An aerial photograph of a paved plaza with white graffiti lines. Several people are walking across the plaza. The text is overlaid on the image.

Fanny Parise

LES ENFANTS GÂTÉS

**Anthropologie du mythe
du capitalisme responsable**

**La consommation éco-responsable :
un alibi pour ne rien changer ?**

PAYOT

À la rencontre des ambassadeurs de l'hyperconsommation éco-responsable

Qui est ce groupe d'individus sans conscience de classe qui critique la société de consommation tout en permettant au système de perdurer ? Les « enfants gâtés », comme les nomme l'anthropologue Fanny Parise, jouent-ils le rôle qu'ils prétendent jouer – celui de réformer un système destructeur – ou participent-ils malgré eux à la reproduction du système et de ses inégalités socioculturelles ?

L'enjeu de cet ouvrage est de faire le point sur le mythe de la contre-culture postcapitaliste : pour commencer, qu'a-t-elle de « post » capitaliste, précisément, cette contre-culture ? Et comment ce mythe amène-t-il insidieusement à passer de l'injonction « consommer mieux et moins » à celle de « consommer mieux et plus » ?

Vous allez adorer détester les enfants gâtés : ils sont toujours l'autre, mais chacun de nous peut se reconnaître par certains aspects en eux. Faites-vous partie de ces influenceurs qui s'ignorent et dont l'objectif – la plupart du temps inconscient – est de continuer à consommer comme avant sans passer pour un suppôt écocide du grand capital ?

Fanny Parise est anthropologue, spécialiste des mondes contemporains et de l'évolution des modes de vie. Elle a consacré la dernière décennie à étudier les phénomènes de déconsommation. Elle enseigne à l'université en France et en Suisse, et est la créatrice du podcast Madame L'Anthropologue, dans lequel elle invite ses auditeurs à découvrir l'actualité sous le prisme de l'anthropologie.

Fanny Parise

LES ENFANTS GÂTÉS

**Anthropologie du mythe
du capitalisme responsable**

PAYOT

Retrouvez l'ensemble des parutions
des Éditions Payot & Rivages sur

www.payot-rivages.fr

Avec la contribution de Louise Giovannangeli
Création maquette intérieure et couverture :

Claire Morel-Fatio

Création des schémas : Chloé Cavillon

© Éditions Payot & Rivages, Paris, 2022

ISBN : 978-2-228-93095-6

SOMMAIRE

Une anthropologie du coin de ma rue 9

PREMIÈRE PARTIE

BIENVENUE EN CRÉATOCRATIE..... 35

Les nouveaux sauvages et la créatocratie 39

L'émergence d'ethnies culturelles 65

L'ingénierie sociale de la créatocratie..... 93

DEUXIÈME PARTIE

LA CULTURE DE L'INVENTIVITÉ 113

La magie de la créativité 117

Le bonheur de l'enfant gâté..... 137

Les nouvelles égéries du banal..... 171

TROISIÈME PARTIE

LE FAUX PACTE DES ENFANTS GÂTÉS 199

La guerre culturelle des mots 203

Le rêve est la réalité de l'involution
culturelle 221

La culture politique du divertissement 257

Conclusion 285

UNE ANTHROPOLOGIE DU COIN DE MA RUE

Quoi de mieux pour commencer mon propos que de vous parler d'un endroit que j'affectionne tout particulièrement. Un lieu où j'ai réalisé de nombreuses interviews, où j'ai passé de longues heures à observer la population qui le fréquente, et surtout un lieu où j'ai pris plaisir à passer des soirées entre amis. Il s'agit du Mama Shelter, un bar situé dans le vingtième arrondissement de Paris.

L'ANTHROPOLOGUE ET LE SAUVAGE

Ce que j'apprécie par-dessus tout, c'est observer les clients de l'établissement. En plein cœur de Paris, j'ai l'impression de marcher sur les traces des pères fondateurs de l'anthropologie : en découvrant une communauté que je perçois comme exotique, car étrange et étrangère, je me découvre

moi-même. L'anthropologue américaine Margaret Mead a sans doute également été fascinée lorsqu'elle est entrée en contact pour la première fois avec les Samoas¹, un peuple océanien ; l'anthropologue polonais Bronisław Malinowski l'a sans doute également été, lorsqu'il a rencontré les Trobriandais² de Papouasie-Nouvelle-Guinée. J'aime penser que ces anthropologues ont ressenti la même excitation que moi en se confrontant à une altérité qui les a bousculés, les amenant à questionner leur propre rapport à la normalité, et le sens qu'ils octroyaient à leur quotidien.

Les anthropologues ont longtemps étudié des populations lointaines en les rendant exotiques et en pensant que le sauvage, c'était l'autre. En observant les us et coutumes des clients du Mama Shelter, je constate que nous sommes également des sauvages, la plupart du temps sans le savoir : si je peux l'affirmer avec autant de conviction, c'est que lors de mes premières observations de terrain, je n'avais pas les clefs de compréhension nécessaires pour comprendre le sens de leurs propos ou de leurs actions. En plus, la littérature socio-anthropologique ne m'a pas été d'une grande aide : alors que l'anthropologie a constitué au fil des années un corpus complet des mœurs des autres, je suis forcée de constater que la production concernant les sauvages urbains et occidentaux est beaucoup plus mince et parcellaire,

1. Margaret Mead, *Mœurs et sexualité en Océanie*, Paris, Plon, 1963.

2. Bronisław Malinowski, *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard, 1963.

si ce n'est inexistante. Pour autant, quelques travaux existent menés pour la plupart par des journalistes (David Brooks, à l'origine du concept de *bobo*¹, par exemple) ou des experts en tendances (Nicolas Chemla et son *Anthropologie du boubour*²) qui se sont attelés à sociologiser certaines de leurs observations.

Ces réflexions ont accompagné mes premiers pas sur le terrain et, surtout, m'ont permis de débiter une réflexion anthropologique sur cette population. Même si je ne suis pas parvenue à trouver une dénomination satisfaisante pour nommer les individus que j'observais tout de suite, j'ai décidé de poursuivre mes investigations, et de les appeler temporairement, et pour les besoins de mon ouvrage, les « nouveaux sauvages ». Finalement, je continue encore aujourd'hui à les appeler de la sorte, même si, comme vous le verrez, ils disposent à présent d'une dénomination plus scientifique.

Les nouvelles croyances de la réussite

Le Mama Shelter, autoproclamé « kibboutz urbain » par ses créateurs³ et renommé hôtel-resto bobo par la presse⁴, est un lieu singulier, tant par sa décoration que par les différentes populations qui s'y

1. David Brooks, *Bobos in Paradise : The new upper class and how they got there*, New York, Simon and Schuster, 2010.

2. Nicolas Chemla, *Anthropologie du boubour. Bienvenue dans le monde bourgeois-bourrin*, Paris, Lemieux, 2016.

3. L'entrepreneur Serge Trigano et le designer Philippe Starck.

4. https://www.lexpress.fr/styles/diapo-photo/styles/saveurs/restaurant/mama-shelter-hotel-resto-bobo-signe-starck_745803.html

croisent. Pour moi, ce lieu représente le triomphe du luxe cool¹, l'apogée de la boboïsation de la capitale², et surtout un fabuleux spot d'observation anthropologique. Ici, rien n'est laissé au hasard : des tables d'hôte en chêne brut à partager pour la convivialité, des canapés et des fauteuils pour des ambiances plus cosy, un plafond façon tableau noir tagué à la craie, un baby-foot de 4 mètres de long, etc.

Le Mama Shelter est un lieu qui symbolise, du moins en apparence, le cosmopolitisme. Des communautés indigènes du monde entier s'y retrouvent. Ce brassage culturel témoigne pour autant de la valorisation d'un entre-soi social, où les signes du pouvoir et de la violence socio-culturelle sont omniprésents pour ceux qui savent porter attention aux petits détails.

Le Mama Shelter est un endroit emblématique pour les nouveaux sauvages, un endroit qu'ils jugent dans l'air du temps. Tout est une question de point de vue, car l'anthropologue français Marc Augé qualifie quant à lui ce type d'espaces de « non-lieux »³, c'est-à-dire des espaces fonctionnels, nés de la mondialisation, standardisés et déshumanisés, porteurs d'une rupture avec

1. Ici, je fais référence à l'ouvrage : Dominique Cuvillier, *Le Triomphe du luxe cool. De l'hyperluxe à l'hypermarché*, Malakoff, Maxima, 2019.

2. Il s'agit, d'après la définition du dictionnaire Larousse de la « transformation d'un lieu (quartier, partic.) populaire par l'arrivée en nombre de bobos ; gentrification ».

3. Marc Augé, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Le Seuil, 2015.

les lieux dits « anthropologiques », comme le foyer. Et je dois reconnaître qu'au fil de mes recherches, je me suis aperçue que le Mama Shelter n'était pas un endroit si unique que cela, mais plutôt un lieu typique de ceux qu'affectionnent les nouveaux sauvages. Un ersatz de biotope naturel reconstitué, au sein duquel des femmes et des hommes d'affaires, mais également des touristes ou ceux qui se rencontrent pour un premier rendez-vous amoureux aiment se mettre en scène, c'est-à-dire un lieu où il faut être et où il faut être vu. Cette population que j'ai étudiée est majoritairement composée d'individus trentenaires ou quadras, même s'il m'est également arrivé de croiser quelques vingtenaires. Tous arborent des styles vestimentaires détonants, des manières d'être singulières et abordent des sujets de conversation aussi surprenants que passionnants.

Un jour, par exemple, à une table à côté de la mienne, une jeune femme expliquait avoir plaqué son job de « planneur strat' » dans une grande agence de conseil pour faire le tour du monde en voilier, plus précisément avec « le voilier de papa ». Bien sûr, elle clamait haut et fort à qui voulait bien l'entendre – tout le restaurant pouvait profiter de la conversation au vu des nombreux décibels de sa voix forte et affirmée comme si elle tenait une tribune – que le but de l'opération était, à son retour, de sensibiliser son entourage à la pollution des océans.

Une autre fois, je me suis trouvée à côté d'un homme qui se faisait interviewer par une journaliste. Il

lui expliquait, très sérieusement et graphiques à l'appui, comment il avait prévu de partir à la retraite dès 35 ans, grâce aux placements financiers et immobiliers qu'il réalisait. Son but était d'avoir le temps de vivre et de se consacrer à des projets qui faisaient « vraiment sens » pour lui, sans se préoccuper de l'argent. Il mettait en avant son désir de vivre sobrement, et même de devenir un frugaliste, c'est-à-dire vivre avec peu, se contenter du minimum. Cette définition relative de la frugalité a attisé ma curiosité, car j'avais l'impression qu'il s'agissait plutôt d'un homme d'affaires ayant adapté son discours à l'époque actuelle : en effet, plaquer son job et changer de vie fait plus rêver en 2022 qu'expliquer vouloir s'enrichir très jeune afin de vivre de rentes de situation le reste de sa vie.

Quand je suis au Mama Shelter, ou dans d'autres non-lieux de ce type, l'anthropologue que je suis ne peut s'empêcher de prendre discrètement des notes sur son carnet de terrain. Je consigne scrupuleusement les anecdotes et les scènes de vie que j'observe. Je réalise également de nombreux schémas et croquis afin d'identifier les similitudes et les différences que je perçois entre les différents sauvages que j'étudie. Par exemple, concernant leur apparence physique, ils ne s'habillent pas tous de la même manière : certains ont des barbes et des tatouages imposants, d'autres optent pour des signes de distinction plus discrets, comme des baskets d'une marque éthique ou des faux basiques – c'est-à-dire des vêtements à l'apparence simples mais griffés d'une marque de luxe, qui sont tout aussi ostentatoires, car imposant

de fait une séparation entre eux et le reste de la société. Parfois même, j'ai eu l'impression d'être la Jane Goodall¹ non pas des bonobos mais des bobos, et je me suis très rapidement forgé une conviction : ces sauvages du postmodernisme jouent un rôle important dans la société, beaucoup plus important que celui d'être une cible marketing pour les firmes internationales² ou des figures sociales sur lesquelles journalistes³ et chercheurs⁴ aiment se défouler.

L'anthropologie de la consommation

Dans cet ouvrage, ce n'est donc pas d'une peuplade extra-occidentale qui vit de manière très différente de la nôtre dont je veux vous parler, mais bien de personnes qui ressemblent à nombre d'entre nous. Ces indigènes, je les ai découverts fortuitement, au détour des études que je mène depuis près d'une décennie, sur l'évolution de la consommation et des styles de vie en Occident. Tout est parti d'un constat très simple : si je ne parvenais ni à comprendre qui ils étaient, ni quel était le sens de certaines de leurs pratiques, c'est que je ne devais certainement pas être la seule dans ce cas, et surtout, qu'il était nécessaire de combler ce vide scientifique en réalisant une

1. Jane Goodall est une éthologue et anthropologue britannique. Elle est la première à avoir observé et rapporté que les chimpanzés utilisent des outils pour s'alimenter.

2. https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2017/04/14/du-bobo-au-boubour-la-petite-fabrique-des-sociostyles_5111342_4497916.html

3. <https://books.openedition.org/pul/21526?lang=fr>

4. Anne Clerval, *Paris sans le peuple. La gentrification de la capitale*, Paris, La Découverte, 2016.

monographie anthropologique, c'est-à-dire une étude complète et détaillée de ces sauvages du postmodernisme. Heureux hasard, il se trouve que ces indigènes évoluent dans le même milieu naturel que moi, ce qui explique *a posteriori* l'attraction que j'ai eue pour eux. Comme on ne se voit jamais totalement comme on est vraiment, je ne l'ai pas compris tout de suite : à mesure que je m'intéressais à eux, je remettais en cause mes propres choix de vie et même ma manière de voir le monde. C'est seulement lorsque je l'ai réalisé que j'ai pu commencer l'écriture de cet ouvrage, car rien ne me prédisposait à étudier les nouveaux sauvages.

Initialement, je menais des recherches anthropologiques à l'Université de Lausanne et auprès d'entreprises privées internationales (industriels, distributeurs), d'institutions publiques ou d'acteurs de la culture (médias) en anthropologie de la consommation. C'est dans ce contexte que j'ai été amenée, dès 2010, à étudier l'évolution des styles de vie d'individus qui, consciemment ou non, s'inscrivent dans une transition consumériste. Ceux-ci ont montré qu'ils ne veulent pas s'émanciper du système marchand, mais en revanche assurent être à la recherche d'alternatives qu'ils jugent compatibles avec les enjeux socio-écologiques. Ces nouvelles pratiques se substituent très bien à leurs pratiques antérieures : il s'agira pour eux, par exemple, d'acheter les mêmes produits alimentaires qu'auparavant, mais en privilégiant les marchandises labellisées

bio, ou alors de continuer d'avoir une voiture individuelle mais d'opter pour un modèle hybride ou électrique.

J'ai notamment étudié les stratégies mises en place par les consommateurs dits « responsables », c'est-à-dire ceux qui aspirent à faire coïncider leurs préoccupations morales avec leurs pratiques de consommation : si une personne est sensible au bien-être animal, elle va préférer acheter des gammes de cosmétiques non testés sur des animaux ; si un individu est sensible au respect des conditions de travail, il va privilégier l'achat de produits issus des circuits courts, et donc produits non loin de chez lui. Avec mes équipes¹, nous avons réalisé 2 250 entretiens qualitatifs, c'est-à-dire que pendant une, deux ou même trois heures, nous nous sommes rendus au domicile des enquêtés, où nous leur avons posé de nombreuses questions afin de comprendre qui ils sont et comment ils vivent.

Loin d'avoir été sélectionné au hasard, l'ensemble de ces personnes a jugé nécessaire de changer son style de vie, notamment par ses choix alimentaires, ses loisirs et sa consommation. Tous ont été recrutés dans différents pays (France, Canada, Suisse, Italie, Pays-Bas, Allemagne, Espagne) via un panéliste et devaient répondre aux caractéristiques suivantes :

1. Mes équipes sont constituées d'anthropologues, de designers et de spécialistes des nouvelles tendances.

- Être âgé de 18 à 75 ans (hétérogénéité des villes et des régions de résidence, diversité de composition des ménages).
- Être issu des classes moyennes et des classes supérieures : avoir un pouvoir d'achat suffisant et ne pas être en situation de précarité, c'est-à-dire faire partie, suivant la nomenclature socio-économique européenne (ESeG), des professions intermédiaires salariées, des professions intellectuelles et scientifiques ou des cadres dirigeants.
- Déclarer être sensibles et avoir différents degrés d'engagement envers la psychospiritualité et le développement personnel, la cause animale, l'engagement sociétal et la justice sociale, l'équité des genres et l'écologie.
- Avoir mis en place, au cours des trois années qui précèdent l'entretien, des changements de styles de vie dans les domaines de l'alimentation, des loisirs et de la consommation.
- Adhérer à une vision holistique et/ou systémique des enjeux socio-éco-environnementaux.

En substance, la population dont il est question dans cet ouvrage est divisée en deux catégories de personnes. Une première catégorie, minoritaire, que j'ai renommée « les nouveaux sauvages ». Une seconde, majoritaire, c'est-à-dire qui correspond aux autres personnes que j'ai interrogées et dont nous parlerons plus tard dans cet ouvrage.

Cette autre population, je l'ai renommée « les enfants gâtés. » Mais, pour comprendre qui sont les enfants gâtés, vous devez d'abord découvrir qui sont les nouveaux sauvages et quelle est leur influence dans notre monde – et notamment sur les enfants gâtés.

Intuitivement et au fil des années, une minorité de mes enquêtés a particulièrement attisé ma curiosité et c'est sur eux que j'ai progressivement recentré mes travaux de recherche. Les nouveaux sauvages constituent ainsi un tiers de mon échantillon d'étude, soit environ 750 individus. Comme l'ensemble des personnes que j'ai interrogées, ils valorisent certains enjeux sociétaux, comme la justice sociale, l'équité des genres, la psychospiritualité ; ainsi que certains enjeux écologiques, comme la sensibilité environnementale, le respect de la condition animale et/ou du vivant ; et ils prônent la transition éco-environnementale dans la justification du bien-fondé de la consommation responsable. Plus surprenant, la conquête spatiale et la création d'univers virtuels immersifs, comme les métavers, représentent également pour eux des réponses écologiques pertinentes pour répondre à l'urgence éco-environnementale.

Mais à l'instar des autres, ils mettent en place des stratégies de réappropriation et de démocratisation des pratiques et des représentations de la consommation dite « responsable ». Par exemple, ils perçoivent les initiatives responsables, comme celles relatives au partage, à l'entraide ou au faire soi-même, comme autant d'opportunités de créer

de nouvelles sources de profit. L'une de leurs stratégies préférées consiste à adapter des pratiques non-marchandes à l'économie capitaliste. Comme avec la plateforme Vendredi, qui propose aux entreprises d'accompagner leurs collaborateurs dans leur engagement citoyen. Il en va de même avec l'attrait grandissant pour l'achat de vêtements de seconde main qui, facilité par des plateformes comme Vinted, conduisent à de nouvelles formes de surconsommation¹.

LA CULTURE DU POUVOIR

L'anthropologie nous apprend qu'il ne faut pas se fier aux apparences ; que ce qui semble étrangement logique est peut-être en fait un leurre de l'esprit. Chaque personne, quels que soient son âge, son origine sociale, sa religion et son style de vie, détient une manière d'interpréter le monde qui lui est propre : c'est-à-dire une manière d'analyser le monde qui l'entoure grâce aux savoirs qu'elle a acquis dans sa culture d'origine. Cela vaut aussi pour vous et moi, bien évidemment. Afin de limiter les biais d'interprétation, l'immersion, l'empathie et le décentrement ont été les maîtres mots de la recherche anthropologique que j'ai menée auprès de ces nouveaux sauvages.

Les nouveaux sauvages que j'ai étudiés semblent politiser leurs actions quotidiennes, ils résistent

1. <https://korii.slate.fr/biz/consommation-vinted-vetements-recyclage-ecologie-economie-circulaire-fast-fashion>

même. Ils veulent changer de vie et mettent tout en œuvre pour y parvenir. Si j'en crois les personnes que j'ai interrogées et écoutées, elles protestent contre l'économie capitaliste, prônent la justice sociale et surtout aspirent à consommer moins afin de réduire leur empreinte carbone, tentant par là de contribuer à enrayer la crise socio-climatique de notre époque.

Mais s'il y a bien une chose que l'anthropologie nous apprend, c'est que nous sommes tous des menteurs de bonne foi. Il y a toujours un écart entre ce qu'une personne dit, ce qu'elle pense faire et ce qu'elle fait réellement. De surcroît, ces nouveaux sauvages ne sont pas toujours de bonne foi : certains jouent de leur bonhomie apparente pour nous faire croire qu'ils ne manœuvrent pas discrètement dans leur intérêt. Pour eux, l'enjeu est de taille : ils sont issus de bonnes familles, disposent pour la plupart d'un patrimoine important et, malgré leurs cursus scolaire et professionnel irréprochables, ils n'ont plus la certitude de parvenir à conserver une position sociale et culturelle cohérente avec leurs ambitions.

Les nouveaux sauvages dont je vous parle ont toutes les caractéristiques d'une élite culturelle sur le déclin, c'est-à-dire une minorité d'individus qui sont conscients de leurs valeurs et de leurs intérêts¹. L'évolution des critères de la réussite, notamment de l'essoufflement du culte de la

1. Giovanni Busino, *Élites et élitisme*, Paris, Presses universitaires de France, 1991.

performance¹ au profit d'une valorisation du développement et de l'épanouissement personnels comme professionnels, pousse ces personnes, souvent très bien dotées socialement, financièrement et culturellement, à modifier leurs pratiques afin de rester cohérentes avec leurs aspirations éthiques.

Les exemples de la jeune femme qui souhaite parcourir le monde en voilier et de celui qui souhaite partir à la retraite à 35 ans illustrent que la notion de « travail rémunéré » n'est pas perçue par ces individus comme une fin en soi, mais plutôt comme un moyen d'atteindre un objectif de distinction sociale par la réalisation d'un projet ou d'un idéal de vie. Pour mieux comprendre les stratégies sociales des nouveaux sauvages, le sociologue et économiste italien Vilfredo Pareto² explique que la société est composée de différents éléments interdépendants, lesquels constituent un système, appelé système social. Vilfredo Pareto explique également qu'il y a des perturbations, comme les guerres et les épidémies, mais qu'il y a toujours un retour automatique à l'équilibre. Ce retour automatique à l'équilibre va se traduire par des actions engagées en réaction à ces événements mais qui vont, parfois indirectement, participer à perpétuer le modèle responsable de ces perturbations : c'est-à-dire donner l'illusion du changement, mais assurer une permanence du système

1. Alain Ehrenberg, *Le Culte de la performance* (1991), Paris, Calmann-Lévy, 2014.

2. Vilfredo Pareto, *The Mind and Society* (1916 pour la version italienne originale), New York, Harcourt, Brace and Company, 1935.

social. Ces nouvelles actions vont être perçues, à l'échelle individuelle comme collective, comme un progrès social, du moins dans un premier temps.

Pour que les nouveaux sauvages ne perdent pas leur position dans le système social, il est dans leur intérêt qu'ils retrouvent le plus rapidement possible son état d'équilibre : afin de limiter les mouvements d'ascension sociale de nouveaux venus d'une part, mais surtout de contenir la descente sociale des membres de cette élite d'autre part. D'après Vilfredo Pareto, tous les coups sont possibles pour parvenir à maintenir sa place dans le système social : « La ruse et la force sont nécessaires, mais également l'obtention d'un consensus passif de la part des classes gouvernées¹. » Autrement dit, les nouveaux sauvages doivent faire en sorte que le reste de la société accepte leur manière de vivre et leurs idées, quitte à devoir s'adapter. S'il est de bon ton de porter des New Balance plutôt que des Weston pour avoir l'air cool et ressembler aux patrons de la Silicon Valley, les nouveaux sauvages se prêtent volontiers au jeu. Idem s'il faut troquer une vie dans le triangle d'or parisien et son poste dans une multinationale contre une vie en communauté en province, où l'on fait le tour des médias pour expliquer son changement de vie et devenir un conférencier prisé.

Les nouveaux sauvages excellent dans l'art de l'hypocrisie : pour assouvir l'idéal d'ascension sociale imposé par les décennies précédentes, ils n'aspirent

1. *Ibid.*

plus à être rentiers, mais à devenir, comme nous l'avons vu, militants écologistes ou frugalistes, même si dans les faits la différence entre ces deux manières de vivre ne semble être guère plus qu'un jeu de langage. Un jeu de langage qui masque un jeu de pouvoir bien rodé : celui de la distinction sociale et de *l'habitus*, deux notions que l'on doit au sociologue français Pierre Bourdieu. En substance, ce dernier définit la place de la culture dans la société en montrant que la culture est toujours au centre d'une lutte entre différentes classes sociales qui s'affrontent, mais pas à armes égales, pour la définition et l'appropriation de la culture légitime. Et c'est bien de cela qu'il est question ici avec ces nouveaux sauvages : la conservation du pouvoir par l'imposition d'une nouvelle culture légitime, concordante avec les enjeux socio-éco-environnementaux.

Depuis la parution des recherches de Pierre Bourdieu à ce sujet en 1979¹, d'autres travaux sont venus appuyer ces thèses et par la même occasion les actualiser au fur et à mesure que la société a changé, notamment concernant l'évolution des pratiques culturelles des différentes classes sociales. Je pense notamment au sociologue américain Richard Peterson, qui a développé la notion d'« omnivorisme culturel² » que je mobiliserai également par la suite. Cette notion s'intéresse à l'éclectisme culturel comme levier de domination socio-culturelle. Je pense également aux travaux du sociologue français

1. Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement* (1979), Paris, Minuit, 2016.

2. Richard Peterson, « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et sociétés*, 2004, vol. 36, n° 1.

Bernard Lahire qui, lui, porte son regard sur l'individu et révèle que, quelle que soit l'origine sociale d'un individu, il dispose d'un registre culturel unique¹ qui mobilise des références socialement situées.

En quête de légitimité culturelle, les nouveaux sauvages tentent d'identifier des nouvelles manières d'être et de faire afin de conserver leur position dans le système social. Comme je vais vous l'expliquer dans cet ouvrage, le tour de force des nouveaux sauvages consiste à convaincre le reste de la société de faire l'effort de changer certaines de ses pratiques de consommation pour assurer la permanence du capitalisme grâce à la poursuite de la consommation, afin d'offrir aux générations futures une vie sur Terre agréable.

Je considère d'ailleurs la consommation écoresponsable², souvent nommée consommation responsable, comme un conte merveilleux qui permet de mettre en action tous les acteurs mus vers ce même idéal imaginaire d'harmonie entre nature et culture. La mise en pratique de cette consommation responsable est une quête politique. Ici, le politique est entendu dans un sens large, en tant qu'espace

1. Bernard Lahire, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2016.

2. Selon la définition de l'Ademe, Agence de la transition écologique, « la consommation responsable doit conduire l'acheteur, qu'il soit acteur économique (privé ou public) ou citoyen consommateur, à effectuer son choix en prenant en compte les impacts environnementaux (mais également sociétaux de manière plus générale) à toutes les étapes du cycle de vie du produit (bien ou service) ».

de médiation entre l'échange et la valeur : la paille en bambou devient un fétiche politique lorsque sa publicité et sa consommation participent à la diffusion d'un nouvel idéal de vie. Cet idéal de vie semble accessible à chacun grâce au capitalisme responsable, qui promet de parvenir à concilier sobriété et profitabilité.

LA SOCIO-ÉCO-RESPONSABILITÉ

Les nouveaux sauvages évoluent dans une société qu'ils présentent eux-mêmes comme en proie à de nombreuses fractures sociales et culturelles dans un contexte de radicalisation politique (montée de l'extrême droite en Occident) et religieuse (menace terroriste). D'après les nouveaux sauvages, leur réalité politique serait devenue binaire, avec d'un côté les gentils qui seraient progressistes, et de l'autre côté les méchants qui seraient dans le meilleur des cas conservateurs, et dans le pire des cas populistes.

Lorsque j'écris ces lignes, je partage leur constat et je me permets d'apporter des éléments contextuels supplémentaires qui vont nourrir la suite de mon propos. Les nouveaux sauvages évoluent dans des sociétés où les classes supérieures urbaines se sentent étriquées à une échelle nationale, ce qui les amène à valoriser le cosmopolitisme comme voie d'émancipation. Les classes moyennes, notamment périurbaines, vivent dans l'angoisse du déclassement. À cette fracture sociale s'ajoute une fracture culturelle, entre ceux qui tirent parti des initiatives progressistes et les autres, qui s'en estiment écartés.

Ces clivages s'inscrivent dans un climat culturel morose, avec en toile de fond l'urgence socio-éco-environnementale, qui ne cesse, par ailleurs, d'alimenter les théories alternatives ou du complot qui deviennent légion sur les réseaux sociaux.

En tant qu'anthropologue, je ne fais pas de politique et je ne prends pas parti. Par exemple, dénoncer le populisme et faire l'apologie de la « pensée woke », ou inversement, n'est ni bien ni mal pour moi, car je rapporte seulement les faits que j'ai observés. Plus précisément, je m'intéresse aux discours des acteurs et aux références culturelles que les différentes personnes que j'ai interrogées mobilisent pour me décrire leur réalité. Je m'appuie également sur la littérature scientifique existante, c'est-à-dire des productions qui traitent de sujets proches ou connexes à mes réflexions, pour tenter d'identifier les logiques sociales et culturelles sous-jacentes aux phénomènes sociologiques que j'observe. Je ne me restreins pas dans les sources que je mobilise : autrement dit, je prends autant en considération des points de vue qui prônent la consommation responsable que d'autres, qui dénoncent l'éco-responsabilité comme une imposture de la bien-pensance. Cette posture me permet de dépasser le clivage progressiste-populiste en déconstruisant, puis en recontextualisant les discours des personnes que j'ai rencontrées.

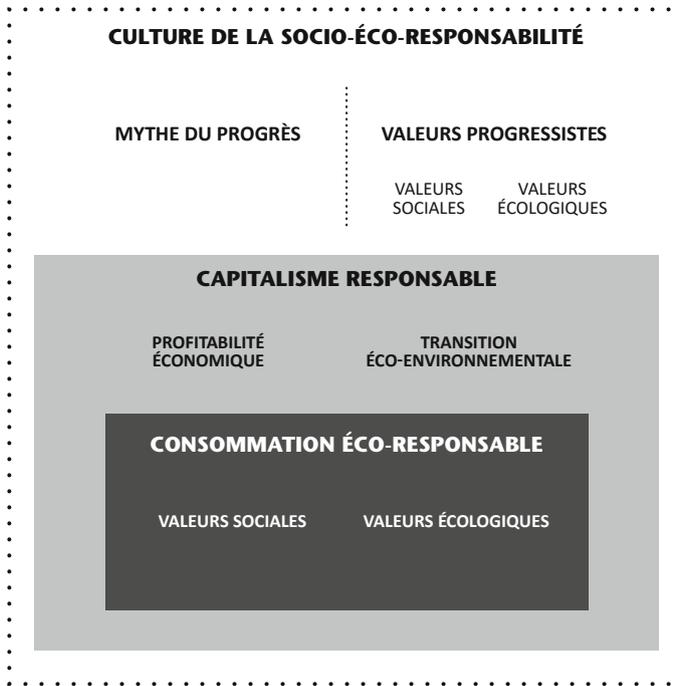
Au sein de cet ouvrage, il sera donc question de s'intéresser à la culture de la socio-éco-responsabilité, qui inclut le mythe du progrès, que j'appelle la pensée magique de l'énergie, et les valeurs progressistes

en vogue actuellement (la psycho-spiritualité et le développement personnel, le respect de la condition animale et/ou du vivant, l'engagement sociétal et la justice sociale, l'équité des genres et l'écologie). La culture de la socio-éco-responsabilité s'exprime à l'échelle de la société à travers les dogmes du capitalisme responsable qui doit faire rimer profitabilité des firmes avec transition éco-environnementale. Par contre, à l'échelle de la vie quotidienne, la socio-éco-responsabilité se traduit par la mise en place d'une nouvelle éthique de consommation dite éco-responsable, et elle est axée soit sur des valeurs sociétales, soit sur des valeurs écologiques. C'est ce que l'on appelle la consommation éco-responsable ou consommation responsable.

Dans le langage courant, on parle de manière indifférenciée de progressisme, également appelé bien-pensance, pour décrire la culture la socio-éco-responsabilité qui renvoie pourtant à une réalité plurielle : une réalité qui comprend ceux qui font uniquement l'apologie du progrès, loin des valeurs sociétales ou écologiques ; ceux qui s'intéressent uniquement aux valeurs sociétales ou écologiques ; ceux qui sont sensibles seulement à une valeur, comme la justice sociale ou la psycho-spiritualité ; et enfin ceux qui font l'apologie du progrès et qui valorisent certaines valeurs sociétales ou écologiques.

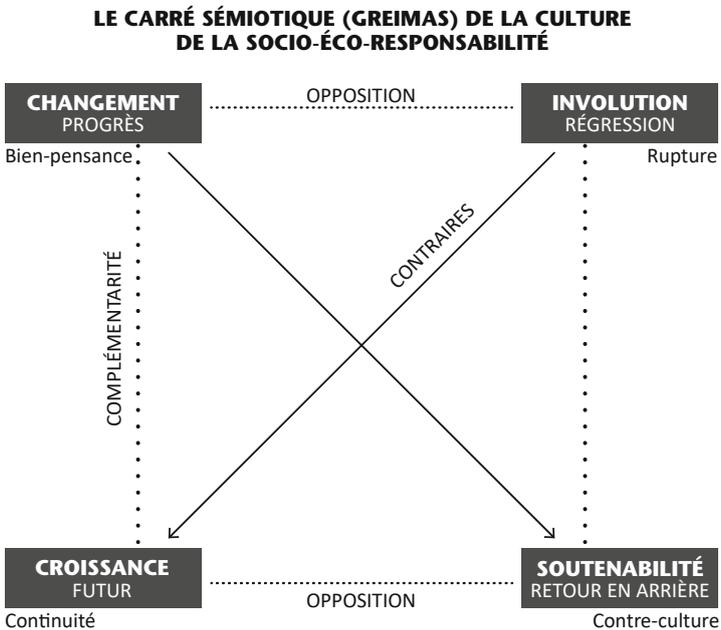
La culture de la socio-éco-responsabilité s'oppose en pratique mais se confond dans l'imaginaire avec la décroissance. Comme la socio-éco-responsabilité, la décroissance est un concept à la fois politique, économique et social. Mais, à l'inverse de la

socio-éco-responsabilité, la décroissance prône la réduction de la consommation. Le capitalisme responsable, lui, sera considéré comme une idéologie, avec ses propres dogmes qui se révèlent parfois être totalitaires.



Pour les nouveaux sauvages, le changement est signe de progrès et il s'oppose à l'involution culturelle, qui, elle, renvoie l'image négative d'un retour en arrière. Le progrès n'est que peu compatible avec l'idée de soutenabilité, même si le capitalisme responsable promet de trouver, rapidement, des solutions « vraiment durables ». Comme l'illustre

la visualisation ci-dessous, les oppositions entre changement et involution, et entre croissance et soutenabilité permettent de faire émerger plusieurs catégories d'idées et de pensées.



Ces catégories n'ont pas été construites *a priori* mais *a posteriori*, et peuvent donc être considérées comme la synthèse des différents discours auxquels j'ai été confrontée pendant ma recherche anthropologique. J'en ai notamment identifié trois, sur lesquels je me suis appuyée pour réaliser cette monographie anthropologique :

- 1) Un discours progressiste : toute personne qui estime faire des choix de vie qui vont

dans le « bon sens », c'est-à-dire qu'elle croit au mythe du progrès (ou la pensée magique de l'énergie). Pour elle, le « bon sens » tend à se confondre avec le sens de l'Histoire¹.

Elle s'auto-persuade, souvent à tort, que sa consommation est éco-responsable car pour elle parler des enjeux socio-écologiques ou acheter des produits « verts » équivaut à être une personne responsable.

Les progressistes représentent la majorité des personnes avec lesquelles j'ai échangé, bien que certaines de leurs pratiques de consommation les rapprochent de ceux que j'ai nommés les réac-progressistes.

2) Un discours réac-progressiste : toute personne qui adhère aux valeurs progressistes (sociétales ou écologiques), car elles représentent pour elle l'utopie d'une société émancipée.

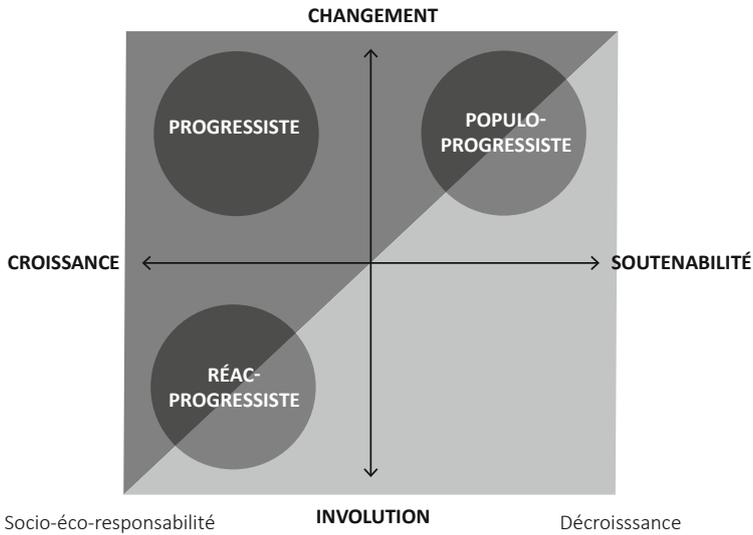
3) Un discours populo-progressiste : toute personne qui valorise uniquement les valeurs sociales progressistes, notamment celle de la justice sociale.

À l'inverse du discours progressiste ou réac-progressiste, le discours populo-progressiste ne prône pas le cosmopolitisme mais la culture occidentale, voire le nationalisme. Précision importante : avoir un discours populo-progressiste ne veut pas dire être d'extrême

1. Pierre-André Taguieff, *Les Contre-réactionnaires. Le progressisme entre illusion et imposture*, Paris, Denoël, 2007.

droite. D'ailleurs, toutes les personnes interrogées, quelles que soient leurs idées politiques ou leurs croyances religieuses, étaient modérées, du fait de mes critères de recrutement. Elles affirment cependant des choix de consommation et des styles de vie différenciés, car c'est par leurs choix de vie qu'elles vont se distinguer et qu'elles m'ont permis, en tant qu'anthropologue, d'identifier les stratégies de pouvoir qui structurent la culture de la socio-éco-responsabilité.

L'AXIOLOGIE DE LA CULTURE DE LA SOCIO-ÉCO-RESPONSABILITÉ ET LES CATÉGORIES D'IDÉES ASSOCIÉES



Le pouvoir est d'ailleurs un objet d'étude privilégié des anthropologues et des sociologues, dès lors qu'ils souhaitent aller au-delà de ce qui leur semble évident, afin de comprendre les enjeux