

Vicenzo CICHELLI, SYLVIE OCTOBRE, *L'Amateur cosmopolite. Goûts et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*

Paris, La Documentation française, coll. Questions de culture, 2016,
424 pages

Hervé Glevarec



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11608>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.11608](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11608)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2017

Pagination : 374-376

ISBN : 9782814305076

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Hervé Glevarec, « VICENZO CICHELLI, SYLVIE OCTOBRE, *L'Amateur cosmopolite. Goûts et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation* », *Questions de communication* [En ligne], 32 | 2017, mis en ligne le 31 décembre 2017, consulté le 04 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11608> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11608>

Tous droits réservés

Vicenzo CICHELLI, SYLVIE OCTOBRE, *L'Amateur cosmopolite. Goûts et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*

Paris, Documentation française, coll. Questions de culture, 2016, 424 pages

L'Amateur cosmopolite est un ouvrage qui se donne pour objet le « cosmopolitisme esthétique-culturel » des jeunes adultes (qui sont caractérisés comme « juvéniles » dans le titre) conçu comme une « disposition culturelle impliquant une posture intellectuelle "d'ouverture" à l'égard d'individus, de lieux et d'expériences de cultures différentes, particulièrement de "nations différentes" » (p. 13). Ici le cosmopolitisme est synonyme d'ouverture d'esprit. Cet ouvrage se donne un bel objet qualifié, en conclusion, de « néo-cosmopolitisme ». Comment est-il questionné et conceptualisé ?

L'étude est appuyée sur une enquête statistique par questionnaires en face à face réalisée en 2015 auprès de 1 600 jeunes de 18-29 ans représentatifs portant centralement sur les consommations médiatiques et numériques et sur les « imaginaires esthétiques et culturels » monumentaux, artistiques (et aussi sportif, historiques et scientifiques). Elle est complétée par 43 entretiens menés par des étudiants de master en 2012-2014 auprès de jeunes adultes, réalisées donc avant et sans lien à l'enquête statistique. L'ouvrage est composé de trois parties qui traitent des « configurations du goût du monde, des déterminants du goût du monde et du goût de l'amateur cosmopolite ».

La première interrogation que soulève le type d'objet est sa consistance ou du moins ses contours : le « cosmopolitisme esthétique-culturel » des jeunes adultes existe-t-il à l'issue de l'enquête ? Un commentaire paradoxal apparaît dès la première partie : « Les consommations médiatiques des jeunes sont largement internationalisées » (p. 24) mais « de manière générale, les jeunes qui privilégient exclusivement les contenus nationaux sont plus nombreux que leurs opposés, les univoques d'œuvres et de produits étrangers » (p. 28). Le chapitre 1 montre que, statistiquement, les consommations culturelles étrangères de niveau élevé concernent principalement les séries et les films (p. 25). Le restant des biens culturels étrangers consommés est soit minoritaire (musique, livres, jeux vidéo), soit quasi absent (bandes dessinées, réseaux sociaux, sites web/blogs, télévision, radio et presse). Autrement dit, ces résultats tendraient à suggérer un amateurisme national plutôt que cosmopolite...

La connaissance et l'appréciation des personnages célèbres et des monuments font l'objet du chapitre 2. Du point de vue des savoirs, les personnages historiques

sont les plus connus des jeunes adultes. Davantage que les monuments. Personnages et monuments transmettent quatre types de valeur : esthétique, éducative, nationale et universaliste (pp. 70-71). Les auteurs notent que les récits des enquêtés sont parfois erronés comme celui tenu sur la mort du personnage de Marie Curie (p. 64). Les notions de « goût du monde », « imaginaires du monde » ou encore « une sensibilité pour habiter le monde » sont sans doute un peu imprécises d'un point de vue descriptif. Parfois les notions peuvent questionner, comme celle, plus avant, de « mobilité indirecte » (p. 167) ou de « mobilité réelle indirecte » (p. 175), qui désignent des contacts avec des personnes et donc, *a priori*, ne ressortissent en rien à la notion commune de la « mobilité » comme déplacement physique. Une formulation comme « les jeunes se socialisent à la différence culturelle » (p. 167) surprend si l'on considère que la « socialisation » est un processus plus indirect que direct et qu'il s'agit là de désigner des fréquentations culturelles et non des processus de socialisation. Dans certains cas, les pratiques observées ne relèvent pas du cosmopolitisme mais du maintien d'un attachement avec des proches restés au pays (c'est le cas explicite des pratiques japonisantes de Li Mei par exemple, p. 165).

On peut découvrir ensuite une typologie statistique des consommations déclarées par les enquêtés à partir d'une analyse factorielle (pp. 77, 78). Le premier profil est désigné comme « cosmopolitisme involontaire » qui regroupe des adultes peu diplômés, travaillant, consommant une culture « mainstream » anglo-saxonne. La notion de « cosmopolitisme involontaire » mérite discussion puisqu'elle signifie logiquement que les pratiques culturelles tournées vers des biens étrangers le seraient involontairement tout comme leurs « effets ». Le second profil est un « cosmopolitisme sectoriel » marqué par une appétence des individus pour la lecture, il est plutôt féminin et diplômé. Le « cosmopolitisme principal » est le fait de forts consommateurs, tournés vers l'étranger *via* les œuvres audiovisuelles consommées. Il est composé d'adultes plutôt jeunes, hommes, diplômés et urbains. Le profil de la « préférence culturelle nationale » désigne un groupe moyennement investi et porté sur les œuvres d'origine française. Enfin, « l'impossible cosmopolitisme » (formulation peu parlante) désigne un groupe dont le « seul trait cosmopolite » se réduit à la somme de contacts étrangers sur les réseaux sociaux. Il s'agit d'un groupe masculin, plutôt diplômé mais « hétérogame » (*sic*) sous l'angle des niveaux hétérogènes d'insertion et de qualification de leurs parents. La conclusion des auteurs est que « le cosmopolitisme esthétique-culturel ressemble plutôt

à une norme de bon goût générationnel » (p. 103). S'agit-il là, aux yeux des contributeurs, d'une *cause explicative* des pratiques cosmopolites ?

Interrogeons-nous ici sur la méthodologie. Deux observations : la première porte sur la non-homogénéité des deux corpus : les interviewés n'étant pas pris parmi les enquêtés du questionnaire, les entretiens ont une fonction logique d'illustration des données restituées tout au long du livre. Est-ce une illustration pleinement autorisée ? En effet, le nombre des interviewés qui ont des parents non francophones produit-il un biais cosmopolite à propos d'une enquête qui se veut représentative (25 étudiants sont nés à l'étranger ou ont un parent étranger sur 43 interviewés) ? Comme si le terrain qualitatif avait été constitué, sans relation au questionnaire, d'adultes déjà « biculturels » (par leur mobilité personnelle ou par leurs parents). La seconde remarque porte sur l'assemblage hétérogène, dans l'analyse factorielle qui est menée, d'une part, de pratiques et de préférences culturelles déclarées (en matière de films, musiques, séries, etc.) et, d'autre part, de questions de connaissances et de représentations issues de réponses fermées (sur des monuments et des artistes) (p. 76). Les annexes, riches, ne font pas état des coordonnées factorielles des axes permettant au lecteur de voir les modalités structurant les oppositions de l'axe 1 et 2 et les axes décrits par les variables socio-démographiques ne sont pas commentés. Il semble qu'il aurait été légitime de traiter les modalités de connaissances et de représentations en tant que variables supplémentaires afin de ne pas imposer à l'espace des pratiques une grille *a priori* d'échelle de savoirs (+ ou -) et de représentations à discuter (échelle de perception + ou - nationaliste ou universaliste de la valeur des monuments et des artistes) *mais* d'en faire un *des principes d'éclairage* des pratiques et des goûts. Aussi l'analyse factorielle porte-t-elle moins sur le cosmopolitisme esthétique-culturelle que sur les *préférences et les connaissances des œuvres culturelles selon leur provenance française ou étrangère par les 18-29 ans*.

Plus fondamentalement et d'un point de vue méthodologique, y a-t-il adéquation entre l'objet visé (restituer des effets imaginaires des pratiques culturelles) et le protocole retenu (une enquête sur les pratiques, les goûts et les connaissances) ? Peut-on mesurer la tolérance à l'égard de l'autrui étranger à partir des consommations de biens d'origine étrangère ? En définitive, a-t-on une cartographie « des goûts et des imaginaires cosmopolites » des jeunes adultes comme l'annonce le titre de l'ouvrage ? Le questionnaire, par son contenu même, ne permet

pas de saisir des représentations, il pose des questions de goûts, qui sont des questions génériques et non des questions d'origine territoriale des biens, et ne recueille pas des représentations spontanées de l'étranger (pp. 306-328). N'aurait-il pas fallu poser une question sur la *voie privilégiée* d'accès à ce qui est étranger, à savoir le *contenu* des émissions, des musiques, des jeux vidéo, des radios, etc. (avec une question du genre : « Le contenu de ce que vous regardez est-il... ? ») ? De même, il n'y a pas de distinguo fait entre les sources scolaires et les sources audiovisuelles du cosmopolitisme (une question comme « où en avez-vous entendu parler pour la première fois ? » aurait pu le saisir). Sa question présupposant un objet (le cosmopolitisme), elle ne peut l'appréhender sous la forme d'une question critique : « Quelles représentations de l'étranger les jeunes adultes ont-ils ? »

Les déterminants sociologiques des pratiques occupent la partie II. La question posée est celle de l'usage du cosmopolitisme comme « capital culturel » (pp. 109, 110). Sa réponse sera négative (pp. 184, 185). Toutefois, les auteurs ne se donnent pas les moyens de détailler tel ou tel trait de cosmopolitisme pour en évaluer l'usage social dans telle ou telle situation qu'ils auraient isolée. De même, les biens culturels ne sont pas spécifiés par des dimensions qui leur seraient propres (distinguant la musique du roman, par exemple). On note pourtant la place centrale qu'occupent les séries télévisées dans le « néo-cosmopolitisme ». Certainement parce que ce sont des récits situés et au long cours plus accessibles que le roman et plus immersifs que le long-métrage. Si les références mobilisées laissent de côté les perspectives différentialistes et des *studies* (approche par la réception et les identités), d'autres sont absentes alors que des idées comme la « mise en genres » à propos des biens culturels ou « l'effet de réel » à propos des séries sont significativement mobilisées.

Dans le chapitre IV de la partie II qui discute de la notion d'éclectisme de Richard Peterson, les auteurs font une distinction entre « pluralité » des domaines culturels (films, séries, musiques, etc.), « diversité » des genres à l'intérieur d'un domaine (rock, rap, etc., au sein de la musique par exemple) et « voracité » (dimension quotidienne ou mensuelle de la pratique). Il y a certainement un paradoxe à critiquer la dimension comptable de l'omnivorisisme et à utiliser le mot de « voracité » (pp. 129, 130). La distinction entre la « pluralité » des domaines et la « diversité » générique est-elle justifiée par le fait que la notion de « diversité » générique serait dotée, selon les auteurs, de la capacité de saisir la hiérarchie et l'hybridation des biens culturels ?

Il semble bien que la « diversité » sectorielle possède tout autant ce critère. Les auteurs écrivent que « plus le nombre de goûts s'élève, plus les combinaisons entre genres légitimes et genres populaires se font nombreuses, même s'il est de moins en moins facile d'identifier des hiérarchies culturelles univoques » (p. 121) ; de deux choses l'une, ou bien il y a des genres légitimes et d'autres illégitimes, ou bien il n'est pas facile d'identifier des hiérarchies culturelles. Les deux à la fois relèvent de l'impossible. Cette phrase témoigne assez bien de l'hésitation d'un propos qui soutient la stratification tout en relativisant sa valeur. Sans doute faut-il choisir ou bien raffiner la description. Le chapitre VI montre que l'intérêt des jeunes adultes pour l'ailleurs est significatif (avec par ordre d'intérêt décroissant : les États-Unis, le Canada, l'Australie, l'Espagne, l'Italie...). Les films et internet sont des sources décisives de connaissance des pays qui intéressent. Le sentiment d'appartenance premier est le pays, en l'occurrence la France, puis la ville, la région, le quartier, l'Europe ensuite.

Le goût cosmopolite et les rapports aux contenus sont au cœur de la partie III. Le chapitre VII étudie la réception et affirme que « la lecture [d'une œuvre par le consommateur] en dit moins sur l'œuvre que sur la représentation du monde dans lequel il vit » (p. 196). Est-ce une affirmation où l'œuvre est considérée *a priori* sans particularité objective ou bien le résultat de l'enquête qui montre que la « lecture » prime sur le « texte » ? Quoiqu'il en soit, une telle affirmation fait du cosmopolitisme le produit de la réception et non de l'objet, ce qui n'est pas sans constituer un résultat paradoxal. Bien qu'il ne fasse pas état des nombreux travaux sur les séries télévisées et sur la notion d'effet de réel, le chapitre VII entre dans le vif du contenu étranger du cosmopolitisme qui est décrit à l'aide des catégories de « savoir » et « d'imaginaire » (p. 216). Le contenu du cosmopolitisme ce sont les « codes culturels, les produits culturels et la cuisine » (p. 197). Les œuvres produisent du savoir et des imaginaires. La question de la nature stéréotypée ou correcte de ces représentations n'est pas posée. Elle est redoutable, mais sans doute essentielle à un tel projet.

Les auteurs abordent ensuite les « émotions du monde » (*sic*), émotions saisies *via* notamment les séries télévisées (chapitre VIII). Ils indiquent que les voix originales des acteurs de séries télévisées américaines, leur jeu ainsi que le réalisme de ces séries seraient des caractéristiques cosmopolites. Ne sont-ce pas plus simplement des jugements de goûts (positifs) à l'endroit des séries télévisées ? Le dernier chapitre porte sur la représentation du cosmopolitisme par les interviewés, qui permet de voir la diversité des points de vue : sa

dénonciation comme manifestation capitaliste, comme illusion, comme émancipation ou comme ouverture. Le livre se ferme sur la caractérisation d'un néo-cosmopolitisme, différent et succédant à un « cosmopolitisme des élites » (attaché à la jouissance des œuvres de l'humanité civilisée du début du XX^e siècle). Ce néo-cosmopolitisme manifesterait « l'inclusion de l'autre *via* les consommations » (p. 283). Un doute demeure sur la capacité que cet ouvrage aura eu de le montrer.

Hervé Glevarec

Irizzo, université Paris Dauphine, F-75016

herve.glevarec@dauphine.fr

Thibaut Clément, *Plus vrais que nature. Les parcs Disney ou l'usage de la fiction dans l'espace et le paysage*
Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2016, 292 pages

L'ouvrage de Thibault Clément, issu de sa thèse en études du monde anglophone soutenue en 2011, a une véritable originalité dans le contexte francophone, et sans doute au-delà : partir de la culture matérielle, point d'ancrage de ses analyses ; prendre au sérieux le divertissement populaire, regarder du côté de la conception et non seulement de la réception. Il est à noter que la question de la réception, et c'est sans doute une autre originalité mais qui renvoie à des études courantes sur les parcs Disney, concerne non seulement les visiteurs mais aussi les employés qui se trouvent dans un entre-deux, entre concepteurs et administration des parcs d'une part, et visiteurs ou invités selon le terme qui les désigne officiellement d'autre part.

En effet, comme le titre l'indique, il s'agit de s'intéresser à la conception, la réception et la logique sous-jacente des parcs Disney sans pour autant prendre un point de vue critique sur la culture populaire, considérée ici non seulement comme légitime mais également complexe, sophistiquée et méritant que l'on y regarde près. Comme l'auteur le présente au début de l'ouvrage son objectif est d'analyser « les procédés de fabrication des parcs et les discours entourant leur conception » largement « pass[és] sous silence » (p. 17) dans la littérature consacrée à ces mêmes parcs. Le parc est ainsi considéré comme « une œuvre collective » et sa réception est mise en relation avec « les objectifs de ces concepteurs ou "machineurs" ». Ce dernier terme est la traduction choisie par l'auteur pour « *imagineer* », souvent traduit par « imagénieur », terme qui désigne au sein de l'entreprise Disney les personnes chargées de la conception de parcs et qui pour cela doivent associer production d'imaginaire et développement d'outils techniques, de machines qui permettent au public la rencontre avec cet imaginaire matérialisé.