

Tous les goûts sont dans les meubles

Habitat. Le sociologue Patrick Ischer s'est intéressé aux goûts de jeunes couples qui se mettent en ménage. Leur origine sociale, même après des études supérieures, se lit encore dans le choix du mobilier et de la décoration.

ELISABETH HAAS

d

Dans le choix des meubles et de la décoration, les goûts de nos parents, les lieux de vie de notre enfance façonnent nos goûts jusqu'à l'âge adulte, constate le sociologue Patrick Ischer. Auteur d'une thèse de doctorat, défendue à l'Université de Neuchâtel¹, il a mené une enquête qualitative auprès d'une quinzaine de couples, pour cerner leurs «goûts et dégoûts en matière d'habitat»: il s'est limité aux jeunes adultes, âgés de 25 à 35 ans environ, qui se mettent en ménage pour la première fois. Au moment de l'enquête, tous étaient en passe de terminer ou avaient terminé des études de niveau tertiaire. Ses conclusions ne sont donc pas valables pour tous les jeunes couples de Suisse. Mais elles confirment l'importance de ce que les sociologues appellent la socialisation primaire.

Vous faites une distinction entre les personnes sûres et peu sûres de leurs goûts. En fonction de quoi?



Patrick Ischer: La sécurité esthétique est reliée à la notion de capital culturel. Même en affichant un salaire très confortable, un jeune adulte peut ne pas être en situation de grande sécurité esthétique et acheter ses meubles en grande surface, tandis qu'une étudiante en arts appliqués économise sur son petit revenu pour s'acheter une bibliothèque dessinée par un designer. Certaines personnes sont très déterminées dans ce qu'elles aiment et n'aiment pas. D'autres le sont beaucoup moins. J'ai développé ce concept avec une multitude d'indicateurs: être déterminé, savoir argumenter pour imposer ses goûts, être clair sur les objets qu'on convoite, avoir des connaissances du champ du design. Mais il a aussi des limites. Les goûts sont relatifs. Une personne peu déterminée dans ses goûts peut créer un chez-soi qui lui correspond.

Quel rapport avec la légitimité du goût? En sociologie des pratiques culturelles, on constate qu'il y a des pratiques plus légitimes que d'autres,



En matière d'habitat, les partenaires d'un couple ne sont pas toujours égaux. PHOTO PRÉTEXTE/FOTOLIA

parce qu'elles sont pratiquées par des personnes qui occupent les positions supérieures de l'espace social. J'ai considéré comme relevant de pratiques légitimes l'achat de mobilier dessiné par des grands noms du design ou vendu par des commerces spécialisés comme Vitra plutôt que par des grandes surfaces. Vitra bénéficie de davantage de légitimité que des commerces comme Ikea.

Précisément, tout un chapitre de votre thèse est consacré à Ikea!

C'est venu de la confrontation au terrain: je n'avais pas l'intention au départ de parler des Suédois. Mes informateurs avaient un rapport très ambivalent à l'enseigne. Tous ont un objet ou plusieurs éléments acquis chez Ikea. Les personnes qui ont des origines sociales élevées, qui sont issues de milieux riches en capitaux économiques et culturels, qui plus est si elles ont fait des études dans un domaine artistique, critiquent davantage Ikea, sont mal à l'aise d'avoir des éléments Ikea chez elles, parce que l'enseigne n'est pas considérée comme légitime.

A l'âge du premier appartement, l'origine sociale a une influence beaucoup plus forte dans le choix du mobilier

que ce que vous appelez la socialisation secondaire, l'influence des amis, des collègues, du conjoint.

L'influence des parents, la socialisation primaire, reste très, très forte à cet âge. Jusqu'à l'adolescence, les référents sont les parents. Ils représentent le socle, l'ADN. Puis on constate des mouvements: quand sa trajectoire sociale se distancie de celle de ses parents, on se distancie aussi de leurs goûts. La mobilité ascendante fait se distancier du goût populaire de ses parents. Mais même dans cette situation, mes informateurs ont de la peine à acquiescer les goûts de leur nouveau milieu d'appartenance. Ils font preuve de maladrotes. Ils ne maîtrisent pas les codes du design comme les maîtrisent les personnes issues de milieux riches en capitaux culturels, qui ont acquis ces codes à force de côtoyer des œuvres d'art, des objets design, qui sont intimement familiarisés avec ces aspects.

Le jugement de ces enfants face au logement de leurs beaux-parents moins bien dotés culturellement est cruel...

Les logements des beaux-parents riches en capitaux économiques et culturels sont valorisés par leurs beaux-enfants. Et inversement. Je

pense à cette jeune femme issue d'un milieu bourgeois qui parle du logement de ses beaux-parents migrants. Elle dit: «C'est chou!» Elle a un regard condescendant. Il y a une critique sociale virulente dans ses mots.

Comment juger du bon ou du mauvais goût d'un salon?

Toute la difficulté consiste à définir des indicateurs. J'ai emprunté ma typologie au sociologue Bernard Lahire. De la même manière que les gens écoutent de l'opéra aussi bien que du hard rock, ils acquièrent des meubles en grandes surfaces, de designers ou chinés. Ils ont tendance à multiplier les genres. En fonction des objets que mes informateurs avaient chez eux, j'ai pu distinguer les «consonants peu légitimes», qui n'avaient acquis que des meubles achetés en grandes surfaces, des «consonants légitimes», qui n'avaient acquis que du mobilier design. Entre ces deux pôles, on retrouve un mélange des genres: s'ils ont chez eux plus d'éléments Ikea ou plus d'éléments design, on peut distinguer les «dissonants tendance peu légitime» des «dissonants tendance très légitime». Il s'agit d'un continuum, où l'on arrive grosso modo à placer les individus. I

Des couples peu égalitaires

Dans la dernière partie de sa thèse de doctorat¹, le sociologue Patrick Ischer s'est intéressé à la mise en ménage. S'il met en évidence les causes de frottements, il reconnaît qu'en général tout se passe bien. Les frictions surviennent principalement parce que «tous les couples ne sont pas homogames. Leur origine sociale et leur formation, c'est-à-dire leurs socialisations primaire et secondaires peuvent être différentes. Ils n'ont pas les mêmes pratiques ni les mêmes goûts». Ainsi Patrick Ischer constate, même dans les cas, majoritaires, où les couples investissent un nouvel appartement en terrain neutre, que «peu de partenaires sont représentés égalitairement par les objets et les meubles qu'ils amènent dans le ménage ou qu'ils ont acquis en commun».

Le déséquilibre peut aller jusqu'à 95% d'objets et de meubles amenés par un seul des deux partenaires dans le logement. «Plus les couples sont hétérogames, plus il y aura une surreprésentation de l'un ou de l'autre», résume le sociologue en interview: «C'est quelque chose que l'on nie parfois. Il y a une violence symbolique de reconnaître que les objets appartiennent à l'autre et d'avouer que l'on habite chez son partenaire plutôt que chez soi.»

Peut-on supposer que ces inégalités s'estompent avec les années, quand de nouveaux objets, acquis en commun, remplacent les anciens? «Mon souhait serait de mener la même étude avec les mêmes personnes dans dix ans, pour voir l'influence d'autres socialisations et comment les couples négocient», explique Patrick Ischer. De manière générale, le chercheur à la Haute Ecole de Gestion Arc mesure la nécessité de «mettre des gants, donner de l'espace à l'autre, faire preuve d'empathie», quand un couple se met en ménage: «C'est terriblement difficile de s'entendre dire que l'on n'a pas de goût. C'est une attaque violente. Il faut faire preuve de prudence en matière de goût, avise-t-il. Le jugement sur le goût des autres porte en lui une critique sociale.» EH

¹ Patrick Ischer, «Les couples face à leur logement: goûts et dégoûts en matière d'habitat», Editions Alphil, 466 pp.

PUBLICITÉ

OPEL TOP-DEAL



LES MODÈLES OPEL

LES EXIGENCES LES PLUS STRICTES. AUX PRIX LES PLUS BAS.

Opel a réduit la plupart des prix catalogue. Mais ce n'est pas tout: profitez jusqu'au 31 mai de primes attrayantes et d'offres de stock exceptionnelles.

Plus d'informations sur www.opel.ch.



Automobiles Belle-Croix SA, Fribourg - 026 409 76 66 - Fribourg@ahg-cars.ch

Auto Schweingruber SA, Tavel - 026 494 17 50 - Tafers@ahg-cars.ch

Champ Olivier SA, Morat - 026 672 99 44 - Murten@ahg-cars.ch

Wolf Automobiles SA, Bulle - 026 919 86 30 - Bulle@ahg-cars.ch

Divorne Automobiles SA, Avenches - 026 675 12 63 - Avenches@ahg-cars.ch

Garage M. Zimmermann SA, Marly - 026 436 50 46 - info@garage-m-zimmermann.ch