

Conférence Assemblée Nationale, Association Franco-Chinoise, le 12 10 1998,  
sur la vie quotidienne en Chine à partir du cas de Canton  
CONFIANCE EN CHINE 10 98

**LES SIGNES DE LA CONFIANCE ET DE LA MEFIANCE EN CHINE :  
L'IMPORTANCE DES ORIGINES ET DU RESEAU SOCIAL**

La comparaison internationale avec la Chine a pour but de faire apparaître de nouvelles dimensions du processus de catégorisation en méfiance et confiance. Cette comparaison s'inscrit dans une enquête plus large sur la vie quotidienne à Canton<sup>1</sup>. L'approche interculturelle recherche les mécanismes cognitifs ou sociaux que l'on peut retrouver dans la plupart des sociétés associés aux dimensions plus particulières que leur forme prend en fonction des cultures historiques, des stratifications sociales, générationnelles ou de sexe. Dans toutes les sociétés on retrouve le mécanisme de catégorisation associé à de l'inconnu et à des signes négatifs. Ce qui reste proprement culturel ce sont les contenus de ces signes.

En Chine, à Guangzhou, pour des universitaires, un des lieux de la méfiance c'est la gare et dans cette gare ceux dont on se méfie viennent du Nord de Beijing (Pékin) ou de Wuhan, ceux qui ont l'accent du nord, « qui ont la peau rouge » et qui vous demande de l'argent pour téléphoner alors que cela ne paraît pas plausible. On retrouve, comme en France, la méfiance qui naît de l'écart entre ce qui paraît vraisemblable socialement et le doute face à la « plausibilité » de la demande associé à la crainte de la tromperie, et l'importance des signes de l'apparence. Ce qui change c'est le « blouson noir » par rapport à « la peau rouge ».

Pour comprendre la dimension symbolique et pratique de la confiance, nous avons à la fois travaillé par évocation des lieux et des personnes qui inspiraient la méfiance dans la vie quotidienne d'un côté et sur la symbolique des fleurs, et celle des codes couleurs et des codes graphiques de paquets de cigarettes chinois, de l'autre. Notre objectif est de rechercher un lien éventuel entre ces codes couleurs et graphiques et un sentiment de confiance ou de méfiance par rapport à la qualité du produit-cigarette, puis de voir si ces codes donnent des information sur les signes de la confiance et de la méfiance en général et si ces signes sont transposables à d'autres biens ou services. Ce qui reste incertain, c'est la généralisation des résultats à d'autres groupes sociaux et à d'autres régions de la Chine.

---

<sup>1</sup> A la marge de notre enquête sur la vie quotidienne à Guangzhou (Canton) menée pour le compte d'Argonautes, du CERLIS (CNRS) et du Centre de Recherche sur l'Interculturel (Guangzhou) entre le 15 octobre 1997 et le 10 janvier 1998, en collaboration avec ZHENG li hua, directeur du département de français de l'Université des Etudes Etrangères du Guangdong, nous avons animé une série de tables rondes auprès d'universitaires, entre 20 et 45 ans sur le thème des signes de la confiance et de la méfiance. C'est une partie de ces résultats que nous présentons ici.

## 1. Les lieux, les personnes et les institutions de la méfiance

L'ensemble des éléments du couple confiance méfiance (la méfiance : *Qi Bian* en chinois) peuvent se regrouper sous les catégories de vrai/faux, ordre/désordre, désintéret/intéret, origine connue/origine inconnue, réaliste/peu plausible, tous les seconds termes évoquant la méfiance.

A ces termes sont associés des lieux, des acteurs ou des institutions comme les **paysans** aux abords des gares associés à des voleurs, **mendiants** (« Mon mari me dit souvent que c'est des faux ») ; **les grands magasins** (« il y a des faux produits ») ; **les gares** (suite à une demande d'argent faite par des jeunes du Nord : « J'ai encore donné. Je savais qu'il y avait 80% de chance que ce ne soit pas vrai. Mais j'ai tout de même donné. Peut-être que je me sentais un peu menacée. J'avais peur c'était très tôt le matin ». On peut rapprocher cette phrase de la nuit et de la peur associées à la méfiance, ci-dessus) ; **la rue** (« j'avais un peu de doute mais j'ai donné quand même deux Yuans pour qu'ils puissent téléphoner. Ils faisaient semblant de téléphoner et je les regardais faire. J'ai refusé de donner plus d'argent. »).

Sans reprendre tous les cas cités au cas par cas, nous pouvons faire ressortir comme une **structure narrative de la tromperie**. Le début du récit est fondé sur **la compassion** (un père et son enfant), **la complicité** (des jeunes qui paraissent étudiants) ou l'acceptation de **rendre un service** (la panne de voiture). Il y a toujours **une demande d'argent**. Soit des petites sommes d'argent (téléphone), soit des sommes moyennes (billet de train), soit des grosses sommes (marchandises). Les personnages sont **étrangers à la région**, du Nord ou de Singapour ou de Hong Kong. **Ils sont dans la rue. Ils ont l'air perdus et gentils. La fin du récit fait apparaître la méchanceté réelle du trompeurs qui, au début du récit est tout doux en apparence :**

*« A la fin ils sont toujours méchants s'ils n'ont pas réussis. Il faut être prudent, des fois ils peuvent piller ton argent si tu es seul ou une jeune fille ».*

Ce qui montre que la tromperie est probable, c'est que les journaux en ont parlé :

*« C'est une stratégie souvent utilisée et les journaux en ont parlé. Ils jouent à plusieurs pour mieux tromper ».*

*"On a parlé de cette histoire dans les journaux, il y a quelques mois. Les filous jouent les étudiants et ont pour cible principale les étudiants. Car les étudiants ont une sympathie pour les étudiants en difficulté" (TRI).*

**La méfiance est alors associée à la saleté et au désordre.** Comme pour les commerciaux français il y a un lien entre la méfiance et la présentation extérieure des personnes ou des lieux classées dans la catégories de ceux dont il faut se méfier.

Un autre univers intéressant est celui des services. **La méfiance y est globalement forte envers « les intermédiaires en général »**, « les représentants », « les promoteurs de produit », « les marchands » qui vendent des « **faux produits** » ou des « **produits de**

**mauvaise qualité** », Mais aussi les « hommes d'affaires » (« il a l'air malin celui qu'on voit de face - sur une photo – Il ne fait pas confiance »). Tous ce qui est lié à l'argent et dont on ne connaît pas l'origine parce qu'il n'est pas connu de son réseau social ou qu'il n'a pas une histoire honorablement connue, est susceptible d'inspirer la méfiance.

**La bourse** ne fait pas confiance (« c'est une sorte de manipulation par les grands joueurs », on retrouve l'explication conspiratoire classique des dominés ou de ceux qui ne maîtrise pas le système de fonctionnement de leur environnement). Les **métiers de la banque et de l'assurance** ne font pas confiance car les produits qu'ils proposent sont **trop beaux pour être vrais** : « ils proposent des conditions trop bonnes pour être plausibles ».

La méfiance dans le commerce varie en fonction des critères ci-dessus. Les **vendeurs de rue** (coiffeur, marchand de canne à sucre, cireur de chaussure, petit vendeur d'aliments) ne font pas confiance parce qu'ils relèvent **du sale ou du désordre** : « lorsqu'on achète une chose à un vendeurs par terre, c'est souvent faux », et de plus « **ce n'est pas un service de l'Etat** ». Ils ne possèdent aucun signe qui donne confiance. Ce **grand magasin** « c'est trop brillant ». Cette **supérette** - sur une photo : « j'ai pas confiance parce qu'il n'y a pas d'ordre ».

**Devant les restaurants les animaux où les poissons sont présentés vivants**, comme au marché. **Etre vivant est un très fort signe de la confiance alimentaire**. Les animaux devant le restaurant, « ils me font confiance. Mais il y a un problème on ne sait pas si le cuisinier va faire cuire le même poisson », « mon cousin suit toujours le cuisinier (rires) ».

Les **métiers de soins de beauté ou du corps** sont aussi une forte source de méfiance : « *Les cosmétiques, salon de coiffure et dedans il y a des produits cosmétiques ; des salons de beauté ; des centres de beauté et on dit que là c'est un produit de très bonne qualité, mais en fait c'est un produit de mauvaise qualité (Q Par quels signes vous savez que c'est mauvais ?). On a des boutons rouges sur le visage (fille) après l'usage ; C'est très misérable* ». Ou encore « *Il y a l'emballage aussi ; Souvent on met seulement made in France, mais en fait il n'y a rien de marquer. Les produits de France, là je connais bien, il y a tout, le lieu, l'adresse, le numéro où on peut contacter cette entreprise, mais dans les contre façons, dans les produits, les faux produits il n'y a pas de téléphone (Q sans téléphone c'est un signe de méfiance). Il arrive qu'il y ait de faux numéros de téléphone ; Il faut une adresse précise ; Même de fausses adresses, cela arrive* ». La question de l'origine est centrale.

Enfin les métiers qui n'attirent que de la méfiance sont les métiers d'agence, **agences pour faire les études à l'étranger** (« *Toutes les informations importantes sont payantes. Justement c'est pour gagner de l'argent. Or on sait que ce n'est pas facile d'aller vraiment à l'étranger pour faire des études, ce n'est pas du tout facile, à chaque fois qu'il y a ces informations tout est payant* » ; « *Moi je le sais parce que j'ai un cousin qui s'est inscrit comme cela pour aller en Australie pour s'inscrire à une école, il a payé 50 000 Yuans et après, il n'y a pas de nouvelles et on dit que l'école a fait faillite. Donc il a du faire beaucoup de démarches pour*

*recupérer enfin une partie de l'argent. Le reste est disparu ».) ; **agence de voyage ; agence immobilière** (« Ils gagnent de l'argent en présentant des appartements pour les gens qui cherchent des logements. Ils les emmènent dans des appartements et chaque fois cela coûte 20 yuans ou 30 yuans, 40 yuans (pour visiter). Ils ont une commission. On fait visiter et c'est une visite qui ne nous rapporte rien. On sait bien quel appartement les gens attendent. Ils demandent peut-être un appartement à deux pièces assez confortable et on les emmènes dans plusieurs appartements sans aucun confort. Au quatrième cela ira, mais il aura fallu payer les trois premiers »); **agence de mariage** (« chez nous il y a des agences de mariage internationales, c'est encore plus faux », "Pour chercher un ami ou une amie, tout d'abord il faut s'inscrire. Déjà le jour de l'inscription vous payez. Ce sont les frais de service. Alors par exemple une somme de services sont valables pour trois fois. Donc vous aurez trois occasions où on va vous présenter trois amis (Q. C'est comme l'appartement, à chaque fois ils sont pas bons ? (rires), et puis la quatrième fois il faut repayer, oui c'est ça ».) ; **agence de travail** (« Toujours la même chose il faut payer avant, il faut payer une caution avant »).*

Dans tous les cas il n'existe pas de moyen de vérifier la véracité du bien ou du service. Il n'existe ni service après vente, ni association de consommateur puissantes. Tout ceci laisse les consommateurs sans défense en terme institutionnel et donc demande encore plus de construire des systèmes de signe de la confiance ou de la méfiance.

Enfin la méfiance vient de la peur d'être trompé. La notion de *Qi Bian*, tromper renvoie à un univers général, celui de la société ou celui de la "nature humaine", et à un univers particulier, celui des relations sociales proches.

C'est d'abord un phénomène général dans la société, qui est plus ou moins impersonnel :

*« Pour moi c'est un phénomène qu'on voit partout, aussi bien dans les relations sociales que dans toutes sortes de situations. C'est partout »*

*« Le mot "tromper" me fait penser à cela. Maintenant il y a trop de trompeurs, trop de produits faux »*

*« Y a trop de trompeurs, de marchands malhonnêtes qui ont des fausses marchandises »*

Tromper peut être lié à la personne ou à la société :

*« Tromper c'est un vice, mais ce n'est pas inné, c'est lié à l'environnement social. Il y a des facteurs internes et des facteurs externes dans le fait qu'une personne trompe »*

ou bien :

*« Chacun a au fond de lui-même de l'avidité. On veut obtenir des choses et obtenir la gloire. Certaines personnes profitent souvent de ce point faible humain pour vous introduire dans le piège et ils en profitent. L'avidité vous bouche les yeux et vous ne pouvez plus distinguer le vrai du faux »*

Mais tromper est en partie liée à la confiance personnelle, celle qui est liée au réseau de relation :

« Tromper c'est profiter des autres en utilisant la relation (Wang Luo) qu'on a avec la personne »

« Être trompé c'est être utilisé par les amis" (TR1).

Tout se passe comme si tromper, *Qi Bian*, voulait dire profiter des autres en utilisant les relations qu'on a avec eux. Ceci pourrait exprimer un paradoxe du réseau, à la fois condition de la confiance et source d'une méfiance possible.

Il y a un apprentissage par l'expérience :

"*Chi Yi Jain, Zhang Yi Zhi*" : après s'être trompé, on devient plus intelligent. On ne commettra plus la même erreur" (TR1).

"Ma mère n'avait pas de confiance dans ces gens (*Q* pourquoi ?). Je crois que c'est parce que ma mère est vieille. Elle a beaucoup connu. Elle sait beaucoup de choses. Elle a passé beaucoup de pièges" (TR1).

Retourner la morale de compassion contre ceux qui en ont :

"(La confiance) c'est un principe humain. C'est l'influence de la famille. Mes parents sont gentils avec les autres. A leur époque il n'y avait pas tant de trompeurs. Mais la société change. Les braves gens se laissent facilement tromper par les autres. Mon père m'a dit à maintes reprises qu'il ne fallait pas faire de bonnes actions, qu'il ne fallait même pas soulever un enfant tombé par terre. Quand vous soulevez un enfant un homme peut surgir et dire que c'est vous qui l'avait fait tombé donc il faut payer pour soigner la blessure de l'enfant. Souvent on prépare des scènes qui nous frappent et pour nous faire chanter après.

*Q* Qu'est-ce qui vous fait croire que l'enfant est réellement tombé par terre ?

C'est normal du point de vue de la moralité. On doit aider, laisser passer (**quoi ?**) et soulever les enfants. Mais maintenant les mœurs ne sont pas bonnes, il y a trop de trompeurs" (TR1).

## **c2. Les évocations de la méfiance (Bu 2 Xin 4 Ren 4)**

"Descartes, le philosophe français (note : après deux autres discussions : Descartes est associé à doute et scepticisme dans la pensée chinoise. Cela peut-être négatif ou positif, j'ai eu les deux appréciations : "Attention, la méfiance est le contraire de la confiance, ce n'est pas le scepticisme") (TR1).

### **- Comportement humains**

"Soupçonner ; **traces subtiles** (à expliquer) ; l'instinct (à expliquer) ; trompeur ; mauvaise conduite ; un paquet de paille emballé dans un oreiller à fleur (belle apparence, mauvais fond) ; "visage en harmonie et coeur en conflit" (harmonie en apparence et conflits en réalité ; hypocrite" (TR1).

**- Vie de couple**

*"Cacher une concubine, c'est l'association de l'infidélité (?), divorcer, rompre, infidèle" (TR1).*

**- Activité économiques**

*"Fausses marchandises ; Certaines publicités qui louent trop leur produits"(TR1).*

**- Lien avec l'éducation**

*"Ca dépend du niveau de formation. On croit plus à une personne de haute formation qu'à une personne de basse formation.*

*Pour moi c'est le contraire, je crois plus à des personnes de basse formation. Elles sont moins compliquées.*

*Mais une personne qui a une haute formation vit dans un bon environnement. Elle n'a pas de difficultés de vie. Elle n'a pas besoin de tromper.*

*Je pense que Colette a aussi raison. Une personne bien habillée est plus trompeuse qu'une personne bien habillée, car on pense que la personne bien habillée n'a pas besoin de tromper. Elle n'est pas là pour l'argent" (TR1).*