

LA PLANETE MICKEY

Article de **Bernard Cathelat**, directeur de recherches au CCA
paru dans le magazine "**DOCUMENTS OBSERVATEUR**"
(avec le magazine Rolling Stones)
No 3, nov-décembre 1988 sur
"**LA NOUVELLE AMERIQUE**" □

Des Européens avec dix ans d'avance ? Faux. Nos cousins d'Amérique ont des mœurs et des mentalités qui nous sont bien étrangères. Leur credo : Dieu, dollar, high tech

Attention aux idées reçues. L'Amérique, ce n'est ni San Francisco, ni Los Angeles, ni Miami et encore moins New York : ces villes de feuilletons télévisés ne sont que des vitrines ; des sortes de ports francs au bouillonnement trompeur, où l'Amérique consent à s'entrebâiller au reste du monde, à mélanger ses cultures et ses communautés, à vivre et à se nourrir un peu autrement que la masse des Américains moyens. Sortie de ses Tanger, la vraie Amérique se découvre radicalement différente. Celle-là, il nous a fallu deux ans et plus de 10.000 interviews pour la débusquer.

Ce n'est pas souvent qu'on a la chance de pouvoir regarder au fond des yeux, des porte-monnaie et des âmes, en même temps 240 millions d'Américains et 300 millions d'Européens. Or le CCA a, simultanément à ses recherches outre-Atlantique, lancé une étude exhaustive sur les styles de vie dans quinze pays d'Europe (CEE, Suisse, Autriche et Scandinavie). Cette exploration parallèle permet de comparer sur des bases fiables les deux civilisations, l'américaine et l'européenne, deux sociétés consanguines qu'on aurait pu croire proches. Il n'en est rien.

A tout prendre, il y a plus de ressemblances entre des Suédois et des Portugais qu'entre des Américains et des Européens. L'Europe n'est pas l'Amérique dix ans après, à retardement, et les Américains ne sont pas des Européens un siècle plus tard. Un fossé de civilisation sépare le Nouveau du Vieux Continent, à la fois dans la diversité de ses modes de vie, mais aussi dans ses valeurs essentielles.

Première différence : la querelle de l'ancien et du moderne

Aucun pays occidental n'échappe au bon vieux conflit des conservateurs et des progressistes. Des deux côtés de l'Atlantique, les deux blocs s'équilibrent dans les mêmes eaux : on compte 53 % à 55 % de modernistes contre 45 % à 47 % de conservateurs. Pas de surprise : l'Amérique n'enregistre pas plus d'esprits modernes et innovateurs que l'Europe. La différence se mesure ailleurs, et elle n'est pas mince. En Europe, la confrontation, pour ne pas dire l'affrontement, des deux pôles provoque un antagonisme social aigu. Les Européens, notamment leurs leaders, se situent par rapport à la guerre froide qui oppose les deux camps. Les leaders américains, eux, se placent tous au centre de l'axe moderne/conservateur. Janus aguerris, ils jouent sur les deux tableaux, hypermodernes à l'égard du matériel et de la technologie, hyperconservateurs à celui de la morale, du look, de la culture. Pas la moindre once d'incompatibilité. Les grands débats du genre "Faut-il être moderne ?" leur passent au-dessus de la tête. On est conservateur dans ses idées, moderniste dans ses comportements. Une des grandes forces de l'Amérique tient dans ce mariage, au sein de ses classes dirigeantes, du "Mayflower" et de la navette spatiale, de la Bible et de l'ordinateur.

Voyons ceux que nous avons baptisés les "chercheurs de standing" (7,5 % de la population), espèce d'avant-garde que composent les yuppies, golden boys et managers de pointe. Politiquement, ils inclinent vers un républicanisme modéré. Ils admirent Reagan, Bush, Ford, Kissinger. Ils se déclarent de fermes partisans de la loi et de l'ordre. Ils préconisent l'antisyndicalisme, l'anticommunisme, la guerre des étoiles et la libre entreprise. L'affaire est entendue - pour un Européen - , ce sont de vieux réacs. Pas si simple. Ils apprécient aussi Woody Allen, De Niro et Bruce Springsteen. Pour ce qui est du sexe, leur idéal, c'est de prendre leur pied jusqu'à plus soif. Les yuppies ont ainsi récupéré deux systèmes de valeurs : rive droite Dieu, la morale, le sérieux, le patriotisme, le protectionnisme ; rive gauche l'ouverture à la technologie, aux mœurs nouvelles, aux voyages. Le panachage fonctionne sans grincement. Conséquence : une extrême efficacité à court terme, mais une moindre attention

à de réelles innovations culturelles. Voilà la première force de la société américaine : un conservatisme offensif, conquérant, qui intègre les technologies nouvelles.

Deuxième différence : avoir ou ne pas avoir

L'être et l'avoir n'ont jamais formé bon ménage en Europe. On a ou on est. Les Américains, eux, ignorent superbement cette alternative. Outre-Atlantique, on est matérialiste ou on n'est pas. Avoir beaucoup, c'est toujours mieux. Evidence, certes, mais nos recherches montrent qu'il y a derrière cette frénésie de l'accumulation une énorme trouille : les Américains ont peur du vide. Leur matérialisme ne rejoint pas du tout le matérialisme européen. Les enfants de l'Oncle Sam et de l'oncle Picsou ne consomment pas seulement pour jouir des objets, pour le plaisir, le standing, le paraître. Ils consomment parce que c'est vital, pour occuper l'espace. Pour tuer le vide. Alors ils empilent sans relâche conquête de l'espace, extension des villes à l'horizontale ou à la verticale, reconstruction du corps par l'aérobic et le body-building, achats répétitifs d'objets à jeter, mobilité physique et professionnelle, plans de carrière, billets verts...

Troisième différence : les lotissements du coeur et de la raison

Troisième différence importante avec les Européens, le tête-à-cœur. En Europe, émotion et raison s'affrontent dramatiquement, passionnément enlacés dans le moindre des actes. Au même instant, on parle au cœur et à la raison. Question classique du publicitaire du Vieux Continent : vais-je faire rêver, ou vais-je faire une démonstration du produit ? Ou encore : comment faire planer au beau milieu d'une démonstration ? La civilisation européenne vit sur le mode de la passion une espèce d'oscillation folle de la raison à l'émotion et de l'émotion à la raison. Un mouvement pendulaire, un happening quelque peu hystérique qui ne peut que produire de l'excès, d'amour, de haine, de conflits, mais génère aussi du subjectif, du mouvement.

Cette dialectique est refusée par les Américains, qui confinent à l'intérieur de cloisons étanches émotion et raison. D'abord, les styles de vie à dominante rationnelle (au sud de la carte) et les styles de vie à dominante émotionnelle (au nord) ne se voient pas, ne se rencontrent pas, ne se parlent pas. Ils s'ignorent. Ensuite, la partition tranche chaque individu : il y a un temps pour la raison, pendant les heures de travail par exemple, et il y a un temps pour l'émotion,

chez soi, au spectacle. On n'ira pas se mélanger les pédales ; pourquoi courir le risque de passions excessives car improductives ? Mickey préfère cohabiter avec le Dow Jones et les sectes avec Wall Street. On *smile* face au client pendant les heures ouvrables parce que cela limite le risque de conflit émotionnel, sans que cela implique une vraie sympathie. Hypocrisie ? Non : l'efficacité de relations dépassionnées.

L'Amérique gagne, elle, sur tous les registres : on a les "pros" de l'émotion, ce qui donne un show-business froid et contrôlé, et on a les spécialistes de la raison, astronautes ou yuppies par exemple.

L'Amérique renvoie ventre à ventre les deux hommes d'Eglise qui en 1378, se sont affrontés au concile de Constance : Cosme de Médicis, le lobbyiste, disposé à s'acheter un pape, et Jan Hus, puritain de choc dénonçant le trafic des indulgences.

Quatrième différence : le "realidealism"

Les Européens, au Nord comme au Sud, sont des gens tortueux que torture aisément la mauvaise conscience. Pour eux, idéalisme et réalisme sont deux notions antagonistes comme ange et démon. Seulement, comme il faut faire avec, ils ne cessent de négocier des compromis acceptables.

Il fut même un temps où l'Eglise vendait des indulgences. Les Européens transigent en permanence avec Dieu et le monde terrestre, avec l'idéal et les nécessités, l'âme et la chair. Un psychanalyste soutiendrait peut être que nous sommes de grands pervers polymorphes marchandant inlassablement le bien et le mal. Les Américains de leur côté n'éprouvent pas de si cruels états d'âme. Ils n'en éprouvent même pas du tout. C'est un peuple sain et simple qui a résolu le dilemme à la manière du bon samaritain. Ils ont coupé la poire en deux, séparant les empires de l'idéalisme et du réalisme en deux registres distincts. Ici doit s'exercer l'idéalisme, là le réalisme, sans que l'un empiète sur l'autre. Le champ de l'économie n'ayant donc pas à connaître celui de la religion, on peut être un paroissien exemplaire et dans l'exercice de sa profession faire preuve d'une rapacité et d'une férocité aussi exemplaires.

A peu près tous les styles de vie américains s'attachent à ce double discours dont ils défendent chaque terme avec la même conviction. En cas de dérapage, des légions de juristes se chargent, moyennant honoraires, de mettre au diapason principes et pratiques. Les Etats-Unis sont le seul pays du légalisme et de ses *lawyers*. Un respect sourcilieux des normes cimente un système, que coiffe un puritanisme en béton armé. On a là une autre clé de la puissance américaine : un peuple bardé de certitudes, sûr de son bon droit,

toujours du bon côté du manche, et qui se sent par ailleurs tous les droits au nom de l'efficacité immédiate. Mais lorsque - rarement - passe la culpabilité (Viet-nam), l'Amérique alors devient plus fragile que l'Europe.

Cinquième différence : melting pot en chambre close

Une obsession hante l'Europe : le métissage. Les causes en sont historiques. Les Européens ont toujours été soumis à des brassages de cultures. Alors, que l'on soit pour ou contre, Harlem Désir ou Le Pen, on ne pense qu'à ça. Les amateurs d'images d'Epinal pourraient imaginer que l'Amérique, amarrée à son légendaire "melting pot", est une société d'intégration et de fraternité. Encore une illusion qui s'envole à l'examen. Imaginez plutôt une émulsion dont les molécules cohabiteraient sans se mélanger. Ou encore l'univers de la plongée sous-marine ; des bancs, des communautés de poissons se croisent mais ne se rentrent pas dedans, absents les uns aux autres. Tous constituent un écosystème qui meuble l'espace fluide. De temps à autre, un mouvement rapide, un poisson en bouffe un d'une autre espèce, puis, la seconde suivante, rien n'a eu lieu. Les styles de vie américains fonctionnent pareillement. Des communautés, parfois des ghettos, soigneusement répertoriés, aux frontières strictement délimitées par couleur et niveau de vie. On voisine, on ne se métisse pas, sinon très épisodiquement, tous les vingt-cinq ou trente ans, comme cela s'est passé avec la culture rock pop. C'est une société de vaseline. Il suffit d'ailleurs de débarquer à Kennedy Airport pour se rendre compte, après une heure et demie de queue, que l'Amérique est tout sauf une terre d'accueil. Il faut s'y faire, accepter. Qu'est-ce qui fait tenir la mayonnaise ? Au premier chef le besoin partagé d'être un Américain. Comment ? Par une volonté déclarée, un rituel de signes ostentatoires, de communion idéologique, croire à la Constitution, chanter l'hymne national à tout propos, défendre toujours le drapeau et le leadership américains. Mais aussi et tout autant, on est américain par la consommation. Nous avons proposé à notre panel diverses images de magazines sur les Américains. Devinez celle qui a obtenu le plus de suffrages. Une vieille dame chinoise, en tenue traditionnelle, qui sirote consciencieusement au bout d'une paille son verre de Coca-Cola. Passages rituels obligés pour se consacrer authentique Américain, on peut continuer de manger avec des baguettes et parler le cantonais ou le zoulou si l'on fait le geste de boire ce symbole du rêve américain en bouteille.

On naît et on est français ou suédois par hasard. On doit se vouloir et se prouver américain chaque jour. C'est là encore une force : l'américanisation voulue, comme une naissance désirée.

Sixième différence : les moi-je sur la touche

Les Américains, à notre étonnement, se révèlent très peu individualistes. L'Amérique a beau être le pays des *self*, de la réussite de l'individu, il ne s'agit pas de se camper seul hors le lot commun, mais de se situer un cran au-dessus de la position que l'on occupait dans l'échelle sociale ; en changeant de communauté, en allant habiter dans un autre quartier, en achetant une voiture de standing supérieur. L'Européen, quant à lui, est un individualiste en réaction contre des normes collectives et centralisatrices, politiques ou religieuses, qui l'incitent à se rendre autonome. Tandis que l'Américain n'a pas le droit à la parole sociale en tant qu'individu. L'Amérique cherche moins le consensus que la communion, qui accélère la circulation de l'énergie. La norme impérative, c'est l'intégration absolue dans une communauté, et le respect de ses règles, rites, codes et uniformes, fût-ce les Hell's Angels, les anciens de Harvard ou l'Association des Destructeurs de l'Amérique. Disneyworld illustre à merveille cette civilisation où la tolérance envers la marginalité individuelle reste faible.

Ce "communautarisme", du village du Middle West aux sectes, des *parties* de voisinage aux fêtes ethniques, représente une force de cohésion. Il peut être faiblesse quand il entretient des ghettos, rejette les marginaux dans la violence, traite les originaux en marginaux. Ce qui est trop souvent le cas dans cette Amérique de patronage.

Septième différence : les médias sont le réel

Les Européens vivent les médias comme un spectacle que l'on peut regarder à distance, éventuellement avec humour et dérision. Aux Etats-Unis, ils sont *la* réalité. L'Américain moyen ne fait psychologiquement pas de différence entre un fait et sa version médiatisée. Ce qui n'accède pas à la télévision n'existe pas. Ce qui s'y passe est vrai, de surcroît imitable, susceptible de créer un modèle, une mode, une ligne de vêtements. L'image, gluante, colle au réel. On ne rigole pas. Le scandale éclate facilement. Prenez le dernier film de Scorsese. Jésus était-il vraiment comme ça ? A-t-il désiré Marie-Madeleine ? Fichtre ! problème important que l'Amérique prend au premier degré. Alors que chez nous, on dit : "Pourquoi pas, on peut toujours rêver !", c'est du fantasme, chacun le sait.

Il ne s'agit pas seulement de prendre au sérieux les médias. L'adhésion des Américains à leurs médias est beaucoup plus fondamentale. A cause de

l'immensité sociale, du cloisonnement des communautés, à cause du manque de références historiques et culturelles, l'Amérique ne peut appréhender la réalité qu'au travers des médias. Lesquels en contrepartie s'arrogent le droit de moraliser le monde. Ils disent le bien et le mal, désignent les méchants (Watergate). Ils illustrent la Constitution : le droit au bonheur y est inscrit ? Les jeux télévisés le mettent en scène dans "la Roue de la Fortune" et "le Juste Prix".

L'Amérique au futur galopant

Que retenir ? La vision d'une Amérique extrêmement forte d'abord. Forte de sa capacité à intégrer les innovations technologiques à un conservatisme moral, culturel et social élitiste. Forte du cloisonnement entre émotion et raison, entre idéalisme et pragmatisme, entre moralisme puritain et "juridisme" cynique. Forte enfin d'une volonté d'exister, de produire, de se réussir, de participer.

Mais c'est aussi la vision d'une Amérique qui intègre sans savoir métisser, qui spécialise mais manque d'esprits généralistes, qui rationalise mais craint les passions, qui entretient la compétition mais refuse et rejette les vraies originalités.

L'énergie y circule à une vitesse folle. Elle ne s'embarrasse pas d'états d'âme, de contradictions intellectuelles, de dilemmes moraux. Les Américains cherchent moins le consensus que la communion. Ils sont tournés vers le futur. Des styles de vie, un noyau dur, très actif, super-dynamique nous paraît se dégager aujourd'hui. Il allie des yuppies en déclin, aspirant plus au pouvoir qu'auparavant, plus cossus, plus décents, plus manipulateurs aussi, aux vieux conservateurs. Va-t-il naître de ce mariage un nouvel ordre moral du business, un puritanisme plus dur que jamais ? Fort probable. A l'autre bout de la carte des styles de vie, chez les "émotionnels", une tendance se dessine qui n'est pas plus rassurante : la réussite au forceps. Moi, moi, moi, je me fiche des communautés et de tout le tintouin. L'important, c'est de tirer mon épingle du jeu. Ces Américains-là admirent Rambo, Jackson, Madonna, les footballeurs self-made-milliardaires.

Comme si, de part et d'autre de Mickey's House, revenait en vigueur, plus coriace que jamais, la loi du vieil Ouest, avec ses puritains et ses sauvages.

LA CARTE DES ONZE STYLES DE VIE AMERICAINS

Cette carte a été établie mathématiquement à partir de plus de 400 facteurs statistiques résumant les 3.000 réponses de l'enquête. Découvrons-la comme un paysage sociologique.

Imaginez d'abord une région "Nord" où le slogan est : "Dans une société-jungle, il faut marcher au feeling et jouer des muscles pour exister". C'est le pôle *feeling*, qui attire les moins riches et les moins diplômés qui croient qu'en Amérique tout individu fort peut réussir.

A l'opposé, au "Sud", le principe dominant est : "La société est comme une entreprise, la vie comme un plan de carrière, il faut organiser et planifier les deux froidement et rationnellement". C'est le pôle *planning*, qui attire les plus riches et les plus diplômés qui veulent limiter la compétition aux membres de l'establishment.

Imaginez ensuite, à "l'Est", une région où l'on estime que, "dans un monde agité et immoral, il faut se recentrer sur la loi, l'ordre et les principes des Pères fondateurs et des anciens pionniers". C'est le pôle *settlement*, celui de la "moral majority", des gens modestes.

A "l'Ouest", enfin, une mentalité bien différente : "Tout reste à découvrir, tout est permis pour explorer les nouvelles frontières". C'est le pôle *movement* où se regroupent, sortis des campus ou des ghettos, les jeunes des mégapoles - New York ou Los Angeles -, libéraux, innovateurs et anti-establishment.

LES CHERCHEURS DE PLAISIR : 10,5 %

CARTE D'IDENTITE

Des cadres

Jeunes cadres sortis super-diplômés des universités et des grandes écoles, très bien payés dans le tertiaire, les nouvelles technologies, le plus souvent célibataires, une majorité d'hommes, habitant les grandes villes, la Californie, New York.

LEUR BUT DANS LA VIE

Riche, libre, fun et cool

Gagner beaucoup d'argent pour être indépendant, avoir des loisirs, voyager dans le monde, et profiter de toutes les bonnes choses de la vie... Le progrès high tech, car c'est *fun*. Marier rock and roll et ordinateur.

LEUR POLITIQUE

Démocrates libéraux

LEUR AMERIQUE

Beat and cool

Aujourd'hui critiques d'une société trop conservatrice et interventionniste. Pour demain, rêvent d'une société multiraciale, tolérante, *cool*, permissive.

LEUR MONDE

Exemples d'art de vivre

Ouverts au monde extérieur, intéressés par les autres cultures. Attirés par l'Europe pour un "art de vivre" raffiné et luxueux.

EUX ET NOUS

Ils rappellent un peu les "décalés" mais avec plus de soucis du plan de carrière et de la réussite sociale !

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Celui qui change les choses

Martin Luther King, Bob Kennedy, Bernstein et Woodward ("les Hommes du Président", journalistes du Watergate), Jane Fonda, Robert Redford dans le film "Brubaker", Steve Job (fondateur de Apple), les astronautes.

UN OBJET ?

Quelque chose de différent

Un ordinateur Macintosh dans un loft à Soho.

Un parfum et du champagne français.

Un tube de vitamines.

Un livre de science-fiction.

Un jogging griffé et des Reebok.

UN MEDIA ?

"9 semaines et demie" au cinéma.

"Rolling Stone" en presse.

"Hill Street Blues" ("Capitaine Furillo") à la télé.

"Platoon" et "Voyage au bout de l'enfer" au cinéma.

LES CHERCHEURS DE STATUT : 9 %

CARTE D'IDENTITE

Des grands "bourgeois"

Notables, propriétaires, patrons, cadres, professions libérales dans la force de l'âge (+ 45 ans), d'éducation supérieure, très riches, habitant de grandes maisons hors des villes, partout aux Etats-Unis.

LEUR BUT DANS LA VIE

L'establishment

Entrer dans l'élite des notables par la réussite professionnelle et financière, mais sobre et discrète, par l'initiative sociale (fondations, associations), par le respect des conventions ("*be decent*"), par le soutien aux institutions, le respect des lois et des principes.

LEUR POLITIQUE

Républicains conservateurs

LEUR AMERIQUE

La Constitution

Une société fidèle aux principes de ses fondateurs historiques, conservatrice sévère de l'ordre et de la morale puritaine.

LEUR MONDE

Méfiant devant le monde extérieur et ses désordres, soutenant les leaders forts et autoritaires... contre la "menace communiste" et les subversions.

EUX ET NOUS

Ils ressemblent aux "styles de vie moralisateurs" et "responsables bourgeois" que l'on trouve en Europe... mais avec un esprit plus puritain et répressif et avec un légalisme plus fort.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Un notable

Le président de la Cour Suprême (n'importe quel notable représentant l'institution), George Washington et les Pères fondateurs, Paul Newman.

UN MEDIA ?

"National Geographic".

UN OBJET ?

Classique et cossu

Une grosse Cadillac.

Cinq cartes de clubs et d'associations.

Un sac de golf.

Du mobilier classique.

Une photo dédiée du Président.

Un diplôme encadré.

LES CHERCHEURS DE PROVIDENCE : 8,5 %

CARTE D'IDENTITE

Oubliés du progrès

Vieux, très modestes, ruraux ou vivant dans de très petites villes, les moins scolarisés et cultivés, les plus pauvres et isolés, une majorité de femmes.

LEUR BUT DANS LA VIE

Sans bruit

Vivre décemment, modestement et sans bruit, soumis aux lois de la nature et à la volonté de la Providence en échappant aux bouleversements du monde moderne agité.

LEUR POLITIQUE

Conservateurs religieux non répressifs

LEUR AMERIQUE

Mon village

Hier comme aujourd'hui, l'Amérique est et doit rester leur village et rester fidèle à ses principes moraux, loin des vices et des excès du monde moderne.

LEUR MONDE

Fermeture totale au monde extérieur.

EUX ET NOUS

Ce type ressemble aux "sociostyles utilitaristes" de chez nous, mais avec une foi religieuse plus forte et une résignation accentuée. Ces matérialistes américains ont davantage gardé une vraie religiosité et un sentiment communautaire de village que leurs équivalents européens, mais ils sont aussi plus fermés à toute intrusion étrangère.

SI C'ETAIT UN PERSONNAGE ?

La moral majority

Les familles de pionniers de l'ancien temps dans leurs chariots, le pasteur du village, Gary Cooper dans "Le train sifflera trois fois", l'épicier timide et non violent des westerns.

UN OBJET ?

Familial et familier

Un napperon brodé.
Un bouquet de fleurs.
Une *apple pie* faite à la maison.
Une quadrille.
Un negro spiritual chanté à l'église.
UN MEDIA ?
Un miroir
"Good Morning America"
"My Darling Clementine", au cinéma.

LES CHERCHEURS DE CERTITUDES : 7,5 %

CARTE D'IDENTITE

L'Amérique moyenne

Adultes et vieux, habitant de petites villes du Mid West et du Sud, peu cultivés, financièrement modestes, une majorité de femmes.

LEUR BUT DANS LA VIE

Que rien ne bouge

Rester stable et fidèle à ses habitudes au milieu des siens par le respect des règles de la communauté et la soumission aux desseins de Dieu, dans une vie autarcique.

LEUR POLITIQUE

Ultra-conservateurs moralistes répressifs

LEUR AMERIQUE

La Bible et le fusil

Aujourd'hui critiques de la décadence des valeurs morales. Pour demain, volonté de voir la loi et l'ordre renforcés, mais foi dans le destin de l'Amérique, soutenue par Dieu.

LEUR MONDE

Sans intérêt pour le monde, où les Etats-Unis doivent jouer un rôle de gendarme moral.

EUX ET NOUS

Ce "sociostyle" rappelle les types "conservateurs" européens, mais avec un sens religieux et puritain beaucoup plus développé.

SI C'ETAIT UN PERSONNAGE ?

Un répressif

Le pasteur Falwell (prêcheur à la télé).

Les pionniers quakers ou mormons de l'ancien temps.

Le shérif du village.

Charles Bronson en justicier de l'autodéfense.

UN OBJET ?

Utile et simple

Des conserves faites à la maison.

Une Bible.

Une émission religieuse à la télé.

Une publicité de discount au supermarché local.

UN MEDIA ?

"Cagney et Lacey" à la télé.

"La Roue de la Fortune"

LES CHERCHEURS DE PARAITRE : 5,5 %

CARTE D'IDENTITE

Les enfants des ghettos

Jeunes d'origine sociale populaire, le plus souvent noirs, niveau d'éducation bas (high school), pauvres, locataires d'appartements dans les quartiers populaires des villes, célibataires.

LEUR BUT DANS LA VIE

Réussir différent

Echapper à l'anonymat et à la non-existence de la pauvreté. Devenir quelqu'un selon le mythe du "self made man" et les exemples mythiques du show-biz, du sport pro... ou de la pègre ! Pour avoir de l'argent et mener la belle vie. Pour exister un peu, séduire, impressionner, frimer. Pour prendre sa revanche.

LEUR POLITIQUE

Dépolitisés, anti-institutions

LEUR AMERIQUE

Ghetto ou dollars

Mélange de foi et de frustration : l'Amérique est une jungle, à la fois oppressive et terre de toutes les chances pour les ambitieux. Ni rancune ni solidarité, ils sont prêts à être des prédateurs.

LEUR MONDE

Quoi ???

Ignorants et indifférents au monde.

EUX ET NOUS

Ce "sociostyle" est un lointain cousin des "frimeurs français"... mais avec une ambition, une soif d'argent supérieures... et des tendances aggravées à la délinquance.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Une star des médias

Prince, les gangs des films "Warriors" et "Colors", les Hell's Angels.

Tina Turner et Mel Gibson dans "Mad Max".
Harrison Ford dans "Blade Runner".

UN OBJET ?

Un jeu urbain

Un *ghetto blaster* (la *sound machine* portable)

Un terrain de basket grillagé, en ville.

Un uniforme de clan.

Une vieille Cadillac rose.

Un hamburger.

UN MEDIA ?

Evasion

Au cinéma, un film de SF ou d'aventures.

LES CHERCHEURS DE STANDING : 7,5 %

CARTE D'IDENTITE

Des managers

Des cadres supérieurs managers. Hommes et femmes d'âge moyen, bardés de diplômes, très bien payés pour une vie professionnelle hyper-active, habitant de belles maisons dans les banlieues résidentielles chic des grandes villes.

LEUR BUT DANS LA VIE

La richesse des vainqueurs

Réussir son ascension sociale par la compétition professionnelle et les relations. Etre *winner* au *Killer Spirit*. Pour gagner le plus d'argent possible et pouvoir se payer les objets de luxe symboles du succès.

LEUR POLITIQUE

Républicains modérés

LEUR AMERIQUE

La plus grande entreprise au monde

Le leader de la libre entreprise qui domine le monde par le business, le Coca Cola et les nouvelles technologies... plutôt que par la force.

LEUR MONDE

Un grand marché

Partisans d'une aide économique au "monde libre", mais aussi favorables à la guerre des étoiles (SDI) contre le communisme.

EUX ET NOUS

Ils représentent le prototype des *yuppies*... Style de vie qui arrive en Europe à grands pas, au moment où son déclin est amorcé aux Etats-Unis.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Un winner au Killer Spirit

Michael Douglas dans le film "Wall Street".

MacEnroe.

JR dans la série "Dallas".

Lee Iaccocca, Henry Ford.

John Sculley (le nouveau patron d'Apple).

UN OBJET ?

Dollars...

Le dernier indice Dow Jones.

Une montre Cartier sur un costume gris sur mesure à 600 dollars.

Une Porsche rouge turbo décapotable.

Une raquette de squash Diet Coke et du sucre de régime.

Un billet sur Concorde.

Une pièce en argent de 1 dollar comme fétiche.

UN MEDIA ?

Economie !

"Business Week" et "Fortune"

LES CHERCHEURS DE SECURITE : 10,5 %

CARTE D'IDENTITE

Les cols bleus

Ruraux et habitant de très petites villes, plus de 50 ans, pauvres, sous-qualifiés, très peu scolarisés, souvent seuls, une majorité de femmes.

LEUR BUT DANS LA VIE

Survivre

Survivre à une vie dure, de pauvreté, et à une société où les valeurs morales et les traditions se perdent... en travaillant dur, en défendant sa communauté contre toute intrusion destructrice, en restant chez soi parmi les siens, loin des étrangers.

LEUR POLITIQUE

Ultraconservateurs de politique locale

LEUR AMERIQUE

Le cercle de chariots assiégé

Leur Amérique est leur village, leur communauté locale... sans solidarité avec les autres Etats, les gens des villes, les autres couleurs, les politiciens nationaux et les affaires fédérales.

LEUR MONDE

L'invasion du mal

Le monde est pour eux un réservoir de dangers, de perversions et de vices dont l'Amérique doit se défendre, avec une armée forte.

EUX ET NOUS

Ce "sociostyle" est aussi typiquement américain, lié à l'isolement social. Les "styles de vie" européens approchants, comme les "olvidados", ont plus envie de participer au monde moderne.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Un défenseur

John Wayne en shérif.

Les pionniers de l'ancien temps, *settlers* purs et durs, combattant les Indiens.

Le chasseur de primes.

Le 7e de cavalerie... et le cowboy de la pub Marlboro.

UN OBJET ?

Un outil

Un outil de bricolage.

Un gros *truck* (camion américain).

Un fusil de chasse ou une canne à pêche.

Un vieux pick-up.

Une camionnette utilitaire.

Une boîte de bière.

Un chapeau de cowboy en paille.

UN MEDIA ?

Un western à la télé.

LES CHERCHEURS DE REVE : 13,5 %

CARTE D'IDENTITE

Des cols blancs

Ouvriers et employés des zones urbaines, mariés avec enfants, habitant des banlieues, d'éducation et de revenus moyens.

LEUR BUT DANS LA VIE

Poursuite du bonheur publicitaire

Incarner le rêve américain du "droit au bonheur", en progressant dans l'échelle sociale, en participant à la compétition avec optimisme et détermination, en restant toujours *smiling*, en s'identifiant aux modèles de la publicité et des médias, en consommant les produits américains.

LEUR POLITIQUE

Républicains modérés ou démocrates sages

LEUR AMERIQUE

Tout le monde est beau et gentil

Foi totale dans l'*American way of life*, ses objets, ses valeurs, qu'incarne le monde enchanté et idéal de Walt Disney.

LEUR MONDE

Une succursale de l'Amérique

Le monde entier envie l'Amérique et devrait vivre à l'américaine... ou alors ce sont des méchants !

EUX ET NOUS

Ce "sociostyle" est typiquement américain : les "styles de vie" français, et souvent européens aussi, sont moins naïfs et s'identifient moins littéralement aux modèles sociaux.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Les mythes américains

Mickey Mouse.

Superman.

Michael Jackson.

E.T.

L'aigle américain.

Luke Skywalker ("la Guerre des Etoiles").

UN OBJET ?

Une image d'Epinal

Disney World et Epcot Center.

Un gant de base-ball.

Un week-end à Las Vegas gagné dans un concours publicitaire.

Un tee-shirt d'université.

UN MEDIA ?

Spectacle et sourire

"Dynasty", l'émission "le Juste Prix" à la télé.

"Trois Hommes et un couffin", "Stars War" ("la Guerre des Etoiles") au cinéma

LES CHERCHEURS D'IDENTITE : 11 %

CARTE D'IDENTITE

Les ghettos de couleurs

Des ouvriers et employés, jeunes, peu scolarisés et sous-qualifiés, les plus pauvres, avec la plus forte proportion de Noirs, Latino-Américains ou Asiatiques.

LEUR BUT DANS LA VIE

S'imposer pour s'intégrer

Echapper au ghetto de la pauvreté et de la minorité... pour s'installer dans la peau et la vie d'un "vrai Américain", pour se faire accepter et respecter des autres en s'imposant par la force physique, la séduction, le charme...

LEUR POLITIQUE

Libéraux mais dépolitisés, anti-républicains

LEUR AMERIQUE

Eldorado clos

Fierté d'être américain, dans un pays de diversité (et de ghettos) où peut réussir l'individualiste fort qui ose s'affirmer.

LEUR MONDE

Isolationnisme

Volonté de conserver la richesse américaine pour les Américains sans gaspiller pour aider les autres pays ni accueillir plus d'immigrants.

EUX ET NOUS

Ce type de "sociostyle" est spécifiquement américain, caractéristique de la volonté d'intégration des minorités dans le mythe américain.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Un homme fort

Eddy Murphy, Madonna, Grace Jones.

Les vedettes noires et du basket, du foot ou du base-ball pros (Karim Abdul Jabbar).

Arnold Schwarzenegger.

Sylvester Stallone dans "Rambo" et "Rocky".
Les flics de la série "Miami Vice".
Mister T ("A Team").
Les marines.

UN OBJET ?

Un bijou

Un van décoré.
Des santiags et un costume cuir.
Un tube de Gomina ("Grease").
Un Walkman.
Des grosses bagues, des colliers dorés.
Un club de culturisme.

UN MEDIA ?

Action et violence

Un film de karaté avec Bruce Lee ou "la Fièvre du samedi soir".
"Miami Vice" à la télé.

LES CHERCHEURS D'INSTALLATION : 9 %

CARTE D'IDENTITE

Retraités des classes moyennes

Senior citizens de plus de 55 ans, retraités ou en fin de vie active, plus de femmes que d'hommes, souvent veuves, niveau d'éducation moyen, revenus moyens, blancs.

LEUR BUT DANS LA VIE

Confort en paix

Epargner et gérer au mieux son argent... pour s'installer dans une retraite confortable, dans un paradis, loin des violences et de l'agitation des villes, bien protégés contre toutes les agressions et déstabilisations.

LEUR POLITIQUE

Moral majority conservatrice

LEUR AMERIQUE

Le Chevalier blanc

Ultrationalistes, ayant foi en l'Amérique leader du monde libre, menacée de toutes parts, gardiens de l'ordre moral et de la démocratie... obligés parfois de se battre, car agressés.

LEUR MONDE

La jungle

Isolationnistes effrayés par le monde extérieur, synonyme de risque de guerre atomique, terrorisme, guerres.

EUX ET NOUS

Ce "style de vie" rappelle les "sociostyles conservateurs" en Europe, mais en plus religieux et puritain, plus répressif.

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

La Mummy

Ellie, la mamy dans la série "Dallas".

Les retraités du film "Cocoon".

Franck Sinatra.

Cary Grant.

UN OBJET ?

Le cocon

Une permanente sur des cheveux à reflets violets.

Un mobile-home dans un village de retraités en Floride.

Une soirée de bingo à l'église.

Un motor-home (camping-car).

Un billet pour une croisière aux Caraïbes.

Un plateau repas-télé surgelé.

UN MEDIA ?

Sans excès

"Arabesque" ("Murder She Wrote") à la télé.

Le "Reader's Digest" pour lecture.

LES CHERCHEURS D'IDEAL : 7,5 %

CARTE D'IDENTITE

Jeunes intellos

Jeunes de haut niveau universitaire, célibataires ou couples non mariés, sans enfants, de statut hiérarchique et de revenus moyens, dans les services, l'enseignement, le tertiaire, dans les grandes villes, côtes Est et Ouest.

LEUR BUT DANS LA VIE

Aventure et liberté

Rester libre et indépendant, explorer, vivre à sa manière.. anti-conformistes face à l'establishment et ses conventions, indépendants de l'argent et de la consommation, irrespectueux des lois, des règles, des barrières, des modes...

LEUR POLITIQUE

Ultralibéraux

LEUR AMERIQUE

Une oppression à briser

Aujourd'hui critiques de l'Amérique du dollar, puritaine, raciste. Pour demain, ils rêvent d'un melting pot tolérant et d'une société permissive envers toutes les expériences.

LEUR MONDE

Les plus ouverts au monde, avec une curiosité tolérante, désintéressée. Critiques d'une Amérique impérialiste et interventionniste... ils rêvent de coopération mondiale fraternelle en faveur du tiers monde.

EUX ET NOUS

Ce "sociostyle" paraît en déclin aux Etats-Unis. Il s'apparente aux libertaires en France et aux "styles de vie contestataires" en Europe...

SI C'ETAIT

UN PERSONNAGE ?

Un marginal anti-establishment

Woody Allen dans "Manhattan".

Bob Dylan, Martin Luther King.

Les héros du film "Easy Rider", et les beatniks, hippies, rebelles du passé...

Jack Nicholson dans "les Sorcières d'Ipswitch"
Faye Dunaway dans "Barfly".

UN OBJET ?

Une clé pour ailleurs

Un joint ou une ligne.

Un sac à dos et un billet de charter pour la Grèce.

Une chaîne hifi et une bibliothèque de livres sérieux.

Un mountain-bike.

UN MEDIA ?

"La Quatrième Dimension" à la télé.

"Easy Rider" au cinéma.

