiée dans la revue universitaire *Shèhuì xué yánjiū* 社会学研究 (*Sociological Studies*), cette enquête socio-anthropologique expose une vision chinoise du bonheur grâce à l'étude d'un groupe d'individus d'origine rurale, en pointant du doigt que les représentations du bonheur sont façonnées par les sociétés qui les produisent. Il apparaît certain que la ruralité préoccupe de plus en plus les esprits en cette fin de siècle ; un autre article sur le bonheur des Chinois vivant à la campagne paraît la même année dans le journal *Jiānghǎi qiáo shēng* 江海侨声⁷³. Liang Decun souhaite propager les *happiness studies* dans le monde universitaire chinois avec la parution en 1999 d'un article intitulé « Études sur le bonheur : une nouvelle discipline avec une importance ultime à construire⁷⁴ ». Pour lui, il est urgent de s'intéresser à ces questions sous peine de ne jamais mettre un terme à « une crise mondiale [qui] s'aggrave de jour en jour⁷⁵ ». Il invective même la recherche sur le bonheur, qu'il trouve « sérieusement à la traîne⁷⁶ ». Malgré la menace, les *Xìngfú xué* 幸福学 – traduction chinoise de *happiness studies* – semblent encore loin derrière la recherche internationale sur le bonheur, ainsi que le constate en 2008 Chen Zhenghui et Gareth Davey dans leur rapport sur les études chinoises sur le bonheur⁷⁷. Contrairement aux États-Unis, la Chine ne possède pas encore de revues spécialisées sur ce sujet ; ainsi les études se retrouvent disséminées au sein de parutions couvrant différents domaines, aussi bien la psychologie, que l'économie ou la sociologie. Sur CNKI, en tapant *xìngfú xué* 幸福學, nous avons recensé 51 résultats entre 1999 et 2021, résultats auxquels il faut ajouter les écrits en langue anglaise de chercheurs basés en Chine ou américains d'origine chinoise. Du fait de l'envergure et de la renommée internationale des études anglo-saxonnes sur le bonheur, bon nombre de ces universitaires choisissent de collaborer avec des publications étrangères, leur ainsi assurant une plus grande visibilité à l'échelle internationale. Chen et Davey comptent tout de même 796 articles sur le bien-être et le bonheur publiés dans des revues chinoises entre 1999 et 2007⁷⁸. Ils reprochent toutefois à la recherche chinoise de ne se focaliser que sur certaines parties du territoire – les centres urbains en particulier – ce qui biaiserait les analyses. En 2001, Lu Luo,

⁷² WANG Mingming 王铭铭, *Xìngfú, zìwǒ quánlì hé shèhuì běntǐ lùn: Yīgè zhōngguó cūnlüè zhōng "fú" de gàiniàn* 幸福、自我权力和社会本体论: 一个中国村落中“福”的概念 (« Bonheur, auto-pouvoir et ontologie sociale : le concept de « bonheur » dans un village chinois »), *Shèhuì xué yánjiū* 社会学研究, 1998, n°1, p.25-38.

⁷³ SHI Shoujiang 侍守江, *Yuàn zhōngguó nóngmín xìngfú rúyì*, 愿中国农民幸福如意 (« Que les paysans chinois soient heureux »), *Jiānghǎi qiáo shēng* 江海侨声, 1998, n°1, p.53

⁷⁴ LIANG Dechun 梁德淳, *Xìngfú xué: Yī mén dài jiàn de jù yǒu zhōngjí yìyì de xīn xué kē* 幸福学: 一门待建的具有终极意义的新学科 (« Happiness Studies : une nouvelle discipline d'une importance ultime à développer »), *Shàngráo shī zhuān xué bào* 上饶师专学报, 1999, n°2, p.32-37.

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid.*

⁷⁷ CHEN Z., DAVEY G, *art.cit.*

⁷⁸ *Ibid.*

enseignant à l'Université de Taïwan, publie une enquête considérée comme fondamentale dans la recherche chinoise sur le bonheur. Les réponses d'un groupe d'étudiants à la question « Qu'est-ce que le bonheur ? » sont classées en quatre catégories : le bonheur peut être défini comme un état mental de satisfaction et de contentement, qui se manifeste par des émotions positives, une stabilisation émotionnelle, des envies d'espérer et d'accomplir, et un sentiment de liberté (1). Il peut également se définir comme un état d'existence harmonieux déterminé par la satisfaction de l'individu, un important libre-arbitre, une supériorité de l'enrichissement spirituel sur l'enrichissement matériel, et enfin, un regard optimiste sur l'avenir (2). Certains le considèrent plutôt comme participant d'une relation en constante évolution d'interdépendance avec le malheur, les rendant dépendant et indissociables l'un de l'autre (3), ou plutôt comme un état de contentement atteint grâce à l'impression d'avoir trouvé un sens à sa vie et au fonctionnement du monde qui nous entoure, le sentiment de contentement et de gratitude, le don et le partage, ainsi que la culture de soi. Or, en plus de proposer des définitions pour le bonheur, Luo mentionne que davantage de participants ont convoqué davantage de notions de chaleur, de tendresse et de relaxation, au détriment d'émotions fortes et agitées, signe pour lui que le bonheur soulève des sentiments moins passionnés que chez les populations occidentales⁷⁹. En 2004, Lu Luo confronte les définitions collectées de sa précédente enquête à celles recueillies auprès d'étudiants américains dans « Culture and conceptions of happiness: individual oriented and social oriented swb⁸⁰ ». Co-écrite avec Robin Gilmour, cette étude interculturelle souligne la dominance individualiste dans les définitions du bonheur fournies par des étudiants américains, de même que l'importance de sa poursuite, conçue comme « le but ultime de la vie⁸¹ ». En outre, cet article révèle également que la notion d'estime de soi serait prévalente chez les Américains, à l'inverse des Chinois qui privilégieraient l'intégration sociale et le contact humain. Une autre étude appartenant au champ disciplinaire de la psychologie parue la même année apporte des précisions sur la distinction entre « bien-être subjectif » et de « bien-être psychologique ». En effet, si les deux notions demeurent intrinsèquement liées, elles restent dissociées d'un point de vue empirique. Le bien-être subjectif se mesure en tenant compte de trois paramètres : la satisfaction globale de la vie, les émotions positives et les émotions négatives, tandis que le bien-être psychologique, arrivé plus tardivement dans la littérature des *happiness studies*, est évalué en fonction de l'état de santé mentale, l'enrichissement personnel et la manière dont l'environnement dans lequel les individus évoluent est appréhendé⁸². En comparant les scores de

⁷⁹LU Luo. «Understanding Happiness: A Look into the Chinese Folk Psychology », *Journal of Happiness Studies*, n°2 2001, p. 407-432.

⁸⁰GILMOUR Robin, LU Luo, « Culture and Conceptions of Happiness: Individual Oriented and Social Oriented SWB », *Journal of Happiness Studies*, 2004, n°5, p.269-291.

⁸¹*Ibid.*

⁸²QIU Lin 邱林 YAN Biaobin 严标宾 ZHENG Xue 郑雪, *SWB hé PWB: Liǎng zhǒng xìngfú gǎn yánjiū qǔxiàng de fēnyé yǔ zhěng hé* SWB 和 PWB: 两种幸福感研究取向的分野与整合 («SWB et PWB : la séparation et l'intégration de deux axes de recherche sur le bien-être»), Zhaoqing 肇庆, 2004

bien-être chez les étudiants en Chine continentale, à Hong Kong et aux États-Unis, Yan Biaobin, Zheng Xue et Qiu Lin arrivent à la conclusion que ces trois pays ne présentent pas de différences significatives, mais que seuls des variables du statut économique et des relations sociales influent plus ou moins négativement selon les régions⁸³. A la manière du Gross National Happiness (GNH) bhoutanais⁸⁴, l'économiste Xi Kaiyuan pense que la Chine devrait elle aussi développer son propre indice de mesure du bonheur, afin de « maximiser le bonheur des gens » ; il poursuit en évoquant que « le bonheur est une poursuite personnelle, l'indice de bonheur est un indicateur de logement et le bien-être des gens est une mission nationale⁸⁵ ». Pour lui, il faut dépasser la croyance selon laquelle l'augmentation des richesses d'un territoire accroîtrait irrémédiablement le taux de bonheur de ses habitants – donnant ainsi davantage de crédit au paradoxe d'Easterlin. Même constat pour Shen Jie qui préconise de laisser derrière nous l'ère du culte du PIB pour nous tourner vers de nouveaux indices qui prendraient également en compte des aspects culturels et sociétaux, plus en phase avec le développement de nos sociétés actuelles⁸⁶. C'est ainsi que Cheung et Leung, dans un article paru dans *Social Indicator Research*, soutiennent qu'une plus grande implication du gouvernement améliorerait significativement certains aspects économiques, culturels et politiques de la vie des Chinois⁸⁷. Dans une précédente étude de 2004, ils s'intéressaient à l'influence du genre, du statut marital et des facteurs socio-économiques sur la qualité de vie d'un groupe de résidents pékinois. L'étude conclut que les femmes issues d'un milieu social aisé, relativement jeunes et mariées seraient plus heureuses que leurs congénères masculins et/ou ouvriers. En plus de souligner que les conditions économiques ont davantage de conséquence sur le bien-être des classes populaires que des couches aisées, ils donnent une des raisons pour laquelle la modernisation aurait un impact plus positif sur la vie des femmes que sur celles des hommes : « parce qu'elle met un terme à l'inégalité des sexes d'autrefois⁸⁸ ». Ces tentatives de dresser un portrait-robot de l'individu heureux type orientent les études sur le bonheur de la fin des années 2000 vers des aspects plus

⁸³ QIU Lin 邱林 YAN Biaobin 严标宾 ZHENG Xue 郑雪, 中国大陆、香港和美国大学生主观幸福感比较 (« Comparaison du bien-être subjectif chez les étudiants de niveau collégial en Chine continentale, à Hong Kong et aux États-Unis »), Zhaoqing 肇庆, 2003.

⁸⁴ A l'origine concept philosophique pensé par le quatrième roi du Bhoutan, Jigme Singye Wangchuck, le GNH a ensuite été utilisé en tant qu'indice permettant l'évaluation du bien-être de la population bhoutanaise, en remplacement du PIB.

⁸⁵ XI Kaiyuan 奚恺元 《Cóng jīngjì xué dào xìngfú xué 从经济学到幸福学》 (« De l'économie aux études sur le bonheur »), *Shànghǎi guǎnlǐ kēxué* 上海管理科学, mars 2003.

⁸⁶ SHEN Jie 沈杰, *Cóng "GDP chóngbài" dào xìngfú zhǐshù guānhuái——fāzhǎn lǐlùn shìyě zhōng fāzhǎn guān de jǐ cì shēnkè zhuǎnzhe* 从“GDP崇拜”到幸福指数关怀——发展理论视野中发展观的几次深刻转折 (« Du culte du PIB à la préoccupation de l'indice de bonheur : plusieurs changements profonds dans le concept de développement dans la perspective de la théorie du développement »), Beijing 北京, *Zhōngguó shèhuì kēxuéyuàn shèhuì xué yánjiū suǒ* 中国社会科学院社会学研究所, 2006.

⁸⁷ CHEUNG Chau-kiu, LEUNG Kwan-kwok, « Enhancing life satisfaction by government accountability in China », *Social Indicators Research*, 2007, 82, p. 411-432.

⁸⁸ CHEUNG Chau-kiu, LEUNG Kwan-kwok, « Forming Life Satisfaction among Different Social Groups during the Modernization of China », *Journal of Happiness Studies*, 2004, n°5, p.23.

théoriques. Ainsi, Wang Lulu décortique les points de vue d'Aristote et de Stuart Mill sur le bonheur⁸⁹, tandis que Zhang et Veenhoven se penchent sur le confucianisme qui, comparé au bouddhisme et au taoïsme, aurait davantage influencé les théories chinoises sur le bonheur, en raison de l'implication morale et du conformisme social que cette doctrine intimerait⁹⁰. Zhang Xiaoming propose de comparer la notion de plaisir dans les traditions psychologiques chinoises et occidentales afin d'en soustraire les ressemblances et les différences⁹¹. Quant à Miao Yuanjiang, dans son article de 2009, il dresse une généalogie relativement complète et exhaustive des travaux sur le bien-être et le bonheur. Partant dans un premier temps du monde américano-européen, il présente par la suite la recherche chinoise, en encourageant cette dernière à s'intéresser à des indices de mesure chinois, encore trop peu développés⁹². Par ailleurs, il sera un des premiers chercheurs chinois à concevoir un indice de mesure incluant des dimensions relevant à la fois du « bien-être subjectif » et du « bien-être psychologique ». En effet son questionnaire, *Zònghé xìngfú wènjuàn* 综合幸福问卷 (*Multiple Happiness Questionnaire* MHQ), se focalise sur neuf aspects, à savoir la satisfaction de vivre, les émotions positives, les émotions négatives, la vitalité, la santé, l'altruisme, l'estime de soi, les relations amicales et enfin la personnalité. Il invite les participants à évaluer différentes propositions selon l'échelle de notation suivante : vraiment pas d'accord (*Míngxiǎn bù fúhé* 明显不符合), pas d'accord (*Bù fúhé* 不符合), pas tout à fait d'accord (*Yǒuxiē bù fúhé* 有些不符合), neutre (*Jiè yú zhōngjiān* 介于中间), plutôt d'accord (*Yǒuxiē fúhé* 有些符合), d'accord (*Fúhé* 符合), tout à fait d'accord (*Míngxiǎn fúhé* 明显符合)⁹³.

Numéro de proposition	Proposition en chinois	Traduction de la proposition en français
A1	我的生活大多数方面与我的理想吻合	La plupart des aspects de ma vie sont conformes à mes idéaux
A2	我的生活状况良好	Ma vie est bien
A3	我对我的生活满意	Je suis satisfait de ma vie
A4	到目前为止, 我得到了我在生活想要的重要的事情	Jusqu'à présent, j'ai obtenu ce que je désirais vraiment

⁸⁹WANG Lulu 王露璐, *Xìngfú shì shénme—cóng yà lǐ shì duō dé yǔ mì èr de xìngfú guān tán qǐ* 幸福是什么——从亚里士多德与密尔的幸福观谈起 (« Qu'est-ce que le bonheur : discuter à partir des points de vue d'Aristote et de Mill sur le bonheur »), 《Guāngmíng rìbào 光明日报》, 2 décembre 2007.

⁹⁰VEENHOVEN, R., ZHANG, G., « Ancient Chinese philosophical advice: can it help us find happiness today? », *Journal of Happiness Studies*, 2008, n°9, p.425-443.

⁹¹ZHANG Xiaoming 张晓明, *Zhōngxī xīnlǐ xué chuántǒng zhōng "lè" de bǐjiào yánjiū* 中西心理学传统中“乐”的比较研究 (« Une étude comparative du "plaisir" dans les traditions psychologiques chinoises et occidentales »), Jílín shīfàn dàxué 吉林师范大学, 2009.

⁹²MIAO Yuanjiang 苗元江, *art.cit.*

⁹³MIAO Yuanjiang 苗元江, *Zònghé xìngfú wènjuàn* 综合幸福问卷 (MHQ), 2003.

A5	回首往事，能多感受到生活的意义和人生的圆满	Rétrospectivement, j'accepte le sens de la vie et mes accomplissements
----	-----------------------	--

Fig.3

Exemples de propositions données pour la section « satisfaction de la vie »

Source : tableau fait à partir d'une page du MHQ

A partir de 2011, les études sur le bonheur reprennent une coloration économique. En analysant des données sur le revenu par habitant dans la province du Shandong entre 2002 et 2008, le sociologue Xing Zhanjun constate que le bonheur reste corrélé aux revenus individuels, mais pas à l'augmentation du PIB. Selon lui, le sentiment de bien-être découlerait de l'expérience d'une bonne santé physique et mentale (身心健康体验) couplée à une sensation de plaisir qui se développe (享有发展). Or, elles ne peuvent se produire que grâce à une série de facteurs ; une bonne santé et physique et mentale serait liée aux relations interpersonnelles (人际适应体验), à l'état mental (心理健康体验), à la valeur des ambitions (目标价值体验), à l'équilibre psychique (心态平衡体验), et à la vitalité physique (身体健康体验), tandis que le plaisir proviendrait de l'environnement familial (家庭氛围体验), de la foi en la société (社会信心体验), de la réussite (成长进步体验), une grande satisfaction (知足充裕) ainsi que l'estime de soi (自我接受体验)⁹⁴.

⁹⁴XING Zhanjun 邢占军. *W'ōguó jūmín shōurù yǔ xìngfú gān guānxì de yánjiū* 我国居民收入与幸福感关系的研究 (« Recherche sur la relation entre le revenu et le bonheur des résidents chinois»), *Shèhuì xué yánjiū* 社会学研究, 2011.

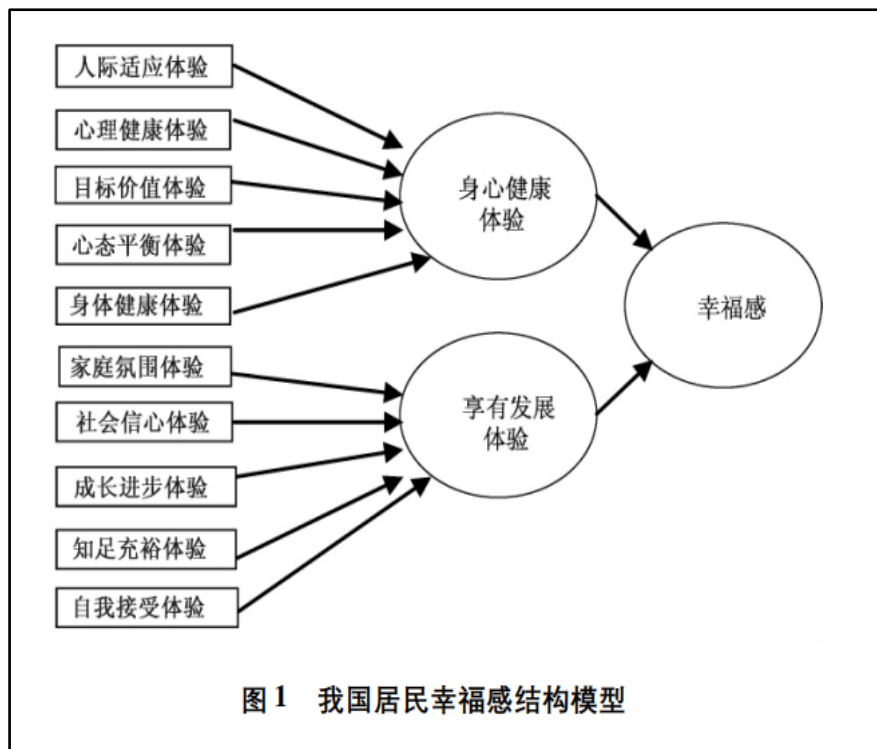


Fig.4

Modèle structurel du bien-être chez les résidents chinois

Source : XING Zhanjun, 2011

Pour He Lixing et Pan Chunyang, la corrélation entre revenus et bonheur dépend du groupe social des individus, de même que leur niveau d'éducation ou leur lieu d'habitation. Ainsi, les inégalités créées par ces écarts donneraient lieu à de mauvaises expériences affectant fortement le sentiment de bien-être des plus lésés, ce à quoi il faudrait mettre un terme en égalisant les opportunités sociales en Chine⁹⁵. Dans « How education enhances happiness: comparison of mediating factors in four East Asian countries », article paru en 2012 dans la revue *Social indicators research*, Chen souligne lui aussi le lien entre niveau d'instruction et bonheur, en ajoutant que le revenu individuel aurait un impact plus positif en Chine que dans d'autres pays d'Extrême-Orient, où les facteurs non pécuniaires infléchiraient positivement le bien-être⁹⁶. Une étude de la même année, en analysant l'impact des changements de politiques économiques sur la vie des résidents chinois, conclut que la croissance économique peut constituer aussi bien un facteur de bonheur qu'une source de malheur, notamment en cas de problèmes économiques majeurs à venir ; c'est pourquoi « un suivi

⁹⁵HE Lixin 何立新, PAN Chunyang 潘春阳, *Pòjiě zhōngguó de "Easterlin bèi lùn": Shōurù chājù, jībù bù jūn yǔ jūmín xìngfú gǎn* 破解中国的“Easterlin 悖论”:收入差距、机会不均与居民幸福感 (« Déchiffrer le "paradoxe d'Easterlin" en Chine : disparité des revenus, inégalité des chances et bonheur des résidents »), *Fùdàn dàxué jīngjì xuéyuàn*, 复旦大学经济学院, 2011.

⁹⁶CHEN, W. C., «How education enhances happiness: comparison of mediating factors in four East Asian countries », *Social indicators research*, 2012, n°106, p.117-131.

et des recherches de plus en plus détaillées sur le bonheur sont nécessaires⁹⁷». En effet, Yuan et Golpelwar confirment eux-aussi que la sécurité économique possède un impact significatif sur le bonheur, au côté de la cohésion sociétale, et de l'inclusion et de l'habilitation sociale⁹⁸. Une contribution d'avril 2017 intitulée « Revenu absolu, revenu relatif et paradoxe d'Easterlin : preuves du CGSS » discute de l'impact du revenu absolu et du revenu relatif sur le bien-être des ménages, en suggérant que, si les questions de revenus touchent au bien-être des classes sociales aisées comme plus pauvres, il conviendrait au gouvernement d'améliorer la politique de redistribution des richesses, afin de fortifier le capital santé et bien-être social de ces populations⁹⁹. Cependant, en cette fin de décennie, bien que les *happiness studies* chinoises marquent leur grand retour sur la scène des études économiques¹⁰⁰, il ne faut pas mettre de côté certaines contributions théoriques. Un aperçu de contributions majeures menées sur le bien-être en Chine publié en 2017 dans *Journal of Happiness Studies* révèle la concurrence qu'il existe entre les différents termes utilisés afin de se référer au bonheur des individus. Toutefois, on constate que *xingfu* reste le plus utilisé.

Term	Type/connotation	Survey question (example)	Surveys
幸福 <i>xingfu</i> (happiness)	Overall Evaluation/one's life is going well as relating explicitly to relationships with family and friends; mood; health; material comfort; respect	Asiabarameter 2006. All things considered, would you say that you are happy these days? Very happy, Quite happy, Neither happy nor unhappy, Not too happy, Very unhappy 总体而言,你觉得自己最近幸福吗?(限选一项) 非常幸福, 比较幸福, 一般, 不太幸福, 很不幸福	WVS 1995, Asiabarameter 2006, CGSS (2003/2013, 2012), Spiritual Life 2007, Blessed Happiness 2016
满意 <i>manyi</i> (satisfaction)	Overall Evaluation/met expectations; material comfort; can also refer to satisfaction about specific things or issues	Spiritual Life 2007. Do you feel satisfied with the way your life has been going recently? Very dissatisfied, very satisfied 请问您对自己近来的生活满意吗?非常不满意, 非常满意	Pew 2009, WVS (1990, 1995, 2001, 2007)
好生活 <i>haoshenghuo</i> (good life)	Overall Evaluation/comfortable life	Blessed Happiness 2016. Do you think you currently have a good life? Very good, Good, Not so good, Very bad 您觉得您现在过的生活算是好的生活吗?非常好, 比较好, 不太好, 非常不好	BH 2016
快乐 <i>kuai</i> (happy)	Positive Emotion/cheerful, untroubled, lighthearted	CHNS 2011. I am as happy now as I was younger. 我和年轻时一样快乐	CHNS 2006, WVS (1990, 2007)
享受生活 <i>xiangshou shenghuo</i> (enjoying life)	Positive Emotion/carefree, blissful; "this is the life"	Asiabarameter 2006. How often do you feel you are really enjoying life these days? Often, sometimes, rarely, never 最近您每隔多长时间会感到自己是真正的在享受生活?经常, 有时, 很少, 从不	Asiabarameter 2006
愉快 <i>yukai</i> (happy)	Positive Emotion/pleased, content	WVS 2007, 2012. [recorded] Taking all things together, would you say you are Very happy, Rather happy, Not very happy, Not at all happy 将所有情况都考虑进来, 目前您生活得愉快吗?(选出选项) 很愉快, 愉快, 不太愉快, 一点都不愉快, 不知道	WVS (2007, 2012)
生活的阶梯 <i>shenghuo de jieti</i> (ladder of life)	Career/"up" is better while "down" is worse	Pew 2010. Here is a ladder representing the "ladder of life." Let's suppose the top of the ladder represents the best possible life for you, and the bottom, the worst possible life for you. On which step of the ladder do you feel you personally stand at the present time?	Pew (2002, 2005, 2007, 2010)

Fig.5

Termes les plus fréquemment utilisés dans les questionnaires chinois sur le bien-être subjectif

Source : HSU, 2017

⁹⁷LIU Junqiang 刘军强, SU Yang 苏阳. XIONG Moulin 熊谋林 经济增长时期的国民幸福感 (« Le bonheur national en période de croissance économique »), *Zhongguo shehui kexue* 中国社会科学, 2012.

⁹⁸GOLPELWAR, M., YUAN, H., « Testing Subjective Well-Being from the Perspective of Social Quality: Quantile Regression Evidence from Shanghai China », *Social Indicators Research*, 2012, p.1-20.

⁹⁹WU Qiang, ZHOU Bo, « Absolute Income, Relative Income and Easterlin Paradox: Evidence from CGSS », *Nankai Economic Studies*, avril 2017, p.41-58

¹⁰⁰CHEN Liuqin 陈柳钦, *Zhoushiang xingfu: Jingji xue yanjiu de huigui* 走向幸福: 经济学研究的回归 («Vers le bonheur : le retour de la recherche économique»), *Banquan shengming* 版权声明, 15/04/2019.

Outre comparer les différents termes utilisés dans les questionnaires évaluant le bonheur des interrogés, cet article met en exergue l'idée que l'émotion constituerait un critère davantage influant en Amérique du Nord qu'en Chine. Selon les auteurs de cet article, le bonheur serait davantage évalué sur les réalisations personnelles des individus plus sur une perception psychologique¹⁰¹. En 2012, Zeng Hong et Guo Shiping distinguent trois conceptions différentes du bonheur : le bonheur ne doit pas être uniquement lié aux émotions personnelles (1), l'harmonie sociale et les relations interpersonnelles supplantent une conception individualiste du bonheur (2), seul un bonheur de type rationnel doit être recherché (3). Ils évoquent en outre la relation dialectique entre bonheur et malheur¹⁰². Auteur de « Rétrospective et prospective : bilan des recherches sur la connotation, la mesure et les facteurs d'influence du bien-être subjectif des résidents », Luo Shuyuan pense que les études sur le bonheur actuelles s'inscrivent dans deux courants théoriques sur le bonheur qui se seraient développés dans le monde occidental, à savoir la théorie du bonheur de Bentham et la théorie de la réalisation d'Aristote. Or, ces deux écoles ont conduit à la formation de deux paradigmes différents : la recherche du bonheur subjectif et la recherche du bonheur objectif. Pour les partisans de Bentham, « les gens essaient d'éviter la douleur et rechercher le plaisir dans le processus et le résultat, qui consistent en des sentiments psychologiques hédoniques ou subjectifs », tandis que pour ceux du philosophe grec, « la base du bonheur n'est pas le bonheur que les gens obtiennent, mais la réalisation du véritable potentiel des gens. Ce type d'effort, le bonheur s'obtient dans la réalisation de l'estime de soi¹⁰³ ». Par ailleurs, il existerait une inadéquation entre la théorie et les enquêtes empiriques, conduisant à des études approximatives ou inexacts. Le principal défi résiderait surtout dans la conduite d'une recherche menée sur des variables subjectifs afin de mesurer les conditions de vie réelles des populations. Pour l'auteur, la recherche universitaire serait progressivement passée d'une focalisation principalement sur les facteurs externes à l'analyse des mécanismes internes. En fait, elle a d'abord fait des hypothèses qu'elle a ensuite appliquée, comme toute démonstration scientifique. Or, ce passage à la démonstration s'inscrirait dans un but social, afin de « stimuler une attention généralisée du bonheur venant de tous les horizons de la vie¹⁰⁴ ». Aussi, la recherche sur le bonheur constituerait un acte d'engagement social. Luo Shuyuan souligne d'ailleurs la « pauvreté intellectuelle¹⁰⁵ » des chercheurs occidentaux, sous-entendant de fait que les Chinois possèdent toutes les qualités spirituelles pour se démarquer. Or, Chen Liuqin explique que la recherche sur le bonheur relève même d'une mission d'ordre humanitaire :

¹⁰¹ HSU, B., KIM, C., ZHANG, W., « Surveying happiness in China: comparing measures of subjective well-being». *Journal of Chinese Sociology*, n°4, 2017.

¹⁰² GUO, S.P., ZENG, H. « "Le": The Chinese Subject Well-Being and the View of Happiness in China Tradition Culture», *Acta Psychologica Sinica*, 2012, n°44, p.986-994.

¹⁰³ CHEN Liuqin 陈柳钦, *art.cit.*

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

Le bonheur est la valeur ultime poursuivie par les êtres humains. L'économie promeut le bonheur humain depuis sa création. Le bonheur est la mission bien sûr, et "poursuivre le bonheur" est le grand objectif de l'économie. L'étude du bonheur en économie a transformé l'économie du mode traditionnel consistant à ne considérer que l'allocation des ressources à la manière d'équilibrer le conflit entre les ressources rares et les désirs humains, élargissant considérablement le champ de recherche de l'économie. L'étude du bonheur permet aux économistes d'examiner les problèmes de manière plus complète et approfondie, et encourage l'économie à mieux intégrer d'autres disciplines pour résoudre les problèmes auxquels la société humaine est confrontée¹⁰⁶.

Si les chercheurs semblent préoccupés par l'objectif social de leurs contributions, le gouvernement prend également quant à lui pleinement conscience de ces enjeux. En effet, la croissance exponentielle d'études portant sur le bonheur coïncide avec l'intérêt grandissant du gouvernement sur les questions de bien-être de la population. En 2005, sur le modèle de la China General Survey (CGSS) mise au point par des universitaires chinois de tout le pays, le Bureau National des Statistiques publie une « Enquête sur la société harmonieuse de Pékin » (*Běijīng shì héxié shèhuì zhuàngkuàng diàochá* 北京市和谐社会状况调查) censée mesurer le bien-être et la santé mentale des résidents pékinois. C'est la première fois que le bonheur apparaît comme un critère d'évaluation dans une enquête officielle¹⁰⁷. Un article du *Quotidien de la jeunesse chinoise* explique le mode de fonctionnement de cette analyse ; celle-ci repose sur trois critères d'évaluation : les indicateurs reflétant le *statu quo* objectif des conflits sociaux (*Fǎnyìng shèhuì chōngtú kèguān xiànzhuàng de zhǐbiāo* 反映社会冲突客观现状的指标), les indicateurs reflétant les exigences des sujets sociaux (*Fǎnyìng shèhuì zhǔtǐ sùqiú de zhǐbiāo* 反映社会主体诉求的指标) et indicateurs reflétant le *statu quo* du mécanisme de coordination des conflits sociaux (*Fǎnyìng shèhuì chōngtú xiétiáo jīzhì xiànzhuàng de zhǐbiāo* 反映社会冲突协调机制现状的指标). Ainsi, l'enquête révèle que la majorité des habitants trouvent les mesures gouvernementales trop faibles en matière de salaires, de système de santé et de logement. Par ailleurs, ces chiffres montrent également que l'écart entre riches et pauvres se creuse de plus en plus, écart même qui serait à l'origine d'une bonne partie des conflits sociaux selon les conclusions de l'enquête. Toutefois, malgré un climat social placé sous le signe des inégalités, les participants auraient déclaré se montrer heureux dans leur vie à près de 70 %¹⁰⁸. Ces résultats coïncident avec ceux présentés par le *Rapport annuel sur la société chinoise* de 2005.

¹⁰⁶*Ibid.*

¹⁰⁷LI Songtao 李松涛, « *Běijīng shì dǒu cì jiāng "xìngfú zhǐshù" nà rù héxié shèhuì píngjià tǐxì* 北京首次将“幸福指数”纳入和谐社会评价体系 » (« Pékin intègre "l'indice de bonheur" dans le système d'évaluation de la société harmonieuse pour la première fois »), *Zhōngguó qīngnián bào* 中国青年报, 12/03/2006.

¹⁰⁸*Idem.*



Fig.6

L'augmentation du sentiment de satisfaction générale chez les Chinois en 2005

Source : <http://www.gov.cn/jrzg/2005-12/31/content_144552.htm>

Comme on peut le lire, la majorité des Chinois interrogés dans le cadre de cette enquête semblent majoritairement satisfaits ; ils sont 47.6% à se déclarer « très heureux » ou « heureux ». Ils sont en outre plus nombreux à approuver la politique diplomatique de la Chine (74.4 % en 2005 contre 66.7 % en 2004). En revanche, les résultats diffèrent avec ceux présentés dans « l'Enquête sur la société harmonieuse de Pékin » sur la santé (+3,1 % par rapport à 2004), mais pas sur le logement (- 12,1% par rapport à 2004). Par ailleurs, certains se déclarent insatisfaits – seule mention d'insatisfaction du rapport – en ce qui concerne « les valeurs traditionnelles » (*Chuántǒng dàodé* 传统道德). A l'instar de la ville de Pékin en 2005, la ville de Shenzhen conçoit l'année suivante une « échelle de bonheur personnel » (*Gèrén xìngfú liàng biǎo* 个人幸福量表) comprenant le plaisir et l'état mental comme premier indicateur, la satisfaction à l'égard de la vie comme deuxième indicateur, et les relations interpersonnelles comme troisième et dernier indicateur¹⁰⁹. Aussi, force

¹⁰⁹MIAO Yuanjiang 苗元江, *art.cit.*

est de constater que ces enquêtes créent une certaine compétitivité entre les villes, que cristallise la nomination des « villes les plus heureuses de Chine » (中国最具幸福感城市) initiée par l'*Oriental Outlook* (Liàowàng dōngfāng zhōukān 瞭望东方周刊). Ce concours adopte le système d'évaluation mis au point par le professeur Christopher K.Hsee de l'école de management de l'université de Chicago. L'enquête comprend douze indicateurs spécifiques tels que le lieu de vie, les conditions de circulation, la vitesse de développement, le degré de civilisation, les opportunités de revenus, le niveau médical et de santé, le niveau d'éducation, le prix du logement, le contact humain, la sécurité publique, l'atmosphère de travail et la commodité de vie¹¹⁰. En mai 2011 est publié *le Livre bleu de la compétitivité urbaine en Chine*, enquête regroupant les chiffres sur le bonheur dans 294 villes, et où sont étudiés la confiance en l'avenir et le développement social, les conditions de vie, le système de santé, l'harmonie familiale parmi d'autres¹¹¹. Pourtant, Ma Jiantang, lors du 4ème Forum Mondial de l'OCDE, juge insuffisantes les initiatives prises à l'échelle locale et inexistantes à l'échelle nationale¹¹². En outre, il invite les chercheurs à ne pas renoncer à l'indice du PIB, bien que ce dernier ne puisse en aucun cas se suffire à lui seul¹¹³. Face à ce constat alarmant, le centre d'enquête et de recherche pour la finance du foyer en Chine communique ses résultats pour l'année 2014. Son *National Happiness Report* (Guómín xìngfú bàogào 国民幸福报告2014) évalue la santé, les revenus, le statut marital, le degré d'éducation, et les emplois d'un groupe de résidents afin d'établir l'état actuel de bonheur dans leur vie. Ainsi, le rapport révèle que les Chinois sont globalement heureux et que le bonheur est présent davantage en ville qu'à la campagne ; le mariage rendrait plus heureux alors qu'un haut niveau d'instruction aurait l'effet l'inverse, de même qu'être un homme. *The state of happiness in a COVID world*, étude conduite par Ipsos datant de 2020, sort la Chine victorieuse du classement des pays les plus heureux à l'ère de la Covid-19. Une nouvelle qu'une des porte-paroles du ministère des Affaires étrangères, Hua Chunying, s'est empressée de partager sur son compte Twitter.

¹¹⁰*Ibid.*

¹¹¹*Ibid.*

¹¹² MA Jiantang 马建堂, *China's Practice in Measuring Well-Being*. Communiqué du Bureau national des statistiques de Chine, 22/10/2012.

¹¹³« Premièrement, si nous n'avons que le PIB, nous ne serons peut-être pas suffisamment heureux. Mais si nous n'avons pas assez de PIB, nous ne pourrions pas non plus nous sentir heureux. Nous devons aller au-delà du PIB, mais nous ne pouvons pas renoncer au PIB. Nous, statisticiens et économistes, devons peut-être refuser les extrêmes du PIB et du bonheur ». (“First, if we have GDP only, we may not be happy enough. But if we do not have enough GDP, we cannot feel happy. We need to go beyond GDP, but we cannot give up GDP. We statisticians and economists may have to refuse the extremes of GDP and happiness”). *Idem.*



Fig.7

Tweet de Hua Chunying annonçant la victoire de la Chine au sondage « The state of happiness in a Covid world »

Source : <https://www.polygraph.info/a/fact-check-is-china-the-happiest-country-in-the-world/30897167.html>

Bien que cette dernière se retrouve accusée de relayer de fausses informations sur le site de fact-checking américain *Polygraph.info*, cette annonce confirme que le bien-être et le bonheur sont des sujets au cœur des préoccupations gouvernementales. Et pas que : notons par ailleurs que certaines grandes universités proposent désormais des cours sur le bonheur. A l'université de Fudan à Shanghai par exemple, on peut suivre un cours de « psychologie du bonheur » dont voici le descriptif :

Avec le développement rapide de la science et de la technologie, la vitesse de mise à jour des connaissances est accélérée. La pression concurrentielle de l'ensemble de la société augmente et le rythme de vie des gens s'accélère de plus en plus. Une étude montre que la vitesse de marche des citoyens a augmenté de 10 % au cours de la dernière décennie. Alors que notre richesse matérielle augmente, le sentiment de satisfaction des gens diminue progressivement. Les statistiques montrent que notre pouvoir d'achat a doublé au cours des trente dernières années, en même temps que notre taux de divorce a triplé, de même que notre taux de suicide ; les crimes violents ont sextuplé, et la dépression a décuplé. Les symptômes de divers troubles psychosomatiques, y compris la dépression et l'anxiété, se répandent dans notre société aujourd'hui. Les étudiants universitaires qui sont les descendants de l'empereur font également partie du groupe social, et leur bien-être et leur santé mentale nécessitent également une attention urgente. Afin d'aider les étudiants à faire face à la pression d'une concurrence croissante, à renforcer les étudiants pour établir un état positif, changer les malentendus, améliorer la satisfaction de la vie, avoir des niveaux élevés d'émotions positives et de faibles niveaux d'émotions négatives, et améliorer le bonheur de la vie, ainsi améliorer le bonheur Afin d'améliorer le sens du bonheur et du bonheur, le Centre d'éducation en santé mentale a spécialement ouvert le cours "Psychologie du bonheur". La « psychologie du bonheur » part des diverses émotions positives dont les étudiants ont besoin, et le contenu implique la théorie du bonheur, les

stratégies du bonheur, la relation entre la personnalité et le bonheur, les relations interpersonnelles et le bonheur, l'argent, la richesse et le bonheur, etc. Ce cours forme les étudiants à avoir un caractère et une stratégie plus optimistes, en construisant des situations de vie de manière positive, en leur apprenant à effectuer un ajustement psychologique, etc., pour améliorer leur bien-être subjectif, afin d'obtenir une vie heureuse et pleine de sens. « Psychologie du bonheur » est un cours facultatif public ouvert à tous. Le manuel de référence est "Psychologie du bonheur" édité par Xiao Yongchun, Fudan University Press. Les professeurs sont Cao Gaoju et Xiao Yongchun¹¹⁴.

Comme nous l'avons vu précédemment en introduction, le bonheur constitue un véritable objet marketing, ainsi que le fait remarquer l'historien Rémy Pawin¹¹⁵; aussi s'inscrit-il dans la propagande positive (zhèngmiàn xuānchuán 正面宣传¹¹⁶) que cherche à mettre en place Xi Jinping depuis le début de son mandat.

¹¹⁴ Descriptif trouvé sur le site internet de l'université de Fudan : <<http://caps.fudan.edu.cn/p3064c3036/list.htm>>

¹¹⁵PAWIN, R., *Histoire du bonheur en France depuis 1945*, Paris : Robert Laffont, 2013, 384p.

¹¹⁶CHEN Z, WANG CY. « The Discipline of Happiness: The Foucauldian Use of the “Positive Energy” Discourse in China’s Ideological Works », *Journal of Current Chinese Affairs*. 2019, n°48, p.201-225.

CHAPITRE II

UNE REMISE EN CAUSE DU BONHEUR MATÉRIEL ET INDIVIDUALISTE

Si celui qui est au-dessus des autres est sans orgueil, son élévation sera sans péril ; s'il dépense avec économie et avec mesure, quelque riche qu'il soit, il ne donnera pas dans le luxe. En évitant les périls de l'élévation, il en perpétuera la durée ; en se préservant du luxe, il jouira continuellement de l'abondance. Sa grandeur et ses richesses assurées, elles assureront son rang suprême à sa famille et la paix dans ses États. Voilà sommairement ce qui regarde la Piété Filiale d'un Prince : Craignez, tremblez, soyez sur vos gardes, dit le Chi-king, comme si vous étiez sur le bord du précipice, comme si vous marchiez sur une glace peu épaisse.

ZENG ZI, *Le Classique de la piété filiale*

I. L'individualisme ou la mise en scène de soi

Contrairement à ce que nous pourrions penser de prime abord, la notion d'individualisme n'est pas nouvelle en Chine, du moins pas totalement. Par individualisme, nous entendons une « conception selon laquelle l'individu est premier par rapport au groupe ou à la société globale¹¹⁷ ». Le philosophe Yang Zhu par exemple croit que toute destinée doit uniquement être consommée sous l'égide des désirs et de l'intérêt personnel. Ainsi, tout ce qui pourrait nuire au bien-être personnel est considéré comme immoral pour ce dernier, comme l'écrit Mencius à son sujet : « Ce pour quoi Yang Zhu vivait était lui-même. Si, en s'arrachant un poil de jambe, cela pouvait profiter au reste du monde, il ne le ferait pas¹¹⁸ ». Toutefois, l'humanisme apparu en Europe dès le XIV^e siècle offre les prémices de l'individualisme en tant que conception philosophique et politique, en reconnaissant que les compétences intellectuelles humaines ont joué un rôle dans la création divine de notre univers. A partir des Lumières, la pensée se construit indépendamment de la foi religieuse. L'émergence de l'idéal démocratique et du capitalisme supposent que le bonheur des êtres repose sur leur

¹¹⁷ALPE Yves, DOLLO Christine, LAMBERT Jean-Renaud, PARAYRE Sandrine, « individualisme », in *Lexique de sociologie*, Paris : Dalloz, 2017.

¹¹⁸MENCIUS, *Mengzi* cité dans GRAHAM, Angus C., Chuang-tzû, *The Seven Inner Chapters and Other Writings from the Book Chuang-tzû*, Londres, Allen and Unwin, 1981, p. 223.

autonomie à l'égard d'un Dieu créateur et maître de nos destinées. L'apogée de la société de consommation, dès les années cinquante, renforce l'individualisme, car, désormais élevé au rang de consommateur, l'Homme est avant tout perçu comme singulier, et dont les besoins et la moralité se retrouvent directement influencés par son comportement vis à vis de la consommation¹¹⁹. Aussi l'affirmation de son existence passe-t-elle par une mise en scène exagérée de lui-même, comme le révèlent par exemple les tendances vestimentaires des années soixante ou même quatre-vingt qui accordent une grande importance à la vivacité chromatique ainsi qu'à un certain attrait pour l'ostentatoire et l'opulence¹²⁰. Cette affirmation systématique de l'identité déferle sur le continent chinois à peu près à la même époque. Nous pouvons peut-être y voir la conséquence d'une forme de négation de l'individu perpétrée sous l'ère maoïste – le gommage des différences de genre entre les individus notamment – conjuguée à une globalisation des valeurs euro-américaines ; l'identité d'un individu s'émancipe désormais de l'identité autrefois tutélaire de sa classe sociale ou de son unité de production (*danwei* 单位). A présent livré à lui-même, le peuple chinois doit repenser sa place dans un monde où l'identité collective ne bride plus l'individualité. De fait, un grand nombre de débats sur l'Homme verront le jour à la fin de la Révolution Culturelle : certains utiliseront leur plume, tandis que d'autres filmeront. *Terre Jaune*, sorti en 1984, s'interroge justement sur le rapport entre l'individu et sa communauté, en se focalisant sur deux personnages : un collecteur de chant œuvrant pour le compte du Parti communiste et une fillette qui rêve de s'émanciper de son destin de femme de la campagne¹²¹. Or, le concept de « société harmonieuse » (*hexie shehui* 和谐社会), théorisée officiellement par Hu Jintao en 2005, réintroduit la notion d'identité et de bonheur collectifs dans le débat public. En effet, pour Hu Jintao, une société harmonieuse peut se définir comme un projet politique voué à estomper les disparités présentes au sein de la population chinoise, lesquelles se seraient accentuées avec la libéralisation de l'économie et le consumérisme :

Pour synthétiser, dès maintenant et sur un plus ou moins long terme, le développement social et économique de notre pays connaîtra, sans doute, des contradictions et des problèmes encore plus complexes et plus prononcés. [...] Dans le développement socio-économique de la Chine sont également apparues de nouvelles tendances [...] qu'il nous faut maîtriser complètement. Parmi elles, distinguons ces problèmes majeurs : la pénurie des ressources naturelles et énergétiques ; [...] le développement inégal entre les villes et les campagnes, le développement inégal entre les régions et le développement inégal au niveau socio-économique [qui] sont responsables de contradictions encore plus critiques ; [...] la cohabitation et la confrontation de toutes sortes de pensées et de cultures, l'augmentation manifeste des canaux de diffusion d'idées et de concepts propres à influencer les individus à un degré de plus en plus puissant ; l'indépendance, la sélectivité, la versatilité et la divergence des activités idéologiques des individus, manifestation plus prononcées et renforcées ; l'existence au sein de la société de phénomènes négatifs et de corruption, ainsi que de toutes sortes d'activités criminelles graves, autant d'éléments qui

¹¹⁹GUIEN Jeanne, *op.cit.*

¹²⁰ORMEN C., *Modes XIXe et XXe siècles*, Paris : éditions Hazan, 2000, 575p.

¹²¹KAIGE Chen 陈凯歌, *Huáng tǔ dì* 黄土地 (*Terre jaune*), 1984, 91 minutes.

exercer sur l'harmonie et la stabilité de la société une influence défavorable¹²².

Ainsi, nouvelle société semble rimer avec cacophonie permanente, tant les termes appartenant au champ lexical du désordre et de la contradiction sont présents dans le passage ci-dessus : *máodùn* 矛盾 (contradiction), *fùzá* 复杂 (complexe), *bù píngbēng* 不平衡 (inégal, déséquilibré), *bù píngbēng de máodùn* 不平衡的矛盾 (contradictions déséquilibrées), *duō biànxìng* 多变性 (versatilité), *chāyì xìng* 差异性 (divergence). Au même titre que la versatilité et la divergence, l'individualisme est tenu pour responsable de ce tohu-bohu qu'il convient de résoudre. Comme Thomas Boutonnet l'indique, ce discours de crise s'inscrit dans une volonté de réaffirmer la suprématie du Parti sur celle des individualités¹²³. Ce projet de société – qui réapparaîtra plus tard sous le nom de Rêve chinois (*zhōngguó mèng* 中国梦) – entend poursuivre, comme sous la présidence de Mao Zedong le rêve d'une société unie et à l'aspect lisse et unifié en redonnant ses lettres de noblesse aux notions de collectivité et de nation. Or, cette unification passe par la constitution d'une idéologie nouvelle, véhiculée comme nous l'avons précédemment vu en partie par les médias et le cinéma. Dans cette seconde partie, nous nous attacherons donc à identifier les représentations de l'égoïsme, de la superficialité ainsi que du consumérisme dans les films choisis afin de comprendre comment et pourquoi ces dernières s'inscrivent dans une logique de condamnation de ces comportements.

Égocentrisme et égoïsme

En chinois, on désigne habituellement l'égoïsme par l'adage *zìsī zì lì* 自私自利 qui signifie littéralement « mon moi, les profits pour moi ». Entrée dans la langue courante grâce au néo-confucianiste Cheng Yi, elle servait à l'origine à critiquer la primauté accordée à l'intériorité dans le bouddhisme ; aussi écrit-il

Vous ne pouvez pas dire que les enseignements des bouddhistes sont pour les ignorants, car ils sont en fait assez élevés et profonds, mais, pour l'essentiel, ils peuvent finalement être réduits à une forme d'égoïsme¹²⁴.

A l'instar de cette maxime, les représentations de l'égoïsme et de l'égocentrisme dans nos films offrent un regard moralisateur. Si l'individu égoïste semble de prime abord heureux, cette apparence

¹²² Extrait de l'« Allocution du président Hu Jintao lors du séminaire organisé pour les hauts dirigeants et les cadres provinciaux autour de la thématique “augmenter notre capacité à construire une société harmonieuse socialiste” » (*Hu jintao zài shěng bù jí zhǔyào lǐngdǎo gānbù tígāo gòujiàn shèhuì zhǔyì héxié shèhuì nénglì zhuāntí yántǎo bān shàng de jiǎnghuà* «胡锦涛在省部级主要领导干部提高构建社会主义和谐社会能力专题研讨班上的讲话»), prononcée le 19 février 2005 à l'École centrale du Parti. Citée par BOUTONNET Thomas, « Traitement moral de la question sociale dans la « société harmonieuse » de Hu Jintao », *Transtext(e)s Transcultures* 跨文本跨文化, 5, 2009. L'emphase est de nous.

¹²³ BOUTONNET Thomas, *art.cit.*

¹²⁴ Traduit en français à partir de la version en anglais de CHAN, L., *Self-Cultivation, Moral Motivation and Moral Imagination : A Study of Zhu Xi's Virtue Ethics*, University of Hawaii, Honolulu, 2008.

de bonheur s'effrite au fur et à mesure que nous en apprenons plus sur ce personnage. Dans *Pegasus*, Zhang Chi se présente dès les premières minutes du film comme un homme fier de son ancienne carrière de pilote de course automobile – fierté sans doute émoussée par le fait qu'il ait remporté cinq fois de suite une des courses les plus difficiles au monde, celle de Bayanbulak, dans la province du Xinjiang. Lorsqu'il relate ses victoires consécutives en voix-off accompagné d'une succession de plans panoramiques témoignant de l'immensité vertigineuse de cette contrée, le spectateur découvre la silhouette d'un Zhang Chi triomphant, un pied s'appuyant sur une stèle qui porte pour inscription «1 Zhang Chi (1 张弛)» tout en regardant le paysage lointain, cheveux au vent et cigare aux lèvres. Partant du sol, la progressive remontée de la caméra représente, outre l'ascendante gloire du personnage, son état de satisfaction continu et toujours croissant (fig.8-11).





Fig. 8-11

Narration en voix-off de la gloire passée de Zhang Chi

Les différentes prises de vue du personnage – de face, de dos et de profil – couplées à la place centrale que ce dernier occupe dans l'espace, exaltent l'importance qu'il se donne. Par ailleurs, sa stature évoque celle d'un conquérant venant de s'approprier une terre. Or, cette posture majestueuse comique contrebalance son apparition, quelques secondes plus tard, caché derrière son ancien costume de pilote qu'il brandit fièrement devant lui pour impressionner son fils. Toutefois, celui-ci ne le sera nullement allant jusqu'à le comparer à une tenue de livreur, analogie qui donnera lieu à une rencontre entre Zhang Chi revêtu de son costume et un livreur de nourriture, habillé exactement de la même façon que lui. Or, si Zhang Chi s'est mis à rêver de course automobile, c'est parce que ces dernières lui donnaient la possibilité de vivre son rêve à lui, loin de l'univers de ses parents ; il se rendra ainsi sans leur accord à la première compétition de course automobile chinoise. Bien qu'il fasse mention de son coéquipier, celui-ci ne semble avoir participé à aucune de ces victoires puisqu'il n'est jamais fait mention de son nom ; sur la stèle, seul le nom de Zhang Chi est gravé. Par ailleurs, son attitude égocentrique rejaillit sur son mépris pour le métier de livreur, profession tournée vers le service, contrairement à la course automobile, sport avant tout tourné vers l'amélioration systématique de ses capacités. Ayant appris de son arrogance passée, il enseigne à de futurs pilotes que pour réussir une course il faut non seulement de l'argent mais

également une bonne équipe de techniciens (« *nǐ xūyào qián, xūyào yīgè hǎo jìshī tuánduì* 你需要钱, 需要一个好技师团队 »), sans quoi la course se solderait par un échec. De fait, il aura finalement suivi les conseils de monsieur Wang, le président décrit par Zhang Chi au début du film comme le président impartial et altruiste (« *dàgōngwú sī de wàn zhǔxí* 大公无私的万主席 »). Peut-être est-ce l'âge qui confère à monsieur Wang une aura généreuse et désintéressée. En effet, certaines études en sciences sociales confirment le lien possible entre jeunesse et égocentrisme, comme cette enquête datant de 2019, « Social Dominance Orientation and Selfish Behaviors in Chinese Adolescents : the Mediating Role of Psychological Entitlement¹²⁵ ». Menée auprès d'un groupe de collégiens du Jiangsu, en Chine continentale, cette étude analyse les comportements empreints d'égoïsme chez les adolescents issus de sociétés collectivistes, dans lesquelles le collectif prime sur l'individu. Ainsi, elle démontre que l'inadéquation entre la valeur dominante collectiviste et le ressenti individualiste de certains crée un conflit intérieur se muant progressivement en ressentiment envers la société, qui se traduit généralement par un caractère agressif et l'adoption de tendances égoïstes¹²⁶. A la fin de l'article, le lecteur apprend qu'il s'agit d'une enquête financée par le douzième plan quinquennal des sciences de l'éducation nationale de Chine, dont l'objectif est de comprendre les mécanismes d'influence des comportements égoïstes afin de les corriger¹²⁷. Aussi, l'égoïsme et l'égocentrisme induirait généralement un manque de moralité. Il peut s'agir de jalousie – le héros dans *Goodbye Mr. Loser* veut voler la femme d'un ancien camarade de classe car il est jaloux de leur bonheur – ou même d'un manque de sincérité amoureuse (*If you are the One 2*). Dans le cas de *The Mermaid*, il est plutôt question du mépris de la collectivité pour servir ses propres intérêts. Le jeune milliardaire Liu Xuan ambitionne d'acquérir une réserve marine pour récupérer le terrain, l'obligeant à se débarrasser de la faune marine. Vêtu d'un costume lamé or, il affiche d'emblée son originalité et sa volonté de rayonner au sein d'une assemblée où tous sont habillés de noir et de blanc (fig.12-13).

¹²⁵BAI, Bao-yu & TAN, Xuyun, YANG, Ying, ZHANG, Ning, « Social Dominance Orientation and Selfish Behaviors in Chinese Adolescents : the Mediating Role of Psychological Entitlement », *Child Indicators Research*, 2020, vol.13.

¹²⁶*Ibid.*

¹²⁷12th Five-year Plan of National Education Sciences of China (EBA140363): The Influence of Psychological Entitlement on College Students' Unethical Behaviors and Its Intervention Measures



Fig.12

Une assemblée d'acheteurs



Fig. 13

Vue en plongée totale sur Liu Xuan

Toutefois, la technique cinématographique de la plongée totale (*fig.13*) a pour effet de diminuer l'importance du personnage, allant donc à l'encontre de l'effet que Liu Xuan désire provoquer chez ses détracteurs. Par ailleurs, la réduction significative du champ visuel symbolise son égocentrisme, ce que souligne également son emportement à l'égard de son conseiller, sur lequel il jette sa calculatrice. Pareillement, la caméra utilisera la contre-plongée, lors de sa sortie de la vente aux enchères, pour pointer son désir de supériorité. C'est, les mains dans le pantalon et la démarche lente et assurée, qu'il gravit l'escalator, laissant derrière lui une foule de journalistes aux identités entremêlées et vêtus de couleurs classiques.



Fig.14
Montée de Liu Xuan

Puis, au fur et à mesure, le costume lamé or du début laissera sa place à une veste de blazer noir pailletée, avant d'être totalement abandonnée au profit d'une tenue sobre et décontractée à la fin du film. Cette fois-ci, la caméra le montre de face, dévoilant bien son visage (fig.15).



Fig.15
Liu Xuan métamorphosé

Ainsi, comme pour Zhang Chi dans *Pegasus*, la majorité des plans, filmés en plongée ou contre-plongée, ne dévoile pas tout de suite le visage de Liu Xuan. Or, le visage demeure la seule partie du corps humain immédiatement distinctive. En réalité, cette technique cinématographique ne fait qu'accentuer le caractère caricatural des personnages, afin que le spectateur saisisse que ces derniers fonctionnent comme des caricatures ou des stéréotypes, plutôt que comme des personnalités uniques. Si la fin du film choisit de dévoiler ses traits, c'est parce qu'il est désormais comme il devrait être, débarrassé pour toujours de son masque d'égoïsme. *Lost in Thailand* révèle un personnage confronté à un dilemme de même ordre en la personne de Xu Lang, directeur à la tête d'un laboratoire de recherche. Pleinement préoccupé par l'obtention d'un accord financier par un des plus gros actionnaires de sa société, monsieur Zhou, sa femme vient lui rendre visite car elle veut divorcer : ses oublis et son manque de parole ont failli coûter la vie de leur fille. Le plan large filmé en plongé accentue la distance qu'il existe entre le mari et la femme, de même que les couleurs

antithétiques de leurs vêtements, noir pour elle, blanc pour lui (*fig.16*)



Fig.16

Confrontation entre époux

Loin de s'inquiéter pour sa femme, le protagoniste semble surtout inquiet pour ses affaires, ainsi que cette dernière l'évoque. Toutefois, s'il va rapidement se lier d'amitié avec un jeune homme rencontré dans son avion en partance pour Bangkok et finir par comprendre que le bonheur se trouve dans les relations humaines non pas dans la carrière professionnelle, Gao Bo, son collègue et rival, le comprendra moins rapidement. Présenté dès son introduction comme un antagoniste caricatural – il sirote son café le regard malicieux – ses tentatives vaines d'arriver avant Xu Lang chez monsieur Zhou le tournent en ridicule, faisant de lui un concurrent peu impressionnant ; il finira même à la fin du film avec une minerve et un bandage sur la tête, fissurant sa coquille égocentrique. Alors qu'il est en mesure de frapper le protagoniste puisque celui-ci lui tourne le dos sans lui prêter attention, il se contentera de lui donner le contrat passé avec l'actionnaire, en signe de paix. Désormais détaché du bonheur matériel, Xu Lang le déchire, prenant conscience de la valeur de la vie, à l'instar du futur Bouddha désertant son palais¹²⁸. Comme pour Liu Xuan, on observera chez Xu Lang une évolution vestimentaire coïncidant avec son évolution spirituelle : au début du film (*fig.17*), il est vêtu d'une chemise et d'un pantalon à pince noir agrémenté d'une casquette, de larges lunettes et d'une fine moustache – allure faisant montre d'une certaine extravagance – tandis qu'à la fin (*fig.18*), on le découvre dans une simple chemise de coton crème et le crâne et le visage totalement glabres, symbolisant une certaine pureté en même temps qu'un rejet de son ancienne identité.

¹²⁸En effet, le futur Bouddha, alors encore prince, vit reclus dans un palais à l'écart du monde, afin qu'il ne puisse pas s'apercevoir de la misère humaine. C'est lorsqu'il sortira contre la volonté de son père qu'il se rendra compte de la souffrance du monde, laquelle prise de conscience lui permettra d'atteindre « l'Éveil ». Notons d'ailleurs que la nouvelle apparence physique de Xu Lang le fait ressembler à un moine bouddhiste.



Fig.17-18

Évolution physique de Xu Lang

Superficialité

Si l'égoïsme semble une qualité surreprésentée dans nos films parmi la gent masculine, la superficialité semble quant à elle une caractéristique plus aisément fréquente chez la gente féminine. Construite comme son pendant féminin pendant la vente aux enchères, la petite amie de Liu Xuan, dans *The Mermaid*, paraît non pas égoïste, mais comme vénale et superficielle. Lors de son arrivée à la villa du protagoniste, elle arbore une robe courte et moulante, perchée sur des escarpins rouges vernis vertigineux ; la complexité de sa coiffure témoigne du temps qu'elle a dû passer à l'exécuter.





Fig.19-20
Arrivée de Ruolan

Se focalisant dans un premier temps sur ses jambes découvertes, la caméra remonte progressivement jusqu'à son visage, indiquant que le corps de cette femme et sa mise en valeur incarnent le reflet de son identité. Toutefois, nous ne pouvons pas nier que cette focalisation la sexualise, et ce, davantage encore en ayant choisi d'accorder la couleur de ses chaussures à celle de sa voiture, ce qui fait d'elle un objet de consommation, consciemment ou non, au même titre qu'un véhicule. En revanche, la jeune sirène dont va tomber amoureux Liu Xuan aura une allure systématiquement négligée, ainsi que le prouvent ces deux apparitions :



Fig.21-22
Apparitions de Shan

Le maquillage dégoulinant de son visage et les cheveux totalement défaits la placent aux antipodes

de la petite amie du protagoniste. En outre, la caméra dévoilera d'abord son visage, puis éventuellement son corps, indiquant que son identité intérieure prime sur son apparence physique. Même constat pour *Goodbye Mr.Loser* où la grande disparité physique et psychologique entre les deux protagonistes féminines donne lieu à quelques moments cocasses. En effet Qiu Ya incarne une beauté innocente et douce – du moins en apparence – à l'opposé de Ma Dongmei présentée comme un garçon manqué bagarreur et toujours en tenue de sport. Lorsque celle-ci tente d'imiter le style vestimentaire *girly* de sa rivale, ses efforts ne parviendront pas à la transformer en Cendrillon appétissante, mais la couvriront de ridicule, d'abord auprès de ses camarades, puis de Xia Luo. Tout en claudiquant pour le retrouver, elle va croiser Qiu Ya dans les escaliers, qui va lui révéler son vrai visage (fig.23).



Fig.23

La princesse et la grenouille

Habillée de couleurs moins tranchées que Ma Dongmei et le visage faiblement fardé, elle compare cette dernière, un petit sourire narquois aux lèvres, à la grenouille qui voulait se faire aussi grosse que le bœuf – la grenouille qui voulait imiter la princesse dans la version chinoise. Bien que le plan dans l'escalier place Qiu Ya en position de supériorité par rapport à Ma Dongmei, la lumière se trouve non pas du côté de la princesse, mais de la grenouille, révélant que c'est en réalité Ma Dongmei qui incarne le personnage positif. Par ailleurs, lorsque Xia Luo deviendra célèbre, Qiu Ya intimerà l'ordre d'« arranger le plus rapidement possible l'image médiatique de Xia Luo afin de limiter les retombées négatives» (*Gǎnkuaì qù zuò xíngxiàng gōng měi bùyào zài ràng shìqíng èhuà xiàqù, bǎ fùmiàn pínggǎi wǒ jiàng dào zuìdī* 赶快去做形象公美不要再让事情恶化下去, 把负面评给我降到最低»). Aussi, pour les personnages superficiels, seule l'apparence compte au détriment de tout le reste. Dans *How Long Will I Love U*, la jeune héroïne se présente aux yeux des autres comme une femme riche et sophistiquée. Afin de sauver les apparences, elle va même jusqu'à accepter de payer une partie de leur future maison commune à un homme qu'elle vient à peine de rencontrer (fig.24-25).

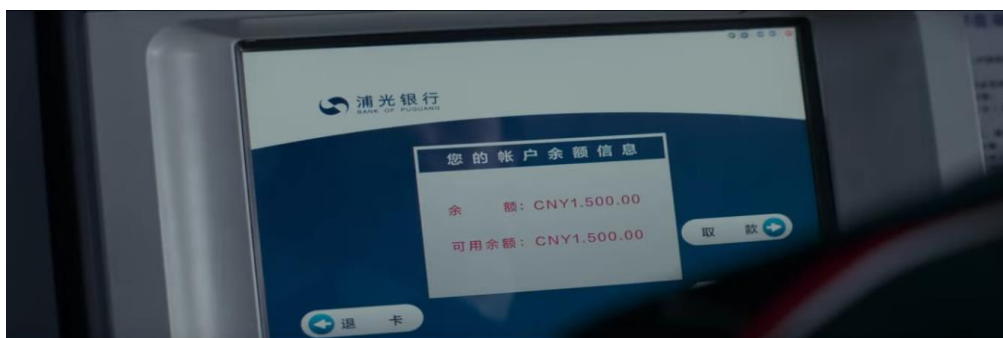


Fig.24-25

Gu Xiaojiao vidant son compte en banque

En la suivant jusqu'à chez elle, le spectateur découvre qu'elle vit dans un quartier malfamé peuplé de maisons aux murs recouverts d'affichettes décollées (*fig.26*) :



Fig.26

Gu Xiaojiao rentre chez elle

Elle couvre son visage, habitée à la fois par la honte et le dégoût. Son malaise transparait dans la mise en scène, qui donne l'impression d'engloutir la jeune femme. Puis elle se déshabille dans un appartement vétuste, indiquant qu'elle troque ses habits de scène pour laisser place au récit de sa véritable vie. Ces nombreux exemples révèlent que nos films illustrent, à travers ces jeux de faux semblant, l'opposition qu'il existe entre apparence et réalité, entre monde extérieur et monde

intérieur. Dans une société où la réussite personnelle et sociale est en partie liée au succès académique, il est aisé de comprendre pourquoi l'intelligence devient dès lors une valeur morale, au même titre que la superficialité passe pour immorale. Lorsque Qin Fen de *If you are the One 2* critique le goût de sa fiancée pour la parure, souvenons-nous des paroles attribuées à Confucius :

Le corps – incluant la peau et les cheveux – que tu as reçu de tes parents ne doit jamais être modifié ou meurtri. Ainsi commence la piété filiale¹²⁹.

Aussi, toute modification corporelle entraînerait une forme d'immoralité, car la transformation de notre enveloppe extérieure reviendrait à renier la création originelle de nos parents, constituant de fait un manque de respect vis à vis de ces derniers. Par ailleurs, cette immoralité des apparences se manifeste également dans la représentation de la taverne du démon Cochon dans *Journey to the West*. Semblable au départ à un temple, le lieu prend rapidement des colorations infernales avec une prédominance de tonalités rouges et brunes. Cette dimension satanique s'intensifie lorsque l'aubergiste qui accueille les deux personnages ouvre la porte d'une rôtissoire géante.

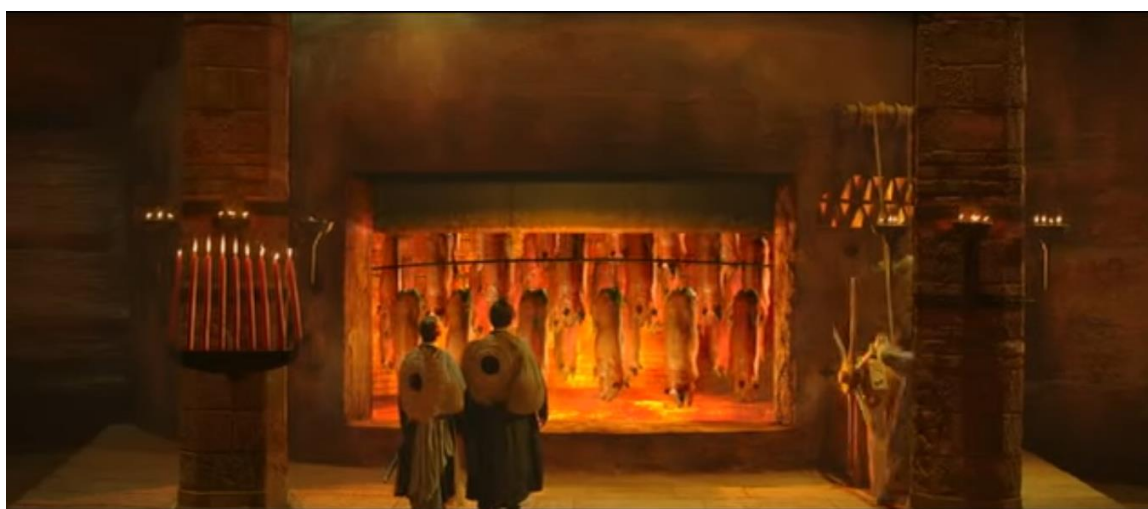


Fig.27

Émerveillés devant la rôtissoire

L'introduction du chef des lieux auprès de ces nouveaux arrivants est elle aussi fortement théâtralisée, d'une part grâce au cadrage utilisé, d'autre part en raison de l'apparence du chef, dont le visage maquillé ressemble à s'y méprendre à un masque. Cependant, il se trouve en réalité, non pas dans une pièce magique ainsi que le laisse suggérer le plan, mais dans un atelier de découpe, entouré d'ustensiles de boucherie.

¹²⁹ZENG Zi 曾子, *Le Classique de la piété filiale (Xiao jing 孝經)*



Fig.28

Le chef des lieux



Fig.29

La rôtissoire sous son véritable aspect

Une fois la supercherie mise à nu, l'auberge se présentera sous son véritable jour à la scène suivante : les cochons rôtis sont en réalité des sortes de chauves-souris monstrueuses, et une foule de personnes git ici et là sur le sol, couverte de sang. Ce spectacle d'artifices s'achève sur l'aplanissement par le héros du visage d'un des démons déguisés en belle hôtesse. La superficialité incarnerait donc ici le monde des désirs non intellectualisés, c'est-à-dire purement physiques et primaires, comme le goût pour la bonne chère. La convocation d'un imaginaire satanique sert à mettre en garde contre la dangerosité de ces désirs attractifs à première vue. Il en va de même pour *Jian Bing Man* où la critique du show business côtoie celle de la mise en scène de soi. L'affiche du film est particulièrement parlante à ce sujet :



Fig.30

Affiche promotionnelle pour *Jian Bing Man*

Tous les personnages prennent une pose bien particulière. Da Peng alias L'Homme Crêpe, revêtu de son costume de super héros, apparaissant au premier plan, fait signe au spectateur – et à la caméra – de lui venir en aide. Trois personnages se trouvent derrière lui : Jean Claude Van Damme, célèbre acteur connu à l'international pour ses rôles dans des films d'arts martiaux, une jeune femme jouant au mannequin, accompagnée par une autre jeune femme coiffée d'une perruque rose fluorescente et moulée dans une combinaison en cuir digne de celle de Catwoman¹³⁰. En plus de la pose affectée et caricaturale des personnages qui souligne leur artificialité, le décor urbain très esthétisé en arrière-plan ainsi que le miroir à LED – accessoire de loge – l'expriment tout autant. En effet, le miroir figure aussi bien la théâtralisation de la mise en scène que la superficialité, perçues toutes deux de manière négative. En voulant réaliser un film sur sa propre vie, Da Peng ne fait qu'exaucer un rêve d'enfant par le biais de la fiction, et de ce fait, se créer une vie alternative. Or, le cours des événements semblera presque le punir de son *hybris*, quand les acteurs qu'il a engagés lui diront que le récit de son rêve d'enfant n'est pas viable à être projeté tel quel sur les écrans de cinéma.

Dans *La Société du spectacle* parue en 1967, Guy Debord montre que la libéralisation de l'économie qui s'est opérée à partir des années 1950 a créé une séparation entre le sujet et le consommateur ; or, la figure du consommateur prend une place de plus en plus importante à mesure que l'influence des produits culturels s'accroît (cinéma et télévision) en créant des modèles de comportements par

¹³⁰Créée par l'éditeur américain DC comics, Catwoman est connue pour ses nombreux larcins en même temps que pour ses capacités félines. La prestation de Michelle Pfeiffer dans *Batman le Défi* (1992) de Tim Burton dote ce personnage de la célèbre combinaison en cuir aux accents fétichistes qui la caractérise désormais.

le biais de personnages stéréotypés – la jeune fille innocente, le jeune premier, le rebelle etc. Aussi, ces images caricaturales sont perçues par Guy Debord comme « un pastiche de reproduction consommable et interchangeable¹³¹ », typique d'une société où la spectacularisation constituerait l'achèvement capitalistique de cette dernière. Or, cette dernière aurait pour but de maintenir les individus dans un état d'aliénation, grâce à une propagande d'images médiatisées. Or, l'artificialité et la superficialité, tout comme le culte de soi et de son corps constituent des éléments nuisant au bonheur des personnages, alors même qu'ils étaient censés leur en procurer. De fait, cette condamnation du bonheur matérialiste et individualiste s'oppose à la propagande de la superficialité heureuse prônée par une grande quantité de films français produits dans les années soixante et soixante-dix. *La Piscine*, par exemple, sortie en salles en 1969, filme des jeunes gens dans la fleur de l'âge lézardant autour d'une luxueuse piscine, sous le soleil étincelant de Saint-Tropez. Ainsi que le confirme Rémi Pawin, la production cinématographique de l'époque entend entretenir une vision enchantée du bonheur matérialiste à travers ces représentations positives¹³². Or, en Chine, c'est le contraire qui se produit, avec une pléthore de films prônant l'abolition du consumérisme.

II. Anéantir le mythe de la consommation providentielle

La consommation matérielle ne permet pas d'atteindre le bonheur

Nous pourrions même ajouter que, dans nos films, là où l'argent se fait roi, l'homme devient malheureux. Pour Kant, « le luxe associe le goût de l'exagération du confort dans la vie sociale à l'intérieur d'une communauté (il est contraire à sa prospérité¹³³) ». De fait, nos films font le choix non pas de critiquer l'argent en tant que moyen de transaction économique, mais plutôt les dérives que son utilisation génère, faisant de ses fervents admirateurs des individus à la moralité douteuse. Dans *Jian Bing Man*, Da Peng, réalisateur de la série télévisée à succès *Diors Man*, évolue dans un environnement bling bling où le faste abandonne de toute part.

¹³¹DEBORD G., *La Société du spectacle*, Paris : Gallimard, 1967

¹³²PAWIN R., *op.cit.*

¹³³KANT, Emmanuel, *Anthropologie du point de vue pragmatique*, Paris : Flammarion, 1999, 352p.



Fig.31

L'univers bling-bling de Da Peng

La décoration de style baroque ainsi que les costumes couleur pastel et le maquillage de certains personnages (*fig.31*) ne sont pas sans rappeler une cour royale française, ce qui, outre dénoncer l'hypocrisie de ce milieu, critique à nouveau l'artificialité que nous avons précédemment évoquée. Par ailleurs, Da Peng va accepter un marché avec un gangster dans le but d'offrir une bague de fiançailles de dix millions de dollars à sa petite amie, Amber. Or, lorsqu'il contemple le joyau, la captation de son visage par la caméra située en plongée tend à le diminuer : la bague occupe une place supérieure à lui au sens littéral comme figuré : son esprit est placé sous le joug de la pierre (*fig.32*).



Fig.32

Contemplation du joyau

Cependant, il finit par perdre la bague pendant une bagarre dans une bar, bagarre même qui lui coûtera sa relation amoureuse. Ce ne sera que lorsqu'il viendra à arrêter un braquage à main armé qu'il retrouvera la bague. Car, maintenant qu'il est doté d'un sens de la morale et de la justice, il peut enfin s'en montrer digne. Si le personnage pense au départ que l'argent et l'accumulation des richesses lui confèrera le bonheur, c'est parce qu'il s'est laissé aveuglé et n'a pas fait preuve de suffisamment de discernement. Ainsi, Xia Luo (*Goodbye Mr.Loser*) préférera construire sa carrière de star de la pop sur le plagiat plutôt que de mener une vie ordinaire. Son aveuglement atteint son

paroxysme lorsqu'il se met à rouer de coups un jeune musicien venu interpréter un morceau devant le jury de son émission télévisée, équivalent de notre *The Voice* : ce dernier avait modifié les paroles de la dernière chanson de Xia Luo, initiative tout à fait inacceptable selon lui. Mais c'est au bord de sa piscine en compagnie de sa femme et de ses acolytes qu'il prend conscience que sa vie ne repose sur rien d'autre que des illusions et des mensonges. Il sort un « c'en est fini ! » (*hē gè pì* 喝个屁 littéralement), comme un acteur abandonnant sa troupe au beau milieu d'une scène. Désormais conscient des ravages de l'argent sur les relations sociales et amoureuses, Xia Luo donnera le conseil suivant à un couple se disputant : « *Qián méiliǎo kěyǐ zài zhuàn, rén méiliǎo jiù shénme dōu méiliǎo* 钱没了可以再赚，人没了就什么都没了 » leur signifiant que l'argent pourra toujours être récupéré, contrairement à un individu. Passant d'une scène de nuit à une scène de jour, il voyage au sens propre comme au sens figuré de l'obscurité à la lumière. Toutefois, la première fin de la vie rêvée de Xia Luo s'achève sur son décès à l'hôpital des suites du sida. Le spectateur le regarde s'éteindre progressivement, dans une chambre de soins mortifère. De fait, le personnage agit à la fois comme un miroir et comme un filtre¹³⁴ : mal à l'aise devant le spectacle de cette déchéance corporelle, le spectateur se dissuadera de prendre pour exemple la vie de faste et d'opulence de Xia Luo, faisant passer le message qu'il ne s'agit pas d'un modèle de bonheur pérenne et moral. Le quatrième opus de la saga *Tiny Times* est en ce point identique : ce monde paradisiaque doré dans lequel évolue les personnages tous issus de classe aisée s'effritera peu à peu jusqu'à donner lieu à un long-métrage où souffrance et maladies multiples rythment la narration. En effet la quasi-totalité des personnages se retrouvent atteint de cancer. Or, comme le souligne Guy Lesoeurs, le cancer fait l'objet d'un traitement cinématographique particulier étant donné la multiplicité des formes que peut prendre la maladie ainsi que son caractère progressif ; aussi est-il souvent représenté comme un mal enveloppant et voracement rongeur¹³⁵. Dans *Tiny Times 4*, nous pouvons y déceler une forme de punition du sort, de même que dans *Goodbye Mr.Loser*. L'affiche promotionnelle du film inscrit d'emblée les protagonistes, presque tous vêtus de blanc, dans un décor luxueux, qui prennent place au milieu de cristaux de quartz blancs (fig.33).

¹³⁴ LESŒURS Guy, « Les maladies en représentation », *Les Tribunes de la santé*, vol.11, n°2, 2006, p. 31-37.

¹³⁵ *Ibid.*



Fig.33

Affiche promotionnelle pour *Tiny Times 4*

Un des personnages arbore même un col en fourrure. Les tenues se veulent précieuses et chics, à l'image du quartz environnant. Aussi bien que l'affiche, le film dévoile plusieurs scènes intéressantes à ce sujet, parmi lesquelles figure celle-ci : alors que Gu Lin vient de se faire diagnostiquer un cancer, elle renverse sans s'excuser un petit garçon en train de jouer à la balle. En l'aidant à se relever, le petit ami de Gu Lin lui explique qu'il « doit se méfier de la jeune femme en noir, car elle a mauvais caractère ». Loin de s'en effrayer, l'enfant se retournera tout sourire vers Gu Lin et lui fera un adieu de la main (fig.34). Le *travelling* avant s'approchant de son visage pendant que l'enfant, lui, s'en éloigne indique le malaise de cette dernière, qui comprend que la vie et le bonheur lui échappent, l'enfant les symbolisant tous deux (fig.35).

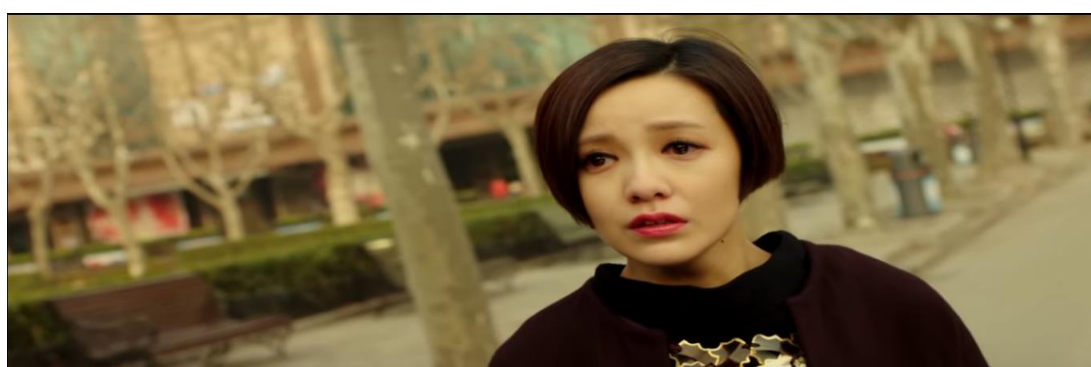


Fig.34-35

Gu Lin et le petit garçon

Toujours sur le thème de la maladie, *Dying to Survive*, inspiré du drame biographique américain *Dallas Buyers Club* sorti en 2013, narre l'histoire de Chen Yong qui rencontre des problèmes d'argent et dont le père est atteint d'une maladie dégénérative. Pour résoudre ses problèmes d'argent, il va consentir à importer depuis l'Inde des médicaments bon marché réputés soigner tout type de cancer. Bien avant que ce trafic le rende riche, il affiche dès le début une fascination très perceptible pour l'argent. En effet toute sa vie semble tourner autour de ce métal symbolique, ce qu'il explicitera lorsque le représentant indien des dits médicaments lui demande « Désirez-vous devenir un sauveur ? » (*Nǐ xiǎng zuò yīgè jiùshìzhǔ 你想做一个救世主*) et que lui répond « Je veux m'enrichir, pas devenir un sauveur » (*Wǒ bù yào zuò shénme jiùshìzhǔ, wǒ yào zhuànqián 我不要做什么救世主, 我要赚钱*). La flopée de malades comptant sur lui est comparé à « un marché florissant » (*Zài zhōngguó huì yǒu hěn dà de shìchǎng 在中国会有很大的市场*) avant de conclure que « l'argent c'est la vie » (*Mìng jiùshì qián 命就是钱*). Ainsi, faisant fi des convenances sociales et d'une quelconque moralité, il se plaint de ses affaires peu florissantes au propriétaire du salon de massage érotique voisin à qui il a donné des huiles qui ne fonctionnent pas, donne un paquet de cigarettes en guise

de pot de vin à un employé de l'hôpital, sous le regard scandalisé des patients malades, veut offrir un cadeau au médecin en charge de soigner son père, donne de l'argent à son fils après lui avoir fait une remarque sur la taille de son pénis ... Outre ces comportements inappropriés, son mépris pour la spiritualité se manifeste dès les premières secondes du film. Sa boutique de produits érotiques est conçue comme un temple bouddhique des sens, mêlant représentations divines et images de femmes dévêtues, dans un méli-mélo de styles d'inspiration *New-Age*. Toutefois, la fumée qui enveloppe les lieux n'est pas de l'encens mais du tabac, qu'il fume en jouant à des jeux de cartes sur son ordinateur ! Aussi, faisant montre de son irrespect à l'égard de toute forme de cultivation de l'esprit, Cheng Yong n'hésite pas à faire se côtoyer sexualité débridée et pureté des figures divines, si cela peut rapporter ... Tandis qu'il essaie de convaincre le prêtre d'une église d'acheter ses médicaments afin que ce dernier puisse sauver des vies, il cite des paroles divines dans le but d'appuyer ses arguments, mais il ne s'agit pas de celles du dieu des Chrétiens mais de celles de Bouddha ! Pourtant, notre protagoniste finira par gagner la voie de la rédemption en connaissant « l'Éveil ». En sortant d'une pharmacie indienne pour acquérir des médicaments pour son ancien partenaire mourant, il tombe sur une procession religieuse. Asphyxié par les fumigènes, c'est le nez recouvert d'un linge qu'il verra défiler, sous ses yeux, Vishnou (*fig.37*) puis Kali (*fig.38*). Bien que d'aspect effrayant avec sa langue pendue et sa cimeterre trancheuse de têtes, cette dernière est considérée comme la déesse de la destruction du mal¹³⁶ ; rien d'étonnant donc à ce que Chen Yong, après la cérémonie, finisse par découvrir son nez, témoignant d'un esprit en pleine transformation (*fig.39*).



¹³⁶ KINSLEY, D., *Hindu Goddesses : Visions of the Divine Feminine in the Hindu Religious Tradition*, New Delhi : Motilal Banarsidass, 1998, 281p.



Fig.37-39

Cheng Yong pris dans une procession religieuse hindoue

Hello Mr. Billionaire présente certainement une des critiques les plus explicites du luxe et du consumérisme de notre corpus. Wang Duoyu, un gardien de but d'âge moyen au futur plus qu'incertain, va miraculeusement tombé sur un de ses parents éloignés qui lui propose de relever le défi suivant : être capable de dépenser un milliard de yuans en trente jours sans en conserver matériellement la moindre trace. S'il y parvient, il pourra hériter du bien de son oncle décédé d'une valeur de trente milliards de yuans, en cas d'échec il n'aura rien. Or, ce pari quelque peu farfelu a pour but de faire comprendre au protagoniste la valeur de l'argent, et surtout, qu'il ne doit jamais remplacer les relations humaines (*Jīnqián hé rénxìng zhī jī jiàn zuò yīgè juézhé, shì nǐ èr yé liú gěi nǐ de dōng jí kǎoyàn* 金钱和人性之间做一个抉择，是你二爷留给你的冬极考验). Jusqu'alors, il considérait l'argent comme omnipotent, comme le but ultime d'une vie réussie, à l'instar de Chen Yong. Il ouvrira les yeux lorsqu'il comprendra que les relations humaines, en particulier son amour pour Xia Zhe, demeure plus fort que son ancienne obsession pour l'argent. Ainsi, contrairement à ce que lui dit l'ancien petit ami de cette dernière, l'argent, quel que soit la somme, ne pourrait jamais égaler sa beauté (*Hǎohǎo kàn kàn wǒ hái shèng duōshǎo qiánle* 好好看看我还剩多少钱了). Pour Wang Duoyu, il ne faut désormais plus compter sur l'argent pour maintenir une relation à flots ; elle ne peut constituer une fin en soi :

Mais si vous comptez sur l'argent pour entretenir cette magnifique relation, ce n'est vraiment pas fiable [...] Je peux acheter un match, mais je ne peux pas acheter une vraie victoire. J'ai toujours dit

que je n'ai jamais été fier de recevoir un héritage, mais que je suis fier d'être gardien de but, même si le gardien de but en question n'est pas si brillant que ça.

Mais, s'il se retrouve confronté à la fin du film à une demande de rançon, c'est parce qu'il aurait « trop étalé ses richesses » (*Lòufùle, bèi dīng shàngle* 露富了, 被盯上了) pour reprendre la formulation d'un des personnages. Le film se clôt sur les bonnes paroles de son oncle défunt : « Tu as été aussi bon que moi, l'argent n'a pas consommé ton humanité » (*Jīnqián méiyǒu tūnshì nǐ rénxiàng de guānghuī* 金钱没有吞噬你人性的光辉). Ici, argent et humanité s'opposent : le premier, d'une froideur métallique, ne possède pas la chaleur de la seconde (*Jīnqián shì bīnglěng de, àirén de shǒu shì wēnnuǎn de* 金钱是冰冷的, 爱人的手是温暖的). Or, cette opposition se manifesterait également par une condamnation de la marchandisation des rapports humains.

La marchandisation des rapports sociaux

Par marchandisation des rapports humains, nous entendons l'évaluation d'une relation sociale sous un prisme capitaliste. Les interactions entre individus n'ont plus valeur d'échange et de partage désintéressés ; chaque relation est calculée en vue d'un éventuel gain, qui peut être d'ordre matériel mais pas seulement. Dans ce type de relation, seul compte l'apport mutuel de bénéfices d'un côté comme de l'autre. Aussi, les rapports sociaux ne sont plus conçus comme des interactions spontanées entre plusieurs personnes, mais sont au contraire évalués et soumis à différents critères, afin de déterminer s'il faut les poursuivre ou les abandonner. Xia Luo (*Goodbye Mr.Loser*) et Wang Duoyu (*Hello Mr.Billionaire*) sont tous deux présentés comme de riches hommes appréciés dans un premier temps pour leur pouvoir financier. En effet, c'est la raison qui motive Qiu Ya, devenue la petite amie de Xia Luo dans son rêve, à quitter sans aucun état d'âme son ex-petit ami, car, le plus important pour elle, ce n'est ni la beauté ni la jeunesse, mais le talent (par talent, il faut comprendre la capacité à faire de l'argent). De même, Wang Duoyu sait qu'il peut tout acheter, au point d'offrir la présidence d'une nouvelle compagnie – Rêves pas encore exaucés (*Hái méiyǒu shíxiàn de mèngxiǎng* 还没有实现的梦想) – à son meilleur ami, Zhuang Qiang. La tenue de ce dernier ainsi que sa gloutonnerie donnent à rire, mais cette scène montre avant tout la manipulation sur les esprits que génère le pouvoir de l'argent : si Wang Duoyu affirme que cet homme est un « génie de l'investissement », alors il le deviendra aux yeux des autres, alors même que son attitude le laisse peu présager. L'ancien ami martyrisé de critiques se transforme, le temps d'une nuit, en César ainsi que le suggère les deux doigts levés de Zhuang Qiang, insérés dans une pince de crustacé, suivi par un plan large sur une statue d'un personnage gréco-romain une main levée tenant une grappe de raisin.



Fig.40-41

Zhuang Qiang comparé à une statue antique

Dans *Éloge de l'Amour*, Alain Badiou confie à Nicolas Truong, dans une forme d'interview fictive, que le libéralisme prône l'idée que l'amour est devenu inutile, et qu'il incombe au philosophe et aux artistes la tâche de le défendre¹³⁷. En effet, la nature du sentiment amoureux se serait transformée sous la montée du capitalisme comme valeur dominante et globalisée, passant d'un sentiment mêlant passion et amitié à une forme de relation économique entre deux consommateurs, entretenue dans « une forme de conjugalité », et dont il faut séparer la dimension sexuelle car elle peut exister à l'intérieur ou en dehors de celle-ci. Aussi, sous ce prisme, une relation amoureuse s'apparente ni plus ni moins à un investissement, dont les risques doivent être évalués avant de s'y engager. *If you are the One 2* présente d'emblée la relation entre Qin Fen et Liang Xiaoxiao comme une transaction, étant donné que Qin Fen essaie de la convaincre, pour qu'elle accepte de l'épouser, des multiples avantages matériels dont elle pourrait tirer de cette relation. L'amie de cette dernière, qui vient tout juste de divorcer, lui intime de ne pas commettre la même erreur qu'elle et de prendre son temps avant de s'engager. Ce comportement prudent illustre parfaitement les propos d'Alain Badiou mentionné ci-dessus. Notons d'ailleurs que son divorce, organisé sous une forme de

¹³⁷BADIOU Alain, *Éloge de l'Amour*, avec Nicolas Truong, Paris, Flammarion (coll. Café Voltaire), Paris : Flammarion Champs, 2011.

cérémonie maritale inversée, se traite de la même façon qu'une vente aux enchères : aucune émotion de tristesse ou de colère n'est perceptible sur le visage des personnages, donnant même l'impression qu'il s'agit d'une occasion de faire la fête. Alors qu'elle travaille sur un vol, Liang Xiaoxiao est confronté au regard évaluateur d'un des passagers. Or, ce regard évaluateur, rendu par un mouvement de caméra ascendant, décrit la réflexion du personnage, se demandant si cette femme pourrait lui convenir. Il choisit de lui faire porter des bijoux en diamants, l'estimant d'une valeur plus respectable pour lui ainsi. Semblant quelque peu s'inspirer du mythique *Diamants sur canapé* avec Audrey Hepburn (1961), *How Long Will I Love U* introduit Gu Xiaojiao qui, déambulant sous la pluie et habillée de manière élégante et un brin *vintage*, se rend à des rendez-vous avec des candidats potentiels grâce à une application de rencontres. Or, comme le mentionne Alain Badiou, l'essor et la multiplication des applications de rencontres sur le marché n'a été rendu possible que grâce à ce changement de nature de la relation amoureuse ; à cette suprématie de la conjugalité confortable et sécuritaire sur la passion, considérée comme dangereuse car comportant une part de risque. Cette vision d'un amour sécuritaire sera toutefois mise à mal lorsqu'elle tombera amoureuse de Lu Ming, un talentueux architecte avec des difficultés financières. Alors qu'ils jouent au couple fortuné devant les amis de Gu Xiaojia, Xiao Ya lui dira, après avoir appris que Lu Ming était le dirigeant d'une entreprise multinationale basée à Dubai, qu'elle et Lu Ming sont parfaitement compatibles (*Wǒ juéde zhège lù xiānshēng gēn nǐ háishì zhēn bānpèi a* 我觉得这个陆先生跟你还是真般配啊), en raison de son goût pour les sacs de luxe quand elle était plus jeune. Par ailleurs, n'oublions pas de mentionner que la marchandisation des relations sociales passe aussi par une surabondance de l'utilisation d'outils technologiques dans la communication : ainsi téléphones et ordinateurs tendent à remplacer le rapprochement physique occasionné par les échanges.

III. Des cadres de vie simples au charme bucolique ou d'antan

Bien que la ville nourrisse un imaginaire de concentrations des richesses en occupant une part de plus en plus importante dans le discours étatique et médiatique, il ne faut justement pas oublier que cette image d'un espace de capitalisme paroxysmique est justement critiquée du fait même de la convocation de cet imaginaire. Sur l'affiche promotionnelle de *Jia Bing Man*, les gratte-ciels éclairés de nuit par les multiples lumières de la ville servent de décor à la dénonciation de l'artificialité évoquée plus haut. Quant à l'affiche de *Happiness Me Too*, ce cadre urbain nocturne, peuplé de barres d'immeubles illuminées et de néons, tendent à *fashioniser* la ville, en lui donnant une allure moderne et branchée – avec une touche de *glamour* pour séduire le public féminin. A l'inverse, les représentations de la campagne dans nos films traduisent des cadres de vie simples et lumineux, aux antipodes des images froides et ultra sophistiquées des villes. Cette antithèse est tout

particulièrement perceptible dans *How Long Will I Love U* qui oppose au sens propre comme au sens figuré un quartier shanghaiën des années 1990 à ce même quartier des années 2010. Si le Shanghai du XXIe siècle apparaît inhospitalier et dangereux – l'héroïne aura affaire à un exhibitionniste (fig.42-43) – celui du XXe siècle, au contraire, se présente comme plus accueillant (fig.44-45).



Fig.42-43
Le Shanghai du XXIe siècle



Fig.44-45

Le Shanghai du XXe siècle

Gu Xiaojiao déambule dans un univers aux vitrines géantes et aux couleurs néon, tandis que Lu Ming marche au milieu d'une foule entremêlée d'individus divers, avec en guise de décor des étals de marchandises eux aussi divers et variés ; la froideur de la ville notamment provoquée par l'intrusion de la technologie dans l'espace de vie s'oppose à la chaleur de la population. En outre, les deux personnages vont avoir affaire chacun à une personne, laquelle reflète la nature de l'espace : pour Lu Ming il s'agira d'un cireur de chaussures ambulant, alors que pour Gu Xiaojiao ce sera un pervers sexuel ... Par ailleurs, le filtre utilisé diffère pour les deux époques. En effet, le XXIe siècle bénéficiera d'un filtre peu visible, tandis que pour le XXe siècle, un filtre sépia sera systématiquement appliqué, donnant aux plans des allures de cartes postales d'un autre temps (*fig.46-48*).



Fig.46-48

Les petits bonheurs simples du quotidien

Le filtre sépia sera employé à des fins identiques aussi bien dans *Goodybe Mr Loser* que dans *Hi Mom*. Les images doucement lumineuses à l'aspect saturé bercent les belles années lycée de Xia Luo, au même titre que celle de la mère de Jia Ling. Elles dépeignent des cadres de vie simples, où la joie et la bonne humeur sont omniprésents, de même que la spontanéité : dans *How Long Will I Love U*, on peut acheter son petit déjeuner dans la rue, ainsi que voir des gens qui se côtoient sans problème, des vêtements qui sèchent au soleil ou encore un couple heureux de jouer au cerf-volant. En revanche, l'univers de Gu Xiaojiao respire la tristesse. Déjà, il pleut lorsque Lu Ming découvre les années 2010 ; ensuite, une succession d'écrans de téléphones portables (fig.49), donnant un peu le tournis, remplacent les scènes de vie paisible d'autrefois. Diverses prouesses technologiques sont présentées, comme les robots humanoïdes, les imprimantes 3D ou encore les voitures automatiques. La succession de plans rapides met l'accent sur la vitesse et l'inhumanité de cette société, qui ne comporte pas une once de spontanéité ou de notion de plaisir.

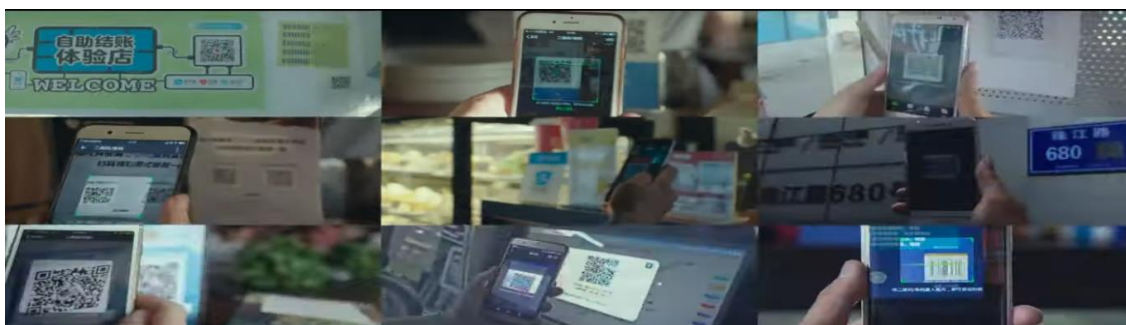


Fig.49

Les écrans de téléphones portables remplacent les relations physiques d'antan

Le plaisir, nous le retrouvons également en 1981 dans *Hi Mom*. L'explosion de joie de la troupe de théâtre devant la télévision témoigne du bonheur qui se dégage de cet environnement chaud et humain. Cet univers s'oppose à celui de 2001, où l'héroïne apparaît seule dans un hôpital éclairé sous une lumière fantomatique.



Fig.50-51

1981 vs 2001

Source : Bande annonce de *Hi, Mom* version bilingue (chinois-anglais)

Pourtant ces deux époques s'inscrivent toutes deux dans un imaginaire en vogue depuis ces dix dernières années : le rétro. Aussi bien dans la mode que le cinéma ou la musique, ces deux périodes occupent une place prépondérante, voire quasi-obsessionnelle. Les années 1980 représentent pour la génération des cinquantenaires le monde de leur adolescence, époque d'insouciance, de jeunesse et de liberté. Les années 1990 et 2000, quant à elles, incarnent aussi le monde de l'enfance et de l'adolescence pour la génération Y¹³⁸. Les couleurs douces et éclatantes, représentatives d'un univers enfantin, associées au caractère désuet sur les affiches promotionnelles donnent bien cette impression de nostalgie heureuse, ce que traduit bien les expressions faciales enjouées des personnages.



¹³⁸ JAUBERT S., PEYRARD M., *La Révolution rétro*, 52 minutes.

Fig.52-53

Affiches promotionnelles pour Hi Mom

Sources : Instube Blog ; 02tvseriesz

Dans *Daily Fantasy*, la nostalgie du monde de l'enfance est également convoquée à travers la surabondance de couleurs vives. Toutefois, l'ajout d'une tonalité grisâtre donne un caractère quelque peu suranné à l'ensemble, ainsi que le laissent entrevoir certaines affiches du film telle que celle-ci :



Fig.54

Affiche promotionnelle pour *Daily Fantasy*

Source : MyDramaList

Le filtre jaunâtre rend l'ensemble chaleureux, de même que les visages souriants des personnages. Le cadre mural fait penser à une affiche de propagande maoïste. Elle fonctionne en réalité comme un miroir révélant les âmes humaines des objets dont sont entourés les deux protagonistes. La devise de l'image, bien loin d'incarner les devises des affiches maoïstes d'antan, prête à rire : « Toutes les créatures déguisent leur apparence ; l'illusion ne s'arrête jamais ». Le pari semble réussi, puisque cette affiche promet « qu'à la mi-automne la magie fera rire ». Toutefois, les couleurs sont nettement moins vives dans le long-métrage que sur l'affiche, hormis quelques exceptions, notamment lorsque A Zhen, le personnage principal, survolera une plaine à bord d'une

montgolfière (fig.55) :



Fig.55

Survoler la campagne à bord d'une montgolfière

Ce plan panoramique, inondé de lumière rougeâtre, traduit à l'écran la poésie et la beauté de cette évasion aérienne en pleine nature. En comparaison, la ville apparaît bien terne avec ses nuances de gris verdâtre (fig.56).



Fig.56

La ville

Cette peinture positive de la campagne se retrouve aussi dans *My People, My Homeland*. Dès les premières secondes, le générique de début s'ouvre sur des plans de divers paysages de campagnes filmés depuis le ciel :





Fig.57-59

Générique de début de *My People, My Homeland*

La technique filmique de la plongée ainsi que les couleurs éclatantes des multiples végétations présentées peuvent donner envie au spectateur de se rendre dans ces lieux, conférant de fait à ce film une dimension publicitaire. Pareillement, les nombreuses scènes contemplatives, filmées en panoramique, insiste sur la dimension poétique et sacrée de la nature, soulignée par les moments importants dont ils servent de décor. La campagne sert ainsi de décor à une romance (fig.60), à la coopération villageoise et au partage (fig.61), ou encore le retour au village natal (fig.62).





Fig.60-62

Promotion de la campagne à travers des scènes de la vie quotidienne

Le film se clôt tel qu'il a commencé, c'est-à-dire sur des vues à vol d'oiseau de la campagne chinoise, soulignant bien que l'ambition principale du film demeure la sauvegarde et la valorisation du patrimoine naturel de la Chine. De même, la mosaïque de visages souriants et riants sur l'affiche promotionnelle de *My People, My Homeland* imprime dans les esprits l'idée que la campagne est une terre où il fait bon vivre.



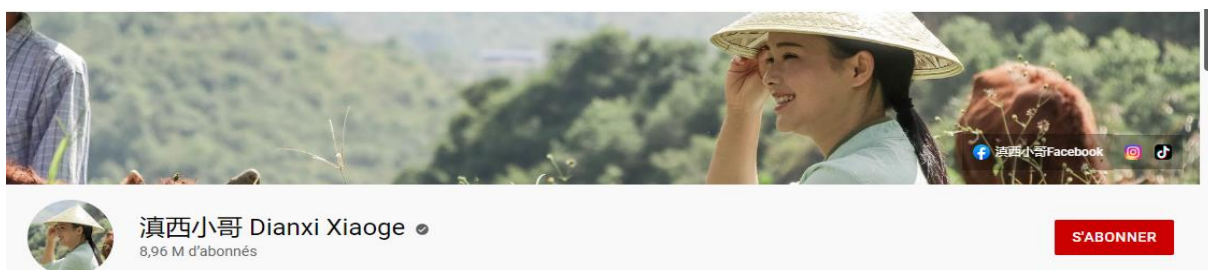
Fig.63
Affiche promotionnelle pour *My People, My Homeland*
Source : Senscritique

Or, cette image de bonheur campagnard participe de la promotion des campagnes menée par le gouvernement depuis le programme d'« édification d'une nouvelle campagne socialiste » (*Jiànsè shèhuì zhūyì xīn nóngcūn* 建设社会主义新农村) faisant partie du 11^e plan quinquennal (2006-2016)¹³⁹. Ce programme sera renforcé par la revitalisation des campagnes et la promotion du développement vert promis par Xi Jinping. Le gouvernement sait qu'il peut compter à la fois sur l'industrie cinématographique et sur les sites d'hébergements de vidéos comme *Youtube* pour diffuser des images de campagne heureuse. Bien qu'interdit en Chine continentale, il ne faut pas négliger l'influence de ce canal de communication, qui reste accessible avec un VPN ou depuis un pays ne pratiquant pas la censure. Nous pouvons par exemple citer la chaîne *Qiǎo fū 9 mèi* 巧婦9妹 qui met en scène une jeune femme dynamique et souriante dont le travail d'agricultrice est valorisé au travers de diverses recettes. Sa bannière stipule que cette dernière souhaite « transmettre de vraies compétences pour former des hommes de valeur » (*Chuándì zhèng néngliàng, zuò yīgè jiàzhí de rén* 传递正能量，做一个价值的人).



Fig.64
Bannière de la chaîne Youtube *Qiǎo fū 9 mèi* 巧婦9妹
Source : Youtube

Les vidéos sont très courtes, entre deux à cinq minutes, ce qui encourage les visionnages répétés en plus de diversifier le public. Autre exemple, la chaîne de *Dianxi Xiaoge* 滇西小哥, qui apparaît



¹³⁹ COLIN S., « La Chine et ses campagnes », *Transcontinentales*, 2006, vol.3, p.47-66.

tout sourire sur sa page de présentation :

Fig.65

Bannière de la chaîne Youtube Dianxi Xiaoge 滇西小哥

Source : Youtube

Elle propose à ses huit millions d'abonnés des capsules informatives sur la préparation et la récolte de diverses denrées – noix de coco, citron, menthe, avocat, taro etc. Les vidéos sont nettement plus longues que sur la chaîne précédente – une dizaine de minutes – et à visée davantage contemplative qu'informatrice. En effet, une grande part de chaque vidéo est consacrée à la capture du paysage ; les plans sont très bien cadrés et montés, démontrant une certaine expertise des techniques de tournage. En outre, l'absence de voix et la conservation des bruits de nature environnants donne un sentiment d'apaisement au spectateur, en vue de lui faire associer campagne et paix dans son esprit. Toutefois, cette très forte spectacularisation de la campagne peut aussi provoquer l'effet inverse. La prépondérance d'un langage visuel et narratif sophistiqué¹⁴⁰ placent les vidéos davantage du côté de la publicité que du récit de vie innocent et désintéressé – si tant est qu'il puisse l'être. De fait, quelle place occupe la spontanéité et le naturel tant vantés dans les productions médiatiques sur la campagne quand bien même nous pouvons considérer ces représentations comme factices ?

Dans ce chapitre, nous avons étudié la manière dont le bonheur matériel et consumériste est dénoncé dans nos films. Cette dénonciation s'opère d'une part en introduisant des protagonistes qui font preuve d'individualisme et/ou de superficialité et dont on proposera au spectateur le récit de leur transformation, et d'autre part en diabolisant la consommation, dénoncée grâce à la valorisation de cadres de vie simples et fonctionnels, au détriment des espaces urbains contemporains jugés artificiels et inhumains. Aussi, le bonheur acquiert une dimension morale : le degré d'authenticité et de moralité de ce sentiment ne peut se développer que dans espaces de vie ayant déjà ces qualités, comme la campagne par exemple. En outre, mentionnons la dimension fortement nostalgique de ces productions, nostalgie qui sous-entend que les gens étaient plus heureux avant. Or, ce discours passéiste correspond à une critique du monde présent, critique de plus en plus virulente dans le débat intellectuel et public ainsi que l'indique monsieur Sébastien Billioud¹⁴¹. De fait, la glorification du passé – qui passe notamment par la « réactivation d'un

¹⁴⁰ ZHANG, Xinwen, *The Rural Video Influencers In China: On The New Edge Of Urbanization* [mémoire], Ithaca, Cornell University, 2020, 68p.

¹⁴¹ BILLILOUD S., « Le Renouveau confucéen en Chine et son rapport au temps » [conférence], Paris, Inalco, 5/03/2022.

imaginaire associé au confucianisme » – naît du refus d'un monde dominé par le culte de la performance et de la vitesse, de l'individualité et de la mise en scène permanente de soi. Les discours officiels tendent à noircir le tableau, comme l'illustre cet extrait tiré d'*Abrégé sur la réalisation d'une construction de la morale civique à l'ère nouvelle* (*Xīn shídài gōngmín dàodé jiànsè shíshī gāngyào* 新时代公民道德建设实施纲要)

Dans certains lieux et dans certains domaines, à des degrés variés, il y a un phénomène de perte de repères moraux et d'adoration de l'argent. L'hédonisme et le matérialisme sont encore relativement proéminents. Les conceptions morales de certaines personnes, dans la société, sont ébranlées au point où elles disparaissent. Il n'y a plus de distinction entre le vrai et le faux, le bien et le mal, le beau et le laid. Ce qui est juste est oublié devant la perspective de réaliser des profits et le profit devient le seul objectif. On est alors prêt à nuire à autrui pour son propre profit, à nuire à la collectivité afin de maximiser son intérêt personnel. Produire des faux, tromper les autres, ne pas agir de bonne foi, voici autant de phénomènes que l'on essaye de traiter depuis longtemps mais qui perdurent encore ...¹⁴²

Face à ce constat, le schéma de la négation d'une situation pour en apporter une solution dans le futur se retrouve dans nos films à travers le topos de la transformation physique et morale des personnages : après une présentation de leurs travers dans la première moitié du film, la seconde s'attache à rectifier ce comportement, par le biais d'une aide extérieure et/ou d'une prise de conscience intérieure, comme celle qu'a eu le jeune Bouddha en sortant de son palais doré – cette métaphore est d'ailleurs particulièrement explicite dans *Lost in Thailand* comme nous l'avons commenté. Malgré tout, certains films de notre corpus livrent une lecture ambiguë du bonheur matériel, ce que nous analyserons dans le chapitre suivant.

¹⁴² *Abrégé sur la réalisation d'une construction de la morale civique à l'ère nouvelle* (*Xīn shídài gōngmín dàodé jiànsè shíshī gāngyào* 新时代公民道德建设实施纲要). Traduit en français par Sébastien BILLIOUD, à l'exception du titre.

CHAPITRE III

VERS UNE FETICHISATION DU BONHEUR MATERIEL ?

« Il est glorieux de s'enrichir ! »

DENG XIAOPING, Tournée d'inspection dans le sud, 1992

Pour évoquer le passage d'une économie planifiée à une économie de marché, la littérature aime à rappeler la célèbre phrase prononcée par Deng Xiaoping pendant sa Tournée d'inspection dans le Sud, à savoir « il est glorieux de s'enrichir ! » (*Zhìfù guāngróng* 致富光荣). Or, l'origine de cet aphorisme est de plus en plus contestée¹⁴³. A supposé qu'il ait été bel et bien prononcé par le président chinois d'alors, il apparaît toutefois introuvable tel quel dans la retranscription de ses discours. Selon certains, il s'agirait en réalité d'une formule popularisée à partir d'un ouvrage américain écrit par Orville Schell, *To Get Rich is Glorious : China in the Eighties*¹⁴⁴. Dans une interview accordée au *Los Angeles Times*, son auteur confiera à la journaliste Evelyn Iritani :

En fait, je ne l'ai pas trouvé en train de dire ces mots précis. Mais cela a clairement été adopté comme une sorte de slogan officiel, né de l'air du temps de [Deng] intronisant les capitalistes¹⁴⁵.

Maintenant que le principal intéressé n'est plus de ce monde, difficile de lever la lumière sur cette affaire. Mais une chose est sûre : cette maxime reste et restera encore longtemps dans les esprits, ce que confirme sa réappropriation par des instances du Parti ou par la presse chinoise. Le Bureau des Ressources humaines et de la sécurité de Xingtai, par exemple, intitule un de ses textes « Il est glorieux de travailler pour s'enrichir » (*Láodòng zhìfù guāngróng* 劳动致富光荣¹⁴⁶). Si « il est glorieux de s'enrichir » ne vient pas de lui, Deng Xiaoping a malgré tout intimé, et ce à plusieurs reprises¹⁴⁷, qu'il fallait « laisser certains s'enrichir d'abord » (*Ràng yībùfēn xiān fù qǐlái* 让一部分先富起来) afin que ces derniers puissent aider les régions les plus pauvres à sortir de leur dénuement. Au même

¹⁴³ En tapant *Zhìfù guāngróng* 致富光荣 sur un moteur de recherche bien connu, le premier résultat obtenu remet clairement en doute l'attribution de cette phrase à Deng Xiaoping : « Il est glorieux de s'enrichir ! » Est-il sorti de la bouche de Deng Xiaoping ? (« *Zhìfù guāngróng* » *chūzì dèngxiǎopíng zhī kǒu* “致富光荣”出自邓小平之口？, *Rìjì, dòubàn* 日记, 豆瓣, 13/10/2013).

¹⁴⁴ SCHELL, Orville, *To Get Rich is Glorious: China in the Eighties*, New York : Pantheon Books, 1984.

¹⁴⁵ IRITANI, Evelyn, « Great Idea but don't quote him », *Los Angeles Times*, 9/09/2004.

¹⁴⁶ *Xíngtái shì rénlì zīyuán hé shèbènhù bǎozhàng jú* 邢台市人力资源和社会保障局 (Bureau des Ressources humaines et de la sécurité de Xingtai), « Il est glorieux de travailler pour s'enrichir » (*Láodòng zhìfù guāngróng* 劳动致富光荣) 26/04/2018.

¹⁴⁷ D'abord en 1985, puis en 1986, et enfin lors des inspections à Tianjin entre le 19 et le 21 août de la même année. Pour plus d'informations, se rendre sur <<http://cpc.people.com.cn/GB/34136/2569304.html>>

titre que l'aphorisme précédent, « laisser certains s'enrichir d'abord » sera abondamment repris. Tao Hongjing, avec son installation *To Get Rich Is Glorious*, illustre le « bling-bling » de la société de consommation moderne chinoise en s'inspirant des éclairages au néon des enseignes de certains édifices américains, en particulier les commerces alimentaires et les *motels*, qui sont ainsi visibles de jour comme de nuit.



Fig.66

Tao Hongjing 陶弘景, *Xian fu qi lai* 先富起来,
Installation d'éclairages néon, 150x250x30, 2008

Même si la conception de cette œuvre artistique s'inscrit dans un projet sardonique, c'est-à-dire proposer à un public international des œuvres produites par un artiste chinois moulé par une société chinoise fraîchement globalisée et consumériste, alors que ce dernier est en réalité français sans une once d'origine chinoise¹⁴⁸ –, son succès nous invite à réfléchir à la manière dont la Chine et les Chinois représentent et se représentent la richesse.

I. Une richesse moquée en même temps que glorifiée

Prenons *Hello Mr. Billionnaire*. Les dernières minutes du film sont consacrées à la résolution de l'intrigue, correspondant aux retrouvailles teintées d'amour entre le héros et la protagoniste. Alors que Wang Duoyu est sorti vainqueur du jeu, monsieur Jin diffuse une vidéo que lui avait enregistré son grand-oncle avant de mourir. Dans cette vidéo, ce dernier le félicite, lui disant : « Tu es aussi

¹⁴⁸ Voir <<https://blog-lifestyle.com/art/tao-hongjing-lartiste-chinois-etait-francais/>>. Cette installation de néons a été choisie pour figurer parmi les trente pièces de l'exposition « 30 Degrees » (30 度) qui s'est tenue en 2009 à la Red Gate Gallery de Beijing. Organisée par George Michell et Brian Wallace, celle-ci avait pour ambition de dévoiler les diverses interprétations de trente artistes chinois au sujet de la métamorphose de la société chinoise depuis la mort de Mao. Ainsi, Tao Hongjing, avec la reprise du slogan de Deng Xiaoping, évoque sans ambiguïté aucune l'étalage de richesses et le clinquant qui traversent la Chine contemporaine.

bon que moi, l'argent n'a pas consommé ton humanité » (« *Jīnqián méiyǒu tūnshì nǐ rén xìng de guānghuī* 金钱没有吞噬你人性的光辉 »). Rien ne sert d'explicitier davantage cette phrase puisque nous l'avons déjà commentée dans le chapitre précédent, mais intéressons-nous plutôt à la figure du grand-oncle de Wang Duoyu. Assis sur une chaise au style empire, il semble évoluer dans un univers au charme romantique (fig.67), à l'instar des intérieurs de propriétés bourgeoises anglaises du XIXe siècle :



Fig.67

Le Grand-oncle de Wang Duoyu



Fig.68

Mina Murray dans sa véranda

Source : COPPOLA Francis, *Dracula* (1992)

En effet l'abondance du règne végétal – la tapisserie avec les grosses fleurs en arrière-plan et les diverses plantes à côté de lui – donnent l'impression qu'il se tient sur une véranda similaire aux jardins d'hiver des demeures européennes du XVIIIe ou XIXe siècles (fig.3). La chaise prend des allures de trône ; la robe de chambre en velours confère une touche aristocratique à l'allure de cet

homme vieillissant. En outre, la jeune femme placée légèrement en retrait à l'arrière – que nous pouvons aisément imaginer être une infirmière – évoque sans conteste une domestique d'une riche demeure d'autrefois. De fait, cette allusion suggère que la vie de cet homme ne tient plus qu'à un fil grâce au pouvoir de son argent, le plaçant dans une position de supériorité, affichée jusque dans sa posture qui rappelle celle d'un souverain. Bien sûr, le respirateur brise quelque peu cette image de noblesse, créant ainsi un décalage relativement burlesque. Toutefois, sa vidéo de félicitation souligne le lien entre argent et bonheur, le grand-oncle lui souhaitant même d'être heureux après avoir déclaré qu'il était digne de son héritage («Tu es digne de mon héritage, mon enfant, je te souhaite d'être heureux » «*Nǐ pèi dé shàng wǒ de yíchǎn, hái zǐ, zhù nǐ xìngfú* 你配得上我的遗产，孩子，祝你幸福»). De même, monsieur Jin – dont le nom est identique au son pour le caractère or (métal) et argent (par extension) en chinois – incarne un personnage positif, et ce, durant tout le film, bien qu'il ait dupé le personnage – au même titre que l'argent dupe. Conçu comme une personnification du confort matériel, il apparaît cependant comme ambigu, dans la mesure où il représente une forme de sagesse confucéenne, tout en étant affublé d'un complet veston. Aussi, l'argent ne constituerait pas un élément condamnable tant qu'il serait associé à un état d'esprit compatible avec les valeurs confucéennes de la solidarité et de la primauté de la collectivité sur l'individu. On retrouve cette même ambiguïté dans *Personal Tailor*, où l'argent joue un rôle capital dans le bon déroulement de l'intrigue. Presque hissé au rang de personnage principal, c'est grâce à lui que les protagonistes désireux de vivre leurs rêves vont pouvoir les matérialiser. D'ailleurs, cette place centrale qu'occupe l'argent dans le film est perceptible dès lors que l'on prête attention aux affiches promotionnelles :

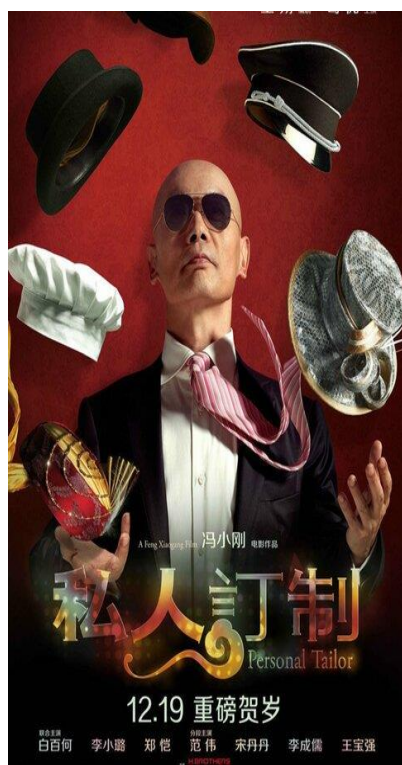


Fig.69-70

Affiches promotionnelles pour *Personal Tailor*

Les billets de banque, éparpillés ici et là, semblent tombés du ciel. Il convient d'ailleurs de souligner le lien des personnages avec le monde divin : le costume porté par les employés masculins n'est pas sans rappeler celui porté par des membres du clergé (fig.70). En outre, la dimension divine des personnages est également présente sur l'affiche de gauche (fig.69) : le torse bombé et jonglant avec diverses casquettes, la posture de cet homme, si elle signifie son métier d'acteur, évoque également un génie, tel le Génie de la lampe dans *Aladdin*. Ainsi, l'aura magique des personnages est mise en avant, et ce, dès les premières minutes du film. En effet, lors de la scène d'introduction des membres de l'équipe Personal Tailor, chacun désigne son rôle au sein de l'entreprise : Yang Zhong, le « réalisateur de vos rêves » (« *Nín xīnyuàn guīhuà shī* 您心愿规划师 »), Miss Bai, la « conceptrice de scénarios » (*Qíngjǐng shèjì shī* 情景设计师), Miss Lu, la « reconstructrice du monde des rêves » (*Mèngjìng chóngjiàn shī* 梦境重建师), et enfin, Ma Qing, « l'anesthésiste de votre esprit » (*Nín de líng mázùi shī* 您的灵麻醉师). Ici, ce cadeau ne peut être consommé qu'en échange d'une transaction monétaire, délivrant le message qu'être heureux ne peut se faire qu'avec un compte en banque bien garni. De fait, le rêve s'apparente à un objet de consommation pour gens fortunés, au même titre qu'une voiture de sport ou qu'une villa. La villa de l'agence, justement, ressemble à s'y méprendre au jardin d'une propriété située sur les bords d'une île paradisiaque, à en juger par les prises de vue

multiples de l'espace extérieur :





Fig.71-75

Agence Personal Tailor

Pris sous toutes les coutures, ce lieu invite à la rêverie. Comme pour un spot publicitaire, la caméra s'attache à présenter tous ses aspects les plus charmants : palmiers, piscine gigantesque, végétation luxuriante, mobilier chic, et ce, en plein cœur de la nature, sur les bords de la mer De même, la richesse sera remise à l'honneur pendant leur deuxième intervention. En effet Yang Zhong et son équipe vont prêter main forte à un réalisateur qui souhaiterait s'initier à l'art cinématographique plutôt que de continuer à recevoir des trophées pour sa carrière de « plus banal des réalisateurs » (*zūn sù* 最俗). Or, cette rencontre sera l'occasion d'admirer la sublime collection de statuettes du réalisateur (*fig.76*) :



Fig.76

Collection de statuettes

Les statuettes semblent rythmer la temporalité de la scène, leur apparition coïncidant avec l'arrivée des personnages sur les lieux, et leur disparition y mettant un point final. La scène débute avec un *travelling* horizontal filmant en gros plan les piédestaux des trophées. Cette technique cinématographique étant très souvent utilisée pour dévoiler le personnage principal d'un film ou d'une séquence, la focalisation sur ces objets prouve donc qu'ils jouent un rôle essentiel. Un des moments clé de la séquence reste la découverte du trophée ultime – une grosse coupe façonnée dans de l'or brillant à souhait :



Fig.77

Fascinés par la grosse coupe dorée

Pour Yang Zhong, il s'agit là de « la consécration de toute une vie » (终身), au même titre que la villa du réalisateur qu'il trouve à son goût depuis toujours (Nǐ zhè fángzi, wǒ zhěnggè kànzhe yǒudiǎn zhōngyì 你这房子，我整个看着有点中意). Cependant, la discussion qui a lieu juste avant rend

l'interprétation de cet étalage de richesses ambiguë. Il y a sans conteste de l'ironie à l'égard des goûts stéréotypés des riches Chinois, dont l'argent sera qualifié de « puant » (*chòu qián* 臭钱) par le premier client de l'agence. Mais, peut-on véritablement parler de condamnation dès lors que les éléments en question sont magnifiés aussi bien par la place qu'ils occupent dans l'intrigue que par la mise en scène ? La villa du réalisateur (fig.78) en détresse est sublimée par la prise de vue panoramique : l'eau de la piscine est d'un bleu éclatant, les murs de la maison d'une blancheur diaphane, et la végétation d'un vert luxuriant ; d'ailleurs, les couleurs utilisées ne sont pas sans rappeler celles de l'agence. Enfin, le soleil éblouissant finit de donner à cette villa des allures de maison de rêve.



Fig.78

La villa du réalisateur « le plus banal »

En outre, le défilé de voitures de luxe auquel le spectateur assiste à la scène suivante nourrit la contradiction du propos : est-il cohérent de dénoncer le luxe d'un côté, tout en faisant la publicité pour une marque de voiture de luxe de l'autre ? (fig.79)



Fig.79

Publicité pour la marque d'automobiles Mini

De même, le panneau publicitaire de l'agence, apparaissant à droite de l'image sous un climat de

couleurs douces et tendres (fig.75), semble une référence au Rêve américain, sans que nous sachions comment l'interpréter : s'agit-il de se moquer de la réappropriation culturelle que fait la compagnie chinoise Personal Tailor du rêve américain, ou bien, au contraire, de souligner la parenté qu'il existe entre les deux ? Difficile de trancher. Or, certains films choisissent au contraire de ne laisser aucune place à l'ambiguïté, en proposant des lectures plus complaisantes à l'égard du bonheur matériel, où la richesse y est explicitement glorifiée. *The Door*, par exemple, immerge le spectateur dans un univers proche du merveilleux, avec une simple armoire se transformant en portail entre deux mondes – notons la proximité avec *Narnia*¹⁴⁹ – ouvrant sur un monde parfait - que le protagoniste choisira finalement au détriment du monde réel. L'argent est le Créateur de cet univers, comme l'atteste ces deux affiches :



Fig.80-81

Illustrations du « Monde parfait » dans *The Door*

Sur fig.80, l'argent – matérialisé par la montagne de billets de banque – se situe au milieu de l'image,

¹⁴⁹LEWIS, C.S, *The Lion, The Witch and the Wardrobe*, Londres : S.C Lewis Pte Ltd, 1950.

signalant de fait la place centrale qu'il occupe dans ce monde. Cheng Tian-Le adopte une posture de conquérant à qui rien ne résiste ; il fume son cigare en regardant droit devant lui ce qui témoigne de son pouvoir et de sa supériorité. Quant à l'autre affiche, les personnages sont visiblement heureux : il sourit béatement pendant qu'elle lui caresse la joue avec un bouton de rose rouge. Les habits lamés or de la jeune femme ainsi que le filtre ocre utilisé sur la photo rappellent encore une fois que ce monde évolue entièrement sous le joug de ce dieu monétaire. Ainsi, l'univers se contemple et se vit sous le prisme de la possession matérielle, comme le suggère les lunettes reflétant des billets sur une autre affiche promotionnelle du film (fig.82).



Fig.82

L'argent contrôle tous les âges de la vie

En outre, s'opère un usage similaire des biens matériels comparativement à *Personal Tailor* : les moyens de locomotion sont sublimés et montrés sous tous les angles, en particulier la voiture qui apparaît dans une mise en scène très codifiée, au centre de l'espace, lors de l'arrivée de Cheng Tian-Le dans l'entreprise.



Fig.83

Arrivée de Cheng-Le Tian à son bureau

Nous pouvons sans doute interpréter cette obsession pour la voiture comme une affirmation manifeste de la suprématie de la Chine sur le marché automobile mondial¹⁵⁰, mais aussi comme un symbole de l'accomplissement du Rêve chinois, comme Grégoire Olivier le souligne dans son article pour la revue *La Jaune et la Rouge*, la voiture revêt une fonction plus symbolique qu'utilitaire en Chine ; véritable objet de passion et de désir, elle doit incarner la réussite sociale de son propriétaire¹⁵¹. Une étude publiée en 2019 analyse la relation entre consommation et bonheur en Chine continentale¹⁵². Elle démontre ainsi que la consommation visible et la consommation relationnelle accroissent le sentiment de bonheur, tandis qu'à l'inverse, la privation de consommation visible aurait un impact négatif sur le moral des individus, quelle que soit leur origine sociale. Seul le type de produits procurant du bonheur diffère : un citoyen sera davantage heureux en consommant des appareils de communication et de technologie ou des vêtements plutôt que des équipements électro-ménagers, davantage prisés des populations rurales. Ces derniers sont moins communs dans les régions reculées, ce qui confère d'emblée un statut de supériorité à leurs possesseurs. Ainsi, Tao Hongjing, dans sa biographie fictive, confie que c'est le jour où son père achète une télévision qu'il goûte enfin au bonheur :

Le grand changement est survenu lorsque son père a acheté une télévision, la première du quartier. Dès lors, Tao a pu voir le monde et comprendre son pays¹⁵³.

Dans le premier chapitre de ce travail, nous avons mentionné que la télévision oriente le comportement des enfants et des adolescents dans deux directions opposées, avec d'un côté les

¹⁵⁰Elle occupe la première place depuis 2015 selon les chiffres fournis par l'Observatoire Cetelem de l'Automobile.

¹⁵¹OLIVIER G., « La Chine, premier marché mondial, devient une superpuissance automobile », *La Jaune et la Rouge*, n°663, mars 2011.

¹⁵² CHENG Zhiming, WANG Haining, SMYTH Russell, « Consumption and Happiness », *The Journal of Development Studies*, 2019, vol.55(1), p.120-136

¹⁵³EHRET L., « China artist comes out... as a Frenchman », *The Local*, 6/11/2015.

« progressistes » et de l'autre les « déclinants ». Or, ce sont les images proposées qui influent sur l'imaginaire du spectateur, stimulant ses rêves de bonheur à venir ou ses fantasmagories à l'égard du passé. Dans *Pegasus*, la diffusion de courses automobile à la télévision donnera envie à Zhang Chi de devenir plus tard pilote de course. Or, ces peintures plus ou moins idéalisées, consommées immédiatement et à l'envi par les regards, participent de cette élimination de la souffrance du quotidien, correspondant à l'avènement de la télévision au sortir de la Deuxième Guerre Mondiale¹⁵⁴. Il est intéressant de constater que les Trente Glorieuses feront également de la télévision un élément essentiel dans la diffusion d'images heureuses. L'écrivaine Annie Ernaux, dans *Les Années* par exemple, décrit à quel point la télévision demeurait à cette époque une marque de « supériorité sociale » : « On surveillait et on enviait chez ses voisins la possession de ces signes de progrès, marquant une supériorité sociale¹⁵⁵ ». De même que « les réclames apportaient la certitude du bonheur de l'avenir¹⁵⁶ ». Le téléviseur acquiert une dimension tout aussi sacrée dans *Hi Mom*. D'abord, toute la famille est réunie sur le canapé autour de cet objet, qui occupe le premier plan de l'image (fig.84) :



¹⁵⁴Voir WINCKLER M. *Séries télé. De Zorro à Friends. 60 ans de téléfictions américaines*, Paris, Flammarion, coll. « Librio Références », 2005, p. 12-13.

¹⁵⁵ ERNAUX A., *Les Années*, Paris : Gallimard, 2008.

¹⁵⁶ *Ibid.*

Bonheur devant la télévision

Grosse machine que ce téléviseur noir devant lequel tous semblent comblés, si ce n'est fascinés. La lumière blanche jaillissant de l'appareil lui confère une certaine magie, en même temps qu'un certain mystère, le spectateur s'interrogeant sur ce qui peut les faire sourire. Au loin, le caractère *fú* 福 est peint en noir sur un fond rouge, ce qui rappelle le titre rouge écrit sur le fond noir du téléviseur situé au premier plan. Est ainsi évoqué en toute subtilité la corrélation entre visionnage et bonheur. Toutefois, nous pouvons nuancer notre propos en émettant l'hypothèse que ce n'est pas tant le contenu des programmes télévisés qui rend heureux que la joie de ce moment de convivialité et de communion entre tous les membres de la famille. Le téléviseur fait souvent l'objet de tensions dramatiques au sein du clan familial dans les sitcoms telles que *wǒ ài wǒjiā* 我爱我家¹⁵⁷. De fait, cet objet du quotidien se métamorphose en une véritable boîte à rêves, devant laquelle chacun vit plongé dans ses fantasmes.

II. Pour la promotion d'une classe-moyenne urbaine

Outre cette sacralisation des objets de consommation, la ville, en tant qu'espace de concentration des richesses, incarne un lieu de rêve et de bonheur. Ce crédit accordé à l'espace urbain témoigne de la place privilégiée qu'il occupe par rapport à la campagne, bien que, comme nous l'avons étudié précédemment, cette dernière fasse l'objet d'une revalorisation intensive de la part du gouvernement depuis ces quinze dernières années. Les villes chinoises commencent à se développer massivement avec l'industrialisation qui s'opère à la fin des années 1950 durant le Grand Bond en avant (*dà yuèjìn* 大跃进), même s'il faudra toutefois attendre les années 1980 avant qu'elles ne deviennent le cœur économique et des pôles d'échange avec le marché extérieur. A l'instar du continent nord-américain et des pays européens, l'espace urbain symbolise le pouvoir et la globalisation, en plus de devenir un royaume de consommation capitaliste exacerbée. Du côté du cinéma, la métropole représente un espace sophistiqué, à l'aura féminine et *glamour*. En mettant en scène des jeunes femmes évoluant dans un univers citadin où la consommation se mêle aux intrigues sentimentales, *Happiness Me Too* et *Finding Mr.Right* s'adressent à un public plutôt féminin. *Happiness Me Too* – tout comme *Sex and The City* dont le film se revendique – centre son propos sur le bonheur et les tracasseries d'un petit groupe de femmes citadines aux revenus confortables :

2012, êtes-vous heureux ? Le rêve s'étire en désir entre le choix et la tentation, l'affection familiale hésite entre la fusion et les gains et les pertes, et l'amour se perd entre l'amour et

¹⁵⁷Le premier épisode de la série s'ouvre sur une joute télévisuelle entre le père et sa fille, chacun changeant constamment le programme sélectionné par l'autre. Un autre épisode, au cours duquel le jeune frère du père se fera interviewer par une chaîne de télévision, soulèvera des considérations intéressantes sur la place de ce média dans la société chinoise des années 1990, et notamment sur la starification et l'*héroïsation* du commun des mortels.

la réalité. Version chinoise de *Sex and the City*, ce film décrit les histoires de cols-blancs urbains, de beautés de la mode, de grands noms, de jeunes entrepreneurs, de recrues sur le lieu de travail et de personnes âgées à la retraite. approche décrit la réalité matérialiste de plusieurs hommes et femmes urbains¹⁵⁸.

Au-delà du résumé, la parenté entre les deux productions est frappante lorsque l'on jette un coup d'œil aux affiches promotionnelles et au générique de la version américaine :



¹⁵⁸ <<http://m.mtime.cn/movie?movieId=164035n>>



Fig.85-87

Affiches promotionnelles pour *Happiness Me Too*



Fig.88

Visuel pour *Sex and The City*

Dans les deux cas, la ville sert de cadre essentiel et symbolique aux aventures des personnages –

elle fait même partie intégrante du titre dans la version américaine. C'est elle qui projette son esthétique moderne et branchée, en même temps que luxueuse, sur les héroïnes représentées comme des reflets de cet espace ; de belles jambes fines occupent le devant de la scène (fig.85-88) signifient que la ville est un lieu de féminité. Par ailleurs, la police du titre, qui imite le tracé d'un bâton de rouge à lèvres rouge, achève d'offrir une peinture très stéréotypée de la femme citadine. Or, ce modèle de la femme urbaine consommatrice, nous le retrouvons dans *Finding Mr.Right*. La bande annonce consacre ses premières minutes à dévoiler la mise en beauté de la jeune femme. Deux plans rapprochés sur les lèvres puis les yeux suivent les étapes du maquillage, lequel s'achève sur un portrait du visage souriant et heureux de Jiajia :





Fig.89-91

Préparation de Jiajia

Aussi, le maquillage semble relever d'une nécessité préalable au bonheur à venir de la jeune femme : elle s'y prépare en se maquillant, signe que cela fait partie intégrante de son nouvel univers. La trame narrative semble correspondre à celles des *chick flick*¹⁵⁹ habituels, dans lesquels la ville sert de décor à une intrigue sentimentale entre deux jeunes urbains. Les retrouvailles se feront sur fond urbain, avec gratte-ciels lumineux en arrière-plan, comme dans *Nuits blanches à Seattle* (1993), tandis que pour *Happiness Me Too* le caractère citadin du film est surtout représenté dans les activités professionnelles et sociales des personnages. Un certain nombre de comédies romantiques choisissent un décor urbain mondialement connu afin de faire voyager et rêver le spectateur. Seattle, Shanghai, New York, Paris et bien d'autres se transforment sous la caméra en un lieu où tout est possible. Si Jiajia veut tant aller à Seattle, c'est justement parce qu'elle veut vivre la même vie que celle d'Annie Reed – ce qu'elle parviendra à faire en fréquentant des restaurants chics et des boutiques de luxe. La ville transforme les êtres, en permettant d'adopter un mode de vie luxueux américain pour l'une, ou bien de se faire passer pour une jeune femme riche et sophistiquée pour l'autre. Toutefois, Wang Ning, dans son article « Cinematic Cultural Diffusion : American and Chinese Films », explique que l'adaptation culturelle du « *chick flick* » américain pour un public chinois demeure la seule et unique raison pour laquelle ces productions ont aussi bien marché¹⁶⁰. Ce genre de film aborde le thème de l'individualisme à travers les aventures de femmes fortes, indépendantes, jeunes et habillées dernier cri, remportant ainsi un grand succès auprès d'un public de femmes jeunes et citadines. Néanmoins le *chick flick* chinois, loin de présenter des femmes aux carrières magistralement impressionnantes, choisissent plutôt des femmes jeunes et citadines au

¹⁵⁹Littéralement « film pour nana » en anglais argotique, ce terme désigne une comédie sentimentale destinée à un public féminin adolescent ou jeune adulte. *La Revanche d'une blonde* (2001) constitue un bon exemple de *chick flick*.

¹⁶⁰WANG Ning, « Cinematic Cultural Diffusion: American and Chinese Films », *Intercultural Communication Studies* XXV : 1, Harbin Engineering University, 2016.

physique attrayant, possédant des caractéristiques aussi bien positives que négatives. Elles sont plus complexes que des stéréotypes, ce qui explique leur popularité auprès du public qui se reconnaît à travers elles. Par ailleurs, la ville représente également le monde des bureaux et des affaires, un espace où on gravit les échelons en même temps que les étages. Il incarne généralement un espace de transformation et d'élévation sociale, phénomène notamment perceptible dans le roman d'apprentissage français du XIXe siècle¹⁶¹, mais pas uniquement. Dans *La Place*, la romancière Annie Ernaux mentionne la symbolique de réussite intellectuelle et sociale souvent attribuée à Paris¹⁶². Or, à l'instar du roman d'apprentissage français, nos films dépeignent des transfuges de classe, passant d'un milieu populaire ou de la classe-moyenne à un statut aisé. C'est le cas par exemple pour Cheng Tian-Le : au départ simple garagiste, il va se retrouver multi-millionnaire à la tête d'une entreprise ; de même, Wang Duoyu dans *Mister Billionnaire* devient milliardaire alors qu'il n'était que gardien de but. Dans *How Long Will I Love You*, le changement de classe sociale se fait explicitement dans un cadre urbain globalisé et consumériste. Lu Ming, architecte sans grande envergure, se transforme en grand designer millionnaire dans le monde de 2018, et va même changer de prénom – Lu Shiyi –, étape témoignant de sa métamorphose identitaire. Quand ils ne sont pas transfuges de classe, les citoyens de nos films proviennent exclusivement de la classe-moyenne supérieure, comme dans *Happiness Me Too*, *Tiny Times*, *Lost in Hong Kong*, *Lost in Thailand* ou encore *The Mermaid*. Cette absence de protagonistes issus de classes modestes indique bien que la ville représente un univers d'élévation sociale, ainsi qu'un espace où les rêves de gloire matérielle se nourrissent de l'espoir des spectateurs, appartenant pour la plupart à la plèbe. La diffusion d'images destinées à faire rêver le public permet également de décrédibiliser l'aura divine qui auréolait la classe populaire et ouvrière des années maoïstes dans les productions cinématographiques et littéraires. Auparavant, si les héros devaient obligatoirement provenir des couches sociales inférieures de la population, désormais, ces derniers sont relégués au second plan, voués à se transformer en « nouveaux riches ». *The Mermaid* illustre cet aspect à merveille avec le peuple des sirènes, conçu comme une métaphore de la classe ouvrière : ils travaillent pour joindre les deux bouts, ils sont mal habillés, ils ont l'air sale, ils vivent tous ensemble. La scène de travestissement en sirène d'un des membres de ce peuple aquatique (fig.92) provoque le dégoût, en même temps que le rire, signe qu'ils sont conçus pour incarner des personnages dont il est de bon ton de se moquer.

¹⁶¹CHARDIN P., *Roman de formation, roman d'éducation dans la littérature française et dans les littératures étrangères*, Paris, Kimé, 2007.

¹⁶² Par ailleurs, Annie Ernaux évoquera régulièrement son parcours de transfuge de classe, et ce plus particulièrement dans *La Honte* (1997) et *Les Années* (2008).



Fig.92

La Vénus anadyomène

Le surgissement de la baignoire du personnage rappelle sans conteste le célèbre Vénus anadyomène de Rimbaud.

VÉNUS ANADYOMÈNE

Comme d'un cercueil vert en fer-blanc, une tête
De femme à cheveux bruns fortement pommadés
D'une vieille baignoire émerge, lente et bête,
Montrant des déficits assez mal ravaudés ;

Puis le col gras et gris, les larges omoplates
Qui saillent ; le dos court qui rentre et qui ressort.
— La graisse sous la peau paraît en feuilles plates ;
Et les rondeurs des reins semblent prendre l'essor...

L'échine est un peu rouge, et le tout sent un goût
Horrible étrangement, — on remarque surtout
Des singularités qu'il faut voir à la loupe...

Les reins portent deux mots gravés : *Clara Vénus* ;
— Et tout ce corps remue et tend sa large croupe
Belle hideusement d'un ulcère à l'anus.

27 juillet 1870¹⁶³.

Telle la sirène du poète, cet homme au ventre gros, à la pilosité pubienne abondante et dépassant de sa fausse queue de poisson, sort des eaux verdâtres de son bain. Les tonalités dominantes de vert et de gris confèrent un aspect sale au lieu, de même que le maquillage dégoulinant de l'homme ainsi que son corps gras. Aussi nos films participent-ils à la promotion d'une classe-moyenne, apparaissant comme un équilibre entre une classe ouvrière au mode de vie déprécié et une classe

¹⁶³RIMBAUD, Arthur, *Les Cahiers de Douai*, Paris, 1870.

aisée aux idéaux dénués de gentillesse et d'empathie à l'égard de ses congénères. Symbole du rêve américain, la classe moyenne devient également en Chine le symbole du rêve chinois. Or, dans ce rêve, beauté et jeunesse vont de pair avec la richesse.

III. Valorisation de la beauté et de la jeunesse

Paru en octobre 2015 pour l'Institut des études économiques du travail (IZA), l'article rédigé par Lee Wang-Sheng et Zhao Zhong met en évidence la corrélation entre bonheur et apparence physique, corrélation jusque-là délaissée des *happiness studies* au profit de l'influence comportementale. La transformation économique de la Chine à partir des années 1980, touchant en particulier les zones urbaines, aurait considérablement modifié les critères de beauté. Les plus heureux, selon cette étude, seraient les plus grands, car ils incarneraient une force et une solidité jugées nécessaires à la reconstruction du pays, convoquant un idéal masculin similaire aux représentations masculines figurant sur les affiches de propagande maoïstes. En outre, la grandeur évoque le monde du mannequinat, standard de beauté que la Chine partage désormais avec les pays du bloc occidental. La globalisation de la culture a introduit une nouvelle vision de la beauté, en plus de développer un marché jusque-là inexistant. L'économie de la beauté (*Měimǚ jīngjì* 美女经济) utilise des femmes présentant des caractéristiques physiques jugées attractives pour la culture dominante mondialisée – jeunesse, régularité des traits, peau claire, minceur, grandeur – dans le but de vendre des produits de beauté ou de promouvoir la chirurgie esthétique¹⁶⁴. De même, la croissance exponentielle des achats de cosmétiques entre 2000 et 2010, consignée dans un rapport international intitulé « Euromonitor International – “Beauty and Personal Care in China” » témoigne de l'intérêt grandissant des Chinois et des Chinoises pour leur apparence physique¹⁶⁵. Nous pouvons donc en déduire que l'achat de ces produits cosmétiques ou le recours à la chirurgie esthétique sont présentés comme des vecteurs de bonheur, ce que la publicité et le cinéma ne cesse de mettre en avant. Pareillement à la Chine, les marques de cosmétiques à l'époque des Trente Glorieuses n'hésitent pas par exemple à faire appel à des vedettes du cinéma jeunes et jolies afin de promouvoir le bonheur que procure la possession de tels produits.

¹⁶⁴ LEE, Wang-Sheng, ZHAO, Zhong, «Height, Weight and Well-Being for Rural, Urban and Migrant Workers in China », *IZA Discussion Paper*, n°9397, 2017, p.117-136.

¹⁶⁵ *Ibid.*



Fig.93

L'actrice Mylène Demongeot pour la marque de savons Lux

Source :< <http://www.christianlegac.com/2019/01/la-publicite.avec-les-start-du-cinema-et-de-la-chanson-en-france-et-en-europe.html>>

En réalité, ce n'est pas tant le usage qui rend heureux – bien que le plaisir d'utilisation constitue évidemment un facteur d'achat important – mais plutôt les résultats qu'ils sont censés prodiguer : jeunesse retrouvée avec une crème anti-rides, visage magnifié avec un fond de teint éclaircissant, etc.

Des femmes jeunes, belles et actives

Si Lee Wang-Sheng et Zhao Zhong estiment que les individus obèses ou en surpoids ne sont pas plus malheureux que les autres, force est de constater qu'ils se font rares dans nos films, pour ne pas dire inexistantes. Tous les protagonistes de nos films peuvent répondre au qualificatif de mince, et les seules occurrences de personnages en surpoids ou obèses sont majoritairement des hommes dépeints comme ridicules et ne jouant qu'un rôle secondaire dans l'intrigue. Subsiste néanmoins une exception à cette règle : Jia Xiaoling. Dans *Hi Mom*, elle occupe le rôle principal du film, puisqu'elle va agir comme une sorte d'ange gardien pour sa famille : en remontant dans le temps, elle aidera sa mère, alors adolescente, à se constituer une meilleure famille que celle de son futur, mais, puisqu'il s'agit d'une comédie familiale, bien évidemment que cette tentative de substitution échouera. Le film s'achève sur un retournement de situation aussi touchant que comique, étant donné que la mère du présent se souvenait en réalité de la visite de sa fille dans le passé. Outre la

représentation du bonheur familial que nous commenterons dans le chapitre suivant, mentionnons déjà que, en dépit du caractère central de Jia Xiaoling, la véritable héroïne du film reste Li Huanying – dont le nom fait partie du titre chinois du long-métrage *Nǐ hǎo, Lǐ huànyīng* 你好，李焕英. Or, contrairement à sa fille, celle-ci correspond à la beauté normative évoquée plus haut : son visage présente des traits réguliers, elle est jeune et elle est mince De fait, sa présence tend souvent à éclipser Jia Xiaoling, par exemple au début du film en faisant sa première apparition à l'écran :



Fig.94-95

Première apparition de Li Huanying

L'arrivée au ralenti du personnage lui confère une importance considérable, dans un champ de vision désormais réduit grâce au *travelling* avant. Souvent utilisé pour conclure une séquence, le *travelling* avant ici annonce plutôt le commencement d'une nouvelle, signifiant au spectateur que le personnage sur lequel la caméra est en train de se focaliser va devenir central pour le déroulement de des événements à venir. Par ailleurs, Li Huanying s'adonne avec beaucoup de plaisir au *shopping*, une activité vue comme féminine, ce qui ne semble pas être le cas pour Jia Xiaoling (fig.96).



Fig.96

Séance de shopping

Dans *Tiny Times*, Tang Wangru, incarne le personnage mal dans sa peau du groupe. Complexée par ses kilos en trop, ses interventions prête souvent à rire, notamment lorsqu'elle ouvre la porte à son ami d'enfance complètement nue. Or, ce n'est sans doute pas un hasard si le seul personnage en surpoids du film soit également le plus comique ... Loin d'occuper une place de choix au sein du quatuor, Tang Wangru symbolise le grotesque et l'enfance – ses joues rondes lui confère un caractère enfantin –, caractéristiques s'opposant à la maigreur et au sérieux de ses amies. Notons par ailleurs que son visage apparaît très peu maquillé dans le film, ce qui semble être l'apanage des adolescentes et des étudiantes. En effet, l'apparence des personnages et le soin accordé à leur physique nous renseigne sur le type de modèle féminin mis en scène. Or, il apparaît très clairement, au vu du visionnage de notre corpus, qu'il existe deux modèles principaux : l'étudiante et la jeune urbaine active. Dans le premier cas, il s'agit d'une jeune femme naturelle, peu ou pas maquillée, et souvent habillée de manière très fille, ce qui lui confère un côté femme-enfant. Citons à titre d'exemple Qiu Ya de *Goodbye Mister Loser* (fig.23) ou encore Li Huanying de *Hi Mom* (fig.94). Les héroïnes de la série *Youth* correspondent également parfaitement à ce modèle :



Fig.97

Affiche promotionnelle pour la série télévisée Youth

Sortie en 2018, cette série télévisée met en scène un groupe de quatre colocataires, aux personnalités toutes plus différentes les unes que les autres. Pourtant, si la personnalité diffère, le soin porté à l'apparence paraît identique : teint éclairci et très peu de couleurs sur le visage, si ce n'est un peu de rose sur les joues et les lèvres. Car l'absence de couleurs sur le visage fait ressortir tout l'éclat et la blancheur du teint, ce type de beauté est surtout vanté dans les publicités pour les crèmes et les fonds de teint blanchissants, dont les ventes atteignent des chiffres record¹⁶⁶. D'ailleurs, lorsque Ma Dongmei tente d'imiter la mise en beauté de Qiu Ya dans le but d'impressionner Xia Luo (fig.23), ses paupières bleu électrique et ses joues rose bonbon susciteront l'hilarité de ses camarades : la transformation n'a pas pu réussir parce qu'elle n'a pas opté pour un maquillage léger. L'absence de maquillage – ou plutôt le rendu naturel de celui-ci – indique au spectateur que le personnage se trouve dans la fleur de l'âge, ce que semble confirmer la scène d'introduction de *Tiny Times*. Le film s'ouvre en effet sur la déambulation dans les couloirs du lycée de quatre adolescentes en uniforme, riant aux éclats. Mais l'insouciance et la jovialité de cette jeunesse se voit quelque peu perturbée par les deux vers tiré du sonnet 60 de William Shakespeare : « La beauté et la délicatesse que le temps percera / graveront des lignes parallèles sur le front de la belle¹⁶⁷ » (*Shíjiān huì cì pò dì huáměi jīngzhì*,

¹⁶⁶ZHANG, Tianwei, «Chinese Beauty Industry Experts Defend Whitening Products», *Women's Wear Daily* (WWD), 10/07/2020.

¹⁶⁷«Time doth transfix the flourish set on youth / And delves the parallels in beauty's brow». SHAKESPEARE, William, «Sonnet LX», in *Shakespeare's Sonnets*, Angleterre : Thomas Thorpe, 1609. Traduction personnelle.

huì bǎ píngxíng xiàn kè shàng měirén de éjiǎo 时间会刺破的华美精致，会把平行线刻上美人的额角). A la fois mise en garde contre le temps qui passe, et injonction à profiter de la jeunesse, le film, à l'instar du sonnet, introduit le passage à l'âge adulte comme l'entrée dans les prémices de la vieillesse. Contrairement au modèle précédent, celui de la jeune urbaine active représente une femme très sophistiquée – maquillage prononcé, vêtements et accessoires haute couture – qui aime s'occuper de son apparence physique.



Fig.98-99

Le bonheur de se faire belle

Dans la bande annonce de *Tiny Times*, toutes les scènes dans lesquelles les jeunes femmes apparaissent habillées en haute couture les immortalisent en pleine séance de rigolades et d'amusement, faisant passer le message qu'être belle et bien habillée rend heureux (fig.100-101).





Fig.100-101

Le bonheur d'être belle

Or, cette représentation de la femme confère une dimension publicitaire au film, corroborée par la présence de publicités pour un certain nombre de produits, comme si cette comédie romantique souhaitait pousser les spectatrices à adopter ses comportements, leur donnant l'illusion qu'elles trouveront le bonheur ainsi. Une étude portant sur les critères de beauté et leurs représentations estime que les sujets abordés par les magazines de mode vendus en Asie¹⁶⁸ concernent en priorité la mode (30,4%) et la beauté (25%) ; notons que le personnel joue également un rôle important, bien plus important même que pour les magazines nord-américains ou européens (respectivement 6% et 9.8%).

206 Y. Yan & K. Bissell

Table 3 Story Frames and Ideal Beauty-related Constructs Represented by Countries.

	North America	Europe	Asia	Other countries	
<i>Story frame</i>					χ^2 39.88*
Fashion	23.9%	33.5%	30.4%	24.8%	
Entertainment	17.1%	14.2%	19.6%	29.9%	
Beauty	12.0%	14.6%	25.0%	10.1%	
Personal/self	6.0%	9.8%	12.5%	5.1%	
Other	5.1%	9.4%	3.6%	14.9%	
Relationship	11.1%	3.9%	3.6%	5.1%	
Health	9.4%	6.3%	1.8%	0%	
Sex	8.5%	5.5%	3.6%	10.1%	
Fitness	6.8%	2.8%	0%	0%	
<i>Beauty-related constructs</i>					ANOVA (F)
Femininity	4.08 (.69)	3.77 (.95)	3.85 (.72)	3.62 (.75)	30.17***
Sexuality	2.56 (1.08)	2.50 (1.26)	2.13 (.92)	2.37 (1.07)	17.41***
Body type	1.73 (.50)	1.65 (.61)	1.76 (.60)	1.81 (.38)	10.04***
Glamorization	2.73 (.62)	2.89 (.70)	2.67 (.74)	2.88 (.69)	17.41***

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Fig.102

Type de rubriques et constructions idéales liées à la beauté par continent

Source: BISELL Kim, YAN Yan (2014)

¹⁶⁸ BISELL Kim, YAN Yan, The Globalization of Beauty: How is Ideal Beauty Influenced by Globally Published Fashion and Beauty Magazines? *Journal of Intercultural Communication Research*, 2014, vol.43 (3), p.194-214.

Au même titre que les magazines, le cinéma, influencé par une forme de globalisation des critères de beauté déjà prônée dans la presse et les médias, mettent une énorme pression sociale sur les femmes. Dans une enquête réalisée en 2012, Meng Zhang livre les témoignages d'étudiantes sur une injonction sociale à être belle qui les étouffe, dans un pays où les signes ostentatoires de richesse et de beauté démontrent un statut social supérieur¹⁶⁹.

Les femmes subissent beaucoup de pression aujourd'hui. La pression vient de « l'idéal commun », la norme convenue. Il y a énormément d'étudiantes qui choisissent de se tourner vers la chirurgie esthétique pour paraître mieux, dans l'espoir d'être plus compétitives sur le marché du travail. (Xiaoyu)

Les femmes rencontrent encore de nombreux obstacles en matière d'emploi. Beaucoup d'entreprises n'embauchent toujours pas de femmes, et quand elles le font, elles veulent embaucher quelqu'un avec une belle apparence physique, une jolie fille. (Lan)

Les hôtesse de l'air diplômées accordent beaucoup d'attention à leur apparence. Premièrement, elles étaient plus jolies que les autres filles au départ car elles ont été admises dans notre école qui a des exigences très élevées en matière d'apparence physique. Deuxièmement, la profession elle-même en Chine demande une grande beauté physique ; ces filles veulent toutes se faire embaucher par des compagnies aériennes une fois diplômées. (Siwen)

La beauté joue donc un rôle discriminatoire aussi bien dans le milieu professionnel que quotidien. De fait, la valorisation de la beauté et des soins esthétiques correspond à une velléité d'accroître un marché de la cosmétique alors en pleine expansion, ainsi que nous l'avons précédemment évoqué. Or, les femmes constituent une cible de consommateurs essentiels dans cette promotion du bonheur individualiste. Si la femme symbolise le bonheur, rien d'étonnant à ce que la publicité l'utilise abondamment pour en faire la promotion de divers produits. En plus d'offrir une image de consommatrice modèle, la femme belle et jeune est-elle même réifiée au rang de marchandises, prodiguant un sentiment de bonheur aux hommes qui croisent leurs chemins. Nous avons déjà évoqué la comparaison implicite entre Ruolan de *The Mermaid* et sa voiture dans le chapitre précédent, mais nous pourrions tout aussi bien mentionner la jeune petite amie de Cheng Tian-Le dans *The Door*, exhibée à la manière d'un trophée de chasse, de même que la cour – au sens littéral du terme – de belles jeunes femmes aux traits presque divins vient à Zhu Xiaolian, qui se retrouve caché en son sein. Dans *Some Like it Hot*, le statut de la femme est comparable à celui présenté dans *The Door* : la jeune et belle mannequin coréenne, Yoyo, devient un objet de conquête et de désir pour un homme d'âge moyen en proie au malheur – et ce, d'autant plus qu'elle incarne un idéal de beauté de plus en plus adulé par les médias¹⁷⁰.

¹⁶⁹ ZHANG Meng, A Chinese beauty story: how college women in China negotiate beauty, body image, and mass media, *Chinese Journal of Communication*, 2012, vol.5 (4), p.437-454.

¹⁷⁰ HUYNH E., KLOETZLI S., « Corée : la nouvelle référence beauté ? », *Koi*, 19/12/2021, n°19.

Des hommes jeunes, beaux et actifs

Passons maintenant aux hommes. Richesse et beauté juvénile vont de pair, en témoignent les multiples publicités qui tapissent les murs des villes et les pages des magazines.

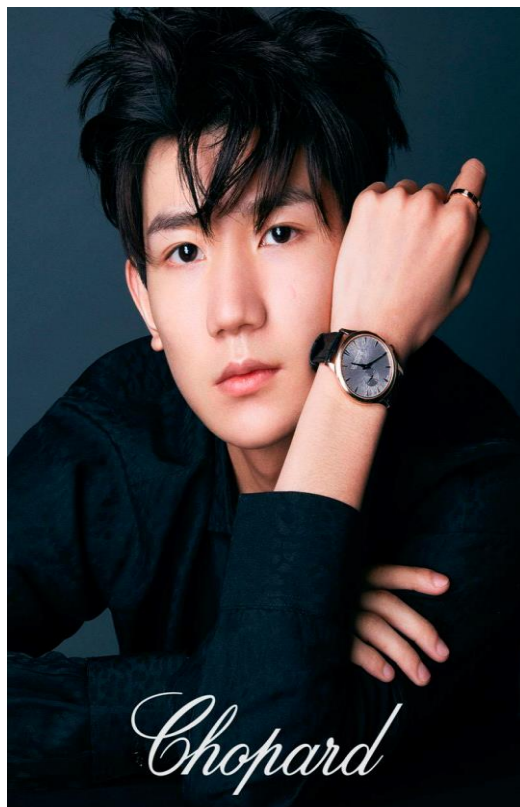


Fig.103

Roy Wang, ambassadeur pour Chopard

Source : <<https://models.com/work/chopard-roy-wang-for-chopard-2018>>



Fig.104

Campagne pour la période des fêtes 2017 de la marque de bijoux Pandora.

Source : Pandora official Weibo.

Sur cette publicité pour l'horloger suisse Chopard, un jeune homme aux traits angéliques, un léger sourire esquissé sur les lèvres en signe de contentement, prend la pose. La manche de sa chemise noire relevée laisse apparaître une montre imposante contrastant avec la finesse et la pâleur de son poignet. Un fin cercle de métal brillant entoure son index, symbole d'autorité. La délicatesse convoque l'érotisme, à en juger par son regard pénétrant l'objectif. Avec une moue plus cajoleuse, l'homme de la deuxième publicité, tel un prince charmant, apporte un présent à sa bien-aimée pour les fêtes. Le visage est cependant moins pâle et les mains moins délicates que chez le modèle précédent ; il a même conservé quelques poils faciaux, sans doute par souci de virilité. Ces deux publicités – toutes deux pour le compte de marques étrangères – illustrent bien l'analyse qu'opère Louie Kam sur les représentations contemporaines de la masculinité en Chine. Selon lui, deux principaux modèles peuvent être observés : le métrosexuel et l'efféminé¹⁷¹. Phénomène originairement associé au monde euro-américain, le terme de métrosexuel a été pour la première fois employé par Mark Simpson, un journaliste britannique, pour désigner un citoyen de genre masculin qui accorde un soin privilégié à son apparence physique – en utilisant des crèmes, en sculptant son corps, etc. – préoccupation reflet d'une position sociale et financière confortable. L'implantation de cette tendance sur le territoire chinois serait corrélée, pour Louie Kam, au développement florissant d'une nouvelle classe moyenne urbaine imprégnée de culture occidentale – par le biais des études à l'international de plus en plus courantes notamment. Toutefois, bien que ce type d'hommes aiment à dépenser sans compter en vêtements et en produits de beauté, ils souhaitent néanmoins restés virils¹⁷². Cela est tout à fait remarquable chez un bon nombre des personnages masculins de nos films : dans *The Mermaid*, le jeune héros accorde un soin très particulier à ses tenues vestimentaires, toujours très originales – pensons au costume lamé or – en plus d'apparaître toujours rasé, les cheveux coiffés et le visage soigné (fig.105). Pourtant, il n'en symbolise pas moins une figure d'autorité, comme le souligne sa position privilégiée au sein d'une grande entreprise, faisant montre de son caractère conquérant. Même constat pour Cheng Tian-Le de *The Door*, figurant toujours la barbe entretenue et habillé dernier cri, et qui n'hésite pas à se faire prendre sous toutes les coutures en compagnie d'une moto, engin évoquant vitesse et virilité (fig.106)

¹⁷¹LOUIE Kam, « Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia, with Special Reference to China », *The Journal of Asian Studies*, vol.71, n°4, 2012, p.929-943.

¹⁷²*Ibid.*



Fig.105-106

Des exemples de métrosexuels

Source : IMBD





Fig.107-108

Les quatre protagonistes masculins dans *Tiny Times*

Source : Bande annonce

Comme nous pouvons le constater, ces quatre jeunes hommes (fig.107-108) possèdent des caractéristiques physiques relativement similaires : teint pâle, visage glabre, traits très fins. Deux acteurs sur les quatre sont nés de parents d'origine européenne, indiquant de fait que les traits faciaux européens constituent un idéal de beauté. Un des personnages affiche même très ouvertement son côté féminin dès le début de la bande annonce du film, en faisant des moues aguicheuses à la caméra, comme un mannequin prendrait la pose devant un photographe de mode. En outre, il a également les cheveux teints, signe d'une certaine coquetterie. Or, pour Kam Louie, ce type de physique constituerait un idéal masculin pour un public féminin jeune et hétérosexuel, influencé par les représentations masculines des mangas et des chanteurs de pop coréens, lesquels

ont justement été créés dans le but de plaire à ce type de public. La révélation des torsos nus des quatre acteurs mis côte à côte dans la bande annonce, sert à nourrir les fantasmes érotiques des jeunes amatrices – et pourquoi pas amateurs – de ce genre de films.



Fig.109

Torses des quatre protagonistes

A la recherche d'une jeunesse perdue

Pegasus illustre à merveille l'affrontement entre deux générations de pilotes. Les anciens, incarné par Zhang Chi le héros, rêvent de ressembler aux jeunes et beaux pilotes de la nouvelle génération. Bien que le récit de jeunesse du héros soit teinté d'humour, il n'en reste pas moins une réminiscence de son ancien passé glorieux, réminiscence imprégnée de nostalgie. Il glorifie son passé, l'associant à l'univers du luxe et de la renommée.



Fig.110-111

Passé et présent

Le fondu enchaîné opéré entre son passé et son présent tend aussi bien à témoigner du temps qui passe que de souligner le contraste entre deux univers totalement différents, avec d'un côté un monde recouvert d'or et de paillettes, tandis que de l'autre, n'y subsiste qu'une grande pièce vide et grise, sans aucune âme. Le passé s'est évaporé à tout jamais (*Dōu piāosàn rú yān* 都飘散如烟). Toutefois, la mélancolie laisse progressivement place à une détermination et une rage telle que Zhang Chi représente un archétype de masculinité bien plus valorisée, dans le film, que celle dégagée par ses homologues plus jeunes. Si la jeunesse est aussi désirable, c'est parce qu'elle symbolise cet avenir, ce futur tant sublimé par le gouvernement chinois.

Dans les périodes de révolution, de construction et de réforme, le Parti communiste chinois a toujours attaché une grande importance à la jeunesse, en a pris soin et lui a fait confiance, plaçant de grandes attentes sur la jeune génération. Le Parti communiste chinois a toujours considéré la jeunesse comme l'avenir de la patrie et l'espoir de la nation, comme une force nouvelle pour le développement du parti et du peuple ; elle l'a toujours exhortée à réaliser ses idéaux dans la grande lutte du peuple¹⁷³.

De fait, la jeunesse devient une condition *sine qua non* au futur bonheur des Chinois, dont le discours à son encontre proclamé par Xi Jinping en mai 2013 se voit martelé de *fùxīng* 复兴 (rajeunissement,

¹⁷³Xi Jinping, « Libérez les rêves de la jeunesse dans la réalisation du rêve chinois » (*Zài shíxiàn zhōngguó mèng de shēngdòng shíjiàn zhōng fàngfēi qīngchūn mèngxiǎng* 在实现中国梦的生动实践中放飞青春梦想), 4/05/2013.

renouvellement) tout du long¹⁷⁴. Ainsi, les qualités attribuées à la jeunesse telles que la force, la vitalité et l'optimisme servent désormais de points de repères idéologiques sur lesquels le bonheur de la nation chinoise devra reposer. Rien d'étonnant donc que certains éprouvent le désir de rajeunir. A l'instar des déclarations du président chinois, *Lost in Hong Kong* introduit l'idée que futur et jeunesse vont de pair en faisant flirter la femme du héros avec un homme d'origine européenne beaucoup plus jeune qu'elle dans les rues de Hong Kong, ce qui n'est d'ailleurs pas sans rappeler les scènes de romance de bon nombre comédies américaines se développant dans un cadre urbain. Le couple rit aux éclats, signe d'une complicité et d'un bonheur insouciant que Xu Lai ne partage plus depuis longtemps avec sa femme. Dans *Happy Hotel*, là encore la nostalgie de l'amour d'autrefois motive les envies de jeunesse. Sur les conseils d'une amie, Meng Jinghua, la femme du protagoniste, désire faire de la chirurgie esthétique dans le but de séduire à nouveau son mari. Bien que la conversation entre les deux femmes comporte une certaine dose d'humour, le fait que son mari ait choisi une maîtresse d'une vingtaine d'années renforce les craintes en réalité fondées du personnage. Même si l'amante dévoilera ses mauvaises intentions à la fin du film, faisant d'elle un antagoniste, sa mise en valeur dans le long-métrage, couplée à la rencontre avec l'autre jeune maîtresse d'un client de l'hôtel, tend à instiller dans les esprits l'idée qu'avoir une femme jeune vaut mieux, sur le plan symbolique, qu'une femme d'âge mûr. En revanche, la jeunesse du personnage principal de *Hello Mister Billionnaire*, Wang Duoyu, achève le portrait voulu sérieux pourtant chargé d'humour qu'il dresse de lui-même :

J'ai déjà trente-sept ans ; mais mon retard de croissance fait qu'heureusement je suis au sommet de ma forme ces derniers temps. Et ajouté à cela mon esprit jeune, je suis sûr de pouvoir jouer jusqu'à l'âge de soixante ans, ce qui correspond à l'âge de la retraite légale dans notre pays.

La caméra opère même un *travelling* arrière afin que le spectateur puisse saisir toute la dimension humoristique de cette intervention en contemplant les jambes trop courtes de son pantalon de costume ! Loin de s'imposer comme une figure incontournable du football, le responsable du jeu d'argent auquel il va jouer le traite de raté, incapable de prendre son vie en main, et confiné dans des rêves de jeunesse irréalistes. A la fin, le personnage trouvera l'amour dans les bras d'une femme plus jeune que lui, témoignant une fois encore que la jeunesse chez les femmes reste un critère de beauté. Publiée dans *Asian Journal of Communication*, une étude met en évidence le schéma du couple composé d'une femme jeune et sexualisée et d'un homme plus âgé, garant d'une certaine forme de traditionalisme, en examinant les représentations du genre sur un corpus cinématographique composé de films sortis entre 2002 et 2011. Or, ces constructions genrées refléteraient le développement triomphant de l'économie de la beauté mentionnée *supra* en introduction de ce

¹⁷⁴Nous avons en effet comptabilisé un total de six occurrences pour ce terme.

IV. « Une morale nue apporte de l'ennui/le conte fait passer le précepte avec lui¹⁷⁶ »

Surtout mis en exergue par Xi Jinping afin de souligner la nécessité de créer une communication à visée internationale¹⁷⁷, l'expression « bien narrer les histoires de la Chine » reflète également l'urgence d'établir une communication avec la nation chinoise elle-même, comme l'explique un article de *Qiusbi*, un journal publié par le PCC :

Dans différents domaines de pratique, les réponses aux raisons pour lesquelles il est nécessaire de raconter les histoires de la Chine ont des objectifs différents. Dans la recherche en communication, l'importance du contrôle de l'opinion publique est soulignée. Bien raconter les histoires de la Chine, c'est faire face à la soi-disant « théorie de l'infiltration », « théorie de la menace », « théorie de l'hégémonie », « théorie de l'irresponsabilité » et d'autres opinions publiques internationales. [...] Bien raconter les histoires de la Chine n'est pas seulement une stratégie diplomatique, mais aussi un choix stratégique culturel, qui a valeur de pouvoir dans le discours international, de *soft power* et d'image nationale. Dans la recherche sur l'éducation idéologique et politique, mettre l'accent sur l'importance de l'efficacité de l'enseignement peut renforcer le pouvoir du discours du marxisme dans le sujet, l'objet, le contenu et la forme du discours, compenser le manque de confiance culturelle et améliorer l'attrait de la classe, l'affinité et la pertinence du programme¹⁷⁸.

Ces histoires, qui auraient pour double objectif de renforcer l'homogénéité idéologique au sein de la population chinoise et son *soft power* à l'international, se doivent d'appartenir aux cinq catégories choisies par le président chinois : « les histoires du socialisme aux caractéristiques chinoises » (*Zhōngguó tèshè shèhuì zhǔyì de gùshì* 中国特色社会主义的故事), « les histoires du rêve chinois » (*Zhōngguó mèng de gùshì* 中国梦的故事), « les histoires du peuple chinois » (*Zhōngguó rén de gùshì* 中国人的故事), « les histoires de l'excellence culturelle chinoise » (*Zhōngguó yōuxiù wénhuà de gùshì* 中

¹⁷⁵LI Chen, LIEBLER Carol M., WEI Jiang « Beauty, binaries, and the big screen in China: character gender in feature films », *Asian Journal of Communication*, 2015, vol.25 (6), p.584 - 599.

¹⁷⁶DE LA FONTAINE Jean, « Le Pâtre et le Lion », *Fables choisies et mises en vers*, Paris : Thierry, 1668.

¹⁷⁷« Il est nécessaire de mener des recherches approfondies à partir de multiples perspectives telles que la politique, l'économie, la culture, la société et la civilisation écologique, en se concentrant sur l'esprit chinois, les valeurs chinoises et la force chinoise, pour fournir un soutien théorique au travail de communication internationale. Il est nécessaire de mieux promouvoir la culture chinoise pour sortir, et d'expliquer au monde une culture plus excellente avec des caractéristiques chinoises, d'incarner l'esprit chinois et de contenir la sagesse chinoise au moyen de textes pour transmettre la vérité, d'utiliser des textes pour diffuser les voix, et d'utiliser des personnes cultivées. Nous devons faire attention à saisir le discours d'ouverture, être ouverts et confiants, mais humbles, et nous efforcer de créer une image crédible, belle et respectable de la Chine. ». CHAI Xiaofan 柴潇凡, GAO Tianding 高天鼎 « Bien raconter les histoires de Chine, bien diffuser les voix de la Chine » (*Xi Jinping: Jiǎng hǎo zhōngguó gùshì, chuánbō hǎo zhōngguó shēngyīn* 习近平: 讲好中国故事, 传播好中国声音), *Qiusbi*, 2/06/2021.

¹⁷⁸HU Xiaofei 胡晓菲, HU Yiqing 胡翼青 « Observation des médias : l'essence, la valeur, le contenu et la méthode pour "bien raconter les histoires de Chine" » (*Chuánméi guānchá gǔn "jiǎng hǎo zhōngguó gùshì" de běnzhì, jiàzhí, nèiróng, fāngfǎ* 传媒观察 | “讲好中国故事”的本质、价值、内容、方法),

国优秀文化的故事), et enfin « les histoires du développement pacifique de la Chine » (*Zhōngguó hépíng fāzhǎn de gùshì* 中国和平发展的故事). Or, l'enquête sur laquelle se fonde l'article du journal *Qiushi* cité supra, grâce à l'analyse des thèmes les plus fréquemment représentés entre 2013 et 2021, révèle que les histoires de la première catégorie sont majoritaires, suivies par celle de la troisième puis de la deuxième¹⁷⁹. Toutefois, notons que « l'excellence culturelle de la Chine » est particulièrement promue par le biais de contes destinés à la jeunesse internationale, ainsi que le suggère la coopération entre le bureau de la gestion du parc de la Tour de la grue jaune de Wuhan et le centre de recherche sur la Chine de Münster (en Allemagne), qui publie une traduction allemande du célèbre conte chinois *La Tour de la grue jaune*¹⁸⁰. Pour Zhou Jun, une des deux auteurs du livre, le choix du conte de fées s'est rapidement imposé pour cette collaboration du fait de la grande tradition de ce genre littéraire en Allemagne¹⁸¹. Ainsi, il apparaît important pour la Chine de distiller « l'excellence de sa culture » à travers des schémas narratifs ou littéraires bien connus du public auquel cette communication s'adresse.

Des univers merveilleux

Dans *1921* par exemple qui relate la naissance du PCC, les décors lumineux et colorés, riche en luminosité de la ville de Shanghai confère une dimension merveilleuse, presque féerique à la ville, comme dans cette scène :



Fig.112

Course dans les rues de Shanghai

Le héros court dans les rues de Shanghai illuminées par la « fée électricité ». Ce dernier apparaît

¹⁷⁹*Ibid.*

¹⁸⁰HEYSE Marko, ZHOU, Jun, *Der Gelbe Kranichturm – 黄鹤楼*, Münster : Monsenstein und Vannerdat, 2015, 36p.

¹⁸¹MA Xiuxiu 马秀秀, «Zhou Jun : Utilisez les contes de fées pour bien raconter l'histoire des villes le long des nouvelles routes de la soie» (*Zhōu jùn: Yòng tónghuà jiǎng hǎo "yīdài yīlù" chéngshì gùshì* 周俊：用童话讲好“一带一路”城市故事), 01/09/2017.

presque imperceptible tant les bâtiments pharamineux occupent l'image. Outre présenter la ville sous un dehors merveilleux, la mise en scène exalte la richesse, notamment grâce à la prédominance de teintes chaudes évoquant la couleur des lingots d'or. Pour Isabelle Anselme, si l'or est très souvent associé au *bling-bling* et à un luxe ostentatoire honni dans les comédies¹⁸², ici il n'en est rien : bien au contraire, il ne fait que signifier l'aura glorifiante de la Chine à la suite de la création du Parti Communiste sur son territoire. De plus, le personnage court à toute jambe, indiquant au spectateur qu'il se dirige à pas effréné vers un avenir bienheureux, ce dont témoignent par ailleurs les multiples scènes de courses du film. En référant explicitement au futur et à l'espoir que celui-ci procure chez ces jeunes révolutionnaires, la course symboliserait la construction et les efforts de la jeunesse que recommandaient Xi Jinping dans son allocution à son encontre. En outre, lorsqu'un des protagonistes jettent des papiers du haut d'une fenêtre d'un bâtiment, on aperçoit très distinctement que celui-ci est décoré de l'enseigne lumineuse « The New World » (« Le nouveau monde »), signifiant que sa richesse et son opulence constituent désormais les marqueurs de cette nouvelle ère chinoise.



Fig.113

« The New World »

Certains films, cependant, choisissent d'intégrer une dimension merveilleuse à l'intrigue en recourant à des objets magiques et à des phénomènes surnaturels propres à l'univers du conte de fée. Par exemple *Daily Fantasy* met en scène des objets dotés du pouvoir de la parole dans un environnement rappelant à certains égards le monde magique de l'enfance, tandis qu'une armoire magique – comme dans *Le Monde de Narnia*¹⁸³ – sert de portail multidimensionnel à Chang Tian-Le

¹⁸²ANSELME, Isabelle, « La symbolique de l'or à l'écran dans les nouvelles comédies chinoises : entre « bling-bling » et marqueur identitaire », in *Jade, or, porcelaine. : Objets précieux dans le monde chinois d'hier et d'aujourd'hui*, Montpellier : Presses universitaires de la Méditerranée, 2021, p.107-118.

¹⁸³LEWIS C.S., *The Lion, the Witch and the Wardrobe*, Londres : S.C Lewis Pte Ltd, 1950.

dans *The Door*. En outre, ce sont des fées et des sirènes qui peuplent respectivement *The Mural* et *The Mermaid*. Cependant, là où ces deux derniers films utilisent ces personnages fantastiques afin de créer une dichotomie tranchée entre un monde réel décadent et un royaume imaginaire miroir du monde tel qu'il devrait être, les autres œuvres cinématographiques de notre corpus jouent sur une certaine forme d'ambiguïté, en saupoudrant quelques éléments surnaturels sur une intrigue déjà ancrée dans un univers voulu réaliste : pour *How Long Will I Love You*, le phénomène spatio-temporel dont est victime le couple vedette prend place dans un Shanghai certes quelque peu idéalisé comme nous l'avons étudié dans le chapitre précédent, mais qui se veut néanmoins assez réaliste. De même, *Ah Zhen* de *Daily Fantasy* communique avec des objets du quotidien, tel qu'un fauteuil, une voiture, ce qui annihile les effets enchanteurs du merveilleux, d'autant plus que la majorité du film se déroule sous des lumières grises et ternes, dans un décor urbain très classique, contrastant de fait avec les couleurs éclatantes des affiches promotionnelles. Cette imbrication de l'extraordinaire dans l'ordinaire n'encouragerait-elle pas davantage le peuple à croire en ces « histoires du rêve chinois » ? Prenant ainsi place dans un décor réaliste, la suspension d'incrédulité est plus facile ; en effet un univers totalement irréaliste briserait sans aucun doute la réalisation promise par le rêve chinois. *Personal Tailor* illustre justement ce propos, en faisant de l'équipe de réalisateurs de rêve, non pas des êtres surnaturels dotés de pouvoirs magiques, mais des êtres humains travaillant pour une société se présentant comme tout à fait ordinaire. Bien que la dimension magique de l'entreprise soit mise en avant au moment de son introduction à l'écran, les employés ne peuvent pas exaucer tous les souhaits, ce que ne manque pas de préciser Xiao Bao à chaque fois que son client tente de négocier un poste haut placé, donnant lieu à un échange comique entre les deux personnages :

- Le top, ce serait de diriger une province
- Trop haut ; on ne peut pas le faire.
- Et une ville ?
- Toujours trop haut
- Bon alors dirigeant d'un comté, mais je ne descendrai pas plus bas
- Et pourquoi pas plutôt dirigeant d'une ville de bourgade ?
Ça ce serait possible
- Est-ce que ça existe ?
- Ne sont seulement réalisables que des positions qui n'existent pas

De fait, cette scène indique aux spectateurs que la magie atteint ses limites, ou plutôt, que la réalisation de ses rêves ne peut être dénuée de certaines conditions matérielles. Le regard se fait

critique et moqueur, sans toutefois entrer en contradiction avec les désirs de prospérité qui animent une population nouvellement enrichie.

Un schéma narratif propre au conte merveilleux

Outre la mise en scène d'un cadre faisant référence au conte merveilleux, le schéma narratif des histoires dépeintes dans ces films correspond – à quelques différences près – à celui d'un conte de fées européen. En effet dans ce type de récits, l'intrigue se déroule généralement de la façon suivante : une situation initiale stable (1) enclenche un élément perturbateur (2) lequel donnera lieu à une ou plusieurs péripéties (3) ; à l'issue de ces difficultés, le ou les héros parvien(nen)t à dénouer la situation (4), débouchant sur une fin heureuse (5). Une analyse attentive d'un certain nombre d'œuvres de notre corpus révèle une structure narrative similaire.

	1 SITUATION INITIALE	2 ELEMENT PERTURBATEUR	3 PERIPETIE(S)	4 DENOUEMEN T	5 FIN HEUREUSE
<i>Goodbye Mr. Looser</i>	Un homme mal dans sa peau et nostalgique de son adolescence.	Le mariage de son amour de jeunesse.	Vit une vie alternative de luxe et de célébrité dans un rêve.	Rompt tout lien avec son ancienne vie ; meurt sur son lit d'hôpital après avoir contracté le Sida.	Revient dans le présent et comprend que sa femme est l'amour de sa vie.
<i>Hello Mr. Billionaire</i>	Un homme obsédé par l'argent mais pauvre et mal dans sa peau, sans petite amie.	Devenir riche.	Vit une vie de luxe ; rencontre une jeune femme.	Réussit l'épreuve ultime du jeu, à savoir sacrifier son argent pour sauver la jeune femme.	Touche l'héritage de son aïeul et décide de le donner.
<i>Mural</i>	Un jeune étudiant pauvre se rend à la capitale pour passer les concours impériaux, en compagnie d'un serviteur. Il va croiser un voleur sur sa route, lequel deviendra son compagnon de voyage.	Découvrir une fresque magique dans un temple.	Vit caché parmi les femmes d'un royaume enchanté ; tombe amoureux de l'une d'entre elles.	La reine, d'abord hostile aux hommes, accepte finalement que les trois hommes restent sur son territoire, mais à condition qu'ils épousent chacun une fée.	Reste dans le royaume des fées pour sauver celle qu'il aime.
<i>Finding Mr. Right</i>	Une jeune femme (Jiajia)	Rencontre de Franck, un	Vit d'abord une vie de rêve à	Rompt avec son ancien petit-ami	Retrouailles romantiques

	enceinte de son petit ami marié se rend à Seattle pour donner naissance à son enfant.	chauffeur de taxi d'origine chinoise.	Seattle avant de se faire couper les vivres par son petit ami ruiné ; se rapproche de Franck.	lequel décide de retourner avec sa femme.	entre Franck et Jiajia.
<i>The Mermaid</i>	Un jeune homme riche, employé dans une grande entreprise, veut racheter une réserve marine afin d'y construire un complexe hôtelier.	Rencontre avec une jeune et belle sirène engagée par son peuple pour le tuer.	Dilemme entre l'amour et l'argent ; entre le bonheur collectif et le bonheur individuel.	Projet arrêté ; le héros et son ancienne petite-amie se sépare ; elle se fait arrêter pour avoir tenté de tuer la sirène et son peuple.	Les deux amoureux vivent heureux, entre terre et mer.

Fig.114, Schéma narratif de six œuvres de notre corpus

Nous avons choisi les six films suivants afin d'illustrer notre propos : *Goodbye Mr.Looser*, *Hello Mr. Billionaire*, *Mural*, *Finding Mr.Right*, et *The Mermaid*. D'après le tableau ci-dessus, tous les cinq partagent une trame narrative relativement similaire : une situation initiale mettant en scène un personnage présentant des défaillances (avarice, pauvreté, mal être psychologique etc.) qui va se retrouver confronté à un autre personnage ou à une situation l'obligeant à modifier son comportement, changement qui aboutira à une transformation totale du personnage. Or, cette transformation ne pourra s'opérer que grâce à l'amour, à l'instar de la plupart des contes de fées. Telle la Belle au Bois Dormant sortie de son sommeil de cent-ans par le baiser d'un prince, les héros et héroïnes de nos films se font eux aussi « réveillés » par l'amour, à commencer par Jiajia. Sa rencontre avec Franck, un ancien cardiologue reconverti en chauffeur de taxi à Seattle, lui enseigne que le parfait partenaire peut ne pas toujours se conformer à l'idéal masculin du prince charmant ; de même Liu Xuan, symbole même du prince charmant, découvrira que les femmes de son milieu constituent une entrave à son bonheur (*The Mermaid*). Tout comme pour Xia Luo, nostalgique de celle qu'il croyait être sa princesse, mais qui n'est en réalité qu'une grenouille vénale (*Goodbye Mr.Loser*) ; tandis que l'expérience de l'amour aura pour effet de détourner Wang Duoyu de son obsession pour l'argent (*Hello Mr.Billionaire*). Même chose pour Zhu Xiaolian, pour qui son amour pour Mudan exacerbera sa force et de son courage – il se mariera à une autre fée du royaume pour pouvoir rester et sauver la femme qu'il aime (*The Mural*). Par ailleurs, ces intrigues sont intéressantes en ce qu'elles prêtent à l'amour un pouvoir guérisseur, en s'achevant, comme dans un conte merveilleux, sur la naissance d'une relation romantique, voire un mariage – si ce n'est montré du moins supposé. Par rapport à une relation amoureuse officieuse, le mariage prévaut toujours sur

cette dernière : ce n'est pas pour rien que le petit-ami marié de Jiajia retourne avec son épouse à la fin du film, ou bien que Ma Dongmei, la femme de Xia Luo, incarne le personnage féminin modèle. Ainsi, l'amour véritable du couple de gentils triomphe sur le mal, comme dans les contes. Or, le mariage hétérosexuel correspond aux préoccupations grandissantes du gouvernement sur la question maritale. Un communiqué conjointement publié par la Ligue de la jeunesse communiste de Chine, le Ministère des affaires civiles, et la Commission nationale de la santé et de la planification familiale¹⁸⁴ enjoint le gouvernement à « promouvoir un développement généralisé du mariage », lequel contribuerait à préserver l'harmonie sociétale de la nation chinoise (*Shèhuì de héxié wěndìng* 社会的和谐稳定). Notons que la formation de couples est évoquée dans le texte comme un « travail amoureux » (*Hūnlìàn gōngzuò* 婚恋工作), signe que ce sentiment romantique est loin d'être perçu comme le dénouement bienheureux d'un conte de fées, mais au contraire comme un travail de longue haleine, résultant des efforts aussi bien gouvernementaux qu'individuels. Ces préoccupations sur le mariage, nées à la suite d'une baisse de l'intérêt de la jeunesse citadine à son égard, veulent être en partie résolues par les autorités grâce au divertissement médiatique, à commencer par les émissions télévisées. Sun Wanning évoque la vision positive du mariage et l'injonction à promouvoir cette institution auprès de la communauté des ouvriers-migrants dans son article « Consumption Plus Love : Inequality, Domestic Utopia, and China's New Politics of the Future »¹⁸⁵. Prenant pour point de départ l'émission « Amour et travail à la chaîne » (*Líushuǐxiàn shàng de àiqíng* 流水线上的爱情) qui présente des couples d'ouvriers-migrants ayant réussi à trouver l'amour malgré les obstacles, elle explique que la construction de ces épisodes présente des similitudes avec le schéma narratif du conte de fées : une situation initiale dépeinte comme malheureuse s'éclaircit peu à peu grâce à la rencontre presque miraculeuse entre un homme et une femme, qui se conclura par une union officielle. Or, sous couvert de peindre le fleurissement d'une belle relation, les différentes histoires se focalisent sur la réussite matérielle, mise en avant à la fin de chaque épisode par les rêves consuméristes de ces pauvres désormais en chemin vers la richesse. Ainsi, l'amour devient le pilier sur lequel repose une forme d'« utopie domestique » (« *domestic utopia* »), finalement peu éloignée de celle prônée par les émissions télévisées américaines des années 1950 et 1960¹⁸⁶. Toutefois, CCTV, le producteur d'*Amour et travail à la chaîne*, s'en défend,

¹⁸⁴ Commission nationale de la santé et de la planification familiale *Guójiā wèishēng hé jìhuà shēngyù wéiyuánhui* 国家卫生和计划生育委员会, Ligue de la jeunesse communiste de Chine *Zhōngguó gòngchǎn zhìyì qīngnián tuán* 中国共产主义青年团, ministère des Affaires civiles *Zhōnghuá rénmín gònghéguó mǐnzhèng bù* 中华人民共和国民政部, « Directives sur la manière d'améliorer le mariage et la vie amoureuse des jeunes », (*Guānyú jìnyībù zuò hǎo qīngnián hūnlìàn gōngzuò de zhǐdǎo yìjiàn* 关于进一步做好青年婚恋工作的指导意见), 2017.

¹⁸⁵SUN Wanning, « Consumption Plus Love: Inequality, Domestic Utopia, and China's New Politics of the Future », *Modern China*, 2020, Vol. 46(1), p.49–78.

¹⁸⁶Contentons-nous de mentionner, à titre illustratif, le *Donna Reed Show*, une sitcom diffusée entre 1958 et 1966 et centrée autour d'intrigues familiales entre Donna Reed, une ménagère de la classe moyenne américaine, son mari Alex, un pédiatre, et ses deux enfants adolescents, Jeff et Mary. Comique, la série n'en reste pas moins apologetique

expliquant que :

Les contes de fées se terminent généralement par un prince et une princesse vivant heureux pour toujours, mais la réalité est plus précaire. Xiao Han et Xiao Qing étaient en réalité en désaccord quant à leur avenir. Xiao Han voulait rentrer chez lui et essayer de fonder une entreprise ; Xiao Qing voulait rester à Shanghai et continuer à vivre de petits boulots. Nous avons décidé de laisser cette tension dans l'histoire pour la rendre plus réaliste. Après tout, nous ne produisons pas un conte de fées¹⁸⁷.

Aussi, cette vision d'un amour en perpétuelle construction prenant place au sein d'un univers laborieux – même le nom de l'émission se réfère au monde du travail –, correspond au « travail amoureux » évoqué précédemment dans le communiqué. Certes l'amour ne revêt pas de dimension magique ; néanmoins il donne à ces couples l'envie de vivre heureux, et surtout, l'envie de se conformer aux idéaux de la société chinoise capitaliste contemporaine, à savoir entreprendre et consommer. Si certains de nos films sont élaborés à la manière de contes merveilleux, c'est avant tout afin de titiller les rêveries du spectateur et de générer des associations dans son esprit.

Une valeur morale

Une morale circulera d'autant mieux dès lors qu'elle sera enveloppée d'images divertissantes. Ainsi, à l'instar d'une fable, les intrigues des cinq films cités supra, portent un message moral au-delà de leur dimension comique : dans *Hello Mr. Billionaire*, le héros renonce à l'avarice en donnant toute sa fortune ; dans *Goodbye Mister Loser*, Xia Luo honore son engagement envers sa femme et abandonne ses rêves de luxe et de gloire ; dans *The Mermaid*, le protagoniste rejette son ancienne vie de luxe et d'esbroufe pour en construire une autre fondée sur le partage et la vie en communauté – ce que souligne d'ailleurs l'interview finale accordée à un étudiant – ; dans *Mural*, Zhu Xiaolian acquiert courage et détermination – qualités hautement associées au genre masculin – sous l'impulsion de l'amour ; et dans *Finding Mr. Right*, l'héroïne choisit de faire passer l'amour au-dessus du matériel, laissant de côté ses préjugés sur le prince charmant. Face à de tels messages, il serait *a priori* logique d'imaginer que ces films font l'apologie de la frugalité matérielle et du bonheur collectif, ce qui est en partie vrai mais pas seulement. En effet, aucun film ne glorifie totalement le bonheur matériel ou collectif, mais synthétise plutôt les deux, à l'image du rêve chinois : s'enrichir c'est bien, mais jamais au détriment du bonheur d'autrui. C'est en tout cas ce que somme le slogan de cette campagne politique, qui place la prospérité et l'amitié sur le même plan, bien que ces deux valeurs ne fassent pas partie de la même catégorie : la prospérité tiendrait du ressort de la nation, tandis

à l'égard du consumérisme et du patriarcat. L'épisode 14 de la saison 1 de la série *Gilmore Girls* (2000-2007) –« La ménagère idéale » ou « That damn Donna Reed » dans la version originale – s'amuse de cette utopie domestique passéiste.

¹⁸⁷Zhang Qianqian citée par SUN, Wanning, *art.cit.*

que l'amitié de celui de l'individu¹⁸⁸. Or, s'il est du ressort de la nation de s'enrichir, cet enrichissement ne peut se faire qu'à mesure que les individus s'enrichissent, d'où les incursions fréquentes du luxe et de sa désirabilité dans les productions audiovisuelles. Cependant, ces images imprégnées de fantasme sont rapidement rappelées à l'ordre par une morale qui se veut anti-capitaliste, tenant à avertir le spectateur que la consommation n'est bénéfique que lorsqu'elle ne nuit pas aux valeurs d'intégrité morale et d'amitié. Mais peut-on véritablement parler de rejet total lorsque cette dernière se voit sublimée par des films reposant sur des intrigues de contes de fée, où/dans lesquelles les stéréotypes de genre et de classe socialement élevés symbolisent le Bien ? A y regarder de près, nous sommes tentés de dire que l'attitude de la Chine à l'égard du bonheur matériel tient de l'ordre de la schizophrénie, tant le message moral véhiculé par nos films sont paradoxaux. Mais, il ne s'agit pas seulement de nos films : c'est le rêve chinois tout entier qui plonge le pays dans cet état contradictoire, comme en témoigne l'érection de la statue de Confucius à Beidaihe. Couvert d'or, ce personnage mythique ouvre ses bras à la manière du Christ cloué sur la Croix. Un peu plus loin, une statue de Mao Zedong faisant pâle figure – au sens littéral du terme puisqu'elle est blanche et de taille moindre. Le jaune doré, outre souligner le caractère grandiose du personnage, confère au métal doré une dimension sacrée, presque divine si l'on tient compte de la référence christique. Or, l'or symbolisant la richesse et le luxe, il y aurait tout lieu de penser que cette statue personnifie l'alliage entre prospérité matérielle et bonheur collectif évoqué tantôt. Pour Tom Doctoroff, auteur de *What Chinese Want*, les Chinois aiment à s'offrir des produits de luxe afin de donner aux autres une image de réussite sociale – ce que nous avons déjà mentionné avec le rôle de la voiture par exemple, signe de l'aisance financière de son propriétaire. Alors qu'ils seraient considérés par 65% des occidentaux comme des signes ostentatoires de superficialité, les Chinois les percevraient davantage comme les outils à la fois symboliques et nécessaires à la construction d'une vie meilleure¹⁸⁹. Dans un monde désormais de plus en plus contrôlé par la beauté et ses diktats¹⁹⁰, le cinéma chinois, pris au milieu de cet océan d'images fantasmées, tend à imposer sa propre vision du bonheur matériel en proposant des modèles de vie rêvée par les plus pauvres d'entre nous, un peu comme les employés de *Personal Tailor* exauçant les rêves de gens ordinaires. Ainsi, diffuser des images de luxe et de consommation entretient le désir du spectateur ordinaire, public cible de ces films, un peu comme le lèche-vitrine du samedi après-midi dans le film français

¹⁸⁸Pour rappel, les douze valeurs socialistes (*Shèhuì zhǔyì héxīn jiàzhíguān* 社会主义核心价值观) sont classées en trois catégories qui sont les valeurs nationales, les valeurs sociales et les valeurs individuelles. La prospérité, la démocratie, la culture et l'harmonie appartiennent à la première catégorie ; la liberté, l'égalité, l'équité et le sens de la loi à la seconde ; et le patriotisme, le dévouement, l'intégrité et l'amitié à la troisième.

¹⁸⁹DOCTOROFF, T., *What Chinese Want : Culture, Communism, and China's Modern Consumer*, Londres : Palgrave McMillan, 2015, 272p.

¹⁹⁰PENG Altman Yuzhu, « techno-feminist analysis of beauty app development in China's high-tech industry », *Journal of Gender Studies*, 2021, vol.30 (5), p.596-608.

*Ouistreham*¹⁹¹. Néanmoins, à l'instar d'un centre commercial, les œuvres cinématographiques alimentent parfois la frustration, alors même que leur objectif premier est de divertir – pour les comédies du moins. Entre 1990 et 2000 émerge en Chine le phénomène des « frustrés permanents » qui reflète la privation matérielle dans laquelle sont plongés de nombreux individus issus des couches les plus pauvres de la population. Or, cette insatisfaction aurait un impact important sur la détérioration du sentiment de bien-être, ainsi que l'examinent (les sociologues) Hilke Brockmann, Jan Delhey, Christian Welzel, et Hao Yuan dans une contribution de 2009 intitulée « The China Puzzle : Falling Happiness in a Rising Economy¹⁹² ». Mais le Rêve chinois, en dépassant la dimension matérielle fondatrice du rêve américain, incarne d'une certaine manière un idéal dans lequel tous peuvent se retrouver, et surtout, où l'enjeu final de bonheur collectif surplombe les considérations matérielles individuelles. C'est en tout cas ce qu'affirme le communiqué « le Rêve chinois montre l'ambition de grande puissance chinoise » :

Plus important encore, le « rêve chinois » est un objectif visé par tous ; il contient donc la notion de patriotisme et tient plus de l'ordre du « rêve collectif » que d'un objectif individuel¹⁹³.

Même les ouvriers-migrants, situés tout au bas de l'échelle sociale selon le même communiqué¹⁹⁴, se doivent de participer à la construction d'une Chine prospère. Malgré une situation financière et familiale souvent précaire, ces derniers sont encouragés à se conformer aux attentes consuméristes de la nouvelle classe-moyenne, par l'acquisition d'une voiture ou d'un bien immobilier, afin de garantir une harmonie sociétale et économique stable, et de montrer à qui mieux mieux l'apparente glorieuse réussite de son système de conversion sociale au reste du monde.

¹⁹¹Sorti en 2021, ce film retrace l'entrée de Marianne Winckler, une écrivaine renommée, dans le milieu ouvrier. Sous une couverture de femme de ménage, elle va entreprendre l'écriture d'un livre sur la précarité au travail.

¹⁹²Brockmann, H., Delhey, J., Welzel, C. *et al.* The China Puzzle: Falling Happiness in a Rising Economy, *Journal of Happiness Studies*, 2009, n°10, 387–405.

¹⁹³Parti communiste chinois, « Le rêve chinois" montre les grandes ambitions de puissance chinoise » (*“Zhōngguó mèng” biāomíng zhōngguó dàguó xióngxīn* “中国梦”表明中国大国雄心), 2/06/2013.

¹⁹⁴« La récente affirmation sur la stratification pyramidale de la société chinoise a suscité de nombreuses discussions sur les réseaux sociaux. La pyramide est divisée en sept niveaux, avec les responsables du Parti communiste chinois en haut et les migrants ruraux dans les grandes villes en bas. Au milieu se trouvent différents groupes, comme la classe moyenne, qui ont des attentes et des exigences très élevées. » [最近有关中国社会金字塔式分层的说法在社交网络引起广泛讨论。这座金字塔被划分为7层，其中中国共产党官员处于顶层，而各大城市中的农村移民处于最底层。中间则是中产阶级等不同群体，他们怀抱极高期望，要求也非常高。]

CHAPITRE IV

AMOUR, FAMILLE ET AMITIE : LE BONHEUR, C'EST LES AUTRES

*Rêve chinois
Mon rêve à moi*

Slogan d'une affiche publicitaire pour la campagne du « rêve chinois »

Calligraphiés de noir et de rouge et mêlant les styles calligraphiques *kǎishū* 楷书 et *hángshū* 行书, les caractères composant la sentence traduisible en français par «Rêve chinois/mon rêve à moi» sont devenus les principaux représentants de la campagne du «rêve chinois» depuis son lancement en 2013 par Xi Jinping. Sans doute cette phrase symbolise-t-elle au mieux la juxtaposition entre rêve collectif et rêve individuel, cœur de cette campagne politique. Notons d'ailleurs que, parmi les douze valeurs socialistes fondamentales, les notions impliquant la collectivité prédominent sur celles n'impliquant que l'individu¹⁹⁵. Mais, au vu de cette fétichisation du bien matériel que nous avons étudiée dans le chapitre précédent, peut-on encore parler de société collectiviste¹⁹⁶ pour l'Empire du Milieu ? Bien sûr la diffusion de valeurs orientées vers la collectivité appelle une réponse affirmative, quand bien même certains chercheurs pensent que la Chine s'engage peu à peu vers une voie individualiste. C'est notamment le cas de Liza Steele et de Scott Lynch qui, grâce aux enquêtes menées sur le bien-être publiées par le World Values Survey entre 1990 et 2007, avancent que le bonheur des Chinois est de plus en plus corrélé à l'individu¹⁹⁷. Toutefois, cette conclusion édulcore les résultats du World Values Survey : bien qu'il soit vrai que l'association du bonheur au sentiment de liberté augmente parmi les interrogés, passant de 7,15% en 1990 à 7,46% en 2007, il est également vrai que l'association au « soutien à la collectivité » augmente également, passant de 4,08% à 4,67%, écart plus important encore que pour le sentiment de liberté.

¹⁹⁵Prosperité *fùqiáng* 富强, démocratie *mínzhǔ* 民主, civilité *wénmíng* 文明 et harmonie *héxié* 和谐 ; liberté *zìyóu* 自由, égalité *píngděng* 平等, justice *gōngzhèng* 公正 et État de droit *fǎzhì* 法治 ; patriotisme *àiguó* 爱国, dévouement *jìngyè* 敬业, intégrité *chéngxìn* 诚信 et amitié *yǒushàn* 友善.

¹⁹⁶C'est-à-dire une société dans laquelle les intérêts du groupe doivent supplanter ceux de l'individu. La Chine – ainsi que les pays d'Extrême Orient – ont longtemps été considérés comme des sociétés collectivistes. Néanmoins, cela est en train de changer. Voir CHENG Wenju Alice, NARIZHANAYA Mariya, RIZKALLAH Silvia, « Individualism vs collectivism » in *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences: Clinical, Applied and Cross-Cultural Research*, Wiley Online Library, septembre 2020.

¹⁹⁷LYNCH, S., STEELE, L., « The Pursuit of Happiness in China: Individualism, Collectivism, and Subjective Well-Being During China's Economic and Social Transformation », *Social indicators research*, 2013.

Table 1 Descriptive statistics for variables used in analyses (World Values Survey, 1990, 2001, and 2007)

Variable	Range	Pooled Mean or % (SD)	1990 Mean or % (SD)	2001 Mean or % (SD)	2007 Mean or % (SD)
Happiness	[1, 4]	2.97 (0.73)	2.94 (0.81)	2.91 (0.62)	3.05 (0.66)
Life satisfaction	[1, 10]	7.08 (2.22)	7.28 (2.10)	6.46 (2.49)	7.15 (2.17)
Subjective well-being	[-2.59, 1.39]	0.06 (0.79)	0.08 (0.76)	-0.11 (0.83)	0.13 (0.79)
Male		55.90 %	59.95 %	51.71 %	52.13 %
Age	[18, 65]	38.60 (12.48)	38.34 (12.82)	38.63 (11.48)	39.00 (12.55)
Married		78.09 %	78.28 %	82.29 %	75.18 %
Income	[1, 10]	4.35 (2.25)	3.22 (1.70)	6.98 (1.84)	4.49 (1.79)
Employed		79.03 %	87.56 %	68.57 %	72.16 %
Self-rated health	[1, 4]	2.89 (0.93)	2.82 (0.94)	2.78 (0.94)	3.06 (0.90)
Freedom of choice/control	[1, 10]	7.15 (2.21)	7.07 (2.12)	6.84 (2.49)	7.46 (2.14)
National pride	[1, 4]	3.15 (0.76)	3.23 (0.78)	3.06 (0.75)	3.07 (0.71)
Support for collectivism	[1, 10]	4.08 (1.74)	3.57 (1.58)	4.44 (1.75)	4.67 (1.72)
Number of respondents		1,798	884	350	564

Fig.115

Facteurs pris en compte dans l'évaluation du bonheur des participants

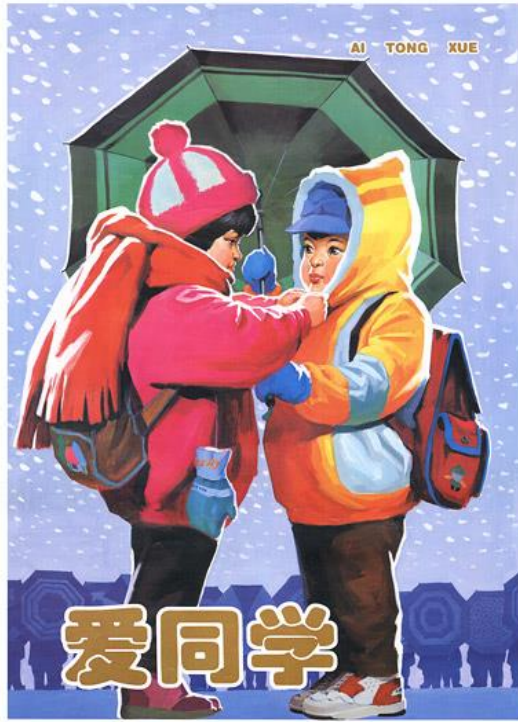
Source: Scott LYNCH et Liza STEELE (2013)

Cela correspond toutefois à ceux apportés par l'étude de Wolfgang Jagodzinski, laquelle révèle que le patriotisme, à l'échelle individuelle, est associé au bonheur, tandis qu'elle se transforme en insatisfaction à l'échelle nationale¹⁹⁸. Dans une autre enquête datant cette fois-ci de 2008, un groupe de chercheurs estime que le lien intrinsèque entre bonheur et collectivité est plus fort dans les pays sous-développés que dans les pays développés¹⁹⁹. Cette hypothèse nous pousse donc à envisager l'accroissement économique florissant de la Chine comme une cause probable de ce désintérêt pour les valeurs collectivistes au profit de celles plus individualistes comme la liberté. Or, des enseignants d'écoles primaires trouvent parfois nécessaire d'incorporer davantage de bonheur collectif dans les programmes scolaires, en raison, selon eux, de la place trop importante qu'occupe désormais le bonheur individualiste chez les plus jeunes²⁰⁰. Pourtant, influencée par le mouvement néo-confucianiste amorcé dès les années 1980, l'école subit d'importantes réformes en ce qui concerne le contenu de ses enseignements, mettant un point d'honneur à remplacer le Petit livre rouge de l'ère maoïste par les classiques confucéens. De même, une série d'affiches à caractère éducatif nommée *Les Quatre amours* (四爱) va venir compléter la Campagne d'éducation patriotique «= (*Aiguó zhǐyì jiàoyù* 爱国主义教育) initiée à partir de 1991.

¹⁹⁸ JAGODZINSKI Wolfgang, «Economic, Social, and Cultural Determinants of Life Satisfaction: Are there Differences Between Asia and Europe? », *Social Indicators Research*, 2010, vol. 97(1), p.85-104.

¹⁹⁹ FOA R., INGLEHART R., PETERSON C., WELZEL, C., «Development, freedom, and rising happiness: A global perspective (1981–2007) », *Perspectives on Psychological Science*, 2008, 3(4), p.264–285.

²⁰⁰ GE Mingrong 葛明荣, WANG, Xiaojing 王晓静, *Jiànshe xìngfú bān jí tǐ* 建设幸福班集体 (*Construction class collective happiness*), Science Press, 2013.



“四爱”教育宣传画之一
根据中宣部《爱国主义教育实施纲要》有关精神编绘，供中小学校使用。

chinese posters.net



“四爱”教育宣传画之二
根据中宣部《爱国主义教育实施纲要》有关精神编绘，供中小学校使用。

chinese posters.net

Fig.116-117

Aimer ses camarades de classe & Aimer ses enseignants



“四爱”教育宣传画之三
根据中宣部《爱国主义教育实施纲要》有关精神编绘，供中小学校使用。

chinese posters.net



“四爱”教育宣传画之四
根据中宣部《爱国主义教育实施纲要》有关精神编绘，供中小学校使用。

chinese posters.net

Fig.118-119

Aimer la collectivité & Aimer protéger l'environnement

Source : Chinese posters.net

Censées susciter tendresse et consentement grâce aux mignons petits visages des enfants ainsi

portraituretés, ces affiches constituent en réalité le point de départ d'une longue série de campagnes tournées vers la valorisation de la collectivité. En effet, depuis les années 2000, le gouvernement ne cesse de promouvoir la notion de bonheur collectif, en réaffirmant notamment son soutien à l'harmonie sociale. A l'origine issue du *Livre des Odes* (诗经), la notion de « société de petite prospérité » (*xiǎokāng shèhuì* 小康社会) désigne un environnement sociétal au sein duquel chacun des individus qui le composent vit confortablement, dans le but de créer une prospérité commune, inhérente à l'harmonie. Cette emphase mise sur la construction d'une société harmonieuse sera reprise par Xi Jinping avec sa campagne du « rêve chinois », et ce, d'autant plus alimentée par la résurgence du concept philosophico-politique de *tianxia* dans les cercles intellectuels de la fin des années 2000²⁰¹. Toutefois, ces différentes mesures favorables au bonheur collectif n'empêchent nullement les chercheurs de souligner les contradictions idéologiques qu'elles engendrent : pour Wang Xiaoying par exemple, les codes culturels confucéens tels que l'intégrité, l'amitié et la bienveillance, s'opposent à la prévalence de l'intérêt personnel et de la compétition encouragés par le système capitaliste²⁰².

I. Amour, famille et amitié : le triptyque du bonheur collectif au cinéma

Cette tension est également palpable dans les œuvres du réalisateur Chen Kaige. Dans *Together* (*Hé nǐ zài yìqǐ* 和你在一起), le rôle de la collectivité sur le bonheur de l'individu, thème déjà esquissé dans *The Big Parade* (*dà yuèbīng* 大阅兵), s'épanouit ici à travers la mise en scène d'un amour inconditionnel entre un jeune violoniste talentueux et son père. Dans un entretien accordé au critique de cinéma américain Richard James Havis, Chen Kaige confie que les débats naissants sur le lien existant entre matérialité et bonheur, couplés à la présence de *happy end*, prouvent que la Chine est un pays en voie de guérison, bien que de nouvelles crises soient en train d'éclorre :

Together a été très bien reçu en Chine, et c'est devenu un sujet de conversation. Les gens ont commencé à parler de la valeur du succès matériel et de savoir s'il mène réellement au bonheur. En Occident, certaines personnes se sont opposées au *happy end*. Mais les Chinois aussi connaissent le bonheur ! Nous avons fait des films très tristes et sombres sur l'histoire chinoise. Mais ce chapitre est clos. Il y a toujours un côté sombre en Chine, mais il y a maintenant aussi un côté positif. Ils coexistent. Nous avons de nouveaux problèmes en Chine, et ce film montre l'énorme fossé entre les riches et les pauvres. Mais le pays s'est certainement amélioré²⁰³.

²⁰¹Zhao Tingyang, un philosophe chinois spécialiste de politique, développe davantage le concept de *tianxia* dans une série d'ouvrages et d'articles parus entre 2005 et 2018. Traduisible en français par l'expression « tout ce qui se trouve sous le Ciel », le *tianxia* nourrit une utopie fédératrice, au sein de laquelle la civilisation exercerait un contrôle sur le reste des peuples encore assujettis par des lois « barbares » (c'est-à-dire différentes de celles pratiquées sous le *tianxia*). Dans les discours politiques récents, ce terme désigne plus généralement une entité territoriale future et fantasmée où régnerait bonheur et harmonie.

²⁰²WANG Xiaoying, « The post-communist personality: the spectre of China's capitalist market reforms », *The China Journal*, 2002, vol.47, p.1-17.

²⁰³HAVIS, R.J., « Changing the Face of Chinese Cinema: An Interview with Chen Kaige », *Cineaste*, Hiver 2003, p.8-11.

Aussi, le bonheur rimerait dorénavant avec la perspective d'une nouvelle vie faite d'harmonie entre les êtres et de prospérité, laquelle harmonie prévaudrait toujours sur l'individualisme selon Chen Kaige²⁰⁴. Au regard du corpus de films que nous avons choisi d'étudier, il semblerait que le bonheur collectif soit représenté à travers trois types de relations : relations familiales, relations amicales et relations amoureuses. Mentionnons dès à présent que les œuvres sélectionnées choisissent généralement d'aborder deux voire les trois types de relations au sein d'un même film, signe de l'importance que le collectif occupe dans les intrigues. Sur dix-sept films, treize abordent l'amour, tandis que neuf pour l'amitié et la famille à égalité. Comme nous l'avons précédemment évoqué, les relations amoureuses sont présentées comme des remèdes susceptibles de guérir les personnages les plus malheureux. Or, bien que nous serions tentés de croire que ne sont concernés par ce lien que le couple d'amoureux, sa formation annonce systématiquement un bonheur familial à venir. Ainsi, l'amour n'impacte pas seulement le couple, mais également l'harmonie sociétale, d'où le fait que le préserver relève de la responsabilité collective. Néanmoins, par son caractère exclusif et interdépendant, ce type de relation prend parfois une connotation négative : « Si c'est ça l'amour, alors c'est trop fatiguant » déclare un ouvrier employé chez Foxconn, faisant part du manque de liberté que suscite ce genre de rapports amoureux²⁰⁵. En fait, l'amour tel que représenté dans les comédies marque un imaginaire exalté par la mythologie du bonheur individuel – amour, réussite et bien-être –, suscité par la diffusion massive des représentations idylliques de l'amour sorties tout droit des films hollywoodiens²⁰⁶. Sans entrer dans des considérations historiques trop importantes, constatons simplement que l'arrivée à la deuxième place des relations familiales n'est guère surprenante, dans un pays où structure familiale et étatique se reflètent. En mandarin moderne, le mot pour « pays » est composé du caractère *guó* 国 signifiant « pays, territoire » et *jiā* 家 « famille, foyer, maison » ; de même, le *Classique de la piété filiale* (*xìào jīng* 孝经) indique que l'individu vertueux doit honorer ses parents comme il honorerait son souverain, car la hiérarchie existante entre un prince et un ministre équivaudrait à celle entre un père et son fils. Par ailleurs, la primauté du nom de famille sur le prénom symbolise le rôle prépondérant de la collectivité sur l'identité individuelle : nous sommes d'abord définis par notre appartenance à une famille, avant notre marqueur unique que constitue le prénom, contrairement à l'Europe et aux Amériques. Or, la mode des sitcoms

²⁰⁴Il ajoute, toujours dans le même entretien, que « Avec *The Big Parade*, le thème central est de savoir comment nous nous rapportons à l'individualisme en Chine. L'individualisme est un très vilain mot dans le lexique politique chinois. Si vous vous dites individuel, les gens vous accuseront de ne pas vouloir appartenir à la société, de ne pas faire partie du collectif. Ce n'est pas la bonne façon d'être. La culture chinoise et la culture occidentale sont très différentes sur ce point. Dans *The Big Parade*, vous pouvez voir la relation entre l'individuel et le collectif. La volonté collective doit toujours primer sur la volonté individuelle ».

²⁰⁵SUN Wanning, « Consumption Plus Love: Inequality, Domestic Utopia, and China's New Politics of the Future », *Modern China*, 2020, Vol. 46(1), p.49–78.

²⁰⁶Edgar Morin cité par LE SAUSSE G., *Que nous racontent les happy ends hollywoodiens ? Approche narrative et axiologique d'un topos cinématographique* [mémoire], Université Paris I, 2014.

familiales américaines sert la promotion de la piété filiale en Chine. Produite entre 1993 et 1994, *wǒ ài wǒ jiā* 我爱我家, s'inspirant de son homologue américain *Growing Pains*²⁰⁷, participe de cette promotion du bonheur familial en illustrant trois générations sous le même toit – ce qui va aboutir à de multiples quiproquos et incompréhensions. Notons d'ailleurs que le personnage vedette de la série n'est pas tenu par le père de famille, mais par le grand-père, signifiant au téléspectateur qu'il s'agit du centre de gravité de cette famille. Par ailleurs, les jeux de mots et les analogies récurrentes entre famille et patrie – on gouverne sa famille comme on le ferait avec son pays – soulignent la connexion entre patriotisme et dévouement qui figurent sur la liste des « douze valeurs socialistes fondamentales ». Donc, en somme, entretenir de bonnes relations familiales reviendrait à aimer et respecter son pays. Il est assez remarquable de constater que nombre de films français produits pendant les Trente Glorieuses ou dont l'intrigue se déroule pendant cette période dévoilent au contraire plutôt des personnages cherchant à s'émanciper du rôle étouffant et castrateur de leurs familles ; nous pouvons notamment penser à *Diabolo menthe*, *La Boum* ou encore *La Banlieue des Pins*²⁰⁸. En Chine, l'amitié figure également parmi les douze valeurs socialistes fondamentales. Cette importance est notamment manifeste à travers les multiples évocations de l'amitié dans *Les Entretiens de Confucius* ; le bonheur d'être entouré de ses amis est même mentionné dès la première intervention :

I.1 Le Maître dit : « Celui qui étudie pour appliquer au bon moment n'y trouve-t-il pas de la satisfaction ? Si des amis viennent de loin recevoir ses leçons, n'éprouve-t-il pas une grande joie ? S'il reste inconnu des hommes et n'en ressent aucune peine, n'est-il pas un homme honorable²⁰⁹ ? »

Mais, pour Confucius, l'amitié n'est pas qu'une affaire de bonheur : il s'agit avant tout d'un devoir envers l'humanité, d'où les commentaires appuyés sur l'utilité de l'amitié, ainsi qu'il le mentionne :

XV.9 Tzeu koug demanda ce qu'il fallait faire pour agir en pleine humanité. Le Maître répondit : « L'ouvrier qui veut bien faire son travail doit commencer par aiguiser ses instruments. Dans la contrée où il demeure, qu'il se mette au service des grands préfets les plus sages ; qu'il contracte amitié avec les gentilshommes les plus parfaits. »

XVI.5 Confucius dit : « Il y a trois plaisirs utiles, et trois nuisibles. Aimer les rites et la musique bien réglés, aimer à dire le bien qu'on a observé dans les autres, à se

²⁰⁷MARLENS, Neal, *Growing Pains*, ABC, 1985-1992. Il s'agit de la première sitcom américaine doublée en mandarin.

²⁰⁸Sortis respectivement en 1977, 1980 et 1990. Ils ont tous les trois pour caractéristique principale la quête du bonheur à l'adolescence, et surtout, comment cette quête passe par le rejet et le contournement des règles familiales et sociétales inculquées par les représentants de l'autorité (parents, professeurs etc.). Toutefois, le désir originel de bonheur individuel n'éclipse pas totalement le bonheur familial, puisque parents et enfants réussissent finalement à trouver un terrain d'entente.

²⁰⁹Traduction de Séraphin Couvreur, édition Mille et une nuits, 1997. Nous avons relevé dix-sept analectes dont le sujet principal est l'amitié. Voir en particulier I.4, I.7, I.8, I.13, IV.25, V.16, V.24, V.25, VIII.2, X.14, XII.22, XII.23, XV.9, XVI.4, XVI.5, XIX.3.

lier d'amitié avec beaucoup d'hommes sages, ces trois choses sont utiles. Aimer à donner libre cours à ses convoitises à perdre son temps et à courir çà et là, à faire bombance, ces trois plaisirs sont nuisibles. »

De fait, par les échanges qu'elle induit, l'amitié élève les hommes en leur prodiguant la vertu d'humanité. Ce lien se construit autour du partage désintéressé et détaché à l'égard de ses possessions matérielles :

V.25 Le Maître dit à Ien Iuen et à Tzeu lou, qui se tenaient auprès de lui : « Pourquoi ne me diriez-vous pas chacun quels seraient vos désirs ? » Tzeu lou répondit : « Je désirerais partager avec mes amis l'usage de mes voitures, de mes chevaux, de mes tuniques garnies de fine fourrure ; et, si mes amis les maltraitaient ou les gâtaient, n'en éprouver aucun mécontentement. »

Tzeu lou répondit : « On doit partager avec tout l'univers l'usage des choses de tout l'univers. [...] »

Toutefois, cela ne signifie pas que le sage doive s'entourer de n'importe qui, car certaines amitiés sont considérées comme nuisibles lorsqu'elles reposent sur le mensonge ou la malveillance, c'est pourquoi « le sage ne rejette personne, mais il doit repousser toute amitié nuisible » (XIX.3). Or, bien que le confucianisme et ses adeptes sont sévèrement critiqués pendant le mouvement du 4 mai (*wǔsì yùndòng* 五四运动) et même au-delà, les valeurs d'amitié ne disparaissent pas, bien au contraire : elles tendront notamment à se cristalliser autour de la notion de solidarité entre les êtres et les peuples. Il faut très certainement y déceler une influence du marxisme, lequel impute à la collectivité la responsabilité du bonheur de chaque individu.

Le bonheur personnel se réfère ici spécifiquement au bonheur unique des individus dans une certaine relation sociale ; le bonheur social se réfère ici spécifiquement au bonheur commun partagé par les membres de la société à un certain stade de développement historique, qui peut aussi être appelé bonheur collectif. D'une manière générale, le bonheur est d'abord et avant tout une affaire d'individu, et l'individu est le sujet le plus fondamental du bonheur ; cependant, selon Marx, le collectif social ou les masses populaires sont aussi le sujet du bonheur, et le bonheur est transformée en un problème de collectif social. En effet, la société est un tout organique composé d'individus fondés sur diverses relations sociales. Le pouvoir des travailleurs individuels est limité, et ce n'est qu'en s'unissant qu'ils peuvent faire jouer pleinement leur subjectivité et leur créativité. La société est le fondement et la garantie de la survie et du développement individuels. En même temps, ce n'est qu'après la socialisation que les gens peuvent développer leur propre force essentielle et développer en permanence des moyens réalistes de bonheur. Par conséquent, *Le Manifeste* préconise de "rechercher les intérêts de la grande majorité des gens", et insiste sur l'intégration de la recherche du bonheur individuel par les membres de la société dans le processus de réalisation du bonheur collectif de la société.²¹⁰

Ainsi, la recherche du bonheur unit tous les membres d'une communauté, motivés par les intérêts

²¹⁰GAO Feng 高峰, HU Yunhao 胡云皓, "Gòngchǎndǎng xuānyán" zhōng de xìngfú sīxiǎng lùn xī*—jiān lùn mǎkèsī de xìngfú guān 《共产党宣言》中的幸福思想论析*——兼论马克思的幸福观 (« Une analyse du bonheur dans les considérations sur le bonheur de Marx dans *Le Manifeste* »), *Gāoxiào mǎkèsī zhǐyì lǐlùn yánjiū* 高校马克思主义理论论研究, 2018, 04(04), p.71-76.

de la grande majorité ; comme l'écrivait Marx : « Le mouvement prolétarien est le mouvement spontané de l'immense majorité dans l'intérêt de l'immense majorité²¹¹ ». Contrairement à la conception de l'amitié confucéenne, le marxisme n'entend pas faire reposer les échanges entre les individus sur la sélection de partenaires rigoureusement sélectionnés pour leurs qualités morales, mais plutôt utiliser le rapport de force lié à la multiplicité. De fait, l'amitié se développe sur la base d'intérêts communs qui seraient partagés par une même classe sociale. Si, chez Marx et sur les affiches de propagande maoïste, cet intérêt commun nourrissait la révolution, pour Xi Jinping, il sert avant tout l'épanouissement harmonieux et pacifique de la nation chinoise dans le monde. Ainsi est voté en 2015 l'Ordre de l'Amitié, supposé récompenser tout dignitaire étranger ayant « contribué à la campagne de modernisation socialiste [...], [à] la promotion des échanges et de la coopération sino-étrangère et [au] maintien de la paix mondiale²¹² ». Or, du côté du cinéma, cette emphase sur l'amitié est perceptible avec l'apparition – et le succès au box-office – d'un certain nombre de *road movies*, films dans lesquels l'intrigue se focalise sur les trajets en voiture d'un groupe de personnages en perte de repères et d'identité, et qui va réussir, grâce aux efforts respectifs de chacun, à trouver le bonheur. Apparu aux États-Unis avec *Easy Rider*, considéré comme le pionnier du genre en mettant en scène les aventures de deux motards, le *road movie* tend à peu à peu à se diversifier, quittant le drame pour rejoindre la comédie avec des films tels que *Very Bad Trip* (2009), *Les Miller, une famille en herbe* (2013), ou encore *Vive les Vacances* (2015). La route devient symbole de liberté et de monde des possibles, à l'instar du périple maritime d'Ulysse dans *L'Odyssée*, qui fuit l'île d'où il est retenu prisonnier par la magicienne Circé, afin de retrouver sa femme et son fils laissés à Ithaque. Tandis que pour *Les Miller, une famille en herbe* et *Vive les Vacances*, l'évasion routarde servira à renouer des liens familiaux dénoués, pour *Very Bad Trip*, c'est la velléité de se faire des amis qui déclenchera le périple automobile. Notons d'ailleurs que *Very Bad Trip 2* a très probablement servi de modèle à de nombreux longs-métrages chinois dont le titre commence par «*Lost in*» («Perdu à») en proposant cette fois-ci, non pas une odyssée sur les routes, mais dans la ville (Bangkok dans le cas de *Very Bad Trip 2*). Or, ce savant mélange entre *road movie* et excursion citadine permet de raconter à la fois les problèmes que les personnages rencontrent en même temps que ceux de la contrée qu'ils traversent. Derrière des références à l'âge d'or du cinéma hongkongais des années 1980 et 1990, avec pléthore de scènes de course poursuite et de combats dans les ruelles, *Lost in Hong Kong* aborde l'occidentalisation et le consumérisme liés à sa longue occupation britannique. De même, *Lost in Thailand*, sous couvert de mettre en lumière les contradictions et les aspirations de la classe moyenne chinoise, touche à des problématiques sociétales thaïlandaises telles que la

²¹¹*Ibid.*

²¹² LIU Xiaodong 刘笑冬 *Wōguó jiāng shǒucì bān shòu zhōnghuá rénmín gònghéguó "yǒuyì xūnzhāng" wǒguó jiāng shǒucì bān shòu zhōnghuá rénmín gònghéguó "yǒuyì xūnzhāng" 我国将首次颁授中华人民共和国“友谊勋章”， (« Mon pays décernera pour la première fois la "Médaille de l'amitié" de la République populaire de Chine »), *Xinbua*, 7/06/2018.*

prostitution des transgenres féminins ou « *ladyboys* ». La résolution finale de l'intrigue se concluant sur le tissage d'une belle amitié ou sur la préservation d'un mariage sonne, pourrait-on dire, comme le triomphe de la collectivité au milieu de sociétés où coexistent diverses problématiques sociétales ; même si, comme le souligne Patrick Brzeski, chroniqueur pour *The Hollywood Reporter*, *Lost in Thailand* effleure ces sujets avec humour et légèreté, à la différence de *Very Bad Trip 2* qui insiste lourdement sur l'image d'une ville berceau de tous les vices : drogue, prostitution, tatouages sur mineurs etc...²¹³ Or, cette célébration de l'amitié et cette suprématie du bonheur collectif mis en avant dans ce type de production ne reflètent-elles pas un désir de retour aux sources, ainsi que le mentionne David Orgeron dans son ouvrage *Road Movies: From Muybridge and Méliès to Lynch and Kiarostami*²¹⁴? C'est ce que nous allons tenter de découvrir dans ce quatrième et dernier chapitre.

II. On ne peut être heureux sans autrui

Connotation négative de la solitude

Le topos de l'homme seul apparaît dans le cinéma hollywoodien des années 1950 et 1960, dans un contexte de diffusion et d'exportation à l'étranger du mode de vie américain. Est vantée dans les westerns une singularité conférant une aura presque mythique au héros, qui se mue en apologie de l'individualisme tel qu'exposé dans la Déclaration d'Indépendance des États-Unis. Pourtant, ce trope va se transformer, dans le cinéma d'horreur, en une figure négative : par exemple, la plupart des protagonistes masculins de Hitchcock présenteront, en plus de devoir supporter une solitude qui les pèse, des signes de folie, de dépression voire parfois même des deux²¹⁵. Ce type de personnages solitaires psychopathes va d'ailleurs perdurer et devenir récurrent dans le genre de l'horreur²¹⁶. Chris Berry, dans un article intitulé « Happy alone ? Sad Young Men in East Asian Gay Cinema²¹⁷ », s'interroge sur la représentation et le symbolisme derrière les personnages masculins solitaires caractérisés comme explicitement homosexuels. Il découvre que la plupart des productions cinématographiques – précisons tout de même qu'il n'étudie que des films des années 1990 – recourent à ce type de personnage pour des raisons aussi bien politiques que moralisatrices²¹⁸.

²¹³BRZESKI P., « Chinese Hit comedy 'Lost in Thailand' Generating Mixed Returns for Thai Economy » , *The Hollywood Reporter*, 12/02/2013.

²¹⁴ORGERON, D., *Road Movies: From Muybridge and Méliès to Lynch and Kiarostami*, London: Palgrave Macmillan, 2009.

²¹⁵Comme dans *Fenêtre sur cour* (1954), *Sueurs froides* (1958) et *Psychose* (1960).

²¹⁶Nous pouvons citer *Halloween* (1978), *Le Silence des Agneaux* (1991) ou encore *Detention* (2011).

²¹⁷BERRY C., « Happy alone? Sad young men in East Asian gay cinema », *Journal of Homosexuality*, 2000, 39(3-4), p.187-200

²¹⁸*Happy Together* de Wong Kar Wai par exemple met en scène un couple homosexuel fâché avec leurs familles respectives et quittant Hong Kong pour rejoindre l'Argentine – titre très ironique quand on sait que le couple se déchirera peu de temps après son arrivée sur les terres sud-américaines. En réalité, le bonheur sonnera comme un sacrifice pour Cheung, qui choisira de retourner à Hong Kong pour se réconcilier avec son père. Aussi, ici, il faut comprendre que le couple formé par ces deux personnages symbolise le malaise identitaire provoqué par la rétrocession

Puisqu'il s'agit de comédies, le ton de nos films se veut plus léger, et surtout, le personnage du solitaire du début parvient à atteindre le bonheur tant convoité grâce à une transformation radicale de sa façon d'être et d'agir. *Lost in Hong Kong* est sans aucun doute l'exemple le plus parlant sur ce point. Ce film retrace le parcours de Xu Lai, un Chinois d'âge moyen confronté aux remarques désobligeantes de sa belle-famille. En vacances à Hong Kong, cette dernière ne tarira pas de critiques. Dès son arrivée au restaurant pour prendre son petit-déjeuner avec sa belle-famille, la distance entre elle et lui est instaurée : en retard et habillé très sobrement, ses tenues vestimentaires et son attitude dénotent avec l'exubérance et les couleurs affichées par le reste de la table :



en même temps que la marginalité, dans une société réglée sur les rapports familiaux. La promesse d'un bonheur loin de la terre de ses ancêtres n'est finalement belle que sur le papier ... En somme, le film souhaite avant tout montrer que toute tentative de bonheur éloigné des siens ne peut voir le jour : le bonheur résulte du contentement de sa communauté, à commencer par la bonne entente entre tous les membres d'une famille.



Fig.120-123

Petit-déjeuner en famille

Le personnage ne sourit sur aucune prise. Coincé entre tous les membres de la famille, il ne peut que subir leurs moqueries sur sa prétendue infertilité. Par ailleurs la table ronde, outre évoquer le caractère familial du moment, donne également une impression d'oppression et d'enfermement, jadis suggéré au début du film par son beau-frère qui suit Xu Lai partout avec sa caméra pour son documentaire. Même le personnage du jeune beau-frère, que l'on pourrait qualifier de *nerd*²¹⁹ se moque du personnage principal, ce qui apparaît comme une marque de rejet social d'autant plus



explicite. Mais nous pourrions même aller plus loin en mentionnant que l'étalage sur la table des babioles trouvées métaphorise, couplé à l'extravagance vestimentaire des personnages, un mauvais goût et une appétence pour le mercantilisme qui s'oppose aux envies d'exploration solitaire du protagoniste, en plus de contribuer à son étouffement symbolique. Son sentiment d'exclusion le fait se sentir comme un « homme à tout faire » (*bāo gōngtóu* 包工头) auprès de sa belle-famille,

²¹⁹Stéréotype de la culture populaire que l'on peut caractériser comme suit : généralement de genre masculin et socialement inapte, à l'intelligence très développée et aux centres d'intérêts peu ordinaires. Ici, le personnage aura pour obsession de tourner un documentaire, passion considérée dans le film comme bizarre et ridicule.

l'éloignant symboliquement là aussi de la classe moyenne aisée à laquelle appartient cette dernière. Toutefois, il n'y aura pas que sa famille qui le repoussera, puisqu'il sera confronté à la xénophobie d'un chauffeur de taxi lui disant qu'il ne prend pas les étrangers. Son voyage en métropolitain (fig.124) représente également sa mise à l'écart par rapport au reste du monde. Portant un heaume lui cachant le visage et assis en face d'autres usagers de la rame aux visages nus, un petit garçon fait tomber une pièce dans le lavabo qu'il tient, en pensant qu'il est sans abri :



Fig.124

Xu Lai dans le métropolitain

Personne ne semble faire attention à lui à part cet enfant, alors qu'il est coiffé d'un heaume et qu'il tient un lavabo. Le sentiment d'exclusion est total. Dans *Dying to survive*, le héros est lui aussi quotidiennement confronté au rejet et au mépris de ses pairs. Seul au fin fond de sa boutique d'objets pseudo-érotiques, il passe ses journées dans la pénombre à jouer au solitaire sur son ordinateur, clin d'œil exacerbant davantage encore sa solitude.



Fig.125-126

Cheng Yong et son ordinateur

En cachant son visage derrière son écran d'ordinateur, le réalisateur dépersonnalise Cheng Yong, afin de signifier que cette solitude le détache complètement de ses devoirs inhérent au monde réel ; son incapacité de remplir son devoir de fils en aidant financièrement son père malade l'enferme dans cette prison mentale et physique. Pareillement, Xia Luo, le personnage principal de *Goodbye Mr Loser*, se voit considéré par son groupe d'anciens camarades de classe comme un excentrique. Comme pour Xu Lai, Xia Luo se voit moqué en raison du colifichet à plumes ornant sa veste. Lorsque leur ancien professeur arrivera, ce dernier s'installera sans le savoir à la place occupée par Xia Luo, symbolisant une fois de plus l'exclusion du personnage (fig.127&128).



Fig.127-128

Xia Luo au mariage de Qiu Ya

La figure du raté dans les comédies chinoises semble tirer son origine de celle présente dans les comédies américaines. Une étude conduite par un collectif de vingt-trois chercheurs du monde entier en 2014 nous informe que la vision collectiviste du bonheur chez les Chinois serait avant tout influencée par des facteurs externes – la chance, la condition sociale, notre cercle familial et amical – alors qu'à l'inverse, pour les Américains, la conception plus individualiste du bonheur privilégie les facteurs internes – personnalité, ambition²²⁰. Ainsi, la figure du raté, c'est-à-dire celui qui ne se préoccupe aucunement d'améliorer sa vie, sert souvent de point de départ pour la transformation physique et intellectuelle dudit personnage. Bien que les chercheurs à l'origine de cette enquête expliquent que cet archétype comique apparaît davantage dans des sociétés où le bonheur est centré sur l'individu, il est assez aisé de nuancer cette affirmation, en prenant comme contre-exemple les héros solitaires des films que nous venons de mentionner. Loin d'être

²²⁰JIANG, DY. , JOSHANLOO, M., WEIJERS, D., *et al.* Fragility of Happiness Beliefs Across 15 National Groups, *Journal of Happiness Studies*, 2015, 16, p.1185–1210.

uniquement ressenti comme une instance fragile, il est en outre perçu comme totalement contrôlable : seules les relations sociales peuvent renforcer cette fragilité.

Guérir en tissant des liens sociaux

Les intrigues de *My People, My Homeland* se focalisent autour de l'importance du groupe dans le surgissement de l'état de bien-être. La collectivité est représentée de manière très positive tout au long du film, ainsi qu'en témoigne les multiples prises de vue suivantes :

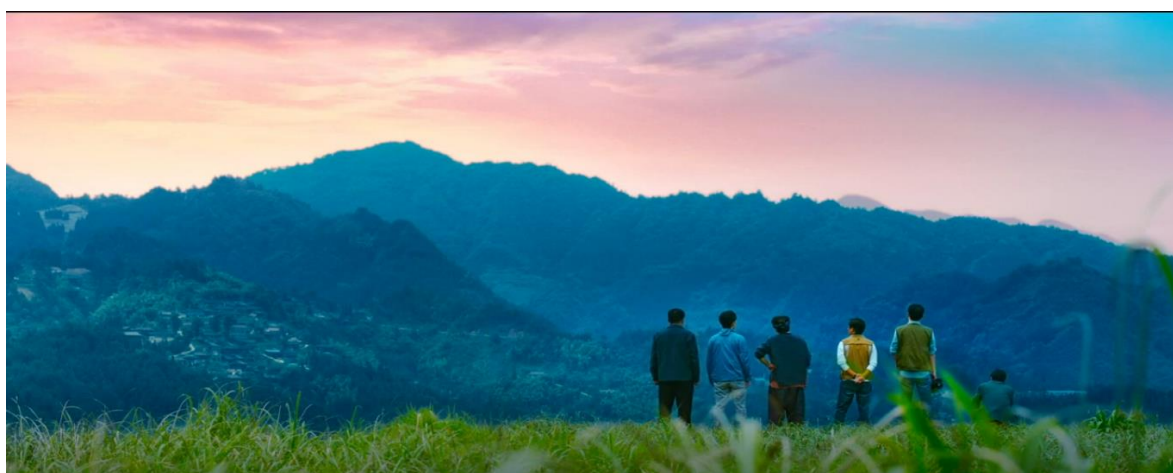




Fig.129-133

Représentations du bonheur collectif dans *My People, My Homeland*

La mise en scène très travaillée ainsi que les couleurs éclatantes, sublimées par la lumière du soleil,

offrent un cadre presque magique, invitant à la rêverie. Aidé par les plans d'ensemble, la majesté des scènes semble prodiguer par un environnement idyllique, presque irréel – les couleurs à la fois vives et douces de *fig.130* et *fig.133* font penser à une peinture. Même chose pour *fig.132*, où, bien que les tonalités se fassent plus sombres et ternes, les visages des écoliers subjugués par le discours de leur professeur confèrent une aura d'affiche de propagande des temps maoïstes. Toutefois, bien que les plans d'ensemble donnent à l'environnement une importance capitale, les personnages, même diminués par la perspective, sont également très importants, comme le suggère la contre-plongée qui grandit le groupe (*fig.131*). La première image (*fig.129*) reste très certainement la plus éloquente en ce qui concerne la promotion du bonheur collectif : les visages très souriants rapprochés de la caméra et les couleurs variés et vives des habits traditionnels de ces femmes – ethnies Dugan et Miao – évoquent les chants fédérateurs diffusés par CCTV²²¹. Par ailleurs, le long-métrage *1921* n'a également cessé de filmer des scènes de groupe. Par exemple, l'affiche promotionnelle évoquée au chapitre précédent, présente un groupe d'hommes en train de courir, le visage souriant une fois encore, dans les rues de Shanghai (*fig.134*).



Fig.134

Affiche promotionnelle pour *1921*

²²¹Par exemple, la chanson « I love you China, my country, my homeland » met en scène des habitants originaires des cinquante-six minorités ethniques composant la Chine. La vidéo est disponible sur Youtube.



Fig.135

Xu Lai et son beau-frère dans les rues de Hong Kong

La pluralité des scènes en collectivité associée à des moments de joie signifie de manière appuyée que le groupe rend heureux, là où la solitude nous fait nous en éloigner. Dans *Lost in Hong Kong*, la promotion du bonheur collectif s'opère différemment, puisque la révélation de Xu Lai se produira grâce à deux personnages : son jeune beau-frère d'une part, et son amour de jeunesse d'autre part. De fait, ce sera la tendresse et l'amitié, aussi bien pour l'un que pour l'autre, qui ouvrira les yeux du héros, jusque-là allergique à toute forme d'attachement. Or, le film anticipe cette amitié naissante, en soulignant la dimension de couple s'instaurant entre le héros et son beau-frère. Se retrouvant tous les deux dans les rues de Hong Kong affublés d'un accoutrement excentrique (fig.132), ils vont parcourir la ville ensemble, poursuivis par des mafieux, ce qui donnera lieu à quelques scènes dignes des meilleurs films d'arts martiaux. Leur apparence les rapprochant, ils sont tous les deux marginaux à leur manière : l'un parce qu'il endosse le rôle du *nerd* et l'autre en tant que membre extérieur de la famille de sa femme. Or, si nos films mettent une emphase particulière sur le bonheur collectif, et plus particulièrement sur la formation d'amitiés, c'est avant tout parce que « la vie en Chine peut rendre vraiment malheureux quand on n'a pas d'amis », selon les dires d'une blogueuse afro-américaine vivant en Chine. Dans un billet datant du sept septembre 2020, elle explique que la conception chinoise de l'amitié se situe aux antipodes de celle dont elle a l'habitude, aux États-Unis :

Malheureusement, j'ai réalisé que l'amitié n'est pas définie de la même manière en Chine. J'ai découvert que les amitiés sont des formes de « relations » dont vous avez besoin pour survivre ici... ces "relations" sont ce dont vous avez besoin pour faire des affaires, acheter une maison, une voiture, faire de la paperasse... ou même trouver des emplois. Ces « relations » ... séparent les riches des pauvres... ; ceux qui réussissent de ceux qui ne réussissent pas. Il y a des « cadeaux » que vous devez offrir... et des dîners auxquels vous devez assister, et des cigarettes que vous devez fumer. Ces relations doivent être nourries et entretenues comme un arbre fragile .. jusqu'à ce qu'elles deviennent solides et soient capables de vous donner de l'ombre et du soutien. La vie en Chine peut être très

malheureuse si vous n'avez pas ces « amitiés » spéciales²²².

Cette déclaration, loin de fournir une preuve scientifique, étaye cependant les observations de Yew-Kwang Ng :

L'importance de l'amitié pour le bonheur est évidente pour tous. Il y a pas mal de vieux dictons chinois à ce sujet, par exemple « A la maison, tu comptes sur tes parents ; loin de chez toi, tu comptes sur tes amis » ; « Avec des amis venant de loin, je suis si heureux ! » Dans de nombreux pays occidentaux, il est très important pour beaucoup d'hommes de discuter dans un bar autour d'une pinte. Des études confirment également l'importance de l'amitié pour le bonheur. Cependant, il est plus important d'avoir un ou quelques bons amis avec qui on peut partager des joies et des peines intimes plutôt que d'en avoir beaucoup. Ici, il semble que la qualité soit beaucoup plus importante que la quantité. La compagnie de certains amis améliore l'humeur lors de bonnes activités et transforme même les humeurs négatives en positives pour les activités indésirables. [...] Même attendre ou faire la queue, un négatif significatif lorsqu'il est fait seul (-3,5%) devient positif lorsque l'expérience se fait en compagnie d'un ami (+3,5%)²²³

Toutefois, ces propos contredisent les résultats d'un très récent sondage conduit par Ipsos en 2022 qui indiquent que seulement 30% des participants estiment que l'amitié peut les rendre très heureux, ce qui est inférieur au 38% de la moyenne mondiale²²⁴. Quant à Xuanzong de *Journey to the West : Conquering the Demons*, son maître spirituel va tenter d'injecter un peu de plaisir dans sa vie, en se délectant d'une cuisse de poulet devant lui, ce à quoi Xuanzong ne trouvera rien d'autre à répondre que « c'est contre notre religion » (*Zhèyàng shì yǒu wéi qīngguī de 这样是有违清规的*). La connaissance de l'amour, et donc l'assouplissement de son régime de vie strict, va permettre à Xuanzong d'évoluer et d'attendre la sagesse. Car après tout, le bonheur, pour les Confucéens, résulterait d'une alchimie entre paix intérieure et société harmonieuse, le tout obtenu en partie grâce à l'auto-cultivation (*xiū shēn 修身*). De fait, cette vision du bonheur lie le bonheur des individus non pas à leur propre bonheur mais à celui de leur famille, et de leur pays par extension. Le bonheur est ce sur quoi se termine une vie faite de travail laborieux et de frugalité matérielle afin d'obtenir un statut social respectable, en réprimant ses désirs égoïstes pour se concentrer sur le devoir moral auprès de ses pairs²²⁵. En revanche, chez Liang Dong, le hasard fait bien les choses : la rencontre d'une personne fait basculer un individu malheureux vers le bonheur. En effet, dans *The Door*, la satisfaction de ses désirs égoïstes est rendue uniquement possible grâce à la gentillesse dont fait preuve le héros à l'égard du vieil homme rencontré dans le restaurant et à qui il paye un repas. De même, *Daily Fantasy* illustre la bonté du personnage principal à travers son altruisme ; le sauvetage

²²²LIFEBEHINDTHEHALL, « Friendship in China », 7/09/2010

<<https://lifebehindthewall.wordpress.com/2010/09/07/what-is-a-friendship-in-china/>>

²²³NG Yew-Kwang, *Happiness—Concept, Measurement and Promotion*, Springer Singapore, 2021, 183p.

²²⁴BLAZYTE A., « Friends as a source of happiness among Chinese as of August 2020 », 27/01/2022.

²²⁵LU, L., « Understanding happiness: A look into the Chinese folk psychology », *Journal of Happiness Studies*, 2001, 2, p.407–432.

d'une femme lui fait appréhender la réalité sous un nouveau jour ; tout va lui sourire à la suite de son acte de bravoure : il ne va plus voler, et va même rencontrer le grand amour. Ce film veut nous convaincre de la part non négligeable de bonheur que suscite les relations sociales. En outre, le bonheur est vu comme une instance fluctuante qui va et vient en fonction de différents facteurs externes, en l'occurrence ici la rencontre avec des personnages moralement bons.

III. « C'est un honneur de servir le peuple et un déshonneur de le trahir »

Happiness is coming illustre à merveille la célèbre sentence de Hu Jintao : « C'est un honneur de servir le peuple et un déshonneur de le trahir » (*Yǐ fúwù rénmin wéi róng yǐ bèilí rénmin wéi chǐ* 以服务人民为荣以背离人民为耻). En effet, toute la première partie du film se consacre aux multiples interventions de Ma Shanglai censée apporter paix et bonheur dans les différents voisinages dont il s'occupe. Il révèle même au début du film que son but dans la vie est de « rendre les gens heureux ». Face à une telle bonté, son concurrent en résolution de conflit, Mao Xuewang, devient rapidement un adjuvant en lui prêtant son appartement après que sa femme le met à la porte. Toute l'aide qu'il apporte à une pauvre veuve en proie à l'expulsion le congratule d'héroïsme, sauvant la Chine d'antan. Avec son architecture évoquant sans conteste les constructions de la Chine dynastique, cette maison semble représenter une ancienne Chine. Or, la modernité, incarnée par le projet de destruction de cette dernière, et perçue comme gagnante de prime abord, va devoir céder face à la victoire magistrale et quelque peu inattendue de Ma Shanglai et de son équipe. Ainsi, le film illustre, à travers cette bataille, que la notion de solidarité appartient davantage à un monde passé ; la modernité, quant à elle, est figurée par un milieu où règne hostilité et froideur, déshumanisé par la taille imposante des machines (*fig.137*).





Fig.136 & 137

La maison sur le point d'être démolie



Fig.138

Accepter la démolition

La maison, dont les ossements sont comme posés au milieu d'un terrain vague, semble se faire grignoter par la multitude de casques jaunes et les imposantes créatures mécaniques ; sensation de dévoration renforcée par la pléthore de gratte-ciels en arrière-plan. La femme acceptera finalement de partir, en emportant la photo de son défunt époux, et en déambulant dans une procession semblable à un cortège funèbre, ce qui symbolise la complaisance de la Chine à l'égard de la modernisation en même temps que la volonté de maintenir une forme de traditionalisme (*fig.138*). Cette idée de solidarité appartenant au monde du passé, nous pouvons également la retrouver dans *1921*, qui, comme nous l'avons évoqué précédemment, raconte la fondation du Parti communiste en Chine avec pléthore de portraits mélioratifs de groupes d'individus, soudés par la cohésion de leurs forces ainsi que voulu par Marx. Ainsi, abandonner son bonheur individuel et matériel pour garantir le bonheur du plus grand nombre, fait systématiquement naître un conflit chez nos personnages qui se retrouvent pris entre deux feux : la satisfaction de leurs désirs et la stabilité et

le bien-être de leur communauté. *Dying to survive* par exemple illustre bien cette tension, jusqu'à ce que Cheng Yong décide de changer ses motivations, passant de financièrement intéressé à souhaitant sincèrement aider les victimes de ce système de santé dispendieux. Alors qu'il se fait arrêter en pleine livraison de médicaments à des patients malades, il va se sacrifier au nom de l'organisation une fois devant le juge, acceptant la sentence :

J'ai enfreint la loi, je n'ai rien à dire sur la nature de ma punition. Mais mon cœur est rempli de tristesse à la vue de ces malades ; ils ne peuvent pas se payer les médicaments importés à des prix élevés ; ils ne peuvent donc qu'attendre la mort, voire de mettre un terme à leur jour. Cependant, je crois que cela ira de mieux en mieux à l'avenir, et j'espère que ce jour sera pour bientôt.

Son plaidoyer en faveur des victimes admet que son but premier était avant tout de servir une cause politique et morale, en permettant à des malades de se soigner à moindre coût. Bien qu'il soit condamné à cinq ans de prison, le jugement se veut tout de même clément en raison de l'aide qu'il a apporté aux patients malades. Un cortège de malades et d'ex-malades se dresse le long de la route qu'emprunte le véhicule qui doit le conduire au centre de rétention, marquant de fait une opposition nette entre la solitude d'un Cheng Yong confiné à l'arrière d'un véhicule, et la foule de malades ôtant leur masque à l'air libre, éclairée par la lumière du jour. Le personnage ne semble pas heureux de se sacrifier – les couleurs très sombres et le travelling avant pendant son plaidoyer confère à la scène beaucoup de tension dramatique – mais il sait qu'il fait ce qu'il faut pour le peuple, et pour un avenir meilleur, credo de toutes les révolutions. Il sera élevé au rang de martyr à la toute fin du film, ce que confirment les gros plans sur son visage.





Fig.139-141

Cheng Yong conduit en prison

Du côté de *Hi, Mom*, le sacrifice se fait à une échelle moindre, puisque Jia Xiaoling envisage seulement de changer la vie de sa mère, en voulant la marier à un autre homme que son père. A la fin, elle découvrira avec étonnement et joie que sa mère se souvenait de l'aide que sa fille lui a apporté dans le passé, et qu'elle lui en avait toujours été reconnaissante. Cette vision méliorative de l'acte sacrificiel tire justement son origine du principe de piété filiale, qui présuppose que les intérêts des parents sont incompatibles avec ceux des enfants²²⁶. Cependant, bien que le film veuille nous faire croire que le sacrifice de sa personne importe peu à l'héroïne, des études démontrent que les familles qui optent pour le compromis seraient plus heureuses que celles qui pratiquent l'abnégation²²⁷. Or, la valorisation du sacrifice dans ce film correspond à l'ambition gouvernementale de promouvoir des valeurs familiales héritées du confucianisme, mais pas

²²⁶ WU Chih-Wen, YEH Kuang-Hui « Self-Sacrifice Is Not the Only Way to Practice Filial Piety for Chinese Adolescents in Conflict with Their Parents », *Frontiers in Psychology*, 14/05/2021.

²²⁷ *Ibid.*

seulement : la notion de sacrifice de soi s'épanouit déjà au cours du mandat présidentiel de Mao Zedong. S'inspirant de la tradition légiste qui subordonnait les libertés individuelles aux lois érigées par l'État, le régime maoïste, originellement, repose sur le sacrifice de plusieurs milliers d'individus pour l'intérêt collectif que représente la révolution prolétarienne. Le récit du retour de Mao Zedong à Shaoshan en hiver 1921 décrit le comportement sacrificiel des membres de sa famille, qui ont tous choisi de consacrer leur vie à la révolution sous la figure tutélaire du grand frère :

Sous la direction patiente de son frère, Mao Zemin et ses jeunes frères et sœurs ont compris la vérité selon laquelle « le pays est dans le chaos et le peuple est inquiet », et ils étaient déterminés à sacrifier leur famille pour le pays et eux-mêmes pour le peuple. Ils effacent toutes les dettes des autres, brûlent les dettes dans un incendie, consacrent tous leurs biens familiaux à la cause révolutionnaire, et les quatre frères et sœurs se lancent résolument dans le grand mouvement révolutionnaire. Le dixième jour du premier mois lunaire, Mao Zedong quitta Shaoshan. Ze Tan et Ze Jian ont également suivi. Une semaine plus tard, Mao Zemin et sa femme Wang Shulan ont également quitté Shaoshan avec leurs enfants pour rejoindre la révolution. Pour la révolution chinoise, six parents de la famille de Mao Zedong sont morts pour le pays et ont donné leur précieuse vie. Mao Zemin, Mao Zetan, Mao Zejian, Yang Kaihui, Mao Chuxiong, Mao Anying, afin de réaliser le grand idéal de Mao Zedong, ils se sont vraiment sacrifiés pour le peuple. Mao Zedong avait deux enfants dont on ignorait le sort et son fils unique était également malade. L'ex-femme de Mao Zedong, He Zizhen, a toujours des éclats d'obus sur le corps, ce qui lui cause des douleurs. Sans parler de Mao Zedong, dont toute la vie a été intégrée à la cause révolutionnaire chinoise²²⁸.

Le bien de la famille importe moins que le destin de la nation, perçu comme fragile ici. Les vestiges de la lutte font office de médaille, constituant des marques visibles du don de son corps et de sa vie. Cette abnégation permanente dont il convient de faire preuve en toute circonstance est également perceptible aussi bien sur les affiches de propagande que dans les œuvres artistiques produites à cette période, mettant en avant le sacrifice comme une prérogative essentielle à une bonne éducation, comme en témoigne l'analyse du ballet révolutionnaire *Le Détachement féminin rouge* par Corrado Neri²²⁹. De même, un parallèle peut être établi avec le discours sacrificiel présent dans les médias à l'ère de la Covid-19. Le *Quotidien du peuple* choisit par exemple de broser un portrait élogieux des habitants de Wuhan, le premier foyer de contamination :

Aux yeux de l'attention du monde, des villes et des peuples héroïques sont entrés dans la mémoire de la lutte de l'humanité contre l'épidémie. Wuhan est devenue une fenêtre permettant au monde de connaître la Chine à un moment particulier de la lutte contre l'épidémie. "Les rues de Wuhan sont vides, mais derrière chaque fenêtre, il y a des citoyens qui coopèrent avec l'épidémie. La Chine a fait preuve d'une action collective et d'un esprit de coopération incroyables", a déclaré Aylward, conseiller principal du directeur général de l'Organisation mondiale de la santé. Les Chinois ont un sens aigu des responsabilités et du

²²⁸ Máo zhǔxǐ: Shě xiǎo jiā, wéi dàjiā 毛主席：舍小家，为大家 (*Président Mao : Abandonnez la petite famille, pour tout le monde*), 7/07/2020. Texte disponible sur zhihu.com.

²²⁹ NERI, Corrado, « La Bildung est maoïste : croissance et sacrifice de soi dans le détachement féminin rouge de Xie Jin », in TIRLONI Valentina, WUNENBURG Jean-Jacques (dir.), *Esthétiques de l'espace : Occident et Orient*, Mimesis, 2010.

dévouement, et sont prêts à contribuer à la lutte contre l'épidémie²³⁰.

Finalement, la lutte contre l'épidémie diffère peu de celle qu'ont menée les communistes quatre-vingts ans plus tôt. Le champ lexical du combat politique crée un rapprochement inévitable, avec la présence de termes tels que « héroïque » *yīngxióng de* 英雄的 (x2), « peuple », « lutte » *kàngjī* 抗击 (x3), « coopérer » *pèihé* 配合, « esprit de coopération » *hézuò jīngshén* 合作精神, « force d'action collective » *jítǐ xíng dòng lì* 集体行动力, « sens du dévouement » *fèngxiàn jīngshén* 奉献精神. Dans la série télévisée à succès *Heroes in Harm's Way* *zuì měi nì xíng zhě* 最美逆行者, le chaos qui déchire les familles, causé par la propagation de la pandémie, souligne et semble justifier le bien fondé des campagnes idéologiques mettant l'accent sur l'abnégation et la coopération familiale, la famille étant conçue comme un espace tampon où la négativité doit être digérée en interne dans le but de n'en faire ressortir, une fois le processus effectué, que bonheur et harmonie²³¹. Par ailleurs, la très bonne gestion de ces crises accentue la dimension héroïque des personnages, conçus comme des représentations d'individus ordinaires, auxquels le spectateur peut s'identifier. Aussi le commun des mortels peut-il continuer d'adhérer à la méritocratie, au fondement même de la campagne du « rêve chinois » – comme du rêve américain d'ailleurs.

IV. Un bonheur qui se mérite

Selon Ren Junhong, *The Pursuit of Happiness*²³² offre une représentation du rêve américain. La recherche du bonheur, sur laquelle repose la société américaine, est étroitement liée à la notion d'individualisme, qui n'est pas perçue comme valeur néfaste, bien au contraire. Elle se manifeste dans le film à travers le comportement indépendant du protagoniste, et sur le fait qu'il ait réussi à se créer une autre vie à partir de rien, si ce n'est de lui-même, faisant presque de lui une sorte de personnage divin. Par ailleurs, cette obsession pour l'avenir, exacerbée par le caractère prométhéen du héros, correspondrait pour l'auteur de l'article au fait que les États-Unis soient un pays relativement neuf, par comparaison à certains territoires européens, davantage tournés vers un passé peu ou prou fantasmé²³³. Bien que le film parle d'un homme ayant réussi à s'extraire de sa condition sociale d'origine afin d'intégrer les couches les plus aisées de la population, il s'agit avant tout d'un film illustrant l'épopée d'un Afro-américain ayant eu le courage de franchir les barrières du racisme et des préjugés afin de réaliser son rêve, répondant de fait à la célèbre déclaration de

²³⁰ *Yīngxióng de chéngshì wèi shìjiè zuòchū chóng yào gòngxiàn* 英雄的城市为世界作出重要贡献, (« La ville héroïque apporte une contribution importante au monde »), *Rénmín wǎng* 人民网, 9/04/2020.

²³¹ XIE Kailing, ZHOU Yunyun, « The Cultural Politics of National Tragedies and Personal Sacrifice: State Narratives of China's 'Ordinary Heroes' of the COVID-19 Pandemic, Made In China, 15/07/2021.

²³² GARDNER C., *The Pursuit of Happiness*, 2006, 117 minutes.

²³³ REN, Junhong, « Cultural Interpretation of the Pursuit of Happiness », International Conference on Applied Social Science Research (ICASSR), 2014.

Martin Luther King : *J'ai un rêve* (*I have a dream*²³⁴). Or, cette interprétation de *The Pursuit of Happiness* diffère finalement peu des valeurs incarnées par le « rêve chinois » de Xi Jinping, à l'exception près que l'individualisme semble remplacé par le collectivisme. Néanmoins, Georges Barr McCutcheon, à qui l'on doit l'utopie *West Wind Drift*, écrit que le rêve américain ne correspond finalement pas à autre chose qu'à un stade suprême du socialisme :

Nous arrivons à l'état le plus exquis du socialisme. Cela est assez proche de l'essence de ce rêve américain historique, "du peuple, par le peuple, pour le peuple". Jusqu'à présent, cela a été la doctrine socialiste la plus rare jamais promulguée, mais nous allons un peu mieux. « Du peuple, par le peuple, pour le peuple. » Comment appelé cela sinon le socialisme²³⁵ ?]

En tant qu'idolâtre de régimes monarchiques fantasmés et anachroniques dont se nourrissent ses créations romanesques, Mc Cutcheon ne peut que rejeter un système politique où le pouvoir ne provient pas d'une classe aristocratique divinisée, mais peut être détenu – en théorie – par n'importe quel citoyen. Dans une société collectiviste cependant, le pouvoir ne revient pas à un être en particulier, mais est accordé à tout un groupe, ou, pour le dire autrement, il s'incarne dans un groupe d'individus. Or, si certains personnages se retrouvent gratifiés d'une vie heureuse, c'est parce qu'ils en ont été jugés dignes par leur communauté : Wang Duoyu sera digne de recevoir l'héritage de son aïeul parce qu'il a su se défaire de son avarice, préférant renoncer aux millions pour sauver la femme qu'il aime. D'ailleurs, *Hello Mister Billionaire* est une adaptation d'un autre roman de Georges Barr McCutcheon, *Brenster's Million*²³⁶. Paru en 1901, il relate les aventures d'un jeune homme recevant deux héritages, et qui devra renoncer à l'un afin de pouvoir garder l'autre. Loin d'uniquement satisfaire des désirs égoïstes, il l'utilisera pour sauver un compte bancaire de la faillite, tout en faisant preuve d'une grande moralité – il n'hésitera pas à se jeter à l'eau pour sauver un marin de la noyade. A la fin, alors qu'il se croyait destiné à mener une vie placée sous le signe du dénuement, la femme qu'il aime accepte de l'épouser, avant même de savoir qu'il a finalement reçu l'héritage de son oncle en guise de récompense. Les intrigues présentent des différences, mais dans les deux cas, c'est bel et bien l'altruisme et la générosité – donc le sacrifice de soi – qui triomphe. Ainsi, nous pouvons interpréter la contamination par le sida de Xia Luo dans *Goodbye Mr.Loser* comme une punition pour sa conduite superficielle et totalement dépourvue de toute considération magnanime. La velléité d'effacer son existence téléporte magiquement Jia Xiaoling vingt ans en arrière, afin qu'elle puisse consolider sa relation avec sa mère et la rendre fière, ce qu'elle n'arrivait pas à faire jusque-là. D'ailleurs, notons que dans nos films la résolution du conflit se produit presque toujours soit dans le passé (*Hi, Mom, Goodbye Mr.Loser*), soit dans une réalité alternative (*The Door, Goodbye*

²³⁴ Discours du 26/08/1963.

²³⁵ Cité par LALLAS D., « "From the People, by the People, to the People": The American Dream(s) Debut », *The Journal of American Culture*, Volume 37, Number 2 June 2014

²³⁶ BARR MCCUTCHEON G., *Brenster's Million*, New York: Grosset & Dunlap, 1902.

Mr.Loser, Hello Mr.Billionaire). De fait, le présent ancré dans notre réalité quotidienne correspond souvent à une temporalité négative, synonyme de tension et de chaos. Cette négligence du temps présent correspond à ce que Sébastien Billioud nomme un changement du régime d'historicité. Développé par François Hartog dans son ouvrage *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, paru en 1963, le régime d'historicité désigne le mode d'articulation entre passé, présent et futur. Mais ce rapport au temps change perpétuellement et varie bien évidemment en fonction des cultures. Sous ce prisme, nous pouvons dire que la Chine contemporaine évalue son rapport au présent en utilisant le passé pour glorifier l'avenir. Elle réactive le passé au travers d'un imaginaire associé au confucianisme – se servant notamment des textes classiques afin de proposer des orientations de vie ; et glorifie le futur, parce qu'il est envisagé comme un espace-temps messianique, où les valeurs dominantes du monde globalisé – individualisme, matérialisme – ne dominerait plus la société²³⁷. Aussi, les productions cinématographiques se réapproprient ce discours en dépeignant des protagonistes modèles pour une société future idéalisée. La méritocratie du bonheur reste un régime idéologique reposant sur une historicité imprégnée de références génétiques, qui vise à fédérer une communauté d'individus partageant un patrimoine génétique spirituel commun propice à la création d'une Chine forte et harmonieuse. L'expression « gènes rouges » (*bóngsè jīyīn* 红色基因), d'abord mentionnée par Hu Jintao en 2008 sera pour la première fois évoqué par Xi Jinping lors du « Discours pendant l'inspection des travaux de réduction de la pauvreté et de développement dans le comté de Fuping » (*30 Rì zài héběi shěng fú píng xiàn kǎochá fúpín kāifā gōngzuò shí de jiǎnghuà* 30日在河北省阜平县考察扶贫开发工作时的讲话), puis popularisé à partir de 2016. Il décréta que le gène rouge doit « pénétrer dans le sang et le cœur, et guider la majorité des jeunes pour établir une vision correcte du monde, une vision sur la vie et les valeurs²³⁸ ». Or, ce gène rouge aurait été légué aux Chinois par les combattants de l'Armée révolutionnaire ; c'est pourquoi il conviendrait d'entretenir ce cadeau génétiquement spirituel détenu par tous, afin de bâtir une nouvelle ère aussi resplendissante que les victoires de ces courageux soldats :

Nous devons hériter des gènes rouges de l'armée populaire, nous efforcer de former des soldats révolutionnaires dans la nouvelle ère avec âme, capacité, sang

²³⁷BILLILOUD S., *Le Renouveau confucéen en Chine contemporaine et son rapport au temps* [conférence], Inalco, 5/04/2022.

²³⁸« L'éducation traditionnelle révolutionnaire devrait commencer avec les enfants, non seulement se concentrer sur l'instillation des connaissances, mais également renforcer la culture émotionnelle, afin que le gène rouge puisse pénétrer dans le sang et le cœur, et guider la majorité des jeunes pour établir une vision correcte du monde, une vision sur la vie et les valeurs. » 一寸山河一寸血，一抔热土一抔魂。回想过去的烽火岁月，金寨人民以大无畏的牺牲精神，为中国革命事业建立了彪炳史册的功勋，我们要沿着革命前辈的足迹继续前行，把红色江山世代传下去。革命传统教育要从娃娃抓起，既注重知识灌输，又加强情感培育，使红色基因渗进血液、浸入心扉，引导广大青少年树立正确的世界观、人生观、价值观。（2016年4月24日至27日在安徽调研时的讲话）”

« Xi Jinping : faire bon usage des ressources rouges, hériter de bons gènes rouges, et transmettre le pays rouge de génération en génération » (*Xījīnpíng: Yòng hǎo hóngsè zīyuán, chuánchéng hǎo hóngsè jīyīn bǎ hóngsè jiāngshān shì shìdài dài chuán xiàqù* 习近平：用好红色资源，传承好红色基因 把红色江山世世代代传下去), 滚动新闻, 中国政府网, 15/05/2021.

et moralité, et maintenir à jamais la nature, le but et le vrai caractère de l'armée populaire. Nous devons hériter et poursuivre la glorieuse tradition et l'expérience historique de notre parti et de l'armée populaire, et continuer à avancer sur la voie du maintien et du développement du socialisme à la chinoise²³⁹.

En plus du gène rouge, il existerait également un « gène de la culture chinoise » (*zhōnghuá wénhuà jīyīn* 中华文化基因) :

Ce n'est qu'en raison de ses gènes spirituels uniques qu'un pays et une nation peuvent former leurs traditions humanistes et leurs habitudes culturelles qui sont différentes des autres pays et nations, et s'engager sur une voie de développement avec des caractéristiques distinctives. Le secrétaire général Xi Jinping a souligné : « La nation chinoise a une longue histoire et une splendide civilisation, mais elle a traversé le sang et le feu depuis les temps modernes. Le peuple chinois ne s'est pas soumis au destin, mais s'est levé pour combattre et lutter pour l'amélioration de soi. Après des luttes à long terme, ils se sont maintenant lancés dans la réalisation de la nation chinoise. La voie du grand rajeunissement. En regardant en arrière sur l'histoire, ce qui a soutenu notre ancienne nation à ce jour, et ce qui a soutenu les 5 000- civilisation chinoise vieille d'un an à ce jour, est le gène culturel enraciné dans le sang profond de la nation chinoise²⁴⁰.

Ainsi, aussi bien pour le “gène rouge” que pour le “gène de la culture chinoise”, dans les deux cas, il ne s'agit pas réellement d'une caractéristique héréditaire, bien qu'il serait inhérent à l'histoire de cette population. L'expression antithétique de “gène culturel” traduit bien la velléité de fonder une société culturellement homogène. Des études récentes démontrent que le patrimoine génétique aurait un impact sur le sentiment de bien-être. Ainsi, les populations les plus heureuses selon le World Values Survey posséderaient toute une part considérable d'allèle rs324420 qui interviendrait dans l'augmentation de la sensation de plaisir et la réduction de la douleur. Toutefois la Chine occupe une place très faible dans cette analyse du fait du taux relativement bas de l'allèle rs324420 dans la population Han²⁴¹. D'ailleurs, en France, c'est sous les Trente Glorieuses que la notion de méritocratie commence à véritablement prendre son essor. Après la guerre, d'aucuns souhaitent adapter le rêve américain sur l'Hexagone, en faisant notamment du *self-made man* une figure prophétique²⁴² extrêmement fertile dans le discours politique et médiatique de l'époque, à commencer par le cinéma. Citons par exemple *La Belle Américaine* de Robert Dhéry²⁴³. Sorti en 1961, ce film relate l'acquisition d'une voiture de luxe américaine par un ouvrier résidant dans un quartier populaire de la banlieue parisienne. Bien qu'il l'ait acheté à faible coût, cette automobile flamboyante

²³⁹ Discours du 13/12/2017. *Ibid.*

²⁴⁰ Bureau du conseiller du Conseil d'État (*Guówùyuàn cānshì shì* 国务院参事室), *Les gènes culturels chinois sont l'origine spirituelle importante du parti* (*zhōnghuá wénhuà jīyīn shì dǎng de zhòngyào jīngshén yuányuán* 中华文化基因是党的重要精神渊源), 15/11/2021.

²⁴¹ BOND, M.H., MINKOV, M., A Genetic Component to National Differences in Happiness, *Journal of Happiness Studies*, 2017,18, p.321–340.

²⁴² MASSA, P., « *Vae Victis*. La face sombre de la méritocratie : un imaginaire sous l'emprise de l'*American Dream* », MAUSS, 2010.

²⁴³ DHERY, R., *La Belle Américaine*, 1961, 95 minutes.

suscite la curiosité et la jalousie des autres habitants, conduisant les personnages à le fréquenter plus assidûment en raison de sa voiture. La voiture servira de point de départ à la naissance d'une nouvelle vie : Marcel ne sera plus considéré comme un ouvrier en devenant un ami intime du Ministre du commerce, tandis que Pierrot, vendant désormais des glaces dans la dite voiture, deviendra un gendre plus prometteur qu'au début du film pour les parents de sa promise. Ce petit quartier d'anciens ouvriers réussira à transcender sa condition sociale d'origine grâce au désir de la consommation. Ainsi, le film renseigne le spectateur que réaliser ses rêves n'est pas une question de classe sociale, mais de volonté. Par ailleurs, le fantasme d'une autocréation réussie va de pair avec le rêve de restaurer une patrie forte et puissante, dans une société encore traumatisée par la guerre. Or, la très forte médiatisation du « rêve chinois » sert à enrayer le pessimisme que la critique du présent exacerbe, critique également présente dans la France d'aujourd'hui. Selon Valérie Rabault, députée du Parti Socialiste (PS) et co-auteure avec Karine Berger de *Les Trente Glorieuses devant nous*, il faudra conjuguer « prise de risque économique pour l'État et épanouissement de la liberté économique privée » dans un programme conçu en triptyque autour de la prise de risque, de l'égalité et de la fraternité²⁴⁴. Le spleen des Français évoqué par la députée est relativement similaire à la noirceur des temps modernes évoqué par le Parti (cf.ch.II) : « Les Français sont devenus les champions du *spleen* économique, ils ne croient plus ni en leur avenir, ni en leur modèle, ni en leur gouvernement²⁴⁵ ».

²⁴⁴BERGER, K. ; RABAULT, V., *Les Trente Glorieuses devant nous*, Paris : Rue Fromentin, 2011, 204p.

²⁴⁵RABAULT, V., « Investir pour les trente prochaines glorieuses », *Vie & sciences de l'entreprise*, vol. 187, no. 1, 2011, p. 119-122.

CONCLUSION

A travers une étude des représentations du bonheur dans une sélection d'œuvres cinématographiques chinoises, nous avons tenté de répondre à la question suivante : « La Chine du nouveau millénaire se trouve-t-elle dans une situation comparable à la France des Trente Glorieuses ? » De la même manière que le résume Annie Ernaux lorsqu'elle évoque les bons comme les mauvais côtés du téléviseur (soit abîmer les yeux des enfants et développer le pouvoir d'achat²⁴⁶), les récits sur le bonheur projetés sur les écrans chinois jouent double-jeu. Si nous constatons d'un côté une très forte condamnation du bonheur individualiste, ce dernier apparaît pourtant sublimé de l'autre, parfois au sein d'un même film, conférant un climat schizophrénique. Or, il ne s'agit en réalité que d'une apparente contradiction, car le but de l'industrie chinoise, depuis l'arrivée au pouvoir de Xi Jinping, reste le développement et la consolidation d'un marché cinématographique déjà florissant, en mettant en scène des situations et des représentations susceptibles de plaire à un public aussi bien national qu'international. De fait, quoi de mieux que de projeter des séquences de vie fantasmées capables de résonner dans le cœur des consommateurs d'aujourd'hui. Car la société de consommation perçoit un être humain avant tout comme un consommateur ; il convient donc de lui proposer des images génératrices de bonheur, lesquelles sont déterminées par l'industrie cinématographique grâce à celles déjà présentes dans les médias américains, le pionnier en la matière. Aussi, les représentations sont jugées ambivalentes parce qu'elles s'inspirent de ce que nous connaissons déjà, en les juxtaposant avec d'autres modèles, témoignant d'une velléité de créer une nouvelle culture qui correspondrait aux aspirations de rajeunissement et de revitalisation nationale de la Chine. Par ailleurs, le gouvernement chinois est de plus en plus confronté à la méfiance et au scepticisme de la population quant à sa stratégie politique en raison des inégalités de richesses incessamment croissantes. Ainsi, l'industrie cinématographique – et pas que – ambitionne de nourrir les utopies des quidams avec des projections de bonheur idéalisées, tout en véhiculant d'une part l'idée qu'il s'agit d'un rêve accessible à tous. Et ces belles et heureuses images sortent le public de son quotidien stressant et incertain, le rendant plus apte à s'accrocher à ces mosaïques de fantasmes. Il faut rendre l'ordinaire extraordinaire. Toutefois, certaines voix entendent défendre un point de vue divergent. Dans son documentaire *Argent amer* (*kǔ qián* 苦钱 2016), Wang Bing souhaite

²⁴⁶ ERNAUX, A., *op.cit.*

décrire cinématographiquement les vies rythmées par un quotidien précaire et incertain de jeunes ouvriers migrants employés dans l'industrie du textile, par le biais de l'alternance systématique, quasi-obsessive, entre plans continus longs et plans en mouvement, afin de faire figurer les ouvriers-migrants dans une temporalité et un lieu en crise qui les surpassent et au sein duquel ils sont forcés de cohabiter²⁴⁷. Le film a été censuré par les autorités, du fait que sa représentation du bonheur et de la société ne coïncide pas avec celles véhiculées par le PCC²⁴⁸. En effet, le rêve ne peut rejoindre la réalité lorsque la consommation, tant sacralisée, engendrent des sentiments de désespoir et d'échec liés à des conditions de travail incompatibles avec une quelconque aisance matérielle. Un autre documentaire, sorti plus récemment (2021), témoigne de cette même amertume. Bien que ne se revendiquant pas militant, *H6*, en portraiturant des hommes et des femmes luttant contre la mort de leurs proches et exempts de moyens financiers dans un hôpital shanghaien, illustre l'état de suspension²⁴⁹ auquel est confrontée une bonne partie de la population, comme ce père de famille qui chante pour soigner sa fille, convaincu par la force des choses que sa voix la guérira. Mais si l'argent ne fait pas le bonheur pour les Chinois, comment expliquer que son usage suscite autant de considération ? Comme dirait Wang Bing :

L'argent n'a jamais été important dans la société chinoise, car maintenant tout le monde souhaite devenir riche. Cependant, la réalité est que tout le monde vit dans un rêve éveillé²⁵⁰.

²⁴⁷ VAN DER MEULEN, S., « Documenting China's Garment Industry: Wang Bing's Portrayal of Migrant Workers' Suspended Lives within the Contract Labour System », *Pacific Affairs*, vol.94 (2), 2021.

²⁴⁸ *Ibid.*

²⁴⁹ Par « état de suspension », nous faisons référence à l'article de BIAO Xiang, « Suspension : Seeking Agency for Change in the Hypermobile World », *Pacific Affairs*, vol.94(2), 2021, p.233-250. Dans cet article, le chercheur en anthropologie sociale développe le concept de suspension, qui peut être défini de la manière suivante : un état dans lequel les êtres sont en constante mobilité dans l'unique but de pouvoir s'extirper rapidement de cette situation, tel un colibri battant frénétiquement des ailes pour reprendre la métaphore de Biao Xiang.

²⁵⁰ VAN DER MEULEN, S., *art.cit.*

ANNEXE

Corpus filmique

Titre original	Titre international (en anglais)	Réalisateur(s))	Année de sortie	Genre
幸福迷途 <i>Xìngfú mítú</i>	<i>Happiness Me Too</i>	江约诚 JIANG Yuecheng 张全欣 ZHANG Quanxin	2012	Drame romantique
乐翻天 <i>Lè fāntiān</i>	<i>Happy Hotel</i>	王岳伦 WANG Yuelun	2012	Comédie
人再囧途之 泰囧 <i>Rén zài jiǒng tú zhī tài jiǒng</i>	<i>Lost in Thailand</i>	徐峥 Xu Zheng	2012	Comédie
西遊·降魔篇 <i>Xīyóu·jiàngmó piān</i>	<i>Journey to the West: Conquering the Demons</i>	周星馳 郭子 Stephen Chow Derek Kwok	2013	Comédie/épopée
私人订制 <i>Sīrén dìng zhì</i>	<i>Personal Tailor</i>	冯小刚 Feng Xiaogang	2013	Comédie
北京遇上西 雅图 <i>Běijīng yù shàng xīyǎ tú</i>	<i>Finding Mr.Right</i>	薛晓路 Xue Xiaolu	2013	Comédie romantique
小时代 <i>Xiǎo shídài</i>	<i>Tiny Times</i>	郭敬明 Guo Jingming	2013	Drame/romance

小时代4: 灵魂尽头 <i>Xiǎo shídài 4: Línghún jìntóu</i>	<i>Tiny Times 4</i>	郭敬明 Guo Jingming	2015	Drame/romance
港囧 <i>Gǎng jiǒng</i>	<i>Lost in Hong Kong</i>	徐峥 Xu Zheng	2015	Comédie
夏洛特烦恼 <i>Xià luò tè fánnǎo</i>	<i>Goodbye Mr. Looser</i>	闫非 Yan Fei 彭大魔 Peng Damo	2015	Comédie
煎饼侠 <i>Jiānbǐng xiá</i>	<i>Jian Bing Man</i>	大鹏 Da Peng	2015	Comédie/Teen movie
美人鱼 <i>Měirényú</i>	<i>The Mermaid</i>	周星馳 Stephen Chow	2016	Comédie / fantastique
完美有多美 <i>Wánměi yǒu duō měi</i>	<i>The Door</i>	梁栋 Liang Dong	2017	Fantastique
西虹市首富 <i>Xī hóng shì shǒufù</i>	<i>Hello Mr. Billionaire</i>	闫非 Yan Fei 彭大魔 Peng Damo	2018	Comédie
超时空同居 <i>Chāo shíkōng tóngjū</i>	<i>How Long Will I Love U</i>	苏伦 Su Lun	2018	Romance/fantastique
幸福马上来 <i>Xìngfú mǎshàng lái</i>	<i>Happiness is coming</i>	崔俊杰 Cui Junjie	2018	Comédie
飞驰人生 <i>Fēichí rénsēng</i>	<i>Pegasus</i>	韩寒 Han Han	2019	Comédie

我和我的家乡 <i>Wǒ hé wǒ de jiāxiāng</i>	<i>My People, My Homeland</i>	宁浩 Ning Hao 徐峥 Xu Zheng 陈思诚 Chen Sicheng 闫非 Yan Fei 彭大魔 Peng Damo 邓超 Deng Chao 俞白眉 Yu Baimei	2020	Comédie
你好，李焕英 <i>Nǐ hǎo, lǐ huànyīng</i>	<i>Hi, Mom</i>	贾玲 Jia Ling	2021	Comédie/Film de nouvel an
1921	/	黄建新 郑大圣 Huang Jianxin Zheng Dasheng	2021	Drame historique

BIBLIOGRAPHIE

I. Sources primaires

Corpus filmique

1. Principal

CHAN Gordon 陈嘉上, *Huà bì* 画壁 (*Mural*), 2011, 123 minutes.

CHAO Deng 邓超, CHEN Sicheng 陈思诚, NING Hao 宁浩, PENG Damo 彭大魔, XU Zheng 徐峥, YAN Fei 闫非, YU Baimei 俞白眉, *Wǒ hé wǒ de jiāxiāng* 我和我的家乡 (*My People, My Homeland*), 2020, 153 minutes.

CHOW Stephen 周星驰, KWOK Derek 郭子, *Xīyóu·jiàngmó piān* 西游·降魔篇 (*Journey to the West: Conquering the Demons*), 2013, 110 minutes.

CHOW Stephen 周星驰, *Měirényú* 美人鱼 (*The Mermaid*), 2016, 14 minutes.

CUI Junjie 崔俊杰, *Xìngfú mǎshàng lái* 幸福马上来 (*Happiness is coming*), 2018, 91 minutes.

DA Peng 大鹏, *Jiānbǐng xiá* 煎饼侠 (*Jian Bing Man*), 2015, 113 minutes.

FENG Xiaogang 冯小刚, *Sīrén dìng zhì* 私人订制 (*Personal Tailor*), 2013, 120 minutes.

GUO Jingming 郭敬明, *Xiǎo shídài* 小时代 (*Tiny Times*), 2013, 115 minutes.

GUO Jingming 郭敬明, *Xiǎo shídài 4: Línglún jìntóu* (*Tiny Times 4*), 2015, 126 minutes.

HAN Han 韩寒, *Fēichí rénsēng* 飞驰人生 (*Pegasus*), 2019, 98 minutes.

HUANG Jianxin 黄建新, ZHENG Dasheng 郑大圣, *2021*, 2021, 137 minutes.

JIA Ling 贾玲, *Nǐ hǎo, Lǐ Huànyīng* 你好, 李焕英 (*Hi, Mom*), 2021, 128 minutes.

JIANG Yuecheng 江约诚, ZHANG Quanxin 张全欣, *Xìngfú mítú* 幸福迷途 (*Happiness Me Too*), 2012, 100 minutes.

LIANG Dong 梁栋, *Wánměi yǒu duō měi* 完美有多美 (*The Door*), 2017, 98 minutes.

PENG Damo 彭大魔, YAN Fei 闫非, *Xià luò tè fánǎo* 夏洛特烦恼 (*Goodbye Mr. Looser*), 2015, 104 minutes.

PENG Damo 彭大魔, YAN Fei 闫非, *Xī hóng shì shǒufù* 西虹市首富 (*Hello Mr. Billionaire*), 2018, 118 minutes.

SU Lun 苏伦, *Chāo shíkōng tóngjū* 超时空同居 (*How Long Will I Love U*), 2018, 101 minutes.

WANG Yuelun 王岳伦, *Lè fāntiān* 乐翻天 (*Happy Hotel*), 2012, 90 minutes.

XU Zheng 徐峥, *Rén zài jiǒng tú zhī tài jiǒng* 人再囧途之泰囧 (*Lost in Thailand*), 2012, 105 minutes.

XU Zheng 徐峥, *Gǎng jiǒng* 港囧 (*Lost in Hong Kong*), 2015, 114 minutes.

XUE Xiaolu 薛晓路, *Běijīng yù shàng xīyǎ tú* 北京遇上西雅图 (*Finding Mr. Right*), 2013, 123 minutes.

2. *Secondaire*

BURTON, T., *Batman : le Défi*, 1992, 126 minutes.

CARRERE, E., *Ouistreham*, 2022, 107 minutes.

CARPENTER J., *Halloween*, 1978, 91 minutes.

COPPOLA F., *Bram Stoker's Dracula*, 1992, 128 minutes.

DALEY, J.F., GOLDSTEIN, J., *Vive les vacances*, 2015, 99 minutes.

DEMME, J., *Le Silence des agneaux*, 1991, 118 minutes.

DERAY, J., *La Piscine*, 1969, 124 minutes.

DHERY, R., *La Belle Américaine*, 1961, 95 minutes.

DING Ziguang 丁梓光 *Zuì qīn'ài de nǐ* 最亲爱的你 (*Youth*), 2018, 26 épisodes.

EPHRON, Nora, *Nuits blanches à Seattle*, 1993, 105 minutes.

FENG Xiaogang 冯小刚, *Fēichéngwùrǎo 2* 非诚勿扰2 (*If you are the One 2*), 2010, 120 minutes.

GARDNER C., *The Pursuit of Happyness*, 2006, 117 minutes.

HITCHCOCK, A., *Fenêtre sur cour*, 1954, 112 minutes.

Psychose, 1960, 109 minutes.

Sueurs froides, 1958, 128 minutes.

HOPPER D., *Easy Rider*, 1969, 94 minutes.

KAHN, J., *Detention*, 2011, 93 minutes.

KAIGE Chen 陈凯歌, *Huáng tǔdì* 黄土地 (*Terre jaune*), 1984, 91 minutes.

KURYS D., *Diabolo menthe*, 1977, 100 minutes.

La Baule-les-Pins, 1990, 93 minutes.

LIANG Dong 梁栋, *Rìcháng huànxiǎng zhǐnán* 日常幻想指南 (*Daily Fantasy*), 2021, 97 minutes.

MARLENS, N., *Growing Pants*, 1985-1992, 166 épisodes.

OWEN T., *The Donna Reed Show*, 1958-1966, 275 épisodes.

PHILLIPS, T., *Very Bad Trip*, 2009, 100 minutes.

Very Bad Trip 2, 2011, 102 minutes.

PINOTEAU, C., *La Boum*, 1980, 114 minutes.

SHERMAN-PALLADINO, A., *Gilmore Girls*, 2000-2007, 153 épisodes.

SONG Xiaofei 宋晓飞, *Qing shèng 情圣 (Some like it hot)*, 2016, 110 minutes.

STAR, D., *Sex and the City*, 1998-2004, 94 épisodes.

THURBER, R.M., *Les Miller, une famille en herbe*, 2013, 110 minutes.

WANG Bing 王兵, *kǔ qián 苦钱 (Argent amer)*, 2016, 152 minutes.

YE Ye, *H6*, 2022, 114 minutes.

YING Da, 英达 *wǒ ài wǒjiā 我爱我家 (I Love my Family)*, 1993-1994, 120 épisodes.

Articles de presse

AWUTI Tohuti 阿吾提·托乎提, *Méiyǒu zhòng guó gòngchǎndǎng jiù méiyǒu xīnjiāng gè zú rénmin de xìngfú 没有中国共产党就没有新疆各族人民的幸福* (« Sans le Parti communiste chinois, il n'y aurait pas de bonheur pour les habitants de tous les groupes ethniques du Xinjiang »), *Shíshìqiúshì 实事求是*, 1981, n°7, p.1-6.

CHAI Xiaofan 柴潇凡, GAO Tianding 高天鼎 « Bien raconter les histoires de Chine, bien diffuser les voix de la Chine » (*Xi Jinping: Jiǎng hǎo zhōngguó gùshì, chuánbò hǎo zhōngguó shēngyīn 习近平：讲好中国故事，传播好中国声音*), *Qiushi*, 2/06/2021.

CHI D., «China's new generation in pursuit of happiness», *Global Times*, 26 décembre 2017.

EHRET L., « China artist comes out... as a Frenchman », *The Local*, 6/11/2015.

HAO Xiping 郝新平, *Zhōngguó de "xìngzǐ" men——jì běijīng értóng yīyuàn báixièbìng kāngfù xiǎo'ér liánhuān huì 幸福啊，中国的“幸子”们——记北京儿童医院白血病康复小儿联欢会* (Heureusement, les « fils chanceux » de la Chine — En souvenir du rassemblement d'enfants de réadaptation pour leucémie à l'hôpital pour enfants de Pékin), *Fùmǔ bì dú 父母必读*, 1988, n°8, p.4-5.

HU Yiqing 胡翼青, HU Zhaofei 胡晓菲, *Chuánméi guānchá gǔn "jiǎng hǎo zhōngguó gùshì" de běnzhì, jiàzhí, nèiróng, fāngfǎ 传媒观察 | “讲好中国故事”的本质、价值、内容、方法* («Observation des médias : l'essence, la valeur, le contenu et la méthode pour "bien raconter

les histoires de Chine"»), *Chuánmèi guānchá* 传媒观察, 23/09/2021.

IRITANI, Evelyn, « Great Idea but don't quote him », *Los Angeles Times*, 9/09/2004.

JHA A., « Happiness is being young or old, but middle age is misery », *The Guardian*, 29/01/2008.

LEE-MYERS, Steven, « Shutting Down Historical Debates, China Makes It a Crime to Mock Heroes », *The New York Times*, 15/11/2021.

LI Boning 李伯宁, *Xìngfú de sūlián nóngmín——suí zhōngguó nóngmín dài biǎo tuán fù sū cānguān jì* 幸福的苏联农民——随中国农民代表团赴苏参观记之五 (*Les heureux paysans soviétiques——La cinquième visite en Union soviétique avec la délégation paysanne chinoise*), *Shìjiè zhīshì* 世界知识, 1953, n°5, p.27-29.

LI Shunlai 李顺来, *Bōzhòng xìngfú de rénmen——jì zhōngguó yīliáo duì zài a'ěrjīlǐ yǎ* 播种幸福的人们——记中国医疗队在阿尔及利亚 (*Les Gens qui sèment le bonheur: l'équipe médicale chinoise en Algérie*), *Guójì jīngjì hézuò* 国际经济合作, 1986, n°3, p.14-16.

LIU Qiong 刘琼, « Xiǎo shídài xiǎole shídài zhǎile géjú ǎile sīxiǎng “小”时代小了时代窄了格局矮了思想 (《Tiny Times: Rétrécir la réflexion》), *Rénmín rìbào* 人民日报, 16/07/2013.

LIU Xiaodong 刘笑冬 *Wǒguó jiāng shǒucì bān shòu zhōngguó rénmin gònghéguó “yǒuyì xūnzhāng* 我国将首次颁授中华人民共和国“友谊勋章”, (« Mon pays décernera pour la première fois la "Médaille de l'amitié" de la République populaire de Chine »), *Xīnbua*, 7/06/2018.

MA Xiuxiu 马秀秀, « Zhou Jun: Utilisez les contes de fées pour bien raconter l'histoire des villes le long des nouvelles routes de la soie » (*Zhōu jùn: Yòng tóngguà jiǎng hǎo “yīdài yīlù” chéngshì gùshì* 周俊：用童话讲好“一带一路”城市故事), 01/09/2017.

MIRLICOIRTOIS A., « Mai 68 : quelle était la situation économique ? », *Xerfi*, 20/04/2018.

SHI Shoujiang 侍守江, *Yuàn zhōngguó nóngmín xìngfú rúyì*, 愿中国农民幸福如意 (« Que les paysans chinois soient heureux »), *Jiānghǎi qiáo shēng* 江海侨声, 1998, n°1, p.53

SONG Qixia 宋绮霞, *Wèile zǐsūn hòudài de xìngfú——fǎng zhōngguó yōushēng kēxué xiéhuì huì zhǎng qián xìnzhōng* 为了子孙后代的幸福——访中国优生科学协会会长钱信忠, (« Pour le bonheur des générations futures——Entretien avec Qian Xinzhong, président de la China Healthy Birth Science Association »), *Zhōngguó jìhuà shēngyù xué zǎzhì* 中国计划生育学杂

志,1993, n°4, p.195-197.

WU Fugui 吴富贵, *Bōzhòng xìngfú de tiānsǐ zhōngguó hùshì zài alabó* 播种幸福的天使 中国护士在阿拉伯 (« Les anges qui sèment le bonheur. Infirmières chinoises en Arabie »), *Guójì réncái jiāoliú* 国际人才交流,1992, n°8, p.19-22.

XU Sizhen 徐思贞, *Zhōngguó wěidà xīn zhōngguó de fùnǚ xìngfú —cānjiā běijīng'95NGO lùntán gǎn* 中国伟大 新中国的妇女幸福——参加北京'95NGO论坛感 (« La grandeur de la Chine, le bonheur des femmes de la nouvelle Chine - Participation au Forum des ONG de Pékin '95 »), *Xīndōngfāng* 新东方, 1995, n°5, p.85-86.

Yīngxióng de chéngshì wèi shìjiè zuòchū chóng yào gòngxiàn 英雄的城市为世界作出重要贡献, (« La ville héroïque apporte une contribution importante au monde »), *Rénmín wǎng* 人民网, 9/04/2020.

ZHANG, Tianwei, «Chinese Beauty Industry Experts Defend Whitening Products», *Women's Wear Daily* (WWD), 10/07/2020.

ZHANG X., «Opportunities and challenges for the Chinese film industry in the 'new era'», *China Daily*, 7/11/2017.

Déclarations officielles et communiqués

Abrégé sur la réalisation d'une construction de la morale civique à l'ère nouvelle (Xīn shídài gōngmín dàodé jiànshè shíshí gāngyào 新时代公民道德建设实施纲要), 2019.

ARTHUS H., « Les discours de Deng Xiaoping dans le Sud : Points essentiels des discours prononcés par le camarade Deng Xiaoping à Wuchang, Shenzhen, Zhuhai et Shanghai (du 18 janvier au 21 février 1992) », *Perspectives chinoises*, n°2, 1992. p. 10-14.

Chuàngzào wǒmen de wénmíng hé xìngfú —jìniàn zhōngguó gòngchǎndǎng dànsēng qīshíwǔ zhōunián 创造我们的文明和幸福——纪念中国共产党诞生七十五周年 (*Créer notre civilisation et notre bonheur - Commémoration du 75e anniversaire de la naissance du Parti communiste chinois*), *Qiánjìn* 前进, 1996,n°7, p.1.

Commission nationale de la santé et de la planification familiale *Guójiā wèishēng hé jìhuà shēngyù wěiyuánhui* 国家卫生和计划生育委员会, Ligue de la jeunesse communiste de Chine *Zhōngguó*

gòngchǎn zǔyì qīngnián tuán 中国共产主义青年团, Ministère des affaires civiles *Zhōnghuá rénmin gònghéguó mínzhèng bù* 中华人民共和国民政部, «Directives sur la manière d'améliorer le mariage et la vie amoureuse des jeunes», (*Guānyú jìnyībù zuò hǎo qīngnián hūnlìàn gōngzuò de zhidǎo yìjiàn* 关于进一步做好青年婚恋工作的指导意见), 2017.

DENG Xiaoping 邓小平, «*Nán xún jiǎnghuà* 南巡讲话» («Discours de la Tournée d'inspection dans le sud»), 18/01/1992-21/02/1992.

Guówùyuan cānshì shì 国务院参事室 (Bureau du conseiller du Conseil d'État), *Zhōnghuá wénhuà jīyīn shì dǎng de zhòngyào jīngshén yuānyuán* 中华文化基因是党的重要精神渊源 (Les gènes culturels chinois sont l'origine spirituelle importante du parti), 15/11/2021.

Hu jintao zài shěng bù jí zǔyào lǐngdǎo gānbù tígāo gòujiàn shèhuì zǔyì héxié shèhuì nénglì zhuāntí yántǎo bān shàng de jiǎnghuà «胡锦涛在省部级主要领导干部提高构建社会主义和谐社会能力专题研讨班上的讲话» («Allocution du président Hu Jintao lors du séminaire organisé pour les hauts dirigeants et les cadres provinciaux autour de la thématique “augmenter notre capacité à construire une société harmonieuse socialiste”»), prononcée le 19 février 2005 à l'École centrale du Parti. Citée par BOUTONNET Thomas, «Traitement moral de la question sociale dans la « société harmonieuse » de Hu Jintao », *Transtext(e)s Transcultures* 跨文本跨文化, 5, 2009.

Jǔbào wǎngshàng lìshǐ xūwú zǔyì cuòwù yánlùn qǐng dào “12377” ——jǔbào zhōngxīn “shè lìshǐ xūwú zǔyì yǒuhài xìnxi jǔbào zhuānqū” shàngxiàn 举报网上历史虚无主义错误言论请到“12377”——举报中心“涉历史虚无主义有害信息举报专区”上线, *Zhongyāng wang xìn bàn jubao zhongxin* 中央网信办举报中心 (Administration du cyberspace de Chine), 09/04/2021.

LI Songtao 李松涛, *Běijīng shǒuci jiāng “xìngfú zhǐshù” nàrù héxié shèhuì píngjià tǐxì* 北京首次将“幸福指数”纳入和谐社会评价体系 («Pékin intègre "l'indice de bonheur" dans le système d'évaluation de la société harmonieuse pour la première fois»), *Zhōngguó qīngnián bào* 中国青年报, 12/03/2006.

MA Jiantang 马建堂, *China's Practice in Measuring Well-Being*. Communiqué du Bureau national des statistiques de Chine, 22 octobre 2012.

MAO Zedong *Máo zédōng hé dìmèimen de tánhuà* 毛泽东, 毛泽东和弟妹们的谈话 («

Conversation entre Mao Zedong et ses frères et sœurs »), *Bàndǎo chénbào* 半岛晨报, 11/12/1998.

QIAN Xinzong 钱信忠, *Rénkǒu kēxué wéi rénlèi xìngfú fúwù—1983 nián 1 yuè 10 rì zài zhōngguó rénkǒu xuéhuì lǐshì huì kuòdà huìyì shàng de jiǎnghuà* 人口科学为人类幸福服务——1983年1月10日在中国人口学会理事会扩大会议上的讲话 (La science de la population au service du bonheur humain — Discours à la réunion élargie du Conseil de la Société chinoise de la population le 10 janvier 1983), *Rénkǒu yánjiū* 人口研究, 1983, n°2, p.7-10

«*Wéi rénmín móu xìngfú: Xīn zhōngguó rénquán shìyè fāzhǎn 70 nián* 为人民谋幸福：新中国人权事业发展70年» («*À la Recherche du bonheur du peuple : 70 ans de développement des droits de l'homme en Chine nouvelle*»), communiqué du *Guówùyuàn xīnwén bàngōngshì* 国务院新闻办公室 (Bureau de l'Information du Conseil de l'Etat), 22/09/2019.

Xījìnpíng guānyú shíxiàn zhōnghuá mínzú wěidà fùxīng de zhōngguó mèng lùnsù zhāibian Zhōnggòng zhōngyāng wénxiàn yánjiū shì 习近平关于实现中华民族伟大复兴的中国梦论述摘编 (Extraits de la thèse de Xi Jinping sur la réalisation du rêve chinois du grand renouveau de la nation chinoise), 中共中央文献研究室 (Bureau de recherche de documents du Comité central du Parti communiste chinois), 2013.

XI Jinping, 习近平, *Zài qìngzhù zhōngguó gòngchǎndǎng chénglǐ 100 zhōunián dàhuì shàng de jiǎnghuà* 在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话 (« Discours à l'occasion de la célébration du centième anniversaire du Parti communiste chinois »), *Guówùyuàn xīnwén bàngōngshì* 国务院新闻办公室 (Bureau de l'Information du Conseil de l'Etat), 1/07/2021.

XI Jinping 习近平, *Zài shíxiàn zhōngguó mèng de shēngdòng shíjiàn zhōng fàngfēi qīngchūn mèngxiǎng* 在实现中国梦的生动实践中放飞青春梦想 (« Libérez les rêves de la jeunesse dans la réalisation du rêve chinois »), 4/05/2013.

Xíngtái shì rénlì zīyuán hé shèhuì bǎozhàng jú 邢台市人力资源和社会保障局 (Bureau des

Ressources humaines et de la sécurité de Xingtai), « Il est glorieux de travailler pour s'enrichir » (*Láodòng zǎbìfù guāngróng* 劳动致富光荣) 26/04/2018.

Zhōngguó gòngchǎndǎng de lìshǐ shǐmìng yǔ xíngdòng jiàzhí 中国共产党的历史使命与行动价值 (*Valeurs et mission historique du Parti communiste chinois*), communiqué du 中共中央宣传部 (Département de la propagande du Comité central du Parti communiste chinois), 26 août 2021.

II. Sources secondaires

AAKER J., KAMVAR SD., MOGILNER C., « The Shifting Meaning of Happiness », *Social Psychological and Personality Science*. 2011, n°2(4), p.395-402.

AHMADIANI M., FERREIRA S., KESSLER J, «What Makes People Happy? Evidence from International Data », *Journal of Happiness Studies*, 2022.

ALPE Yves ; DOLLO Christine, LAMBERT Jean-Renaud, PARAYRE, Sandrine, *Lexique de sociologie*, Dalloz, 2020

ANSELME, Isabelle, « La symbolique de l'or à l'écran dans les nouvelles comédies chinoises : entre « bling-bling » et marqueur identitaire », in *Jade, or, porcelaine. : Objets précieux dans le monde chinois d'hier et d'aujourd'hui*, Montpellier : Presses universitaires de la Méditerranée, 2021, p.107-118.

APPLETON S., SONG L. « Life satisfaction in urban China: Components and determinants», *World Development*, 2008, 36, p. 2325–2340

BADIOU A., *Éloge de l'Amour*, avec TRUONG Nicolas, Paris : Flammarion Champs, 2011

BAI, Bao-yu & TAN, Xuyun, YANG, Ying, ZHANG, Ning, « Social Dominance Orientation and Selfish Behaviors in Chinese Adolescents: the Mediating Role of Psychological Entitlement», *Child Indicators Research*, 2020, vol.13.

BAI Yunzhao 白云昭, *Cóng "xìngfú mǎshàng lái" kàn fēnggōng xǐjù diànyǐng yìshù de tuìxíng yǔ jībiàn* 从《幸福马上来》看冯巩喜剧电影艺术的退行与畸变 (« La rétrogression et la distorsion de l'art cinématographique comique du Feng Gong de *Happiness Is Coming*»), *Diànyǐng wénxué* 电影文学, 2019, n°12, p.64-66.

BARR MCCUTCHEON G., *Brewster's Million*, New York: Grosset & Dunlap, 1902.

BARROW, R., *Happiness*, vol. 131, 1980, p.10.

- BERTHON, Salomé (dir.), *Ethnologie des gens heureux*, Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2009, 206p.
- BIAO Xiang, « Suspension: Seeking Agency for Change in the Hypermobile World », *Pacific Affairs*, vol.94(2), 2021, p.233-250.
- BLANCHFLOWER D., OSWALD, A. « International happiness: An introduction and review », *Academy of Management Perspectives*, 2011, 25, 6–22.
- BLAZYTE A., « Friends as a source of happiness among Chinese as of August 2020 », 27/01/2022.
- BERGER, K. ; RABAULT, V., *Les Trente Glorieuses devant nous*, Paris : Rue Fromentin, 2011, 204p.
- BERRY C., «Happy Alone? Sad Young Men in East Asian Gay Cinema », *Journal of homosexuality*, 2000, n°39(3-4), p.187–200.
- BILLIoud S. « Le Renouveau confucéen en Chine et son rapport au temps » [conférence], Paris, Inalco, 5/03/2022.
- BISSELL K., YAN Yan, The Globalization of Beauty: How is Ideal Beauty Influenced by Globally Published Fashion and Beauty Magazines? *Journal of Intercultural Communication Research*, 2014, vol.43 (3), p.194-214.
- BOND, M.H., MINKOV, M., A., « Genetic Component to National Differences in Happiness », *Journal of Happiness Studies*, 2017, n°18, p.321–340.
- « Le Bonheur, c'est quoi ? pour Piaf, Sagan, Aron, Beauvoir... - #CulturePrime », *France Culture*, 08/06/2019. Disponible sur Youtube.
- BONKE J., DEDING M., LAUSTEN M., « Time and money », *Journal of Happiness Studies*, 2009, 10(2), p.113–131.
- BONN, G., TAFARODI, R.W., «Chinese and South Asian Conceptions of the Good Life and Personal Narratives», *Journal of Happiness Studies*, 2014, n°15, 741–755.
- BROCKMANN H., DELHEY J., WELZEL C., « The China Puzzle: Falling Happiness in a Rising Economy », *Journal of Happiness Studies*, 2009, n°10, p.387–405.
- BRZESKI P., « Chinese Hit comedy 'Lost in Thailand' Generating Mixed Returns for Thai Economy », *The Hollywood Reporter*, 12/02/2013.
- CANTRIL H., *The Pattern of Human Concerns*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey, 1965.
- CHAN, L., *Self-Cultivation, Moral Motivation and Moral Imagination: A Study of Zhu Xi's Virtue*

- Ethics*, University of Hawaii, Honolulu, 2008.
- CHEN, C., CHENG, H., LI, D., «The Mystery of Chinese People's Happiness », *Journal of Happiness Studies*, 2018, n° 19, p.2095–2114.
- CHEN Liuqin 陈柳钦, *Zǒuxiàng xìngfú: Jīngjì xué yánjiū de huíguī* 走向幸福：经济学研究的回归 («Vers le bonheur: le retour de la recherche économique»), *Bǎnquán shēngmíng* 版权声明, 15/04/2019.
- CHEN, W. C., « How education enhances happiness: comparison of mediating factors in four East Asian countries », *Social indicators research*, 2012, n°106, p.117-131.
- CHEN Z., DAVEY G, « Happiness and Subjective Wellbeing in Mainland China », *Journal of Happiness Studies*, 2008, p.589–600.
- CHEN Z, WANG CY. «The Discipline of Happiness: The Foucauldian Use of the “Positive Energy” Discourse in China’s Ideological Works», *Journal of Current Chinese Affairs*. 2019, n°48, p.201-225.
- CHENG Wenjiu A., NARIZHANAYA M., RIZKALLAH S., « Individualism vs collectivism » in *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences: Clinical, Applied and Cross-Cultural Research*, Wiley Online Library, septembre 2020
- CHENG Z, SMYTH R., WANG H., «Consumption and Happiness. *The Journal of development studies*», 2019, n°55, p.120–36.
- CHEUNG, CK., LEUNG, KK, « Forming Life Satisfaction among Different Social Groups during the Modernization of China », *Journal of Happiness Studies*, 2004, n°5, 23.
- CHIO J., «Fieldwork, Film, and the Tourist Gaze: Making 农家乐 Peasant Family Happiness », *Visual anthropology review*, 2014, n°30, p.62–72.
- COLIN S. « La Chine et ses campagnes », *Transcontinentales*, 2006, vol.3, p.47-66.
- CONFUCIUS, *Les Entretiens*, traduction de Séraphin Couvreur, Paris : Mille et une nuits, 1997.
- CHOW Eileen, ROJAS Carlos (ed.), *The Oxford Handbook of Chinese Cinemas*, Oxford: Oxford University Press, 2013, 736p.
- CHU KKL, «Co-Opting the Wolves: National Film Industry Reform in China After 1978 », *Asian politics & policy*, 2010, n°2, p.95–121.
- DAVOINE, L., *Économie du bonheur*, Paris : La Découverte, 2020, 128p.
- DEBORD G., *La Société du spectacle*, Paris : Gallimard, 1967
- DE LA FONTAINE Jean, « Le Pâtre et le Lion », *Fables choisies et mises en vers*, Paris : Thierry,

1668.

DEMIR, M., WEITEKAMP, L.A., « I am so Happy 'Cause Today I Found My Friend: Friendship and Personality as Predictors of Happiness », *Journal of Happiness Studies*, 2007, n°8, p.181–211.

DIENER, E., « Subjective Well-Being: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index », *The American psychologist*, 2000, 55. 34-43.

DIENER, E., NAPA-SCOLLON, C.K., OISHI, S. *et al.* «Positivity and the Construction of Life Satisfaction Judgments: Global Happiness is not the Sum of its Parts», *Journal of Happiness Studies*, 2000, 1, p.159–176.

DIENER E., TAY L., «Needs and Subjective Well-Being Around the World », *Journal of Personality and Social Psychology*, Juin 2011, n°101, p.354-365.

DI MEGLIO Jean-François, « Le bonheur n'est pas une idée neuve en Chine » ou « faire du Ciel le plus bel endroit de la Terre ». Petite approche d'un goût en voie de réapparition en Chine : celui du bonheur, *Monde chinois* 2015/1 (N° 41), p.40-43.

DING, J., SALINAS-JIMÉNEZ, J., SALINAS-JIMÉNEZ, M. « The Impact of Income Inequality on Subjective Well-Being: The Case of China », *Journal of Happiness Studies*, 2021, n°22, p.845–866.

DOCTOROFF, T., *What Chinese Want: Culture, Communism, and China's Modern Consumer*, Londres: Palgrave MacMillan, 2015, 272p.

DURPAIRE François, *Histoire mondiale du bonheur*, Paris : Le Cherche-Midi, 2020, 448p.

EASTERLIN R. A., « The Economics of Happiness », *Daedalus*, 2004, 133(2), p.26–33.

EASTERLIN R., « Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence », in David P., Reder M. (eds), *Nations and Households in Economic Growth. Essays in Honor of Moses Abramovitz*, New York, Academic Press, 1974, p. 89-127

EASTERLIN R. A. « Life cycle happiness and its sources: Intersections of psychology, economics, and demography », *Journal of Economic Psychology*, 2006, 27(4), 463–482.

EASTERLIN R. A., MORGAN R., SWITEK, M., FEI, W, « China's life satisfaction, 1990–2010 », *Proceedings of The National Academy of Sciences of The United States of America*, 2012, 109(25), p. 9775–9780.

EHRHARDT, J., VEENHOVEN, R., *et al.* *Happiness in nations: Subjective appreciation of life in 56 nations 1946–1992*. Erasmus University: Rotterdam, 1993.

ERNAUX A., *Les Années*, Paris : Gallimard, 2008.

- EVERS U., MIYAMOTO Y., YOO J., « Does Materialism Hinder Relational Well-Being? The Role of Culture and Social Motives », *Journal of Happiness Studies*, 2021, n° 22, p.241–261.
- FABIAN, M. «Racing from Subjective Well-Being to Public Policy: A Review of *The Origins of Happiness* », *Journal of Happiness Studies*, 2019, n° 20, p.2011–2026.
- FERRARI R., « Disenchanted Presents, Haunted Pasts, and Dystopian Futures: deferred millennialism in the cinema of Meng Jinghui », *The Journal of contemporary China*, 2011, n°20(71), p.699–721.
- FINANNE A., «Selling Happiness: Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai», *The China Quarterly*, 2005, n°183, p.721–722.
- FOA R., INGLEHART R., PETERSON C., WELZEL, C., «Development, freedom, and rising happiness: A global perspective (1981–2007) », *Perspectives on Psychological Science*, 2008, 3(4), p.264–285.
- FU, X. LI, P., YANG, Y., « Orientations to Happiness and Subjective Well-Being in Chinese Adolescents: The Roles of Prosocial Behavior and Internet Addictive Behavior», *Journal of Happiness Studies*, 2017, n°18, p.1747–1762.
- FUNG H.H, GONG X, WONG N., «Does Valuing Happiness Enhance Subjective Well-Being? The Age-Differential Effect of Interdependence », *Journal of Happiness Studies*, 2020, n° 21, 1–14.
- GAME, Jérôme, *Images des corps / Corps des images au cinéma*, Paris, ENS éditions, 2010.
- GAO Feng 高峰, HU Yunhao 胡云皓, “Gòngchǎndǎng xuānyán” zhōng de xìngfú sīxiǎng lùn xī*—
—jiān lùn mǎkèsī de xìngfú guān 《共产党宣言》中的幸福思想论析*——兼论马克思的幸福观 (《Une analyse du bonheur dans les considérations sur le bonheur de Marx dans *Le Manifeste*》), *Gāoxiào mǎkèsī zhūyì lǐlùn yánjiū* 高校马克思主义理论研究, 2018, 04(04), p.71-76.
- GE Mingrong 葛明荣, WANG, Xiaojing 王晓静, *Jiànshe xìngfú bān jíǔ* 建设幸福班集体 (*Construction class collective happiness*), Science Press, 2013.
- GILMOUR R., LU L., «Culture and conceptions of happiness: Individual oriented and social oriented SWB», *Journal of Happiness Studies*, 2004, n°5, p.269–291.
- GLAESER, Edward, *Triumph of the city: How our greatest invention makes us richer, smarter, greener, healthier, and happier*, The Penguin Press HC.
- GOLIOT-LETE, Anne ; VANOYE, Francis, *Précis d'analyse filmique*, Paris, Armand Colin, 2020.

GOLPELWAR, M., YUAN, H., «Testing Subjective Well-Being from the Perspective of Social Quality: Quantile Regression Evidence from Shanghai China», *Social Indicators Research*, 2012, p.1-20.

GUIEN Jeanne, *Le Consumérisme à travers ses objets*, Paris : Divergences, 2021, 228p.

GUO, S.P., ZENG, H. « “Le” : The Chinese Subject Well-Being and the View of Happiness in China Tradition Culture », *Acta Psychologica Sinica*, 2012, n°44, p.986-994.

GUO Y., LIN Z., «The Comedy Narrative of Contemporary Family Drama and Its Motivation Analysis», *Proceedings of the 4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities (ICCESSH 2019)*, 2019, p.819-822.

HAGERTY, M. R.; VEENHOVEN, R., « Rising happiness in nations 1946–2004: A reply to Easterlin ». *Social Indicators Research*, 2006, 79, 421–436.

HAMER D., « The Heritability of Happiness », *Nature Genetics*, n°14, octobre 1996, p. 125-126.

HARTOG, F., *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, Paris : Le Seuil, 2003.

HAVIS RJ., «Changing the Face of Chinese Cinema: An Interview with Chen Kaige », *Cinéaste* 2003, n°29(1), p.8–11.

HE Lixin 何立新, PAN Chunyang 潘春阳, *Pòjiě zhōngguó de “Easterlin bèi lùn” : Shòurù chājù, jībù ài jūn yǔ jūmín xìngfú gǎn* 破解中国的“Easterlin悖论”：收入差距、机会不均与居民幸福感 (« Déchiffrer le "paradoxe d'Easterlin" en Chine: disparité des revenus, inégalité des chances et bonheur des résidents »), *Fùdàn dàxué jīngjì xuéyuàn*, 复旦大学经济学院, 2011.

HEMELRYK D., S., «No place for young women: class, gender, and moral hierarchies in contemporary Chinese film », *Social Semiotics*, vol. 18, n° 4, 2008

HEYSE Marko, ZHOU, Jun, *Der Gelbe Kranichturm – 黄鹤楼*, Münster : Monsenstein und Vannerdat, 2015, 36p.

HUANG Songshan, STODOLSKA Monika, WEI Xiang, YU Yihua, « Leisure Time, Leisure Activities, and Happiness in China. Evidence from a National Survey », *Journal of Leisure Research* 2015, Vol. 47, No. 5, p. 556–576

HUNT P., «The Road Home: Rebellion, the Market and Masculinity in the Han Han Phenomenon», *China Perspectives*, n°2020/3, p.29-37

HUYNH E., KLOETZLI S., « Corée : la nouvelle référence beauté ? », *Koi*, 19/12/2021, n°19.

HSU, B., ZHANG, W. & Kim, C. «Surveying happiness in China: comparing measures of subjective well-being», *Journal of Chinese Sociology*, 2017, n°4, 14.

JAGODZINSKI W., « Economic, Social, and Cultural Determinants of Life Satisfaction: Are there Differences Between Asia and Europe? », *Social Indicators Research*, 2010, vol. 97(1), p.85-104.

JAUBERT S., PEYRARD M., *La Révolution rétro*, 52 minutes.

JIANG DY., JOSHANLOO M., WEIJERS D., «Fragility of Happiness Beliefs Across 15 National Groups», *Journal of Happiness Studies*, 2015, n°16, p.1185–1210.

JIANG Hua 蒋华, *Zhǔxuánlǜ diànyǐng lèixíng huà de xīn chángshì——píng dūshì xǐjù diànyǐng “xìngfú mǎshàng lái”* 主旋律电影类型化的新尝试——评都市喜剧电影《幸福马上来》 (« Une nouvelle typologie filmique des thèmes principaux : commentaire de la comédie urbaine *Happiness is coming* », *Dàzhòng wényì* 大众文艺, 2019, n°9, p.178-179

JOHNSON, Matthew D., VULPIANI Luke, WAGNER Keith B., YU Tianqi (dir.), *China's iGeneration: Cinema and Moving Image Culture for the Twenty-First Century*, Londres: Bloomsbury Academic, 2014, 370p.

KALMIJN, W., VEENHOVEN, R., « Index of Inequality-Adjusted Happiness (IAH) Improved: A Research Note», *Journal of Happiness Studies*, 2014, n°15, p.1259–1265.

KANT, E., *Anthropologie du point de vue pragmatique*, Paris : Flammarion, 1999, 352p.

KERLAN A., « Le Cinéma en Chine », in KOUAME N., MEYER E., VIGUIER A. (dir.), *Encyclopédie des historiographies : Afriques, Amériques, Asies*, vol.1, tomes 1 & 2, Paris, Inalco Presses, 2020, p.298-306.

KEYSER, Sytske A., LIEN, W., « Chinese Cinema at the 1995 Rotterdam Film Festival: Dreaming of a Better World », *China information*, 1995, n°9(4), p.60–72.

KIM A., MAGLIO S.J., «Vanishing time in the pursuit of happiness», *Psychonomic Bulletin Review*, 2018, n° 25, p.1337–1342.

KINSLEY, D., *Hindu Goddesses: Visions of the Divine Feminine in the Hindu Religious Tradition*, New Delhi: Motilal Banarsidass, 1998, 281p.

KNIGHT, J., GUNATILAKA, R., «Does Economic Growth Raise Happiness in China? », *Oxford Development Studies*, 2011, n°39, p.1-24.

LALLAS D., « “From the People, by the People, to the People”: The American Dream(s) Debut », *The Journal of American Culture*, vol. 37, n°2, juin 2014, p.162-171.

LEE W-S., ZHAO Z., «Height, Weight and Well-Being for Rural, Urban and Migrant Workers in China», *Social indicators research*, 2015, n°132(1), p.117–136.

- LE SAUSSE G., *Que nous racontent les happy ends hollywoodiens ? Approche narrative et axiologique d'un topos cinématographique* [mémoire], Université Paris I, 2014.
- LESCEURS G., « Les maladies en représentation », *Les Tribunes de la santé*, vol.11, n°2, 2006, p. 31-37.
- LEWIS, C.S, *The Lion, The Witch and the Wardrobe*, Londres : S.C Lewis Pte Ltd, 1950.
- LI C., LIEBLER Carol M., WEI Jiang «Beauty, binaries, and the big screen in China: character gender in feature films », *Asian Journal of Communication*, 2015, vol.25 (6), p.584 - 599.
- LI M. Z, « Leisure and tourism in the changing China », *World Leisure Journal*, 2009, 51(4), p.229– 236.
- LI Q., SONG S., XIANG G., «Examining the Associations of Trait Self-control with Hedonic and Eudaimonic Well-being», *Journal of Happiness Studies*, 2021
- LI Qingying 李青颖, *Shēngchǎn zònghé: 18 bù zuòpǐn huò "zhōngguó mèng·láodòng měi·xìngfú lù" wéi diànyǐng dàsài jiǎng* 生产综合: 18部作品获“中国梦·劳动美·幸福路”微电影大赛奖 (Synthèse de la production: 18 œuvres ont remporté le prix du concours de microfilms "Rêve chinois, Beauté laborieuse, Route du bonheur"), *Zhōngguó tiě jiàn niánjiàn* 中国铁建年鉴, *Zhōngguó jīngjì chūbǎn shè* 中国经济出版社, 2016, n°257.
- LI Y. J., « Comparative Study of Cultural Value Orientation between China and America », *Theory and practice in language studies*. 2021, n°11(1), p.97.
- LIANG Dechun 梁德淳, *Xìngfú xué: Yī mén dài jiàn de jù yǒu zhōngjí yìyì de xīn xuékē* 幸福学: 一门待建的具有终极意义的新学科 («Happiness Studies: une nouvelle discipline d'une importance ultime à développer»), *Shàngráo shī zhūān xuébào* 上饶师专学报, 1999, n°2, p.32-37.
- LIANG, J., SCOTT BROWN, J., YAMASHITA, T., « Leisure Satisfaction and Quality of Life in China, Japan, and South Korea: A Comparative Study Using AsiaBarometer 2006 », *Journal of Happiness Studies*, 2013, n° 14, p.753–769.
- LIEN W., «The Quest for Happiness: Chinese Cinema at the 2000 International Rotterdam Film Festival», *China Information*, 2000, n°14, p.194-218.
- LIFEBEHINDTHEHALL, « Friendship in China » [blog], 7/09/2010 <<https://lifebehindthewall.wordpress.com/2010/09/07/what-is-a-friendship-in-china/>>
- LIN X., «New Chinese Cinema of the “Sixth Generation”: A Distant Cry of Forsaken Children », *Third text*, 2002, n°16(3), p.261–84.
- LINLEY P.A., MALTBY J., PROCTOR C.L., « Youth Life Satisfaction: A Review of the

Literature. *Journal Happiness Studies* » 2009, n°10, p.583–630.

LIU Junqiang 刘军强, SU Yang 苏阳. XIONG Moulin 熊谋林 经济增长时期的国民幸福感 («Le bonheur national en période de croissance économique»), *Zhōngguó shèhuì kēxué* 中国社会科学, 2012.

LIU K., «Humor styles, self-esteem, and happiness, Discovery » – *SS Student E-Journal*, 2012, vol.1, p.21-41.

LIU K., «Happiness and Tourism», *International Journal of Business and Social Science*, vol. 4, n° 15, November 2013, p.67-70.

LIU, K., YANG, J., ZHANG, Y., «Happiness Inequality in China», *Journal of Happiness Studies* 2019, n°20, p.2747–2771 (2019).

LIU, L., «Quality of life as a social representation in China: a qualitative study», *Social Indicators Research*, 2006, n°75, p.217–240.

LIU Min 刘敏, *Xià luò tè fánǎo zhōng de "tā" hé "tā"* 夏洛特烦恼中的“他”和“她”(«Le “loser” et sa femme dans *Goodbye Mister Losem* »), *Míngzuò xīnshǎng* 名作欣赏, 2017, n°24, p.156-157.

LOUIE Kam, « Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia, with Special Reference to China », *The Journal of Asian Studies*, vol.71, n°4, 2012, p.929-943.

LU L., « Understanding happiness: A look into the Chinese folk psychology », *Journal of Happiness Studies*, 2, p.407–432.

LUO Shan 罗珊, ZHA Wenjuan 查文娟, “Zhōngguó mèng” hé “měiguó mèng” wénhuà nèihán de bǐjiào yánjiū——yǐ diànyǐng “zhōngguó héhuǒ rén” hé “dāng xìngfú lái qiāo mén” wéi lì “中国梦”和“美国梦”文化内涵的比较研究——以电影《中国合伙人》和《当幸福来敲门》为例 («Une étude comparative des connotations culturelles du "Rêve chinois" et du "Rêve américain" en prenant en exemple les films *American Dreams in China* et *A la Recherche du bonheur* »), *Nánchāng jiàoyù xuéyuàn xuébào* 南昌教育学院学报, 2016, n°31/3, p.25-27.

LUO X., «Unlocking the future: characterizing “hope” in contemporary Chinese science-fiction », *Cultural studies*, 2020, n°34(2), p.235–256.

LYNCH, S., STEELE, L., «The Pursuit of Happiness in China: Individualism, Collectivism, and Subjective Well-Being During China's Economic and Social Transformation», *Social indicators research*, 2013.

- LYUBOMIRSKY Sonja, *Comment être heureux et le rester*, Paris : Flammarion, 2008, 384p.
- LYUBOMIRSKY Sonja, *Qu'est-ce qui nous rend heureux*, Paris : les Arènes, 2014, 317p.
- MASSA, P., « Vae Victis. La face sombre de la méritocratie : un imaginaire sous l'emprise de l'American Dream », MAUSS, 2010.
- MENCIUS, *Mengzi* cité dans GRAHAM, Angus C., Chuang-tzû, *The Seven Inner Chapters and Other Writings from the Book Chuang-tzû*, 13 Londres, Allen and Unwin, 1981, p. 223.
- MEYER-CLEMENT E., «The evolution of Chinese film policy: how to adapt an instrument for hegemonic rule to commercialisation », *International journal of cultural policy*, 2017, n°23(4), p.415–432.
- MIAO Yuanjiang 苗元江, *Cóng xìngfú gǎndào xìngfú zhǐshù——fāzhǎn zhōng de xìngfú gǎn yánjiū* 从幸福感到幸福指数——发展中的幸福感研究 (« Du bonheur à l'indice de bonheur : un essor des études sur le bonheur »), *Nánjīng shèhuì kēxué* 南京社会科学, novembre 2009.
- MIAO Yuanjiang 苗元江, *Zònghé xìngfú wènjuàn* 综合幸福问卷 (MHQ), 2003.
- MORRIS C., « The Reflexivity of the Road Film », *Film criticism*, 2003, n°28(1), p.24–52.
- NERI, C., « La Bildung est maoïste : croissance et sacrifice de soi dans le détachement féminin rouge de Xie Jin », in TIRLONI Valentina, WUNENBURG Jean-Jacques (dir.), *Esthétiques de l'espace : Occident et Orient*, Mimesis, 2010.
- NG Yew-Kwang, *Happiness—Concept, Measurement and Promotion*, Springer Singapore, 2021, 183p.
- OLIVIER G., « La Chine, premier marché mondial, devient une superpuissance automobile », *La Jaune et la Rouge*, n°663, mars 2011.
- ORMEN Catherine, *Modes XIXe et XXe siècles*, Paris : éditions Hazan, 2000, 575p.
- PAWIN R., « Le Bien-être dans les sciences sociales : naissance et développement d'un champ de recherches », Paris : PUF, 2014/2, vol. 64, p. 273-294.
- PAWIN R., *Histoire du bonheur en France depuis 1945*, Paris : Robert Laffont, 384p.
- PAWIN R., « La Conversion au bonheur en France dans la seconde moitié du 20e siècle », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, Paris : Presses de Sciences Po, 2013/2 n° 118, p.171-184.
- PAWIN R., « Les Lois genrées de la guerre. Le genre du bonheur (France, 1945-années 1970) », *Clio*, 2014, n°39.
- PAWIN R., « Le Sacre du bonheur », *L'Histoire*, février 2016, n°420, p.68-71.
- PAWIN R., « Retour sur les « Trente Glorieuses » et la périodisation du second XXe siècle »,

Paris : Belin, 2013/1 n° 60-1, p.155-175.

PENG Altman Yuzhu, « techno-feminist analysis of beauty app development in China's high-tech industry », *Journal of Gender Studies*, 2021, vol.30 (5), p.596-608.

QIU Lin 邱林 YAN Biaobin 严标宾 ZHENG Xue 郑雪, 中国大陆、香港和美国大学生主观幸福感比较 («Comparaison du bien-être subjectif chez les étudiants de niveau collégial en Chine continentale, à Hong Kong et aux États-Unis »), Zhaoqing 肇庆, 2003.

QIU Lin 邱林 YAN Biaobin 严标宾 ZHENG Xue 郑雪, *SWB hé PWB: Liǎng zhǒng xìngfú gǎn yánjiū qǔxiàng de fēnyē yǔ zhěng hé* SWB 和 PWB: 两种幸福感研究取向的分野与整合 («SWB et PWB: la séparation et l'intégration de deux axes de recherche sur le bien-être»), Zhaoqing 肇庆, 2004

RABAULT, V., « Investir pour les trente prochaines glorieuses », *Vie & sciences de l'entreprise*, vol. 187, no. 1, 2011, p. 119-122.

REN J., « Cultural Interpretation of the Pursuit of Happiness », *International Conference on Applied Social Science Research (ICASSR)*, Dordrecht: Atlantis Press, 2014, p.18-19.

RIMBAUD, A., *Les Cahiers de Douai*, Paris, 1870.

RODE, M., «Do Good Institutions Make Citizens Happy, or Do Happy Citizens Build Better Institutions? », *Journal of Happiness Studies*, 2013, n°14, p.1479–1505.

ROY A., SMITH SPECK SK., « The Interrelationships between Television Viewing, Values and Perceived Well-Being: A Global Perspective », *Journal of international business studies*, 2008, n°39(7), p.1197–219.

RUI K., « Le goût d'une bonne vie : récits et contre-récits du bonheur dans le documentaire *La Chine au bout de la langue 2* (2014) », *Perspectives chinoises*, 2018/1-2, p.51-60.

SCHELL, O., *To Get Rich is Glorious: China in the Eighties*, New York: Pantheon Books, 1984.

SHAKESPEARE, W., « Sonnet LX », in *Shakespeare's Sonnets*, Angleterre : Thomas Thorpe, 1609. Traduction personnelle.

STAFFORD Charles, “Being careful what you wish for: The case of happiness in China”, *Haw: Journal of Ethnographic Theory*, 2015, vol.5, n°3, p.25-43.

STAFFORD, C., *The Roads of Chinese Childhood: Learning and identification in Angang*, Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

STAFFORD, C., *Separation and reunion in modern China*, Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

STAFFORD, C., "Two stories of learning and economic agency in Yunnan." *Taiwan Journal of Anthropology* 2 (1), p.171–94.

SELIGMAN, M., *Learned optimism*, Knopf: New York, 1991.

SHELDON, K., HOON, T, « The multiple determination of well-being: Independent effects of positive traits, needs, goals, selves, social supports, and cultural contexts », *Journal of Happiness Studies*, 2007, N°8(4), p.565–592.

SHEN Jie 沈杰, *Cóng "GDP chóngbài" dào xìngfú zhǐshù guānhuái——fāzhǎn lǐlùn shìyě zhōng fāzhǎn guān de jǐ cì shēnkè zhuǎnzhé* 从 “GDP 崇拜” 到幸福指数关怀——发展理论视野中发展观的几次深刻转折 («Du culte du PIB à la préoccupation de l'indice de bonheur: plusieurs changements profonds dans le concept de développement dans la perspective de la théorie du développement»), Beijing 北京, *Zhōngguó shèhuì kēxuéyuàn shèhuì xué yánjiū suǒ* 中国社会科学院社会学研究所, 2006.

SUN L, « The Representation of Later Life Love in Chinese and European Films », *Sexuality & culture*, 2018, n°23(2), p.458–474.

SUN W., «Consumption Plus Love: Inequality, Domestic Utopia, and China's New Politics of the Future», *Modern China*, 2020, Vol. 46(1), p.49–78.

TSANG S.K.M., ZHANG H., «Relative Income and Marital Happiness Among Urban Chinese Women: The Moderating Role of Personal Commitment », *Journal of Happiness Studies*, 2013, n°14, p.1575–1584.

TENG Yao 滕遥, *"Kuàilè xìngfú dì shēnghuó" cái shì jiàoyù de zhēnzhèng mùdì——cóng diànyǐng "diàndǐ lànmèi" de jiā, xiào déyù guān suǒ xiǎngdào de* “快乐幸福地生活”才是教育的真正目的——从电影《垫底辣妹》的家、校德育观所想到的 (« "Une vie heureuse et heureuse" est le véritable objectif de l'éducation — Penser à partir du concept d'éducation morale de la maison et de l'école dans le film *Flying Colors* »), *Dì èr kètáng* 第二课堂, 2021, n°5, p.75-76.

VAN DER MEULEN, S., «Documenting China's Garment Industry: Wang Bing's Portrayal of Migrant Workers' Suspended Lives within the Contract Labour System », *Pacific Affairs*, vol.94 (2), 2021.

VEENHOVEN R., ZHANG G., « Ancient Chinese philosophical advice: can it help us find happiness today? », *Journal of Happiness Studies*, 2008, n°9, p.425–443.

VEENHOVEN, R., «Informed Pursuit of Happiness: What we should know, do know and

can get to know », *Journal of Happiness Studies*, 2015, n°16, p.1035–1071.

WANG Lulu 王露璐, *Xìngfú shì shénme——cóng yà lǐ shì duō dé yǔ mì ěr de xìngfú guān tán qǐ* 幸福是什么——从亚里士多德与密尔的幸福观谈起 (« Qu'est-ce que le bonheur: discuter à partir des points de vue d'Aristote et de Mill sur le bonheur ») , 《*Guāngmíng rìbào* 光明日报》, 2 décembre 2007.

WANG Mingming 王铭铭, *Xìngfú, zìwǒ quánlì hé shèhuì běntǐ lùn: Yīgè zhōngguó cūnlüè zhōng “fú” de gàiniàn* 幸福、自我权力和社会本体论：一个中国村落中“福”的概念 («Bonheur, auto-pouvoir et ontologie sociale: le concept de « bonheur » dans un village chinois»), *Shèhuì xué yánjiū* 社会学研究, 1998, n°1, p.25-38.

WANG, M., ZHANG, W., ZOU, H., «Emotional Intelligence and Subjective Well-Being in Chinese University Students: The Role of Humor Styles », *Journal of Happiness Studies*, 2019, n° 20, p.1163–1178

WANG N., « Cinematic Cultural Diffusion: American and Chinese Films », *Intercultural Communication Studies*, 2016, n°15/1, Harbin Engineering University, p.234-242.

WANG Xiaoying, «The post-communist personality: the spectre of China's capitalist market reforms», *The China Journal*, 2002, vol.47, p.1–17.

WEBB, E., «Character and intelligence: An attempt at an exact study of character», *British Journal of Psychology Monograph Supplements*, 1915, 1 (III), i–iv and 1–99.

WELSCH, H. «Freedom and Rationality as Predictors of Cross-National Happiness Patterns: The Role of Income as a Mediating Variable», *Journal of Happiness Studies*, 2003, n°4, 295–321.

WILSON, W. R., «Correlates of avowed happiness ». *Psychological Bulletin*, 67(4), 1967, p.294–306.

WINCKLER M. *Séries télé. De Zorro à Friends. 60 ans de téléfictions américaines*, Paris, Flammarion, 2005, p. 12-13.

WU Mingxia 吴明霞: 30 Niánlái xīfāng guānyú zhǔguān xìngfú gǎn de lǐlùn fāzhǎn 30年来西方关于主观幸福感的理论发展 (« Développement théorique du bien-être subjectif en Occident au cours des trente dernières années ») , *Xīnlǐ xué dòngtài* 心理学动态, avril 2000.

WU Qiang, ZHOU Bo, «Absolute Income, Relative Income and Easterlin Paradox: Evidence from CGSS», *Nankai Economic Studies*, avril 2017, p.41-58.

XI Kaiyuan 奚恺元 *Cóng jīngjì xué dào xìngfú xué* 从经济学到幸福学 («De l'économie aux

études sur le bonheur) , *Shànghǎi guǎnlǐ kēxué* 上海管理科学, mars 2003.

XIE, Y, ZHOU, J., «Does Economic Development Affect Life Satisfaction? A Spatial–Temporal Contextual Analysis in China », *Journal of Happiness Studies*, 2016, n°17, p.643–658.

XING Zhanjun 邢占军. *Wǒguó jūmín shōurù yǔ xìngfú gǎn guānxì de yánjiū* 我国居民收入与幸福感关系的研究 («Recherche sur la relation entre le revenu et le bonheur des résidents chinois»), *Shèhuì xué yánjiū* 社会学研究, 2011.

XU Y., XU Z., «A "New" Phenomenon of Chinese Cinema: Happy-New-Year Comic Movie », *Asian Cinema*, 2002, n°13, p.112-127.

YANG Enhui 杨恩慧, *Xiànshí zhūyì diànyǐng zhōng de mínshēng xìngfú gǎn yánjiū* 现实主义电影中的民生幸福感研究 (« Recherche sur le sentiment de bonheur des personnes dans les films réalistes »), *Hā'ěrbīn shīfàn dàxué shèhuì kēxué xuébào* 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2018, n°9/6, p.184-187.

YANG J., «Cross-Cultural Appropriation of Hollywood Romance in Beijing Meets Seattle », *Journal of popular culture*, 2018, n°51(1), p.152–74.

YANG Meng 杨萌, *Yòng xìngfú wèi mèngxiǎng zhuànjiǎo——tànjiǎng “zhōngguó mèng·bì guì yuán” hángyè shǒubù wéi diànyǐng bèihòu de gùshì*, 用幸福为梦想注脚——探访《中国梦·碧桂缘》行业首部微电影背后的故事 (« Notes sur le bonheur et le rêve : Exploration de l'histoire derrière le premier micro-film de l'industrie "Rêve chinois : A la frontière du pays »), *Chéngshì kāifā* 城市开发, 2015, n°13 p.44-47.

YU Jinhui 于巾惠, *Shìjué yǔfǎ fēnxī xià diànyǐng hǎibào “dāng xìngfú lái qiāo mén” de hùdòng yìyì fēn*, 视觉语法分析下电影海报《当幸福来敲门》的互动意义分, *Jiāmùsī zhíyè xuéyuàn xuébào* 佳木斯职业学院学报, 2017, n°03, p.406.

ZENG Zi 曾子, *Le Classique de la piété filiale (Xiào jīng 孝經)*

ZHANG M., “A Chinese beauty story: how college women in China negotiate beauty, body image, and mass media”, *Chinese Journal of Communication*, 2012, vol.5 (4), p.437-454.

ZHANG Xiaoming 张晓明, *Zhōngxī xīnlǐ xué chuánitǒng zhōng “lè” de bǐjiào yánjiū* 中西心理学传统中 “乐” 的比较研究 (« Une étude comparative du "plaisir" dans les traditions psychologiques chinoises et occidentales »), *Jílín shīfàn dàxué* 吉林师范大学, 2009.

ZHANG, Xinwen, *The Rural Video Influencers In China: On The New Edge Of Urbanization*

[mémoire], Cornell University, 2020, 68p.

« *Zhifù guāngróng* » chūzì dèngxiǎopíng zhī kǒu “致富光荣”出自邓小平之口? , *Rìjì, dòubàn* 日记, 豆瓣, 13/10/2013.

ZHU Y., «Commercialization and Chinese Cinema's Post-wave», *Consumption, markets and culture*, 2002, n°5(3), p.187–209.

ZWEIG J.S., «Are Women Happier than Men? Evidence from the Gallup World Poll », *Journal of Happiness Studies*, 2015, n°16, p.515–541.