

Dominique Pasquier

"La culture comme activité sociale"

publié dans

Eric Maigret et Eric Macé eds, *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin, 2005

La sociologie de la culture française a choisi de faire l'impasse sur les activités sociales qui encadrent les pratiques culturelles. Plus on monte dans la hiérarchie des œuvres, plus le phénomène est marqué. Les travaux sur l'opéra, le théâtre ou les musées traitent de la morphologie sociale des publics, mais ils négligent complètement le travail de sociabilité qui se joue avant, pendant, ou après le moment de la pratique. Tout au plus est-il fait état, comme dans les enquêtes *Pratiques Culturelles des Français*, des personnes en compagnie desquelles s'est effectuée la sortie. Or, le fait que près de neuf fois sur dix cette dernière se fasse "en couple", "en famille" ou "avec un groupe d'amis" n'a curieusement pas incité à s'interroger sur les dimensions collectives de ces expériences culturelles. Quand on parle de "haute" culture c'est avant tout pour évoquer un rapport personnel -et socialement différencié- à des œuvres. Un ouvrage comme *L'amour de l'art* est, à cet égard emblématique: en dépit d'une enquête fondée sur un nombre très élevé d'entretiens (250) et sur un questionnaire passé dans les musées eux mêmes, le rapport aux œuvres d'art dans le cadre muséal est uniquement analysé à l'aune des dispositions culturelles héritées. On ne sait rien ou presque des échanges que suscite la visite au musée, ni des modes de sociabilité qu'elle tend à configurer. Tout se passe comme si le visiteur était seul. Et condamné au silence.

Les travaux de Lawrence Levine sur le processus de sacralisation du théâtre et de l'opéra au début du XX^e siècle permettent de comprendre que ce mystérieux "oubli" des dimensions sociales des pratiques est en réalité une occultation nécessaire, et pédagogiquement organisée, pour conférer à certaines formes d'expression culturelle un statut particulier dans la hiérarchie des œuvres. Levine étudie le public des pièces du répertoire shakespearien et montre

qu'avant de devenir un classique reçu par un public éduqué - et silencieux-, Shakespeare a été l'auteur de théâtre le plus populaire de l'Amérique du XIX^e siècle¹. Le traitement du répertoire shakespearien est parfaitement irrévérencieux et joué par des acteurs qui donnent dans le registre burlesque². Le public est socialement très composite ("C'est toute l'Amérique qui aime Shakespeare" dit Levine), et il participe au spectacle plus qu'il n'y assiste. Les spectateurs populaires nichés aux places moins chères de la *gallery* mènent grand tapage, mangent, boivent, changent de place. La performance est ponctuée d'applaudissements ou de sifflets, qui vont décider des *encore*, nombreux; il arrive même que le public exprime son enthousiasme en montant sur scène au côté des acteurs, parfois pour prendre le parti d'un personnage contre un autre. Au début du XX^e siècle le statut culturel de Shakespeare change: il devient un auteur enseigné à l'école, dans le respect du texte, joué par des acteurs qui font dans la sobriété et le classicisme, apprécié par un public érudit et socialement sélectionné. Que s'est-il passé? Levine montre que, peu à peu, à la fin du XIX^e siècle, les directeurs de théâtre commencent à opérer un "nettoyage": il n'y a plus d'intermèdes de divertissement autour de la pièce proposée, le texte des pièces est de moins en moins souvent tronqué, altéré, ou parodié. On fait aussi la chasse aux manifestations intempestives du public, qui reçoit des consignes pour bien se tenir. "William Shakespeare est devenu de la Culture" (p.34), et du même coup, un auteur déserté par les classes populaires. C'est une transformation qu'il est plus facile de constater que d'expliquer, souligne Levine, qui rappelle que le Shakespeare populaire du XIX^e siècle a largement été supplanté dans nos représentations par le Shakespeare savant qui s'impose au siècle suivant. Toutefois, note-t-il, c'est finalement tout un travail de refoulement des émotions qui s'est opéré au cours de ce processus de sacralisation de l'œuvre: émotion des acteurs qui en faisaient trop dans le mélodramatique, émotions du

¹ Ses pièces sont jouées en tournée, dans les bourgades les plus reculées. Levine rapporte que Tocqueville avait trouvé des volumes de Shakespeare dans des cabanes en bois du grand Nord (p 17) et qu'il existait des bateaux permettant de donner des représentations dans les petites villes le long du Mississipi, ou dans des campements de mineurs dans le Nevada (p19) (Levine 1988).

²Ces acteurs endosseront aussi bien le lendemain un rôle du répertoire burlesque. Le personnage d'Hamlet apparaît en scène habillé en travesti, et chante "To be or not to be" sur l'air de *Three blind mice*. L'assistance enchantée, reprend en chœur. Selon les spectacles, les acteurs proposent des montages de leur cru, mélangeant des extraits de différentes pièces, et, parfois le programme de la soirée propose des numéros de cirque ou de danse comme intermèdes ou préludes à la pièce elle même (Levine 1988).

public qui pouvait s'enthousiasmer ou s'affliger bruyamment. Bref, pour qu'une œuvre devienne une œuvre, il faut qu'elle se détache de tout caractère spectaculaire et suscite des formes d'admiration plus silencieuses et des approches moins collectives.³

En réalité, à chaque fois qu'une forme culturelle s'engage dans un processus de consécration et donc de sélection sociale des pratiquants, elle tend à reporter sur d'autres formes culturelles, moins bien situées dans la hiérarchie, les franges "inéducatables" du public. C'est ainsi que le développement du cinéma s'est fait dans un premier temps en recrutant les spectateurs que chassait alors le théâtre, d'abord les classes populaires, puis les classes moyennes, et en leur offrant un nouveau lieu où il était possible d'exprimer les émotions et de vivre la culture sur un mode participatif. Toutefois, lorsque le cinéma s'engagea dans un processus de consécration artistique, il fit lui aussi la chasse à ces démonstrations intempestives. Désormais, en dehors des concerts de musique fréquentés par un public jeune, la "culture de sortie", pour reprendre une expression d'Olivier Donnat, est globalement une culture qui demande la réserve à ses pratiquants⁴.

Il faut donc s'intéresser aux recherches sur les pratiques culturelles les moins légitimes pour trouver des éléments d'analyse sur l'effet des pratiques de sociabilité sur le rapport à la culture ou, inversement, sur l'effet du rapport à la culture sur la configuration des sociabilités. Car la relation n'est en aucun cas à sens unique comme le montrent les travaux sur l'écoute musicale ou sur les médias. Force est aussi de constater que, lorsqu'on se penche sur cette question de

³ Le travail de Di Maggio sur l'extension du modèle de la "haute culture" au théâtre, à l'opéra et à la danse dans les premières décennies du 20^e siècle, permet de comprendre que ce qui s'est passé autour du répertoire shakespearien n'est pas un cas isolé, mais fait bel et bien partie d'un mouvement d'ensemble qui a consisté à détacher certaines formes artistiques de modes d'appropriation populaires jugés gênants par des promoteurs culturels soucieux d'établir des frontières et d'affirmer des hiérarchies. Une telle entreprise passait non seulement par une sélection des répertoires et une augmentation du prix des places mais aussi par un véritable travail pédagogique auprès du public. DiMaggio comme Levine évoque les consignes données aux nouvelles audiences: garder le silence, ne pas applaudir pendant la représentation, supprimer la pratique des "bis"... (DiMaggio 1987)

⁴ Les comportements plus "débridés" du public jeune lors des concerts de musiques dites nouvelles, peuvent être considérés comme une réponse conforme à des standards de comportements connus de chacun des participants. Comme le suggèrent Jacques le Bohec et Philippe Teillet, faisant référence au concept d'*informalization* de Cas Wouters (soit l'idée d'un "relâchement contrôlé des contrôles"), il s'agit alors d'adopter une attitude spécifique à ce type de manifestation et envisageable dans ce cas particulier. "les attitudes adoptées par certains publics lors de certains concerts, loin de traduire une emprise musicale immédiate et

la sociabilité, les recherches en sociologie de la culture anglo saxonnes, et surtout américaines, occupent une place centrale. Dans la sociologie française, la double prédominance des courants critiques et des approches théoriques a contribué à asseoir l'idée d'individus atomisés -et mystifiés- face aux produits des industries culturelles. Plus soucieuse d'ethnographie, la recherche anglaise autour de l'école des Cultural Studies a prêté attention à l'organisation locale des sociabilités autour des cultures juvéniles populaires. Moins soucieuse de hiérarchies culturelles, la recherche américaine a essayé de comprendre le rôle que joue la culture dans les échanges sociaux et notamment les échanges entre différents milieux sociaux. C'est là un point très important qui pose à son tour la question des fondements d'une culture "commune".

Enfin, toutes les recherches ne tirent pas les mêmes conclusions sur la base d'un constat pourtant en général partagé -l'accomplissement d'une préférence culturelle va de pair avec un ensemble d'activités et d'échanges sociaux-. On évoquera ici trois modèles d'étude de l'articulation entre culture et sociabilité. Ils n'épuisent pas l'ensemble des approches possibles, mais permettent de comprendre les liens entre propositions théoriques et dispositifs tactiques.

Le modèle affinitaire

Dans le modèle affinitaire, la culture est une sorte d'occasion dont s'empare la sociabilité. Elle prend donc complètement son sens anthropologique de "ce qui fait lien avec les autres". Les travaux américains des années 80 et 90 s'intéressent de près à la question de la circulation culturelle et constatent que la mobilité géographique et sociale accrues conduisent à plus de mixité sociale des goûts: il est désormais difficile se tenir à l'écart des goûts des autres (Peterson, DiMaggio). La croissance des mass médias, surtout la télévision, contribue de son côté à diffuser dans toutes les couches de la société des goûts esthétiques nouveaux, ou jusqu'alors spécifiques à des segments de population. Ce processus touche tout particulièrement les classes supérieures qui ne peuvent plus, comme elles le faisaient au début du XX^e siècle, vivre en autarcie culturelle et ne consommer que les produits culturels légitimes. Le portefeuille de goûts des milieux favorisés est désormais beaucoup plus

irrésistible, résultent d'un ensemble de dispositions cognitives et sélectives, individuellement ou collectivement accumulées" (Le Bohec, Teillet 2003)

éclectique: c'est le modèle de "l'omnivore" que décrit Peterson⁵. Pour DiMaggio, il est désormais plus utile de réfléchir la question des goûts à partir de la morphologie des réseaux sociaux qu'à travers les origines de classe, -sachant toutefois que les milieux les plus favorisés sont aussi ceux qui ont les réseaux sociaux les plus étendus et les plus variés. Plus le réseau social d'un individu est fourni, plus ce dernier doit élargir la gamme de ses répertoires culturels, pour pouvoir faire face à une grande diversité de situations interactionnelles qui lui demandent de passer d'un registre culturel à l'autre. Or, constate DiMaggio, "c'est la culture populaire qui fournit le matériau de la sociabilité du quotidien", les pratiques culturelles nobles comme l'opéra ou la musique classique, sont en quelque sorte moins utiles car elles se rattachent moins directement à des activités de sociabilité. Les nombreuses recherches américaines sur l'organisation de la sociabilité féminine autour de la consommation des soaps operas, à travers des échanges verbaux qui ne sont parfois pas dénués d'ironie, constituent un bon exemple de ces formes de sociabilité quotidiennes dont parle DiMaggio à propos des produits de la culture populaire (voir par exemple, Brown, 1994).

Bonnie Erickson pousse encore plus loin cette perspective utilitariste. Pour elle, le portefeuille de goût d'un individu est le produit d'une longue sédimentation: il peut acquérir des compétences quand il est jeune dans le secteur des jeux vidéo ou de la bande dessinée, en même temps qu'il se familiarise à l'école avec des formes culturelles plus légitimes comme la littérature, mais ensuite tout au long de sa vie, selon les emplois qu'il occupe et les réseaux sociaux qu'il est conduit à fréquenter, il devra sans arrêt développer de nouvelles compétences (par exemple l'œnologie, le cinéma, ou le sport) pour s'ajuster à son environnement spécifique.

Ce courant de recherche soutient donc des positions très différentes de celles de Bourdieu: le rapport à la culture n'est pas uniquement dessiné par les origines culturelles et sociales, il est aussi dicté par les bifurcations biographiques et l'environnement social. Il est le produit des interactions quotidiennes.

Il y aurait beaucoup à dire sur ces analyses, à commencer par le fait qu'elles oblitèrent largement les autres types de profit qu'offre la familiarité avec les produits culturels

⁵ Modèle qui sera repris par Olivier Donnat avec le terme d'éclectisme culturel, puis par Bernard Lahire avec la notion de dissonance (Donnat 1994, Lahire 2004)

légitimes, à commencer par les profits scolaires et professionnels. Elles surestiment aussi sans doute la capacité -ou même le désir- des milieux favorisés à entrer en interaction avec les membres des autres milieux sociaux. Enfin, ces travaux ne disent rien de l'organisation concrète des échanges autour de la culture selon les interlocuteurs et les contextes. Le travail de Cardon et Granjon sur les dynamiques différenciées des réseaux sociaux associés aux différentes pratiques d'un même individu montre pourtant bien qu'il y a un système dont l'écologie est fort complexe. Ils distinguent trois dynamiques d'organisation des sociabilités. Une dynamique de spécialisation -un type spécifique de pratique est réservé de façon quasi exclusive à un type de réseau de relation; une dynamique de distribution - un type de pratique culturelle est partagé avec plusieurs cercles du réseau de relation; une dynamique de polarisation -plusieurs types de pratiques culturelles différentes sont conduites avec un même réseau de relation⁶. Or, comme ils le constatent, les pratiques culturelles ne se distribuent pas de façon aléatoire dans ce schéma, selon qu'elles relèvent ou non de cultures de niche et d'avant garde ou au contraire de formes culturelles plus standard. C'est là un élément d'analyse qui rompt avec le modèle trop généraliste du modèle affinitaire

Le modèle coopératif

Le modèle coopératif offre d'autres perspectives. Il permet notamment d'analyser les nouvelles formes de "sociabilité club" qui se sont développées autour des médias et des nouvelles technologies de communication. On peut partir des concepts élaborés par la sociologie interactionniste et notamment par Howard Becker dans *Les Mondes de l'art*. Becker part du principe que l'on peut étudier l'art comme n'importe quelle autre activité sociale. Il s'inquiète donc très peu de la question des hiérarchies culturelles⁷ La production et

⁶ Dans un travail ultérieur Armelle Bergé et Fabien Granjon explorent les différentes formes de l'éclectisme culturel dans leur rapport aux sociabilités et montrent "que les sociabilités sont des facteurs actifs dans la composition des éclectismes culturels et que ceux ci peuvent également jouer un rôle important dans la différenciation des fréquentations sociales". Il existe ainsi des formes d'éclectisme "spécialisées", "distribuées" et "polarisées" (Bergé et Granjon, à paraître)

⁷ « *J'ai rapproché Titien et les bandes dessinées. J'ai traité avec le même sérieux les musiques de films d'Hollywood, des chansons rock et les œuvres de Beethoven ou de Mozart* » » (Becker 1988 :22)

la réception des œuvres mobilisent un certain nombre d'acteurs qui sont appelés à coopérer, selon des procédures conventionnelles, au sein de réseaux sociaux appelés « mondes de l'art ». Ce cadre d'analyse oblige à traiter des dimensions problématiques des processus de coordination et des dimensions conflictuelles des activités de coopération puisque l'engagement des acteurs sociaux n'est pas donné une fois pour toutes. Les procédures conventionnelles permettent d'agir ensemble, mais elles sont elles mêmes le produit d'un réglage permanent des interactions. Les processus d'engagement des acteurs sociaux qui coopèrent dans un monde de l'art, rappelle Becker, sont évolutifs et débouchent sur des formes de consensus qui sont elles mêmes mouvantes. On a donc là un modèle de travail qui permet d'observer les activités de sociabilité autour de la culture dans leur accomplissement même; à cet égard, il va plus loin et suppose plus de recours à des données empiriques que ne le faisait le modèle de l'horizon interactionnel évoqué plus haut.

Je vais me permettre de le mettre rapidement à l'épreuve à partir d'un matériau d'enquête précis: les courriers envoyés par des fans aux comédiens d'une série à succès des années 90, *Hélène et les garçons*. Ces courriers, dans lesquels des enfants et des préadolescentes témoignent de leur expérience télévisuelle, permettent de comprendre comment s'organisent différentes formes de mobilisation collective et au prix de quels mécanismes d'ajustement réciproques.

Contrairement aux images habituellement véhiculées, la fan n'y apparaît pas du tout comme un être social isolé qui compense dans le fétichisme d'un programme ou d'une personnalité son incapacité à vivre dans le monde qui l'entoure. C'est même l'inverse : seule, elle serait condamnée à n'être qu'au plus une téléspectatrice assidue de la série. La fan existe par sa capacité à agir en tant que fan sur un certain nombre de scènes sociales. Dans le cercle familial tout d'abord, car c'est là que vont être prodigués les premiers encouragements et fournis les objets nécessaires à l'affichage de signes extérieurs qui permettront ensuite de participer à d'autres collectifs. Rien d'étonnant du coup à ce que les correspondances épistolaires émanent de milieux sociaux bien précis, populaires et non urbains. C'est dans ces familles que le culte de la série est le moins susceptible d'être contrarié par les parents, et surtout par les mères. Ces dernières acceptent d'acheter des objets dérivés, (vêtements, accessoires, livres, magazines), d'offrir des places de concert lors des tournées d'Hélène en

province, de parler de la série, -voire même de la regarder-, avec leurs filles. Les conditions sont réunies pour faire de la cellule familiale une première scène sociale sur laquelle peuvent se manifester des formes collectives de l'expérience télévisuelle⁸. Dans les familles où la série est une source de conflits entre mères et filles, ce premier maillon n'existe évidemment pas, ce qui a d'importantes conséquences sur les possibilités d'assurer une présentation de soi comme fan dans d'autres lieux.

En effet, les différents collectifs sont emboîtés les uns dans les autres, un peu à la manière des poupées russes. À la figure de la coopération mère fille, fait pendant la coopération avec la meilleure amie, celle avec laquelle se sont tissés des liens parce qu'elle aussi est une fan, - qu'elle l'ait été déjà auparavant ou le soit devenue par conversion. Ces deux réseaux coopératifs ont un point commun : ils fonctionnent sur un principe d'entraide dans la mobilisation des ressources. La mère encourage et fournit les moyens de participer, la meilleure amie fait circuler les nouvelles informations, prête les objets qu'elle possède, propose à la discussion ses interprétations des personnages et des intrigues. On est dans le cadre d'une performance concertée.

Sur les autres scènes sociales, le processus coopératif est soumis à plus de tensions et de négociations. Les objectifs ne diffèrent pas - transposer la série dans un registre d'expérience personnel- mais ils se heurtent à un certain nombre d'obstacles liés aux subjectivités : toutes les fans n'ont pas les mêmes opinions sur les propositions narratives et morales de la série. Elles n'adhèrent pas toutes aux mêmes modèles de féminité – la série en propose plusieurs- et ne s'accordent pas forcément sur les conclusions qu'il faut en tirer en termes de grammaire relationnelle ou sentimentale. Si l'on en croit les courriers, ces conflits se posent souvent, pour la distribution des personnages dans les jeux de rôle, au moment des discussions sur la série, ou lorsqu'il s'agit d'en savoir plus sur la « vraie » vie des comédiens. Le collectif des fans de l'entourage est donc très compétitif. Il existe des activités coopératives et des conventions qui permettent de coordonner les activités, mais le consensus est souvent difficile.

⁸ On trouve dans les courriers de très nombreux exemples de ce processus, notamment des photos de fêtes d'anniversaire organisées par les parents sur le thème d'Hélène et des allusions aux objets qui ont été offerts par des membres de la famille large. (Pasquier 1999, chapitre 4).

En fait, tout se passe comme si la coopération entre fans ne pouvait fonctionner que parce qu'il est indispensable de faire front ensemble face aux nombreux détracteurs de la série, à commencer bien sûr par les garçons. Ces derniers, qui sont d'ailleurs eux-mêmes souvent des téléspectateurs de la série, ont pour principe d'afficher leurs distances en public (*c'est pour les filles c'est dégoûtant, ils s'embrassent tout le temps, je déteste ! même sans regarder je déteste*). De tels ennemis naturels (comme l'écrit une fan « *mon frère ne t'aime pas, mais il faut le comprendre c'est un garçon* ») permettent tout à la fois de réaffirmer la différence entre les sexes et de souder le groupe. Les solidarités sont moins solides, semble-t-il, lorsqu'il s'agit d'affronter les sarcasmes d'autres filles, plus âgées ou plus cyniques, qui se moquent de la sentimentalité sucrée de la série : lors du passage au collège, les ex-fans du cycle primaire sont nombreuses à cesser d'afficher leur passion. C'est aussi que leurs effectifs diminuent tandis que grossissent ceux des opposants. Becker fait l'hypothèse que le déclin d'un monde de l'art s'amorce quand il ne parvient plus à recruter de nouveaux participants. En d'autres termes, les mondes ne peuvent se maintenir que s'ils sont pris dans une dynamique d'expansion. Cette hypothèse se vérifie parfaitement dans le cas des fans. Les observations et les courriers montrent bien que le prosélytisme est nécessaire au bon fonctionnement de la communauté : de nouvelles fans apportent la garantie de faire circuler de nouveaux objets, de nouvelles informations, de nouvelles interprétations. Plus elles sont nombreuses, plus l'activité sociale est intense.

L'ambivalence entre le sentiment d'être à la fois protégé par le nombre et menacé par les autres fans, existe tout autant lorsqu'il s'agit d'envisager la communauté des fans dans son sens le plus large, celui d'une communauté qui inclue aussi les fans que l'on ne connaît pas directement mais dont on connaît l'existence. Entre les chiffres d'audience et les manifestations de foule qui sont rapportées victorieusement par la presse jeune ou la presse de programme, aucune fan ne peut en effet ignorer qu'elle partage son amour pour *Hélène et les garçons* avec beaucoup, beaucoup d'autres. Ce phénomène de coopération à distance a été peu étudié par Becker (mais il l'a été par Dayan et Katz à propos des grands événements télévisés). Il pose un problème particulier en termes d'action collective : comment ajuster son comportement à celui d'autres membres du réseau avec qui l'on n'est pas en interaction directe ? Beaucoup de lettres témoignent de ce trouble. Les correspondantes s'inquiètent de ne

pas se conduire comme il le faudrait (*il paraît que tu réponds en priorité aux lettres des plus jeunes car elles sont plus touchantes*) et réaffirment leur manière de concevoir la participation au monde des fans d'Hélène (*je sais que beaucoup de fans t'aiment pour ton rôle. Moi c'est le contraire, je t'aime pour ce que tu es, l'Hélène en vrai pas celle de la télévision*). Sans le savoir, toutes ces lettres évoquent le même problème : les fans ont peur d'être prises pour ce qu'elles ne se sentent pas être (i.e. des téléspectatrices dupées par une fiction de télévision) et que leurs activités en tant que fans ne soient pas prises pour ce qu'elles sont (i.e. une manière d'organiser collectivement une expérience télévisuelle particulièrement intense)

De ce point de vue, l'organisation de la communauté parodique pose apparemment moins de problèmes quant aux conventions qui permettent de coordonner les activités. La communauté parodique recrute le gros de ses troupes chez les étudiants du supérieur et fonctionne selon un principe simple : faire semblant d'être fan de la série⁹. La faculté est un lieu et un moment de la vie où les dynamiques sociales se prêtent bien au mélange des genres culturels et une série comme Hélène permet un jeu collectif qui draine de grands bénéfices de sociabilité. C'est un être ensemble. Les gestes à accomplir sont en fait très simples : il suffit de faire semblant et d'aller loin dans l'outrance. Semblant de considérer la série comme un chef d'œuvre esthétique au même titre que d'autres produits bas de gamme de la culture populaire (des fictions télévisuelles de quotas diffusées la nuit, quelques titres de la presse magazine particulièrement caricaturaux, de mauvaises musiques de films). Semblant aussi de s'intéresser aux personnages comme s'ils étaient réels, pour en faire un objet privilégié dans les discussions et s'inquiéter à coup de pétitions, tracts et panneaux d'affichage de leur avenir dans la vie. Semblant enfin de ne plus pouvoir vivre sans les épisodes d'Hélène et les garçons. On l'aura compris, les étudiants mettent en scène un faux réseau de fans, ils miment ce qu'ils croient en être les pratiques et affichent avec plaisir les stigmates de la mystification. Cet univers codifié est connu de tous. Chacun accomplit sa part du travail parodique, avec plus ou moins d'originalité, et plus ou moins d'intensité. Le fonctionnement du réseau coopératif est

⁹ J'ai notamment pu l'approcher en observant au cours de l'année universitaire 93/94 les activités d'étudiants de Sciences Pô à Paris, et tout particulièrement celles d'un petit groupe d'organisateur d'une campagne pour les élections au bureau des élèves sur le thème « Hélène et les garçons, c'est génial ».

relativement souple ce qui permet d'y participer de façon ponctuelle, ou au contraire d'être dans le noyau des promoteurs.

Cet exemple des séries pour adolescents est extrême puisqu'on a affaire à des collectifs qui se mettent en scène de façon tout à fait visible, comme d'ailleurs se mettent en scène les collectifs que Dayan et Katz ont étudiés à propos des grands événements télévisés. Les médias suscitent souvent des modes d'engagement sociaux plus diffus et moins formalisés. La plupart du temps c'est au détour d'une phrase que s'élabore ce que Boullier appelle la conversation télé. On ne cherche pas à *discuter* des médias mais on en parle -souvent à propos d'autre chose. En même temps, comme le suggère Becker l'élaboration de conventions communes est un travail souterrain dont il faut acquérir les règles pour pouvoir participer à des mondes sociaux coopératifs. Et c'est bien ce qui se produit sans cesse autour des programmes de télévision: leur réception s'effectue dans un espace socialement normé qui guide les interprétations et dessine la cartographie de leurs usages dans les interactions de la vie quotidienne, à travers tous les moments où les expériences singulières se transforment en engagements collectifs. En ce sens, comme le souligne Dayan, un public s'éprouve comme public par opposition à d'autres publics face auxquels il se manifeste et se définit. Les dynamiques de sociabilité de clubs constituent un cas de figure. Mais il y en a d'autres qui pour être moins apparentes n'en sont pas moins opératoires.

Le modèle conformiste

Le modèle de Becker suggère que les procédures d'ajustement interactionnel se font selon un régime de coordination et non de contrainte (c'est d'ailleurs une différence entre la sociologie de Becker et celle de Goffman qui intègre plus les dimensions normatives dans le jeu des interactions sociales). Le modèle conformiste introduit une autre question: celle de la pression collective. L'ouvrage de David Riesman, *La Foule solitaire* illustre bien cet aspect. Riesman décrit le groupe des pairs au stade de *l'extrodétermination* comme un "jury" qui ne cesse d'effectuer des jugements sur les goûts. L'enfant, dit Riesman, ne peut se permettre d'ignorer ces jugements, "au contraire il est à leur merci" puisqu'il n'a aucun soutien du côté des

adultes: les parents se soucient tellement de l'intégration sociale de leurs enfants qu'ils tendent eux mêmes à encourager la conformité et " à ignorer ou même nier d'éventuelles différences entre leur enfant et les enfants des autres, car ces différences risqueraient de les faire douter de leur propre capacité à gérer les injonctions concernant l'éducation" (p. 92). Dans le groupe de ses pairs, la réussite de l'enfant dépend donc de sa capacité à comprendre quels sont les préférences des autres, et à aligner son propre comportement sur les modes de pratique dominants. "C'est le produit approuvé par la majorité ou par un camarade au témoignage duquel on peut se fier qui devient le *meilleur*. De ce fait les produits les plus appréciés sont finalement ceux que se trouvent utiliser les membres du groupe les plus populaires" (p. 103)

¹⁰

Une enquête que j'ai menée récemment sur le rapport des lycéens à la culture confirme largement les propositions de Riesman (Pasquier 2005). La sociabilité y apparaît encadrer de façon très normative la cartographie des goûts culturels possibles en proposant une codification précise des préférences et des manières de pratiquer jugées acceptables. Mais entre les années 50, où écrivait Riesman, et aujourd'hui, le rôle des médias -dont il avait perçu l'importance mais en les analysant plutôt comme des ressources utilisées par des adultes inquiets de leurs méthodes éducatives-, a fondamentalement changé, et pas simplement en ampleur. La montée en puissance de l'offre télévisuelle dans les années 80 et celle, plus récente, des lieux de discussion ouverts sur Internet interdisent de réfléchir les pressions au conformisme à travers des approches localisées comme l'a fait Riesman, et après lui, les auteurs des *cultural studies* lorsqu'ils ont étudié les cultures juvéniles populaires dans l'Angleterre urbaine de l'après guerre. C'est à l'intersection entre les réseaux d'insertion locaux (les groupes de pairs) et les systèmes de représentation culturels proposés par les médias que l'on doit aujourd'hui observer le travail de sociabilité dans la culture et comprendre l'élaboration des hiérarchies de légitimité.

¹⁰ Riesman appuie une partie de ses hypothèses sur une enquête réalisée en 1947 sur les préférences musicales des adolescents qui montrait combien ils étaient anxieux de témoigner des "bonnes" préférences, plutôt que d'affirmer les leurs propres. La musique est en effet un secteur culturel particulièrement intéressant pour étudier l'organisation sociale des goûts dans la culture juvénile et les tensions entre préférences personnelles et soumission aux préférences collectives (Riesman, et alii 1953).

On assiste à un double processus de délocalisation et de stylisation par homologie. Délocalisation car les produits culturels ont une diffusion sociale beaucoup plus large et beaucoup plus rapide qu'avant: le rap né dans les ghettos noirs du Bronx, relayé immédiatement par les radios jeunes ou les clips télévisuels a très vite touché des milieux sociaux très éloignés, les classes moyennes et même une partie des classes supérieures blanches. Stylisation, parce que la télévision, relais central de l'économie médiatico publicitaire qui s'est affirmée depuis les années 80 (Donnat), permet de proposer un produit culturel comme un mode de vie en l'associant d'emblée à des styles vestimentaires, des sports ou des manières de parler. Ce phénomène d'homologie, qui veut que tout élément fasse sens avec d'autres éléments avait été souligné dans les années 70 par Dick Hebdidge dans ses travaux sur les sous cultures juvéniles populaires. Mais Hebdidge s'intéressait plutôt au caractère spectaculaire de cette "science du concret", caractéristique des sous cultures, et qui consiste à détourner des objets tirés de la vie quotidienne pour leur donner un autre sens (pour prendre un exemple connu, l'épingle de nourrice dans la culture punk). Il n'a guère prêté attention au rôle que pouvaient jouer les médias, et surtout la télévision, en fournissant des versions accomplies et cohérentes des formes de stylisation possibles à travers la mise en scène de figures culturelles comme les chanteurs ou les sportifs. C'est pourtant aujourd'hui un élément décisif: les pratiques de détournement existent toujours -comme les polos Lacoste portés par les rappeurs- mais elles sont plus présentées comme des modèles à suivre que comme des ressources possibles.

Internet joue aussi un rôle actif comme lieu de confrontation des préférences culturels. Les chats ou les forums ne sont pas seulement des lieux d'échange, ils sont surtout des lieux où s'élaborent en commun la définition des pratiques valorisées ou valorisantes. On n'y vient pas pour parler de ses goûts mais pour les défendre, et souvent de façon exclusive. Le travail social d'exhibition et de stylisation des appartenances culturelles s'est foncièrement radicalisé. Ainsi, lorsque au sein des groupes de pairs s'opère la délimitation de cette culture commune obligatoire qu'a bien décrite Riesman, il s'est déjà opéré en amont, par les médias, tout un travail définitionnel avec lequel le groupe doit composer.

Dans l'enquête sur les lycéens, les cultures populaires et les cultures masculines sont apparues comme plus capables que les autres de s'imposer comme cultures dominantes. Les garçons portent un regard dépréciateur sur les préférences télévisuelles et musicales des filles,

qu'ils jugent trop commerciales. Mais surtout ils tiennent un discours franchement hostile sur leur intérêt pour les coulisses, leur goût pour les détails sur la vie privée des stars ou leur manie de télécharger des images pour décorer les murs de leur chambre. Tout cela fait à leurs yeux partie d'une approche passive de la culture qu'ils opposent à la leur propre, beaucoup plus fondée sur le fait de "pratiquer ensemble", de participer activement aux confrontations sur Internet et surtout de promouvoir des formes culturelles innovantes, c'est à dire moins relayées dans les médias. Dans un travail sur les cultures musicales adolescentes, Sarah Thornton émet l'hypothèse qu'on est passé d'un schéma d'opposition à une culture dominante identifiée comme culture de la classe moyenne, à une culture dominante désormais identifiée comme culture populaire féminine. (Thornton 1996)

Du côté féminin cette moindre valence sociale est la plupart du temps intériorisée et ne suscite presque jamais de jugement symétrique, c'est notable dans le cas des jeux vidéo que très peu de lycéennes aiment pratiquer mais dont elles ne critiquent jamais la passion chez les garçons. Elles acceptent souvent finalement de limiter leurs activités sociales autour de la culture au cercle restreint des meilleures amies, contribuant ainsi à accroître le rôle de ségrégation sexuelle que la culture joue de plus en plus dans la sociabilité juvénile.

Le constat d'une prédominance des cultures populaires pose beaucoup de questions. Sans doute s'explique t il en partie par le fait que les lycéens d'origine populaire se montrent nettement plus engagés que les autres lorsqu'il s'agit de défendre leurs préférences culturelles. C'est en tout cas un constat que faisait aussi Richard Peterson à propos des classes populaires "univores" en expliquant que l'engagement dans des gammes culturelles moins variées que celles des milieux culturellement mieux dotés s'accompagne souvent d'un comportement de défense plus actif de cette forme culturelle particulière qui permet d'affirmer les différences avec les autres

De fait, dans les lycées où s'applique le principe d'une relative mixité sociale, la dévaluation des formes culturelles légitimes est forte, qu'il s'agisse de la lecture de livres ou de l'écoute de musique classique. A un lycéen qui déclarait écouter *"de tout, en musique, absolument de tout"*, j'ai posé la question suivante *"même de la musique classique?"*. Il eut une réaction immédiate, presque offusquée *"Ah non! Pas de la musique classique, non! J'ai pas de potes qui écoutent ce genre de musique!"*. A l'inverse, ils ont été nombreux à s'être sentis obligés

de s'intéresser au rap -qui était alors la forme musicale dominante dans les groupes masculins-. Bref, il arrive souvent un moment où il faut choisir entre l'affirmation de goûts individuels qui risquent de marginaliser dans la vie sociale avec les autres et l'adoption des goûts collectifs qui favorisent l'insertion dans des réseaux sociaux spécifiques. A moins d'opter pour une formule intermédiaire qui consiste à dissocier les pratiques de scène des pratiques de coulisse, c'est à dire à entretenir en parallèle chez soi un univers culturel à l'abri des tyrannies de la sociabilité amicale.

Le modèle conformiste fonctionne-t-il de la même façon à d'autres âges de la vie? Sans doute pas. La société juvénile, surtout pendant la période de la scolarité, se caractérise par un fonctionnement en groupes larges et constants qui tend certainement à renforcer les effets de la pression collective. Le rapport aux pratiques culturelles et tout particulièrement aux médias est souvent plus distendu des opérations de sociabilité et moins présent dans les interactions. Toutefois, tout laisse penser que l'adoption des conduites culturellement dominantes dans l'entourage est toujours, et pour tout individu, un moyen fort de minimiser le coût social de la différence.

Conclusion: et du côté des pratiques supérieures?

Pourrait on utiliser ce fil de la sociabilité pour travailler sur des pratiques culturelles très sélectives comme l'opéra? On a vu au début de ce texte que ces pratiques se sont constituées comme telles précisément parce qu'elles avaient fait la chasse aux comportements spectatoriels de type participatif et exigé de passer sous silence tout ce qui n'est pas du domaine du rapport personnel à l'œuvre. Mais c'est là une volonté idéologique pour améliorer un classement artistique et non un constat sociologique. Rien ne permet de supposer que la relation à la culture "haute" ne soit pas traversée par les différents modèles de sociabilité qui ont été analysés ici à propos de la télévision ou de l'écoute musicale. Di Maggio estime que les pratiques nobles ne sont pas reliées à des activités de sociabilité. C'est une affirmation qui mériterait d'être soumise à vérification empirique. Que ces activités de sociabilité soient plus discrètes, c'est indéniable. Pas de culte affiché des stars, pas de mouvements de foule, pas d'attitudes démonstratives. Mais cela ne veut pas dire qu'elles n'existent pas. Dans les salles du spectacle vivant il y a des couples et des groupes, rarement des individus venus seuls. Qu'est ce que la sortie au théâtre ou à l'opéra apporte à ces micro réseaux sociaux? Est elle un

moyen d'entretenir des liens privilégiés avec des personnes qui partagent les mêmes goûts? Une manière de donner un tour culturel plus solennel à des relations qui sont par ailleurs fondées sur le partage d'autres activités? Comment s'est fait le choix du spectacle et en en parlant à qui? Y a t il des individus qui sont crédités d'une expertise particulière, comme ces leaders d'opinion analysés par Lazarsfeld, plus informés que la moyenne dans un domaine particulier et du coup capables d'influencer les choix du groupe qui leur reconnaît ce statut préférentiel? La composition sociale de la salle au moment du spectacle joue t elle un rôle sur la relation à l'œuvre qui est présentée et influence t elle les manières de réagir? Pourrait on analyser le moment du spectacle comme un moment de mise en œuvre des procédures coopératives dont parle Becker? Parle t on ensuite des spectacles qu'on a vus et avec qui? Qu'est ce que ces échanges apportent? Y a t il des spectacles qu'il faut avoir vus pour se maintenir dans certains réseaux sociaux et d'autres au contraire dont il vaut mieux ne pas parler même si on y a assisté? Il est finalement paradoxal que toutes ces questions dont on connaît l'importance pour comprendre la relation à des supports culturels, pourtant souvent consommés dans le cadre intime du foyer comme la télévision, soient aussi rarement prises en compte dans les travaux sur la "grande culture"¹¹. Toutes les pratiques culturelles sont codifiées et ritualisées, que ce soit devant le petit écran ou dans le cadre d'une visite au musée, tous les participants accomplissent un certain nombre de routines sociales, tous intègrent l'idée que d'autres, présents ou non, savent qu'ils sont là et qu'ils devront à un moment ou un autre parler de ce qu'ils ont vu, porter des jugements, répondre à des questions ou des critiques. Or, force est de constater que ce sont les romanciers plus que les sociologues qui ont su rendre compte de ces dimensions sociales du rapport à la culture cultivée et montrer, comme l'ont fait Proust ou Balzac, que la sortie à l'opéra est parfois moins une relation aux œuvres qu'une relation aux autres..

¹¹ Dans un travail sur les publics de l'opéra Frédérique Patureau (1991) consacre quelques pages à cette question de l'organisation des sociabilités entre habitués qui témoignent de l'intérêt évident qu'il y aurait mettre en place de véritables protocoles de recherche. Le thème apparaît aussi dans quelques travaux sur les visites au musée, mais sans jamais être développé systématiquement. Pierre Michel Menger dans son étude du public de la musique contemporaine parle d'un devoir social de consommation qui parfois l'emporte sur l'expression de plaisirs personnels (Menger 1983)

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Bourdieu Pierre., Darbel Alain., *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*, Editions de minuit, Paris, 1969,

Becker Howard., *Les mondes de l'art*, Flammarion, Paris, 1988,

Bergé Armelle, Granjon Fabien., "Réseaux relationnels et éclectisme culturel", (à paraître).

Boullier Dominique, *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*, L'Harmattan Paris 2004,

Brown MaryHelen., *Soap operas and women's talk. The pleasure of resistance*, Sage London 1994,

Cardon Dominique, Granjon Fabien., "Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilités", in Donnat Olivier., Tolila Paul. dir., *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 2003 pp. 93-108.

Dayan Daniel et Katz Elihu, *La télévision cérémonielle. Anthropologie et histoire en direct*, PUF, Paris 1996,

Dayan Daniel, "Télévision, le presque public", *Réseaux*, 2000, 100, p.427-456

DiMaggio Paul., - « Classification in Art », *American Sociological Review*, 1987. 52, pp. 440-455.

Donnat Olivier., - *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, La Découverte, Paris 1994.

Erickson Bonnie., - « Culture, class and connections », *American Journal of Sociology*, 1996, 102, pp. 217-251.

Lazarsfeld Paul., Katz Elihu., , *Personal Influence*, Free Press, New York, 1955

Lahire Bernard., -*La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, Paris, 2004.

Le Bohec Jacques., Teillet Philippe., "La musique adoucit- elle les mœurs?" in Bonny Y, Queiroz JM et Neveu E, *Norbert Elias et la théorie de la civilisation*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 2003

Levine Lawrence, *Highbrow/Lowbrow: the emergence of cultural hierarchy in America*, Harvard University, Cambridge, 1988

Menger Pierre Michel, *Le Paradoxe du musicien*, Flammarion, Paris, 1983

Pasquier Dominique *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Ed de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1999

Pasquier Dominique *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Autrement Paris., 2005

Patureau Frederique, *Les Praticants de l'art lyrique aujourd'hui: une étude du public actuel de l'opéra de Paris*, Ed de la MSH, Paris 1991

Peterson R A - « Understanding audience segmentation : from elite and mass to omnivore and univore », *Poetics*, 1992. 21, pp. 243-258.

Peterson R. A., Simkus A., - How Musical Tastes Mark Occupational Groups, in Lamont M., Fournier M.eds., *Cultivating Differences : Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*, University of Chicago Press, Chicago, 1992. pp. 152-186.

Riesman, David, Nathan Glazer et Reuel Denney *The lonely crowd*, deuxième édition revue, Doubleday New York 1953 (original 1950, Yale U press)

Thornton Sarah., , *Club Cultures: music, media and subcultural capital*, , Wesleyan University Press, Hanover 1996