

# Qu'est-ce que la culture populaire ?

[Vincent Goulet, sociologue -vincent.goulet@perplexe-cite.org]

> Édité le 18 avril 2014

Aucune définition complète ne s'impose pour synthétiser une notion aussi vaste que celle de « culture ». Toute activité humaine, en ce qu'elle est sociale, a une dimension culturelle. On peut dans un premier temps reprendre celle, classique, de l'anthropologue britannique Edward Tylor : « Ensemble complexe qui inclut les connaissances, croyances, arts, le droit, la morale, les coutumes et toutes les autres capacités ou habitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société. »<sup>1</sup> Articulant connaissances, représentations, rites et symboles, à l'occasion de moments solennels ou dans la trame du quotidien, la culture est tout autant une pratique que le produit de cette pratique, mais les effets sociaux de ces pratiques comme la valeur relative des biens culturels produits et échangés varient selon les contextes qui sont marqués par les différences sociales et leurs hiérarchies implicites.

Quels sont les spécificités de la « culture populaire » ? De quoi parle-t-on quand on utilise ces mots ? Quelles sont ses relations avec les autres formes de culture ? Souvent utilisée avec une forte valeur politique et affective<sup>2</sup>, l'expression « culture populaire » doit être différenciée de celles de « culture de masse » et de « culture commerciale », ce qui suppose aussi de préciser ce que recouvre les termes de « culture dominante » ou de « culture légitime ».

## ***La culture comme réemploi et positionnement***

Dans la pratique, et contrairement au sentiment d'originalité ou de singularité vécu subjectivement par les individus, le fait culturel se caractérise beaucoup plus par l'appropriation et le réemploi que par l'invention et la création. Même les artistes, les plus à même de pouvoir proposer des formes véritablement nouvelles, opèrent souvent sur le mode de l'imitation, de l'adaptation et du transfert. La plupart des gens « se contentent » de choisir parmi un vaste répertoire de formes, de représentations, de valeurs, celles qui leur paraissent le plus en adéquation avec la façon dont ils ont été socialement construits et qui correspondent à ce qu'ils pensent être (ou devoir être) leur place dans la société. Malgré l'injonction d'originalité et d'authenticité faite aujourd'hui aux individus, force est de constater le grand nombre de biens culturels qui prescrivent des comportements, des modèles ou des normes (comme la plupart de la presse magazine, depuis les féminins jusqu'aux revues automobiles en passant par les magazines de décoration ou les médias pour adolescents) ou encore le caractère relativement socialement stéréotypé des pratiques

---

<sup>1</sup> Edward Tylor, (*Primitive Culture* (tome 1), Londres, H. Murray, 1873, p.1.

<sup>2</sup> Pierre Bourdieu, « Vous avez dit « populaire » ? », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 46 (mars 1983), reproduit dans *Langage et pouvoir symbolique*, « Points » Seuil, 2001.

culturelles (styles de vacances, hobbies, fréquentation des équipements culturels)<sup>3</sup>. Pris dans un réseau spécifique de contraintes sociales, chaque individu adopte plus ou moins inconsciemment un système de références relativement fermé, c'est-à-dire une culture qui lui permette de donner un sens, partageable avec autrui, à son expérience vécue<sup>4</sup>.

### « Culture de masse » et « culture de qualité »

Les industries culturelles produisent un certain nombre de biens qui ont pour vocation de répondre à ces besoins individuels, tout à la fois esthétiques et moraux, avec l'objectif de générer des profits pour leurs propriétaires. Souvent, elles cherchent à s'adresser au plus large public possible afin de faire des économies d'échelles et de rentabiliser les investissements. On parle parfois de « culture commerciale » ou de « culture de masse » pour définir ce type de production. Il s'agit toutefois d'un abus de langage : la culture effective n'est pas l'offre de biens culturels mais les usages qui en sont faits par les récepteurs, ce qui dépasse largement les intentions des producteurs ou le « mode d'emploi » plus ou moins explicite qu'ils peuvent adjoindre à leurs créations. Il ne peut ainsi exister de « culture de masse » puisque les groupes sociaux sont différenciés dans une société moderne. Même si plusieurs d'entre eux « consomment » des biens identiques, ils le font de manières différentes et les insèrent dans des systèmes culturels distincts. De plus, ces termes de « culture de masse » minorent la diversité de l'offre en biens culturels aujourd'hui disponibles sur le marché.

L'expression « culture commerciale » est, elle-aussi, peu claire. Dans le monde social, tout bien n'a de valeur que s'il est échangé. Comme Marx le rappelle lui-même, c'est l'échange qui crée la valeur. L'économie de marché, dans laquelle s'insère la plupart des industries culturelles, permet et mesure cet échange avec de l'argent, si bien que la plupart des biens culturels ont une valeur monétaire et participe du commerce. L'argent est une façon commode de permettre la réalisation de la valeur, et de fixer les termes de l'échange. On pourrait certes trouver d'autres procédés mais il faut bien organiser l'échange. Si les mots ont un sens, un abonnement à *Télérama* participe tout autant du « commerce » que l'achat en kiosque d'un numéro de *Voici*. Comme TF1, Rue 89 dépend des ressources publicitaires générées par son audience et donc de son insertion dans le marché publicitaire. Si certains biens culturels (comme ceux produits par l'Éducation nationale ou par le service public de radiotélévision) échappent partiellement à la logique du marché, ils doivent prouver leur utilité sociale et leur capacité à toucher les usagers pour pouvoir bénéficier de financements issus de l'impôt, lui aussi collecté sous une forme monétaire.

---

<sup>3</sup> Malgré la mise en évidence de certaines « dissonances culturelles », d'ailleurs relativisées par Bernard Lahire lui-même (*La culture des individus*, Paris, La Découverte, 2004.), les dernières enquêtes montrent une forte persistance de la position sociale sur les pratiques culturelles (Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, Paris, Ministère de la culture et de la communication / la Découverte, 2009).

<sup>4</sup> C'est la thèse centrale de *la Distinction* de Pierre Bourdieu (1979). Si le « paysage » culturel et social a bien changé depuis la rédaction de cet ouvrage, le principe sociologique de la différenciation sociale par l'adoption de normes esthétiques, la manifestation de goûts et de dégoûts reste toujours opérant.

Ce que désignent dans le langage courant les termes de « culture de masse » et de « culture commerciale » ne sont pas véritablement des « cultures » mais quelque chose de bien plus vague, qui relève à la fois de l'intention et du jugement de valeur. Ils ne peuvent être compris que si on les oppose aux termes de « culture légitime » ou de « culture cultivée » - les mots sont, en français, peu clairs, au contraire de l'anglais qui n'hésite pas à opposer *high* et *low culture*. Il y aurait d'un côté une « culture de qualité », avec des biens produits selon une logique purement artistique dans un cadre peu influencé par les considérations mercantiles (la « nécessité intérieure » du peintre Henri Matisse), et de l'autre une « culture de masse », avec des biens produits hâtivement ou dans la seule intention d'être le plus largement vendus.

Un simple regard sur la diversité des biens culturels disponibles, quels qu'ils soient et sans porter de jugement de valeur<sup>5</sup>, permet de comprendre que cette dichotomie n'a guère de sens. Sans même céder au relativisme culturel, comment rigoureusement départager une chanson française comme « Quelque chose de Tennessee » de Johnny Hallyday<sup>6</sup> d'une œuvre d'art contemporain comme « Le Curseur » de Daniel Buren<sup>7</sup>, qui peut être considérée comme une énième déclinaison de son modèle de bandes de 8,7 cm ? Ce qui se joue dans cette catégorisation, ce n'est pas un classement scientifique ni même esthétique mais des rapports sociaux, des rapports de domination et de classe. Selon un ensemble de règles de valorisation qui n'ont pas toujours à voir avec l'esthétique ou la rationalité, certains biens culturels sont considérés comme pertinents, de qualité, alors que d'autres sont déconsidérés, comme l'a montré Pierre Bourdieu dans *la Distinction*<sup>8</sup>. Bien plus que leurs propriétés intrinsèques, qu'il serait parfois bien difficile de définir, ce sont leurs usages et leurs circulations au sein de différents espaces sociaux qui donnent une « qualité » aux biens culturels.

#### « Culture dominante » et « cultures dominées »

Ainsi, les biens culturels circulants dans les groupes sociaux économiquement et politiquement dominants seront considérés comme légitimes, parce qu'adaptés aux usages culturels de ces classes dominantes. Par raccourci, on parle de « culture dominante », non seulement parce que c'est la culture des classes dominantes mais aussi parce que cette culture s'impose aux membres des classes populaires. Cette domination prend des formes très concrètes : lors des évaluations scolaires, bien sûr, mais aussi lors des concours de recrutement (y compris ceux de la fonction publique) ou dans le monde du travail en général (sans maîtriser un certain type de connaissances et de manières de les dire, un individu a de faible chance de pouvoir être reconnu dans des fonctions d'encadrement). Les codes de la « culture dominante » s'imposent aussi dans les rapports avec l'administration, dans la vie politique et associative, etc.

---

<sup>5</sup> Selon le sociologue Max Weber, l'étude de la culture doit être menée par à une « science libre de jugements de valeurs » (« *werturteilsfreie Wissenschaft* », que l'on a aussi traduit par « neutralité axiologique »). M. Weber, *La science, profession & vocation [Wissenschaft als Beruf*, conférence prononcée en 1917], traduction I. Kalinowski, Marseille, Agone, 2005.

<sup>6</sup> Chanson écrite en 1985 par Michel Berger en hommage au dramaturge américain Tennessee Williams, devenu un des grands succès du chanteur français.

<sup>7</sup> Créée en 2009 pour le tramway de Tour, cette œuvre reprend largement un forme déjà utilisée en 2006 pour le tramway de Mulhouse.

<sup>8</sup> Editions de Minuit, 1979.

A l'inverse, la « culture dominée » (c'est-à-dire la culture dominante dans les groupes sociaux économiquement et politiquement dominés) se compose d'une grande variété de biens culturels qui n'ont pas de valeur reconnue par les membres des classes dominantes. Il s'agit souvent de produits des industries culturelles, mais pas seulement : on peut aussi trouver des biens autoproduits, des « bricolages » qui portent la marque de trajectoires de vies complexes (dues en partie aux migrations) ou même des biens considérés comme légitimes par des groupes dominants mais situés dans d'autres espaces géographiques et culturels que celui de l'Europe occidentale (c'est le cas pour une bonne partie de la culture musulmane en France). A l'inverse de la « culture dominante » qui a de forts effets sur les classes dominées, les « cultures dominées » ont peu ou pas d'effets sur les classes dominantes. Les membres des classes dominantes peuvent parfois, sous certaines conditions sociales d'énonciation, avouer des « pratiques culturelles illégitimes » mais cela ne remet pas en cause leur attachement et leur insertion dans le système culturel dominant qui seul, leur permet d'asseoir leur domination tout autant matérielle que symbolique<sup>9</sup>.

### *Images des cultures populaires*

Ce cadre étant posé, comment développer une culture spécifiquement populaire, avec sa dynamique propre ? Comme toute culture, elle devra être considérée comme l'ensemble des biens symboliques qui sont mis en relation pour donner un sens à l'existence, comme un système de références qui permet aux expériences vécues d'être partagées avec des proches, valorisées aux yeux des pairs, transmises à ses enfants. Elle permet aussi d'exprimer les rêves, les frustrations, de permettre de dépasser sur un mode imaginé les limites et les difficultés de la vie quotidienne.

On ne peut comprendre la culture populaire sans penser aux conditions matérielles et symboliques des membres des classes populaires (faible revenus et/ou précarité, titres scolaires peu valorisés, méfiance vis-à-vis des personnels d'encadrement, de l'administration ou de l'école, absence de perspectives d'ascension sociale, si ce n'est par l'intermédiaire des enfants, etc.). La diversité des conditions matérielles, des trajectoires géographiques et culturelles vécues par les membres des classes populaires conduit à ne parler non pas d'une culture populaire mais de plusieurs cultures populaires – cette dispersion des formes étant un handicap supplémentaire pour s'imposer face à la « culture dominante ». Cette dernière est, au contraire, produite par un long processus de validation par ceux qui, de longue date, ont acquis des positions de contrôle et de propriété sur un territoire et dans une société donnée.

Les cultures populaires se caractérisent aussi par leur visible hybridité, elles ont l'apparence du bricolage, elles sont faites de « bric et de broc », ce qui leur retire la qualité d'« authenticité », de « profondeur » que les dominants, les « installés », les « bourgeois » accordent volontiers au terroir, à l'ancien, à ce qui a été lustré par les ans et transmis de générations en générations (l'hybridité originelle étant, dans ce

---

<sup>9</sup> Au contraire, ce braconnage dans les cultures dominées, proches de « l'encanaillement » petit bourgeois dans les quartiers populaires, est souvent une façon de montrer sa supériorité. La distinction sociale que procure l'affichage de ses goûts peut s'accommoder d'un certain éclectisme (théorie du « goût omnivore » de Richard Peterson). Pour approfondir la réflexion sur la question de la relation entre culture dominante et culture dominée, voir l'indispensable ouvrage de Grignon et Passeron, *Le savant et le populaire – Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Hautes Etudes/Gallimard/Le Seuil, 1989.

cas, tout aussi présente mais dissimulée par l'habitude ou le regard enchanté sur « l'ancien » considéré comme « authentique » et, par-là, légitime).

Les éléments des cultures populaires sont collectés là où ils sont disponibles, accessibles, et lorsqu'ils semblent être aisément appropriables, adaptés à l'horizon d'attentes des individus concernés. On y trouve des matériaux produits par les industries culturelles (qui jouent sans complexe sur les aspirations contrariés ou les fantasmes des catégories dominées), des éléments repris des cultures religieuses du groupe originel d'appartenance ou des adaptations de celles-ci à la vie urbaine et occidentale, des éléments de la culture scolaire ou classique, parfois des fragments de culture politique ou syndicale transmis dans l'entreprise ou encore des formes et des pratiques présentent dans les rues, dans l'environnement urbain du quartier de résidence.

Une façon de rompre avec la domination suppose de reconnaître aux cultures populaires leur raison d'être et leur droit d'exister « telles quelles », sans vouloir nécessairement les « améliorer ». La visée émancipatrice des « politiques de démocratisation culturelle » est délicate, dans la mesure où elle peut justifier une forme d'autoritarisme, de pédagogisme ou d'« impérialisme culturel ».

Le débat sur ce sujet a été vif au tournant des années 1970 et 80 dans la « nouvelle gauche » américaine. Le sociologue Herbert Gans constate le succès des produits de l'industrie culturelle, qui trouvent leurs publics et semblent répondre à leurs attentes. Par ailleurs, il ne croit pas aux effets pavloviens de la « culture de masse » sur les récepteurs. Les récepteurs réagissent aux médias et contribuent même à en créer les contenus « par l'effet de rétroaction qu'ils exercent en premier lieu sur eux ». En conséquence, il faut bien tenir compte de ces choix et se défaire de cette volonté qu'ont les gens cultivés d'imposer leur goût à ceux qui le sont moins. Bref, pour Herbert Gans, les membres de la société qui sont moins aisés et moins éduqués ont le droit d'avoir des goûts peu intellectuels et une culture « qui renvoie à leur propre expérience ». Sa formule est incisive : « Les pauvres ont droit à leur propre culture comme n'importe qui. »<sup>10</sup>

Cette conception est combattue par exemple par Christopher Lasch, un historien marxiste influencé par l'école de Francfort, qui voit dans ce « pluralisme esthétique » une forme d'appauvrissement culturel et de dépolitisation<sup>11</sup>. L'affaiblissement de l'exigence culturelle envers les jeunes, les minorités (le multiculturalisme étant souvent pour lui synonyme de médiocrité), risque de faire obstacle à toute tentative d'émancipation<sup>12</sup>. Pour sortir « par le haut » de cette situation, il préconise une conception exigeante de la culture mais sans la réduire à la culture blanche anglo-saxonne. Lasch suggère la piste d'une meilleure reconnaissance des cultures communautaires, en particulier des anciennes « formes autonomes de culture populaires »<sup>13</sup> qui préexistaient à la simple insertion individuelle dans un grand marché des biens culturels. Il devient cependant difficile de définir celles-ci.

---

<sup>10</sup> Herbert Gans, *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*, Basic Books, NY, 1974.

<sup>11</sup> Christopher Lasch, *Culture de masse ou culture populaire ? [Mass culture reconsidered, 1981]*, Castelnau-le-Les, Climats, 2001, p. 34-38.

<sup>12</sup> Ibid., p. 42.

<sup>13</sup> Ibid., p. 52 et 53.

### ***La lutte contre l'hégémonie culturelle***

Une politique culturelle de gauche est de fait engagée dans la lutte contre l'hégémonie culturelle, telle que l'a définie Antonio Gramsci. Le sociologue américain Todd Gitlin a donné une bonne synthèse de ce concept développé par Gramsci lors de sa longue détention dans les prisons de Mussolini : « L'hégémonie est une domination de la classe dirigeante sur des classes et des groupes subordonnés au moyen de l'élaboration et de la pénétration d'une idéologie (idées et suppositions) dans leur sens commun et pratique quotidienne ; elle est la fabrication [*engineering*] systématique (mais pas nécessairement ni même habituellement délibérée) du consentement des masses pour l'ordre établi. »<sup>14</sup> La difficulté réside dans le fait que, dans une certaine mesure, le dominé est un des acteurs de sa domination : « Aussi bien les dominants que les dominés retirent des profits psychologiques et matériels au cours de la confirmation et reconfirmation de leur inégalité. Le sens du monde hégémonique infiltre le sens commun populaire et s'y reproduit ; il apparaît toujours être généré par le sens commun »<sup>15</sup>.

L'idéologie dominante est disséminée, diffusée dans la société par des classes intermédiaires : « La classe dominante, pour une grande part, ne produit et ne diffuse pas l'idéologie directement. Cette tâche est laissée aux écrivains et journalistes, aux producteurs et enseignants, bureaucrates et artistes, organisés pour la production dans un appareil culturel qui forme un tout – les écoles et les masses médias comme un tout, la publicité et le show business, et des bureaucraties spécialisées à l'intérieur de l'Etat et des corporations. » Ces agents de l'hégémonie culturelle n'ont pas toujours conscience de produire une culture de classe, ce qui est la meilleure garantie de l'efficacité de leur action. Au contraire, les professionnels de la culture et des médias ont plutôt le sentiment de travailler « avec une grande autonomie dans des institutions qui proclament leur neutralité dans l'objectif d'informer leur public. »<sup>16</sup> Pour des journalistes ou des artistes de gauche ayant une ambition émancipatrice, le défi est ainsi de déjouer les pièges de la reproduction de la domination tout en travaillant au renversement, ou au moins à la subversion, de l'hégémonie culturelle. Sans être forcément être toujours eux-mêmes issus du peuple, ils devront garder la bonne distance vis-à-vis de la culture dominante et ses dispositifs de gratification matériels et symboliques tout en embrassant les formes jugées indignes des cultures populaires pour travailler à leur développement autonome. Une posture éthique proche de l'ascèse, un programme exigeant, mais seul capable de produire du neuf qui ne soit pas récupéré par la classe dominante.

---

<sup>14</sup> Todd Gitlin, *The whole World is watching*, Berkeley, University of California Press, p. 153.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 253 et 254.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 257 et 258.