

Dégagement, participation et engagement culturel des jeunes : des concepts pour une problématique mouvante

Sylvie Octobre

Volume 4, numéro 1, 2019

L'engagement des jeunes dans diverses sphères de la vie. Deuxième partie

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1069169ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1069169ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Institut national de la recherche scientifique (INRS)

ISSN

2371-3054 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Octobre, S. (2019). Dégagement, participation et engagement culturel des jeunes : des concepts pour une problématique mouvante. *Revue Jeunes et Société*, 4(1), 58–76. <https://doi.org/10.7202/1069169ar>

Résumé de l'article

L'engagement renvoie d'ordinaire à des formes de participation morale à des causes, recelant des promesses individuelles ou collectives : mariage, politique, travail, valeurs et vie associative sont des objets historiques de l'engagement, tandis que le loisir a longtemps été considéré comme le temps du dégagement des contraintes de la vie quotidienne, avant que la sociologie de la culture se penche sur les diverses formes de participation et leur intensité, des consommations et pratiques culturelles à l'amateurisme en passant par certaines « passions ordinaires » et aux expériences culturelles. Cet article entend proposer un retour réflexif sur les concepts mobilisés pour décrire la réalité sociologique de la participation culturelle, de la consommation culturelle et de la réception des biens culturels, afin de mettre en évidence tant les mutations du champ culturel lui-même que celles des postures d'observation des comportements culturels, ainsi que les effets de la structuration des champs disciplinaires. Ce faisant, on en sera amené à proposer un cadre d'analyse de l'engagement culturel qui articule action, horizon de référence, temporalité, principe générateur et disposition d'esprit. Ce cadre d'analyse, englobant, amène à considérer a priori de manière pragmatique du même oeil l'amateur de musique classique et le téléspectateur assidu d'une série ... bref de défaire toute la série de préjugés qui a présidé à la distinction terminologique (et idéologique) entre consommation et pratique, et entre populaire et illégitime.



Dégagement, participation et engagement culturel des jeunes : des concepts pour une problématique mouvante

Sylvie Octobre

Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS), Ministère de la Culture,
Chercheuse associée au GEMASS/CNRS/Université Paris IV, France
sylvie.octobre@culture.gouv.fr

Résumé

L'engagement renvoie d'ordinaire à des formes de participation morale à des causes, recelant des promesses individuelles ou collectives : mariage, politique, travail, valeurs et vie associative sont des objets historiques de l'engagement, tandis que le loisir a longtemps été considéré comme le temps du dégagement des contraintes de la vie quotidienne, avant que la sociologie de la culture se penche sur les diverses formes de participation et leur intensité, des consommations et pratiques culturelles à l'amateurisme en passant par certaines « passions ordinaires » et aux expériences culturelles. Cet article entend proposer un retour réflexif sur les concepts mobilisés pour décrire la réalité sociologique de la participation culturelle, de la consommation culturelle et de la réception des biens culturels, afin de mettre en évidence tant les mutations du champ culturel lui-même que celles des postures d'observation des comportements culturels, ainsi que les effets de la structuration des champs disciplinaires. Ce faisant, on en sera amené à proposer un cadre d'analyse de l'engagement culturel qui articule action, horizon de référence, temporalité, principe générateur et disposition d'esprit. Ce cadre d'analyse, englobant, amène à considérer *a priori* de manière pragmatique du même œil l'amateur de musique classique et le téléspectateur assidu d'une série ... bref de défaire toute la série de préjugés qui a présidé à la distinction terminologique (et idéologique) entre consommation et pratique, et entre populaire et illégitime.

Mots-clés : engagement, participation, culture, loisir, jeunes

Disengagement, Participation, and Cultural Engagement Among Youth: Concepts for Studying an Elusive Issue**Abstract**

Engagement usually refers to forms of moral participation in matters associated with individual or collective commitments. Marriage, politics, work, values, and community life have therefore all been traditionally understood as objects of engagement. By contrast, leisure time has long been seen as an opportunity to break free of the constraints of everyday life, at least until the sociology of culture began reflecting on the diversity and intensity of forms of participation that encompass consumption, cultural practices, amateurism, certain hobbies, and a range of cultural experiences. In this article, we reflect on the concepts traditionally used to describe the sociological reality of cultural participation, cultural consumption, and the acquisition of cultural assets. We aim to highlight both changes in the cultural field itself and those shaping approaches to observing cultural behaviour, as well as the role played by disciplinary boundaries. Doing so involves proposing an analytical framework for studying cultural engagement capable of articulating action, reference horizons, temporality, generating principles, and frames of mind. This comprehensive analytical framework is designed to support a decidedly pragmatic assessment of engagement that places the classical music lover on the same footing as the dedicated fan of a television series... In other words, it serves to undo a whole series of biases that support terminological (and ideological) distinctions between consumption and practice, as well as between that which is popular and that which is illegitimate.

Keywords: engagement, participation, culture, leisure, youth

Pour citer cet article : Octobre, S. (2019). Dégagement, participation et engagement culturel des jeunes : des concepts pour une problématique mouvante. *Revue Jeunes et Société*, 4 (1), 58-76. <http://rjs.inrs.ca/index.php/rjs/article/view/157/98>

1. Introduction

L'engagement renvoie d'ordinaire à des formes de participation morale à des causes, recelant des promesses individuelles ou collectives : mariage (Verjus, 2010; Garcia, 2016), politique (Percheron, Mayer et Muxel, 1993; Muxel, 2010), travail (Vakaloulis, 2013), valeurs (Galland et Roudet, 2012) et vie associative (Becquet, 2014) sont des objets historiques de l'engagement. On ne peut ignorer la faveur que le terme engagement connaît dans la modernité : chacun y étant soumis à une injonction éthique à s'inventer soi-même, la notion d'engagement s'est trouvée déplacée sur des terrains nouveaux – dont le culturel – et sous des formes multiples, sans pour autant que le terme s'impose.

En effet, la sociologie a posé longtemps le loisir comme lieu du « dégagement » – le loisir se définissant par la suspension et la libération des contraintes de la vie quotidienne – avant qu'elle ne considère, avec la sociologie de la culture et des pratiques culturelles, les formes diverses de la participation et de la réception culturelles comme étant susceptibles d'être redevables d'analyses fondées sur d'autres prémisses et mettant en évidence les actions, les normes et les contraintes propres aux loisirs. Pratiques (Donnat, 2011a), consommations (Cook, 2004), amateurisme (Donnat, 1996; Flichy, 2010), expérience (Hennion, 2007), passion (Bromberger, 1998), etc. sont des concepts qui ont désigné tour à tour des réalités mouvantes exprimant autant les mutations du champ culturel lui-même que celles des postures d'observation des comportements culturels pour décrire la réalité sociologique de la participation culturelle, de la consommation culturelle et de la réception des biens culturels (Lahire, 2009).

Les sociologues des loisirs (Dumazedier, 1962) ont peu à peu cédé le terrain en France à ceux de la culture (Bourdieu, 1979; Coulangeon, 2011), qui, restant dominants, ont vu se développer d'autres travaux, en termes de réception et centrés sur les médias (Macé et Maigret, 2005) – en réinterprétant souvent des travaux étrangers – notamment issus des *Cultural Studies*, des *Youth* ou *Childhood Studies*, des *Media Studies* et des *Gender Studies*. La vision de l'individu est ainsi devenue plurielle, recomposée dans une grammaire postmoderne (Martuccelli, 2002, 2010), où la culture est pensée comme une forme expressive de l'identité individuelle (Allard et Vandenberghe, 2003) et non plus seulement collective.

Mais la question de l'engagement, longtemps, n'y a pas émergé. Nous voudrions ici revenir sur l'absence du concept d'engagement dans l'étude des consommations, pratiques, usages culturels, et sur ce que cette absence éclaire. Comment définir l'engagement culturel ? Quelle promesse sociale ou individuelle contient-il et à quelle promesse sociale ou individuelle répond-il ? Et de quels jeunes et de quelle(s) culture(s) parle-t-on ?

2. Du dégagement à la participation : loisir, art, culture

Le centrage de la construction sociale sur la question du travail a posé le loisir comme étant son symétrique opposé : temps de libération des obligations productives ; il était aussi le temps de la libération personnelle. De fait, pendant longtemps, la question de l'engagement, liée à celles de la responsabilité, de la conscience de la participation et de ses productions culturelles intrinsèques, n'est pas posée comme telle en sociologie de la culture : elle achoppe sur la conception de l'implication culturelle (autour de

couples conceptuels tels que réel/virtuel, actif/passif, pratique/consommation) (Octobre, 2014), mais également sur la conception de l'enfance et de la jeunesse comme moment de suspension ou d'absence de total « pouvoir sur soi » (Prout, 2005; Octobre et Sirota, 2013). Il faudra un double mouvement de déplacement de la conception du loisir et des jeunes pour que les enjeux et contours de la participation des jeunes en matière culturelle émergent. Mais dans des termes précis...

2.1 Engagement et loisir : des antagonismes ?

Historiquement, le champ du loisir, auquel la culture émerge, s'oppose à celui du travail. Le loisir, selon Dumazedier (1988) se définit par quatre caractéristiques : désintéressé, hédoniste, personnel, libératoire. Comment concevoir l'engagement dans ce cadre ? Ces caractéristiques sont-elles utiles pour définir et spécifier l'engagement culturel ?

Le critère de *gratuité* est difficilement « conservable » et on peut lui préférer la notion de production de valeur d'usage ou d'échange. Ainsi, l'investissement adolescent dans des « fan-clubs » ou dans des passions a souvent pour rétribution des bénéfices symboliques, reconnaissance parmi les pairs notamment – voire matériels – gagner des jeux-concours par exemple. Les travaux récents sur les sociabilités réelles ou virtuelles, ainsi que sur la thématique de la popularité, indiquent que la gratuité n'est jamais qu'apparente (Cardon, 2010). On peut également réfuter le caractère *hédoniste*, car celui-ci n'est pas discriminant du loisir et peut qualifier d'autres activités, contraintes celles-là : c'est le cas des bons élèves qui déclareront aimer l'école par exemple (Henri-Panabière, 2010). Le caractère *personnel* semble également inadéquat pour qualifier le loisir, puisqu'il n'est ni systématiquement libératoire de l'ennui quotidien – le nombre des enfants et adolescents regardant quotidiennement la télévision et déclarant pouvoir s'en passer l'atteste (Octobre, 2004; Octobre, Détrez, Mercklé et Berthomier, 2010) – pas plus qu'il ne vise à la réalisation de « l'homme total », du « libre dépassement de soi-même », objet sociologique difficile à cerner, qui opposerait la contemplation et la culture de l'esprit aux divertissements, distinction que l'irruption des technologies de la communication a définitivement brouillée (Octobre, 2014). Et que dire enfin du caractère *libératoire*, qui semble à Yonnet le seul susceptible de définir encore le loisir (Yonnet, 1999) ? Ce dernier appelle deux types de remarques.

Premièrement, toutes les activités de loisirs des jeunes ne sont pas, tant s'en faut, dégagées des contraintes familiales : certaines en sont étroitement dépendantes – c'est le cas des inscriptions précoces dans les structures d'enseignements artistiques ou sportifs – et d'autres négocient sans cesse avec elles – c'est le cas des consommations audiovisuelles, au sujet desquelles les interactions parents/enfants sont nombreuses (Octobre, 2004. Glévarec, 2009) – dans la construction progressive d'une plus grande autonomie comportementale. L'emprise croissante de la « pédagogisation » sur la socialisation des plus jeunes (Vincent, 1994; de Singly, 1995), c'est-à-dire l'application dans une part croissante de la vie de critères scolaires et/ou un investissement fort pour favoriser les carrières scolaires, est marquée au sein de la vie familiale et atteste de la négociation moderne entre indépendance et autonomie (de Singly, 2006). Bon nombre d'activités dites « de loisirs » visent en réalité l'éveil de dispositions scolaires, l'acquisition de compétences, la familiarisation disciplinaire, notamment dans les familles les plus acculturées scolairement, en jouant des registres de l'appropriation

progressive, de l'incitation ou de l'inculcation. Les objectifs de loisirs se trouvent donc parfois annexés aux objectifs éducatifs.

Deuxièmement, la morphologie des consommations et pratiques culturelles s'est accommodée des espaces interstitiels, a développé la pluriactivité (écouter de la musique en faisant son travail); la porosité croissante des sphères de la culture et de la communication a rendu les passages de loisir/travail plus facile et la porosité des champs plus importante (Octobre 2018). Bref, le loisir est probablement moins facilement identifiable par le fait qu'il soit affranchi des contraintes que par le fait qu'il les a subordonnées à ses propres injonctions.

2.2 Engagement et art

C'est dans le domaine de la sociologie de l'art que la notion d'engagement a le plus facilement trouvé sa place. Dans les mondes de l'art professionnel, la notion d'engagement, presque sacrificiel, est mobilisée à travers les notions de vocation (*Beruf*) et/ou d'appel esthétique : l'engagement y est physique, intellectuel, éthique, moral, psychique, voire politique (Menger, 2003). Cette posture, qui fait de l'engagement une caractéristique liée à la production artistique, a rendu difficile, voire impossible, son usage dans les champs de la consommation culturelle et la restreint à la pratique, ou à la préparation à la pratique, d'une activité artistique.

Une autre dynamique s'est développée, plus tardivement du fait de la scission française entre « culture » et « éducation populaire », autour d'une réflexion sur les pratiques en amateur (Nicolas, 1996). Dans ce cadre, ce sont les bénéfices individuels de l'engagement dans une pratique qui sont au centre de l'analyse, la question de la qualité artistique de la production amateur étant secondaire. De l'amateur au professionnel, la question de l'éducation artistique et culturelle émerge en filigrane, qu'il s'agisse des écoles qui forment les futurs artistes ou bien des écoles qui proposent des activités artistiques (Dietsch et Sotto, 2010).

2.3 Engagement et culture

Outre le loisir et l'art, l'engagement culturel peut être fondé sur la notion de goût culturel. Dans la représentation vernaculaire, le goût est inexplicable, individuel, lié au caractère ou à la personnalité : il peut fonder l'action, ses moteurs et son unicité. C'est l'idéal incarné par le sentiment amoureux, apogée du jugement de goût.

La question de la fréquentation des œuvres – de la « rencontre » placée au centre des politiques de démocratisation culturelle – a suscité des recherches extrêmement nombreuses qu'il serait impossible ici de citer toutes, mais qui se sont inspirées du même modèle issu de la sociologie critique¹ : publics des musées, des théâtres, des

¹ En effet, les départements des publics se sont multipliés dans les institutions culturelles (musées, bibliothèques surtout, mais aussi théâtres) et ont développé une culture de l'évaluation qui a vu la prolifération d'études dites « de public ». Par ailleurs, les secteurs marchands de la culture (livre, cinéma, télévision radio) utilisent les études de public (ou d'audience) de manière intense pour orienter leur production et leur marketing. Le modèle de la plupart de ces études est celui de l'amour de l'art et de la sociologie critique qui y est mise en œuvre (Bourdieu et Darbel, 1966) et qui mesure les écarts d'accès des différents types de population et formule des diagnostics en termes d'inégalités. C'est dans le domaine des musées qu'elles se sont probablement le plus systématisées (Eidelman, Roustan et Golstein, 2007).

festivals, du cinéma, etc. La sociologie de la culture, marquée par la sociologie critique de Bourdieu, donne une vision du goût comme produit de l'éducation, des rapports de domination et des stratégies de classement, et outil des mécanismes de reproduction de la légitimité culturelle. La question du goût « en soi » y est disqualifiée puisque totalement déterminée : le goût n'est ni de l'ordre de la décision ni de l'ordre de la personnalité, puisqu'il est socialement déterminé et peut faire l'objet de stratégies (même s'il est difficile d'articuler *habitus*², qui est une sorte de conditionnement, et stratégie). Les stratégies dont parle Bourdieu sont en réalité plus souvent des stratégies inconscientes adaptées aux exigences du monde social de l'individu. Dans sa théorie du sens pratique, les acteurs ne calculent pas en permanence pour maximiser leur intérêt sur les bases rationnelles explicites. « L'*habitus* enferme la solution des paradoxes au sens objectif sans intention subjective : il est au principe de ces enchaînements de coups qui sont objectivement organisés comme des stratégies sans être le produit d'une véritable intention stratégique » (Bourdieu, 1980, p. 104). La question de l'engagement culturel pourrait se situer au croisement entre *habitus*, liberté et réflexivité, non pas seulement comme élément de description du style de vie (reflet de la position sociale) mais comme espace de travail de l'agent sur lui-même. Dans les faits, les travaux de la sociologie critique ont peu emprunté cette voie, notamment sur les jeunes, parce qu'aux difficultés conceptuelles précédentes s'est ajoutée la disqualification de la sociologie des âges de la vie – on se souvient du « la jeunesse n'est qu'un mot » de Bourdieu (2002) – une sociologie de la jeunesse ne pouvant que révéler les mécanismes de sa domination par l'école et la famille.

C'est finalement probablement la notion de capital culturel qui a inspiré le plus grand nombre de travaux avec ses reformulations (Coulangeon, 2007), du snob à l'éclectique (Donnat, 1994) et à l'omnivore (Peterson, 1992). Chez Bourdieu, ce capital peut être de trois formes : incorporé (savoir et savoir-faire, compétences, forme d'élocution, etc.), objectivé (possession d'objets culturels) et institutionnalisé (titres et diplômes scolaires ou périscolaires, pourrait-on ajouter). La sociologie de l'école s'est intéressée aux bénéfices des apprentissages culturels, préscolaires ou périscolaires (Chamboredon et Prévot, 1973), essayant son intérêt dans le champ de la culture aux inscrits des écoles de danse, de musique, etc., portée par les politiques de démocratisation culturelle et d'équipement du territoire et par l'idéal professionnel qui irriguent nombre de ces systèmes d'enseignement. Mais l'engagement culturel est bien plus considéré comme une forme d'investissement, parfois dominé, dans des formes de capitaux convertibles sur des marchés non culturels, que pour lui-même.

3. Ce que la culture fait aux jeunes ou ce que les jeunes font à la culture

De la sociologie critique autant que des tenants de la méthode objectivante en sociologie (Bourdieu, Chamboredon et Passeron, 1968) naît en France une pratique de terrain préoccupée de mesure et de rationalité. Dans cette tradition, les objectifs principaux des travaux de recherche tiennent à la discussion des rapports de

² L'*habitus* est constitué des schèmes de perception et d'action durables qui permettent à l'individu de produire un ensemble de pratiques dans un monde social donné. « structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes » (Bourdieu, 1980, p. 134). L'individu peut transformer son *habitus* par sa trajectoire sociale de même que par un retour sur soi (Bourdieu, 1992, p. 239).

domination entre cultures, groupes et sous-groupes : il s'agit de savoir ce que la culture fait aux gens³. Irriguée des travaux des *cultural studies* et de l'anthropologie culturelle, une autre voie se penche, de manière inverse et complémentaire, sur ce que les gens font à la culture, sur les modalités et mécanismes d'appropriation, de réception voire de transformations des objets, produits et contenus culturels, notamment dans le contexte du numérique (Jenkins, 1992, 2013).

3.1 La notion de pratiques culturelles et la prééminence de la sociologie critique

Le terme « pratiques culturelles » est issu de la triple tradition loisir/art/culture, puisqu'il rassemble les consommations culturelles domestiques (liées aux industries culturelles de loisirs), les pratiques en amateurs (qui reprennent à leur compte certains des acquis de la sociologie de l'art, même si la distinction entre professionnels et amateurs est centrale) et la fréquentation des équipements culturels (qui peut être une mesure de la réussite ou de l'échec des politiques de démocratisation culturelle : politique d'équipement, de médiation, d'éducation, etc.) (Donnat, 2011*b*). Il s'agit d'un assemblage problématique à bien des égards : les consommations y voisinent avec des actions, des réceptions avec des productions, l'ajout de l'adjectif culturel affichant une unité qui a fait l'objet de bien des critiques. Quelle commensurabilité entre le fait d'écouter un disque, de visiter un musée ou de pratiquer la danse, ou même quelle commensurabilité entre écouter un disque, aller à un concert et jouer d'un instrument ? Si cette question suppose une réponse de nature idéologique, morale ou éthique, qui échappe au champ de l'analyse sociologique, celle en revanche des liens entre ces termes peut être posée. La réponse statistique ou qualitative ne plaide pas en faveur d'un lien intrinsèque fort entre ces termes – les peintres du dimanche vont moins que les autres dans les musées – et la volatilité (normale ?) des publics jeunes suscite plutôt des diagnostics alarmistes, souvent décrite en termes de la « maladie du zapping » ou de « crise » (de la culture, de l'institution culturelle, des transmissions familiales, etc.) (Fize, 2003).

On ne peut oublier le rôle structurant qu'ont joué les grandes enquêtes qui concernent les pratiques culturelles des Français⁴. Issues à leur origine de cette double tradition objectivante et critique, mais également de la volonté programmatique de l'action publique notamment liée au Plan⁵, elles ont servi de modèle à la plupart des enquêtes dites de publics et de pratiques, qui cherchent à mesurer des taux de participation et à fournir des explications aux écarts entre les taux de participation de différentes catégories de population, afin de permettre une analyse des inégalités, voire de nourrir la construction de politiques compensatoires (Donnat, 2003). Le niveau d'analyse n'est pas tant individuel que collectif, pas tant micro que macrosociologique. La notion d'engagement, qui se pose plutôt à un niveau individuel (ensuite agrégable) – raisons

³ D'une certaine manière, les travaux des économistes qui concernent le capital humain reformulent la question de l'engagement stratégique dans la culture (Becker, 1993).

⁴ Cette enquête décennale, appelée « Les pratiques culturelles des Français » et réalisée par le ministère de la Culture, concerne un échantillon représentatif de la population française métropolitaine âgée de 15 ans et plus. Elle a été réalisée à cinq reprises : en 1973, 1981, 1988, 1997 et en 2008.

⁵ Augustin Girard, fondateur du Service d'études et de recherche du ministère de la Culture et de la Communication proclame ainsi à Avignon qu'il faut sortir de l'ère des goûts et des couleurs pour fournir un fondement objectif à l'action publique (Comité d'histoire, 2011).

de l'engagement, durée, modalités – lui échappe encore. On lui substitue celle de participation ou de niveau d'investissement.

3.2 De la réception aux usages

Une autre approche consiste à se pencher, à l'inverse, sur ce que les gens font à la culture. Sociologie de la réception des médias, mais aussi sociologie de la lecture, de la visite, etc., se donnent cet objet d'étude et privilégient une approche à l'échelle individuelle. Non strictement qualitatif – le *Temps donné au tableau* (Passeron et Pedler, 1991) proposait ainsi une mesure de l'attention portée à chaque tableau dans une recherche portant sur la réception des œuvres dans les musées) – ce courant s'interroge sur les négociations individuelles, plurielles que les individus opèrent de manière active. C'est probablement la sociologie des médias qui illustre le plus nettement ce renversement, dans son analyse de la société de masse (Macé, 2006). Prenant appui sur une tradition pragmatique, délaissant la question des « effets » des médias, très débattue en matière d'enfance et de jeunesse autour de la thématique des « risques »⁶, elle se penche sur ce que les jeunes téléspectateurs font lorsqu'ils regardent la télévision (Pasquier, 1999), ou de ce que les jeunes auditeurs font quand ils écoutent de la radio (Glévarec, 2005) par exemple. La question de l'engagement, aux confins de la participation, de l'investissement sociologique et psychosociologique, réapparaît ainsi.

Prolongeant cette perspective, Hennion (2004) propose une redéfinition de l'amateurisme basée sur une lecture positive et pragmatique du goût dans le cadre plus général d'une réflexion sur les attachements. Alors que la sociologie a habitué à une lecture critique du goût, son analyse réflexive de l'activité des amateurs ouvre à un point de vue plus attentif à leurs pratiques concrètes. Les amateurs ne « croient » pas au goût des choses : au contraire, ils doivent se les faire « sentir ». L'auteur considère les activités non comme des objets dont il faudrait mettre à jour les déterminismes externes, mais comme des activités collectives

avec des objets, un faire ensemble, passant par des savoir-faire et n'ayant de sens qu'à cause des retours que les pratiquants attendent – et en obtiennent souvent même si ce n'est jamais ce qu'ils voudraient. Le but était de sortir la sociologie du goût d'une conception critique devenue hégémonique, qui ne le conçoit que comme un jeu social gratuit et ignorant de lui-même pour restituer à la pratique amateur son espace propre. Le goût est une modalité problématique d'attachement au monde. Il est possible de l'analyser, selon cette conception pragmatique, comme une activité réflexive, produisant dans le même geste les compétences d'un amateur et le répertoire des objets auxquels il tient. (Hennion, 2004, p. 9-10)

Le goût est considéré comme un processus actif, et non comme le lieu d'une critique, produisant des choses à l'issue d'un processus collectif. En cela, Hennion reprend les analyses de De Certeau (1990a, 1990b) autour des arts de faire (lecteurs, promeneurs, cuisiniers du dimanche, etc.). On voit donc que le processus de relecture de l'amateurisme est également doublé d'un processus de relecture du périmètre du

⁶ Il est intéressant de noter que la question des risques est pérenne et qu'elle se pose successivement sur chaque nouveau média – radio, télévision, internet – dans des termes à chaque fois très proches.

culturel, vers son élargissement : des œuvres majeures de l'esprit qui préoccupaient principalement Bourdieu, on passe aux activités humaines ordinaires.

Par une inversion critique caractéristique, hautement contestable, la sociologie tend à ne faire de l'expérience ordinaire des amateurs qu'une application inconsciente des cadres officiels du goût, pour rapporter ensuite ceux-ci à leurs déterminations sociales. C'est là renverser l'ordre des choses, faire du goût une propriété bien déterminée à tous les sens du terme : à la fois passive, ferme et « décidée ». (Hennion, 2004, p. 10)

Hennion substitue à ce goût, jugement social, le goût que constitue l'acte de goûter (gestes, savoir-faire, compétences, ajustements continus). L'attachement est considéré comme la relation entre des objets et des formes de « prise » de ces objets, ce qui engage d'une part à une attention aux états des personnes (et moins à leur étiquetage) et, d'autre part, à un intérêt pour les objets culturels, si petits soient-ils, et leurs effets sur ceux/celles qui les goûtent, d'où un intérêt pour la médiation comme somme des moyens disponibles pour goûter. Cette analyse réintroduit l'enjeu des activités, à côté des conditions sociales de son installation (*l'illusio* dont parle Pierre Bourdieu). On passe d'un intérêt pour les déterminations sociales de l'engagement, à un intérêt pour l'engagement « lui-même »⁷. Ce retour sur le goût implique également un retour sur sa dimension temporelle : dans la perspective pragmatique, le goût est certes durable dans le temps puisqu'il est le lieu d'une accumulation de savoir-faire, mais il n'est pas fixe, ce que le retour réflexif et l'irruption du dégoût indiquent (on peut détester ce qu'on a aimé), de même que dans la négociation du goût avec autrui, il peut être amené à se modifier.

Cette perspective trouve son plein développement dans la sociologie des usages qui prend pour objets privilégiés les nouvelles technologies (Vidal, 2012), qui elle-même pose de nouvelles questions interdisciplinaires et renouvelle les approches sociologiques classiques (Proulx, 2015).

3.3 La question de la passion

La forme la plus favorable de l'engagement est la passion « positive » (l'engagement culturel négatif, qui déboucherait sur une dépendance culturelle, forme d'attachement hyperbolique, n'est pas envisagé, sauf à soutirer à l'activité sa dimension culturelle : les débats autour de la dépendance aux jeux vidéo déniaient a priori toute valence culturelle à la pratique). Bromberger propose ainsi une définition « positive » de la passion :

La passion n'est désormais plus conçue et perçue comme un phénomène subi, une détérioration de la volonté, mais au contraire comme son expression, comme la manifestation de la liberté créatrice, d'un choix constitutif, ratifié par la conscience, donnant sens à une existence authentique. (Bromberger, 1998, p. 25)

Ce faisant, il réévalue les passions ordinaires auxquels les Français s'adonnent, qu'il s'agisse de l'espace domestique (bricolage ou jardinage), de la mémoire et du savoir

⁷ Hennion dira qu'il faut que le sociologue « désociologise » l'amateur pour qu'il reparle non seulement de ses déterminismes, mais également de ses façons de faire, moins de ce qu'il aime que des façons dont il les aime, de son plaisir, bref des conditions pratiques/pragmatiques de son expérience.

(généalogie, histoire locale), de spectacles ou de jeux (football ou tiercé), du corps (course à pied, VTT) et de spiritualité (médecine douce et ésotérisme), occupations qui semblent parfois futiles, mais qui génèrent une forte implication de leurs adeptes, et dont l'émergence correspond, selon Bromberger à la coïncidence de plusieurs facteurs : augmentation du temps libre, déclin du militantisme politique, essor d'une classe moyenne motivée par la consommation et le loisir; diversification des valeurs et des modes de vie ainsi que volonté d'expression personnelle et d'épanouissement individuel. Plusieurs caractéristiques semblent récurrentes dans cet engagement passionné – le plaisir du savoir, l'émotion et le plaisir physique, la projection fantasmatique, le plaisir de la création, la maîtrise de soi, le besoin de contact [la plupart des activités culturelles sont génératrices de sociabilité (Donnat, 2009)]. Chaque modalité d'engagement apparaît comme une combinaison spécifique de ces composantes, la quête de sens pouvant s'exprimer dans ce que l'auteur nomme « l'héroïsation de soi », forme avancée de réalisation personnelle. Les passions donneraient accès à un soi intime, tout en permettant de s'inscrire dans des communautés réelles ou imaginées, plus ou moins durables et pourvoyeuses de ressources d'identification.

Ce processus de révision conceptuelle est donc triple : la notion du goût est redéfinie en même temps que le périmètre du culturel s'élargit, non plus seulement aux « grandes œuvres de l'esprit », mais également aux objets culturels plus ordinaires, alors que sont reconnues à l'individu une réflexivité plus grande et une meilleure compréhension/conscience des déterminations sociales. Les récents travaux sur les fans (Segré, 2014) se situent dans cette mouvance. Si la focale porte sur l'engagement, et non plus sur une liste d'objets culturels prédéterminés, le champ d'observation et le programme de recherche s'élargissent considérablement : variétés des objets sujets à amateurisme/passion, variété des formes de cet(te) amateurisme/passion. Les termes ici ne sont pourtant pas neutres, et font un lien persistant entre degré de légitimité de l'objet culturel et degré de légitimité de la passion pour cet objet. On le voit nettement dans le domaine de la musique, domaine le plus étudié en France comme à l'étranger, lorsque les amateurs de musique classique sont nommés « mélomanes » alors que les amateurs de rock sont des « fans », le premier étant supposé l'amateur durable et éclairé d'œuvres ou d'activités « nobles », le second un admirateur manipulé par les forces du marché des industries culturelles, en mal d'identification à l'égard de vedettes, souvent éphémères. Les analyses des fans sont pourtant souvent bien plus riches, et apportent de nombreux éléments sur les braconnages culturels qui font écho aux braconnages plus souvent étudiés en matière scolaire (Barrère, 2011).

4. Enjeux de l'engagement : jeunesse, consommation et TIC

Où en sommes-nous de l'analyse de l'engagement culturel aujourd'hui ? Quels sont les nouveaux enjeux des recherches qui approchent ce terme ? Pour répondre à cette question, il convient de la replacer dans les termes du débat social contemporain, tant général que spécifique à la population jeune. L'engagement est, d'une certaine manière, devenu une norme sociale de construction de soi, comme contrepoint des risques (Beck, 2001) : la dimension expressive des engagements successifs permet de dire qui l'on est et de le faire valider, sur les scènes sociales comme dans les coulisses, ce que de nombreux travaux ont montré concernant les jeunes, que l'on considère leur

écoute musicale (Monnot, 2009), leurs pratiques vestimentaires (Mardon, 2011), leurs usages numériques (Metton-Gayon, 2009), leur « sériephilie » (Glévarec, 2012), leurs pratiques relationnelles (Granjon, 2012) ou encore leurs rapports généraux aux consommations culturelles (Pasquier, 2005). Un double mouvement conduit à une reconsidération de l'engagement des jeunes en matière culturelle : le premier affecte la conception de la jeunesse, le second celle du champ culturel.

4.1 De la « culture de l'irresponsabilité » des jeunes à l'engagement des plus jeunes

La question de l'engagement culturel des jeunes est indissociable des critères d'élection de l'engagé potentiel. La jeunesse a été définie comme une période de dégagement (des contraintes et responsabilités de la vie professionnelle, de la vie maritale, de la vie de famille, etc.) et par extension, comme une période de désengagement : c'est la « culture de l'irresponsabilité » dont parle Galland (2011). Par construction, la jeunesse serait une période moratoire qui suspend ou précède les engagements « sérieux » de l'âge adulte, qui est, implicitement, l'étalon de mesure de l'engagement : on n'est pas sérieux quand on a 18 ans !

Cette position appelle deux remarques. La première porte sur sa validité : l'observation de la réalité des formes d'engagements politiques, associatifs ou culturels (Octobre *et al.*, 2010; Muxel, 2011; Vermeerch, 2004) des jeunes plaide non pour une absence d'engagement, mais pour l'existence de formes d'engagements différentes de celles des adultes : labiles, mobiles, itératifs, cumulatifs.

La seconde porte sur l'âge de la jeunesse : l'attention récente portée non plus sur une jeunesse grande adolescente (et souvent étudiante) mais sur l'ensemble des âges et des situations qui vont de la naissance à l'entrée dans la vie adulte pose une série de questions théoriques (quelle extensivité du concept d'engagement ?), méthodologiques (comment enquêter auprès d'enfants jeunes ?), et éthiques (quels effets retour sur l'engagement lui-même des enquêtes le concernant ?). La reconsidération de l'enfant comme acteur porte à envisager la question de l'engagement des plus jeunes âges de la vie, dans des configurations sociales multiples (encadrées, désencadrées, familiales, scolaires, amicales, etc., marchandes et non marchandes) (Octobre et Sirota, 2013).

4.2 Les mutations du champ culturel

La question de l'engagement culturel est également étroitement dépendante de la morphologie du champ culturel considéré. Or les mutations qui ont affecté le champ sont multiples et conduisent également à une reconsidération des formes possibles de l'engagement culturel. On observe en effet un triple mouvement : une imbrication croissante de la culture à la communication, un passage des œuvres aux contenus culturels et un passage d'un centrage sur des objets culturels à un centrage sur les sujets qui se les approprient, dans un contexte devenu techno-culturel (Octobre, 2018).

Cycle long de l'accumulation de compétences (depuis l'histoire des cabinets de curiosité) *versus* cycle court de la production industrielle; valeurs esthétiques *versus* valeurs d'usage; finalité sans fin *versus* valeurs communautaires; individualité *versus* collectif (voire « masse »); intérêt pour le contenu des œuvres ou activités *versus*

centrage sur le personnage/l'image qui les porte (la « star »)⁸; enfin, art *versus* médias et communication. Ces couples d'opposés sont devenus des pièges à penser les mutations réelles du champ culturel. Culture et communication se sont imbriquées de manière croissante comme l'indique nettement le suivi des dépenses culturelles des ménages français (Maresca, Picard et Pilorin, 2011). Les institutions culturelles ont intégré les contraintes de la société de consommation, de l'information et de l'image (que ce soit dans le *branding* du Louvre, dans le marketing du théâtre, voire dans « l'événementialisation » de la programmation culturelle) prenant acte du fait que le succès d'une proposition culturelle est intimement lié à la personnalité/l'image de celui ou celle qui la produit. Parallèlement, l'histoire des industries culturelles (cinéma devenu le septième art, musique enregistrée, etc.) s'écrit progressivement et engendre une patrimonialisation et une légitimation plurigénérationnelle, qui font également l'objet de formes cultivées d'appropriation (c'est-à-dire centrée sur les contenus). Les objets d'investissement sont donc en nombre potentiellement illimité et tous, des grandes œuvres de l'humanité aux produits des industries culturelles – mangas (Détrez et Vanhée, 2012), *fanfictions* (François, 2009), etc. – autorisent une grande variété de modes d'appropriation par les jeunes.

Pour autant, l'ensemble des comportements culturels peuvent-ils être considérés sous l'angle de l'engagement ? On répondra *a priori* oui : l'engagement devant être un diagnostic porté sur un degré d'investissement plutôt qu'un concept normatif au champ d'application restreint. La question est évidemment de définir le niveau d'investissement ou d'attachement qui justifie l'usage du concept d'engagement et d'accepter de verser dans une sociologie des émotions qui complète les apports précédents. Pour parler d'engagement, une consommation culturelle devrait générer un ensemble d'activités connexes – recherche d'information, échanges et discussion, archivages et/ou collection, liées entre elles et tissant un réseau d'actions qui ont personnellement et socialement un sens et génèrent des arbitrages, notamment temporels, en faveur de cet objet culturel et des activités connexes qui y sont liées – mais aussi des émotions – attachements, désir, envie, etc. – qui deviennent autant de matériaux d'analyse de la dimension expérientielle du rapport au champ culturel.

4.3 La promesse et la valeur

Dans ce contexte, la question de la promesse et de la valeur culturelle n'est plus liée seulement aux œuvres ou aux contenus culturels (dont la valeur esthétique est inexistante dans certains cas, comme les pratiques communicationnelles), mais à la valeur expérientielle, existentielle, identitaire, identificatoire, expressive des comportements, consommations, pratiques, usages, dont on peut saisir deux types de manifestations : les productions sociales symboliques et pratiques qui en découlent aux niveaux collectif (autour des notions d'inclusion/exclusion) et individuel (autour de la notion d'engagement/de participation/d'investissement⁹ de soi) comme l'a montré par

⁸ Les travaux de Heinich (2005) ont pourtant montré que le processus de personnification de l'admiration avait commencé bien avant les médias. Ce qu'elle appelle le régime de personnalité – « la dépersonnalisation de l'objet se double d'une personnalisation de la notion même d'œuvre d'art : dans le binôme objet/personne, c'est le second pôle qui devient fondamental » (p. 289) – est en cours dans les arts plastiques depuis Van Gogh.

⁹ Le troisième terme est le plus usité dans la littérature.

exemple Pasquier (2005). La première perspective justifie les travaux sur les comportements culturels comme facteur de lien social, voire comme lien politique ; la seconde porte plutôt sur la construction de l'individu dans la société (Martuccelli, 2002 et 2010). La promesse de l'engagement culturel réside dans cette double option : appartenir au collectif et s'appartenir à soi. Dès lors, le « travail » de l'engagement se situe à la croisée de deux éléments : la participation objective et la narration personnelle de cet investissement, et requiert un travail de l'imagination dont Appadurai (1996) a rappelé l'importance dans la construction d'un rapport individuel au monde dans le concept de « *scape* ». Car c'est sans doute la caractéristique majeure du champ culturel, champ symbolique autant que de pratique, champ expressif autant que comportemental, que de laisser au travail de l'imaginaire une place importante dans la construction de l'engagement. Ainsi, le fan de jeux vidéo, le mélomane averti, tout comme l'amateur de séries télévisées, le danseur amateur ou l'ami de musées peuvent-ils élaborer leur engagement culturel dans des termes différents, mais commensurables.

L'engagement est intimement lié dans cette perspective aux questions d'éducation, de coéducation, et d'autodidaxie. En effet, les loisirs des jeunes générations étant caractérisés par une désinstitutionnalisation, un désencadrement relatif et une individualisation croissante (Octobre, 2014), l'engagement dans le loisir se fait sur une échelle nouvelle, qui porte pour étalon de mesure d'une part le soi, d'autre part des communautés imaginaires (qu'elles soient réellement existantes ou pas). La privatisation croissante des loisirs culturels, illustrée par la place croissante dédiée à la culture de la chambre (Glévarec, 2009), s'accompagne d'une désinstitutionnalisation des loisirs, facilitée par les mutations des offres médiatiques et technologiques elles-mêmes : le *podcasting*, la VoD, le téléchargement contribuent à abolir les obligations de respect d'une grille de programmation. Les temps de la jeunesse oscillent entre contraintes (scolaires) et libertés (de consommation culturelle) (Zaffran, 2004). Nombre de loisirs culturels ne font pas appel aux équipements et/ou aux institutions à vocation culturelle : bien souvent même, ces institutions sont moins compétentes que les jeunes en matière techno-culturelle. Cette absence de compétence met à mal le statut d'autorité des institutions de transmission : l'école de même que les équipements culturels ne détiennent plus le monopole de l'accès aux œuvres, ni même le monopole de la définition d'une œuvre puisque les communautés d'intérêt thématique proposent des systèmes de labellisation et de production de légitimité qui concurrencent celles des institutions (comme les systèmes de notation pour les sites par exemple). Puisque ces générations vivent sur un mode relationnel et non plus statutaire, l'argument de la position (sachant/apprenant) ne suffit plus à légitimer ni à fonder l'hégémonie du discours institutionnel. Ce mouvement de désinstitutionnalisation est indissociable des mutations des conditions de vie des jeunes : urbanisation, mutations des formes de la famille, travail des mères, éloignement géographique des différentes générations d'une lignée ont concouru à provoquer un désencadrement tendanciel du temps libre des jeunes. Désencadrement combattu dans certains milieux sociaux ou certains contextes familiaux par l'inflation du nombre des activités extrascolaires, mais qui affecte globalement l'ensemble des classes d'âge jeunes. Dès lors que les jeunes disposent de temps libre désinstitutionnalisé et désencadré, les parts laissées à l'autonomie, à la liberté de choix et d'expression augmentent, d'autant que celles-ci sont fortement soutenues par la disposition d'équipements médiatiques et multimédiatiques

permettant de développer la recherche d'un « individualisme expressif¹⁰ » (Allard et Vandenberghe, 2003). Ces évolutions mettent à mal les transmissions/médiations et supposent une réflexion pédagogique sur les modes de transmission, qui ne se réduit pas à l'insertion de technologies, mais englobe une réflexion sur les apprentissages ainsi que sur l'économie de l'attention. En régime de pluriactivité et de consom-action, Citton (2014) signale à juste titre que

sous le règne de la notoriété et de la visibilité qui s'étend et s'intensifie au rythme des développements médiatiques qui ont scandé la modernité, il serait sans doute justifié de considérer toute forme d'attention comme (au moins virtuellement) « conjointe » : (p. 126)

De fait, le *multitasking*, répandu chez les jeunes, repose sur la capacité à programmer de manière optimale l'attention dans le temps, ce qui suppose des modulations (on module la fréquence avec laquelle on porte attention à tel ou tel objet en fonction de la difficulté et du niveau d'attention requis pour chaque tâche pour sa compréhension et son déroulement). La durée moyenne d'attention libre autorisée par chaque activité est le paramètre de réglage de cet échantillonnage, de même que les degrés de focalisation requis par chaque objet en fonction des buts. Hayles (2012) comme Citton (2014) soutiennent ainsi que certaines formes d'attention « flottante » permettent le traitement plus créatif des informations fournies par le réel. Celle-ci n'est pas forcément moins efficace que l'attention concentrée (puisque dans l'attention « flottante », c'est en ne prêtant pas attention de manière concentrée que l'on perçoit les détails significatifs). Si les aptitudes des jeunes générations sont bien celles d'un cerveau que l'on pourrait dire « hypertexte », qui rebondit d'une idée à l'autre, développe une aptitude au fonctionnement multitâche, une approche intuitive de certains problèmes, et est mu par un désir d'interaction, alors ces aptitudes ne peuvent que remettre en question les présupposés de l'éducation cartésienne, silencieuse, linéaire et dissertative. De nouveau, les questions d'éducation sont placées au centre de la problématique de l'engagement, mais reformulée dans une version plus culturaliste qu'esthétique ou légitimiste. Cette extension de champ de l'engagement culturel n'est pas une dissolution : si les formes de l'engagement peuvent être variées, elles partagent un même investissement subjectif, vécu comme tel par les individus eux-mêmes qui peuvent l'énoncer comme tel. L'engagement devient donc un vécu subjectif et intérieur plus qu'un critère objectif et extérieur.

5. Conclusion : L'engagement culturel des jeunes

L'engagement culturel des jeunes peut ainsi être caractérisé par le lien avec une action (qui ne se réduit pas à la pratique, mais peut s'observer dans la réception de contenus consommés), de soi sur soi (la médiation du groupe physique n'est pas nécessaire – ainsi du cas de la lecture – mais la communauté est un horizon psychique de référence ou d'attente). L'horizon temporel peut être bref (on peut changer de goût) pour peu que l'intensité de l'investissement/participation ait été forte (la métaphore amoureuse, souvent utilisée métaphoriquement dans le champ culturel, pourrait être ici celle du

¹⁰ Les auteurs désignent ainsi les bricolages esthético-identitaires que font les individus avec les technologies numériques, bricolages qui rendent compte à la fois du désir d'expressivisme contemporain dans la postmodernité, et de la nature narrative des identités contemporaines (idée présente déjà chez Giddens, 1991).

coup de foudre) : plus que la durée de l'investissement, c'est la projection de soi et d'attachement dans/à l'objet culturel qui importe. Cet attachement peut se référer à un principe générateur supérieur, exprimé en termes de valeur (de l'objet culturel ou de l'amateurisme) ou de lien (à une communauté d'amateur comme à une postérité esthétique, etc.). L'engagement est ainsi une disposition d'esprit indissociable d'un passage à l'acte, qui est à la fois personnel et social : c'est le plus souvent cet acte (ces actes, des plus physiques aux plus numériques) et leurs modalités que les enquêtes interrogent.

Une telle définition, de nature englobante, amène à considérer a priori de manière pragmatique du même œil l'amateur de musique classique et le téléspectateur assidu d'une série, le jeune qui pratique la danse et celui qui va regarder des spectacles de danse... bref de défaire toute la série de préjugés qui a présidé à la distinction terminologique (et idéologique) entre consommation et pratique. Un mouvement de cette sorte n'est pas sans effet sur le regard que l'on porte sur les univers culturels des jeunes et les discours qu'on peut lui apposer : dans une telle perspective, il peut être moins « engageant » d'être inscrit dans un conservatoire de musique que de rédiger quotidiennement son blog. Il n'est évidemment pas sans effet non plus sur le type de résultats que l'on produit : dans une telle perspective, les discours alarmistes sur les effets « lobotomisants » de certaines activités (jeux vidéo, mais avant eux, télévision, radio... et même lecture si l'on remonte dans le temps) ne sont plus recevables a priori. Et le champ de l'engagement s'étend des pratiquants des activités amateurs aux lecteurs, téléspectateurs, joueurs de jeux vidéo, blogueurs, etc.

Bibliographie

- Allard, L. et F. Vandenberghe (2003). Express yourself! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer, *Réseaux*, 1 (117), 191-219.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minnesota : University of Minnesota Press.
- Barrère, A. (2001). *L'éducation buissonnière - Quand les adolescents se forment par eux-mêmes*. Paris : Armand Colin.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (3^e éd.). Chicago: University of Chicago Press (Ouvrage original publié en 1964).
- Becquet, V. (dir.) (2014). *Jeunesses engagées*. Paris : Éditions Syllepse.
- Beck, U. (2001). *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*. Paris : Éditions Aubier.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1980). *Le Sens pratique*. Paris : Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1992). *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*. Paris : Éditions du Seuil.
- Bourdieu, P. (2002). *Questions de sociologie*. Paris : Éditions de Minuit.

- Bourdieu, P. et A. Darbel (1966). *L'Amour de l'art. Les musées d'art contemporain et leur public*. Paris : Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P., J.-C. Chamboredon et J.-C. Passeron (1968). *Le métier de sociologue : Préalables épistémologiques*. Paris : Mouton de Gruyter.
- Bromberger, C. (1998). *Les passions ordinaires. Du match de football au concours de dictée*. Paris : Bayard Jeunesse.
- Cardon, D. (2010). Confiner le clair-obscur : réflexions sur la protection de la vie personnelle sur le web 2.0. In F. Millerand F., S. Proulx et J. Rueffe, *Web social. Mutation de la communication* (p. 315-328). Québec : Presses universitaires du Québec.
- Chamboredon, J.-C. et J. Prévot (1973). Le métier d'enfant : définition sociale de la prime enfance et fonctions différentielles de l'école maternelle, *Revue française de sociologie*, XIV, 295-335.
- Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Paris : Éditions du Seuil.
- Comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication (2011). *Le fil de l'esprit- Augustin Girard: un parcours entre recherche et action*, Comité d'Histoire. Paris : La documentation française.
- Cook, D. T. (2004). *The Commodification of Childhood: the children's Clothing Industry and the Rise of Child Consumer*. Durham : Duke University Press.
- Coulangeon, P. (2007). Is distinction really outdated ? Questioning the Meaning of the Omnivorization of Musical Taste in Contemporary France, *Poetics*, 35 (2-3), 93-111.
- Coulangeon, P. (2011). *Les métamorphoses de la distinction*. Paris : Grasset, Coll. Mondes vécus.
- De Certeau, M. (1990a). *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire* (1^{re} éd.). Paris : Éditions Gallimard (Ouvrage original publié en 1980).
- De Certeau, M. (1990b). *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire* (1^{re} éd.), Paris, Gallimard (Ouvrage original publié en 1980).
- De Singly F. (1995). Elias et le romantisme éducatif. Sur les tensions de l'éducation contemporaine, *Cahiers internationaux de sociologie*, 42 (99), 279-291.
- De Singly F. (2006). *Les Adonnaissants*. Paris : Armand Colin.
- Détrez, C. et O. Vanhée (2012). *Les mangados : lire des mangas à l'adolescence*. Paris : Bibliothèque publique d'information.
- Dietsch B. et M.-F. Sotto (2010). L'enseignement spécialisé de la musique, de la danse et de l'art dramatique en 2008-2009, *Culture chiffres*, 4, 1-8.
- Donnat O. (1994). *Les Français face à la culture, de l'exclusion à l'éclectisme*. Paris : Éditions La Découverte.
- Donnat, O. (1996). *Les amateurs. Enquête sur les activités artistiques des Français*. Paris : La documentation française.

- Donnat, O. (2003). La question de la démocratisation dans la politique culturelle française, *Modern & Contemporary France*, 11 (1), février, 9-20.
- Donnat, O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*. Paris : Éditions La Découverte, Ministère de la culture et de la communication.
- Donnat, O. (2011a). Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », *Culture études*, 7 (7), 1-36.
- Donnat, O. (2011b). Pratiques culturelles des Français : une enquête de marginal-sécant, au croisement de la sociologie de la culture, des médias et des loisirs. In G. Saez (dir.), *Le fil de l'esprit. Augustin Girard, un parcours entre recherche et action* (p. 93-111). Paris : La documentation française.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?* Paris : Éditions du Seuil.
- Dumazedier, J. (1988). *Révolution culturelle du temps libre, 1968-1988*. Paris : Méridiens Klincksieck.
- Eidelman, J., M. Roustan et B. Goldstein (dirs.) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches dans les musées*. Paris : La documentation française.
- Fize, M. (2003). *Ne m'appellez plus jamais crise. Parler de l'adolescence autrement*. Paris : Éditions Érès.
- Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Éditions du Seuil.
- François, S. (2009). Franf(r)ictions, *Réseaux*, 153, 157-189.
- Galland, O. (2011). Adolescence, post-adolescence, jeunesse : retour sur quelques interprétations, *Revue française de sociologie*, 42 (4), 611-640.
- Galland, O. et B. Roudet (dirs.) (2012). *Une jeunesse différente ? Les valeurs des jeunes Français depuis 30 ans*. Paris : La documentation française.
- Garcia, M.-C. (2016). *Amours clandestines. Sociologie de l'extraconjugalité durable*. Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford : Stanford University Press.
- Glévarec, H. (2005). *Libre antenne, la réception de la radio par les adolescents*. Paris : Armand Colin.
- Glévarec, H. (2009). *La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*. Paris : La documentation française.
- Glévarec, H. (2012). *La sériephilie, sociologie d'un attachement culturel*. Paris : Ellipses.
- Granjon, F. (2012). *Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*. Paris : Presses des Mines.
- Hayles, K. (2012). *How we think: digital media and contemporary technogenesis*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Heinich, N. (2005). *L'élite artistique : excellence et singularité en régime démocratique*. Paris : Éditions Gallimard.

- Hennion, A. (2004). Une sociologie des attachements : d'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur, *Sociétés*, 3 (85), 9-24.
- Hennion, A. (2007). *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Paris : Éditions A. M. Métailié.
- Henri-Panabière, G. (2010). *Des héritiers en échec scolaire*. Paris : La Dispute.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers*. New York : Routledge.
- Jenkins, H. (2013). *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*. Paris : Armand Colin.
- Lahire, B. (2009). Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle, *Idées économiques et sociales*, 1 (155), 6-11.
- Macé, É. (2006). *Les Imaginaires médiatiques. Une sociologie postcritique des médias*. Paris : Éditions Amsterdam.
- Macé, É. et É. Maigret (2005). *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin.
- Maresca, B., R. Picard et T. Pilorin (2011). Dépenses culture-médias des ménages en France au milieu des années 2000 : une transformation structurelle, *Culture études*, 3, 1-12.
- Mardon, A. (2011). La génération Lolita. Stratégie de contrôle et de contournement, *Réseaux*, 4-5 (168-169), 111-132.
- Martuccelli, D. (2002). *Grammaires de l'individu*. Paris : Éditions Gallimard.
- Martuccelli, D. (2010). *La société singuraliste*. Paris : Armand Colin.
- Menger P.-M. (2003). *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Paris : Éditions du Seuil.
- Metton-Gayon, C. (2009). *Les adolescents, leur téléphone et internet. « Tu viens sur MSN ? »*, Paris : Éditions l'Harmattan.
- Monnot, C. (2009). *Petites filles d'aujourd'hui : l'apprentissage de la féminité*. Paris : Éditions Autrement.
- Muxel, A. (2010). *Avoir 20 ans en politique*, Paris : Éditions du Seuil.
- Muxel, A. (2011). *L'expérience politique des jeunes*. Paris : Presses de Science Po.
- Nicolas, M. (1996). Avant-propos. In O. Donnat (dir.), *Les amateurs : enquête sur les activités artistiques des Français* (p. 12-13). Paris : La documentation française, Ministère de la culture et de la communication.
- Octobre, S. (2004). *Les loisirs des 6-14 ans*. Paris : La documentation française.
- Octobre, S. (2014). *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*. Paris : Ministère de la culture et de la communication.
- Octobre, S. (2018). *Les technocultures juvéniles : du culturel au politique*. Paris : L'Harmattan.

- Octobre, S., C. Détrez, P. Mercklé et N. Berthomier (2010). *L'enfance des loisirs : parcours individuels et trajectoires communes de la fin de l'enfance à la grande adolescence*. Paris : Ministère de la culture et de la communication.
- Octobre S. et R. Sirota (dirs.) (2013). *L'enfant et ses cultures : approches internationales*. Paris : Ministère de la culture et de la communication.
- Pasquier, D. (1999). *La Culture des sentiments, l'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'Homme.
- Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris : Éditions Autrement.
- Passeron, J.-C. et E. Pedler (1991). *Le Temps donné aux tableaux*. Marseille : Institut méditerranéen de recherche et création.
- Peterson R. A. (1992). Understanding Audience Segmentation, from Elite to Omnivore and Univore, *Poetics*, 21, 243-258.
- Percheron, A., N. Mayer et A. Muxel (1993). *La socialisation politique*. Paris : Armand Colin.
- Proulx, S. (2015). La sociologie des usages et après ?, *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6. En ligne : <https://journals.openedition.org/rfsic/1230>. Consulté le 7 mai 2017.
- Prout, A. (2005). *The Future of Childhood*. Londres : Routledge.
- Segré, G. (2014). *Fans de... Sociologie des nouveaux cultes contemporains*. Paris : Armand Colin.
- Vakaloulis, M. (2013). *Précarisés, pas démotivés : les jeunes, le travail et l'engagement*, Paris : Éditions de l'Atelier.
- Verjus, A. (2010). *Le bon mari. Une histoire politique des hommes et des femmes à l'époque révolutionnaire*. Paris : Éditions Fayard.
- Vermeersch, S. (2004). Entre individualisation et participation : l'engagement associatif bénévole, *Revue française de sociologie*, 45 (4), 698-725.
- Vidal G. (dir.) (2012). *La sociologie des usages. Continuités et transformations*. Paris : Éditions Lavoisier.
- Vincent, G. (dir.) (1994). *L'éducation prisonnière de la forme scolaire*. Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Yonnet, P. (1999). *Travail, loisir : temps libre et lien social*. Paris : Éditions Gallimard.
- Zaffran, J. (2004). *Le temps de l'adolescence, entre contrainte et liberté*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.