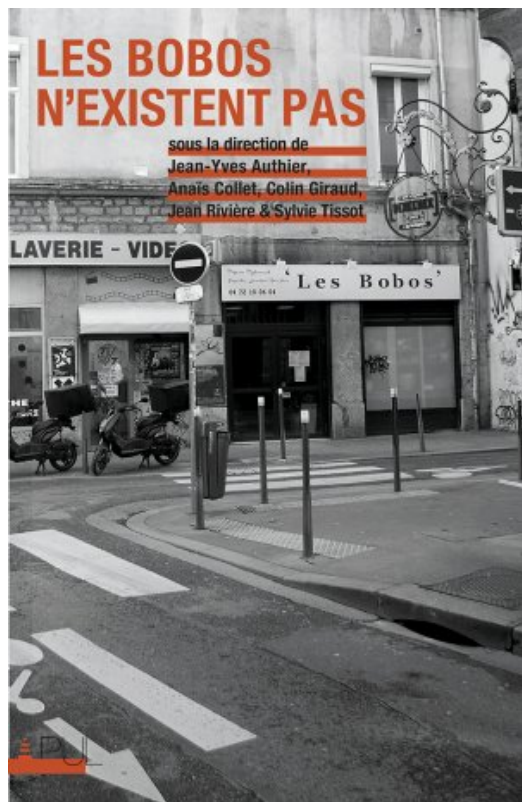


Jean-Yves Authier, Anaïs Collet, Colin Giraud, Jean Rivière & Sylvie Tissot (dir.), *Les bobos n'existent pas*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, « Sociologie urbaine », mars 2018, 208 p., 18€.



Paru en 2018 (aux Presses universitaires de Lyon), l'ouvrage Les bobos n'existent pas revient sur la genèse, la circulation et les usages de la catégorie de « bobos ». Utilisé comme catégorie de description du monde social, le terme est non seulement inutile car fourre-tout, mais aussi et surtout nocif, dans la mesure où il masque des rapports sociaux de domination bien réels impliquant la bourgeoisie économique et contribue, par sa charge critique implicite, à délégitimer tout engagement progressiste. Le chapitre 2 du livre revient notamment sur la politisation progressive des usages du terme « bobo » dans la presse et les productions culturelles depuis son apparition en 2000. Il distingue trois périodes, les séquences électorales jouant le rôle de catalyseurs en accélérant la diffusion du terme tout en modifiant la signification de ses usages.

La première est celle de l'apparition du terme au début des années 2000, qui connaît alors un succès médiatique immédiat, conforté par la victoire d'équipes municipales de la « gauche plurielle » à Paris et à Lyon en 2001. Le deuxième temps, qui montre un virage de l'usage satyrique de la catégorie vers le registre de l'insulte politisée, correspond à la campagne présidentielle de 2007 (animée par la question de « l'identité nationale ») et à celle des scrutins municipaux « intermédiaires » de 2008 (quand d'autres grandes métropoles régionales sont conquises par le PS et ses alliés). Enfin, l'élection présidentielle de 2012 ouvre la dernière période, au cours de laquelle les bobos sont presque toujours enrôlés comme repoussoirs du « vrai peuple » (en particulier périurbain), et ce dans des discours médiatiques tenus depuis des horizons politiques variés.

Les bobos dans la presse française : retour sur la politisation d'une catégorie

Le début des années 2000 : les bobos pour décrire (ironiquement) un « socio-style »

L'irruption de la catégorie des « bobos » dans le champ médiatique français au cours des années 2000 et 2001 a d'ores et déjà été documentée de manière précise (de La Porte, 2006). C'est dans les colonnes de *Courrier international* qu'elle fait son apparition en juin 2000, à l'occasion d'un compte rendu du livre publié par David Brooks aux États-Unis (Yardley, 2000). Un mois plus tard, c'est surtout l'article « L'été de tous les bobos » d'Annick Rivoire, paru dans la rubrique « Tendances mode de vie » de *Libération*, qui représente le point de départ du succès de la catégorie. Dans cet article, que Brooks n'aurait pas renié tant il relève du patchwork, les bobos à la sauce française sont dépeints en jouant sur le grand écart supposé définir leur identité en matière de pratiques sociales :

« l'ambition majeure du bobo, c'est la contradiction réconciliée : argent et conscience sociale, esprit critique et hédonisme, culte du corps et sexualité débridée, anticonformisme et management, multiculturalisme et consommation de masse »
(Rivoire, 2000).

Reprenant la perspective adoptée par Annick Rivoire, des journalistes annoncent, dans *Elle*, *Le Parisien*, *France Soir* ou *Le Monde*, la naissance d'une « nouvelle catégorie sociale » ou d'une « nouvelle catégorie socioculturelle ». À l'automne, la publication de la traduction française du livre de Brooks est l'occasion d'une nouvelle série d'articles. Ceux-ci consolident une déclinaison française des bobos légèrement décalée par rapport aux cousins d'Amérique : tandis que les bobos de Brooks formeraient une élite passée par les universités les plus prestigieuses et occupant des postes de pouvoir dans le monde des médias, de la politique ou des grandes entreprises, ceux décrits par les journalistes français correspondraient plutôt à une sous-élite, moins riche et moins puissante, mais nettement plus nombreuse.

La « circulation circulaire de l'information » aidant, le succès de la catégorie est extrêmement rapide, de sorte que les articles de presse s'affranchissent de l'explicitation de l'expression « bourgeois bohèmes » pour parler directement des bobos. Cyprien Tasset (2011) a ainsi relevé une quinzaine de citations annuelles de l'expression complète « bourgeois bohèmes » dans Factiva au début de la décennie 2000, tandis que nos propres comptages aboutissent à une cinquantaine d'articles (pour près de 150 occurrences) comportant le mot « bobo », et ce, dans le même portail pour les seules années 2000-2001. Lors de cette toute première période, le quotidien *Libération* joue un rôle central (37 des 54 articles présents dans Factiva en 2000-2001 y sont publiés) dans la diffusion de la catégorie, qui semble alors convenir à merveille aux journalistes (et au lectorat) du quotidien de centre-gauche que Serge July qualifiait de « libéral-libertaire » à la fin des années 1970, tout en soutenant l'entrée dans son capital d'Édouard de Rothschild dans les années 2000 (Rimbert, 2005).

D'autres comptages effectués par Tristan Rouquet confirment ce rôle initial de *Libération*, tout en relevant qu'ensuite, entre 2002 et 2006, c'est dans *Le Figaro* qu'il est le plus fréquemment question des bobos. Toutefois, dans la première moitié des années 2000, ces usages du terme dans les colonnes du quotidien détenu par le sénateur de l'Union pour un mouvement populaire (UMP) Serge Dassault ne correspondent pas majoritairement à un registre politique. Au *Figaro* comme dans les autres titres de presse dépouillés, le décollage de la catégorie s'impose en effet surtout *via* les pages dédiées aux « tendances », qu'il s'agisse d'immobilier – saisi à travers le prisme des quartiers à la mode – ou de consommation – bars et restaurants, magasins de mode ou d'ameublement, produits d'alimentation et technologie numérique en particulier. Les articles de presse de cette période procèdent ainsi souvent par la description de certains quartiers du centre des grandes

agglomérations, caractérisés par leur (relative) mixité, en insistant notamment sur le rôle des espaces publics comme lieux de sociabilités. Au fil des articles se dessine une géographie des mondes urbains qui incarneraient les bobos, au premier rang desquels on retrouve les quartiers gentrifiés de l'Est parisien (10^e et 11^e arrondissements, secteur du canal Saint-Martin) ou leur prolongement du Bas-Montreuil, ceux de Lyon avec les pentes de la Croix-Rousse et des quartiers « bobos en devenir » comme la Guillotière ou Vaise, ou encore le quartier de la Krutenau à Strasbourg. À ces hauts lieux s'ajoutent des exemples de quartiers situés dans d'autres grandes capitales européennes (Berlin, Stockholm) et des lieux de villégiature plus ou moins exotiques ou « branchés » dont la liste laisse transparaître la faible consistance sociologique de la catégorie (Bali, Saint-Malo, Antibes, la Corse, Cannes et son festival, mais aussi Millau et son rassemblement altermondialiste). Les images et représentations sociales correspondant aux bobos sont ainsi forgées dans la presse par le biais de celles des quartiers qu'ils pratiquent et réciproquement, ce qui montre l'importance de la dimension spatiale du capital symbolique (Ripoll, 2005) et des classements sociaux. Progressivement, la catégorie entre ainsi dans le langage courant comme catégorie de description de milieux sociaux et / ou de leurs espaces, en étant mobilisée dans des rubriques « Littérature » ou « Cinéma » pour décrire tantôt une intrigue et des personnages, tantôt un décor intérieur ou un paysage.

À travers des lieux ou des objets de consommation, ce sont des goûts, des valeurs ou des manières d'être qui sont pointés, à la manière des « socio-styles » (Georgakakis, 1997 ; Herpin, 1986). À la suite de Brooks, les journalistes français récuse ainsi implicitement la pertinence des classes sociales, qui seraient désormais périmées. Exit les tranches de revenus ou les catégories socioprofessionnelles : grâce aux bobos,

« il devient possible de parler de populations qui n'entrent dans aucune catégorie statistique mais partagent des comportements » (de La Porte, 2006, p. 517).

Un choix *ad hoc* qui facilite grandement le travail des journalistes pour lesquels écrire sur les bobos relève bien plus de l'exercice de style que du travail d'enquête. Du reste, pas besoin de chercher bien loin puisqu'ils semblent s'identifier eux-mêmes aux bobos et, réciproquement, nourrir une image des bobos qui leur ressemble. Il leur suffit alors de concaténer des traits observés autour d'eux de manière éparse en un seul personnage dont le portrait sera brossé sur un ton gentiment moqueur (le bobo, c'est aussi le lecteur), l'article s'achevant généralement par un aveu d'autofiction. L'autodérision est donc la tonalité qui prévaut dans ce premier ensemble d'articles. On la retrouve également dans les quelques productions culturelles qui s'emparent du sujet, à l'image de la chanson de Renaud ou de la bande dessinée *Bienvenue à Boboland*, qui croque - de manière toutefois beaucoup plus précise que nombre d'articles de presse - les habitants du canal Saint-Martin (dans le 10^e arrondissement de Paris) à travers leurs rapports compliqués à l'argent, à la réussite professionnelle, à l'éthique ou aux normes conjugales et familiales. Le ton y est moqueur et ironique mais jamais politique et les auteurs, Philippe Dupuy et Charles Berbérien, reconnaissent volontiers en interview faire partie du milieu qu'ils décrivent (Dupuy & Berbérien, 2008).

Les bobos ainsi décrits - leurs professions, styles de vie, goûts, etc. - et la manière même dont ils sont dépeints - par l'observation fine de traits de comportement et sur un ton d'autodérision - évoquent inmanquablement d'autres figures des classes moyennes et supérieures intellectuelles saisies dans les années 1970-1980 par des journalistes, des auteurs de bandes dessinées ou de littérature - on songe par exemple aux *Frustrés* de Claire Bretécher ou aux antihéros des *Choses* de Georges Perec - ou par des sociologues, eux-mêmes proches des milieux qu'ils décrivent. « Nouvelles classes moyennes », « petite-bourgeoisie nouvelle » : déjà à cette époque, le lexique de la nouveauté est omniprésent. S'il renvoie alors à des mutations indéniables du système de

production française et à des inflexions structurelles dans les trajectoires sociales (Bidou, 1984), il provient aussi en partie de la manière dont les membres de ce groupe social se présentent eux-mêmes – la nouveauté étant gage de modernité et de légitimité de leurs positions et de leurs prises de position, et permettant de renvoyer au passé d'autres fractions des classes moyennes ou de la bourgeoisie (Lechien, 2013). Par ailleurs, dès cette époque également, la « culture du discours critique » (Gouldner, 1979) qui les caractérise est mise en avant : autodérision et regard critique sur la société et sur soi-même font partie de l'éthique et des compétences des journalistes, sociologues, auteurs, publicitaires et experts en tous genres qui composent ce groupe social.

Les bobos ne surgissent donc pas de nulle part, et la référence aux « nouvelles classes moyennes » des années 1970-1980 permettrait de dissiper aisément certains des faux paradoxes qui alimentent les articles de presse – en particulier l'idée, qui va structurer les premiers articles à teneur politique, d'un groupe inédit car sociologiquement à droite mais politiquement à gauche. Comme l'indique le politiste Éric Agrikoliansky,

« le terme "bobos" ne fait [...] que parer d'une illusoire nouveauté la description d'un phénomène ancien (le PS n'est pas le parti de la "classe ouvrière" mais plutôt celui des catégories moyennes et supérieures, athées et à fort capital culturel) » (2012).

Mais les journalistes des années 2000 s'accrochent au diagnostic d'une « nouveauté sociologique » – sans lequel, il est vrai, leurs articles perdraient beaucoup de leur intérêt et ne rencontreraient certainement pas le même succès – et l'alimentent par la production incessante de jeux de mots déclinant le label, qui contribuent eux aussi à diffuser l'idée de groupes sociaux inédits que l'on ne saurait désigner autrement (de La Porte, 2005).

Parallèlement à ce premier registre de discours sur les bobos apparaissent, assez rapidement, d'autres usages de la catégorie dans des articles traitant de questions politiques, en particulier en période électorale. Dans le contexte des campagnes pour les scrutins municipaux en janvier 2001, une tribune du géographe-consultant Christophe Guilluy prophétise pour *Libération* – ce quotidien ayant été choisi à dessein comme support de publication stratégique – que les bobos vont jouer un rôle central dans les recompositions politiques de la capitale et des grandes villes. Un retour sur la genèse de cette tribune révèle que son auteur s'est emparé de la catégorie des « bobos » parce qu'il

« voulait un terme qui définisse la violence sociale, parce que l'embourgeoisement de ces quartiers populaires, qu'on appelle la gentrification, est une violence sociale »,

sa volonté de « médiatiser le truc » s'inscrivant dans une perspective de dénonciation de la géographie des inégalités sociales (cité par de La Porte, 2006, p. 517). Dans son dernier essai, l'auteur précise que

« travaillant sur la gentrification des quartiers populaires à la fin des années 1990, [il] cherchai[t] à montrer un conflit de classes sciemment dissimulé par l'utilisation d'un mot neutre tel que "gentrificateurs" » (Guilluy, 2016, p. 33).

Si, au tout début des années 2000, le terme « gentrificateur » (ou « gentrifieur ») ne renvoie en effet pas à grand-chose pour un large public, il est ironique que Christophe Guilluy lui préfère, pour dénoncer une lutte de classe, celui de « bobo », façonné précisément dans le registre dépolitisé de la

fin des conflits. C'est cette lecture qui va néanmoins s'imposer.

La question des effets électoraux de la gentrification est ensuite remobilisée dans une lecture *ex post* du scrutin parisien qui cherche à « vérifier scientifiquement » ce rôle supposé décisif des bobos dans le changement de majorité de la capitale (Helvig, 2001). Parce qu'il éprouve des difficultés à les isoler dans « l'échantillon habituel d'un sondage », le journaliste Jean-Michel Helvig organise sa « traque » sur la base de l'hypothèse que les bobos ont « un revenu élevé, des diplômes et s'installe[nt] de préférence dans des arrondissements qui ont voté à gauche », tout en reconnaissant qu'il opère « un coup de filet aux mailles un peu larges », mais sans relever le caractère tautologique de sa démarche. Dès lors, le terme tire une légitimité nouvelle de ces cautions « scientifiques » et entame sa carrière politique (Gurrey, 2001) en incarnant les valeurs portées par la deuxième gauche.

Moins d'un an plus tard et alors que c'est cette fois l'élection présidentielle de 2002 qui se profile, les « bobos » arrivent au *Figaro* par un article d'Éric Zemmour, qui envisage le positionnement politique d'Alain Madelin en ces termes. Le parallèle qu'il établit entre le champ politique étasunien (dans lequel Alain Madelin se situe proche des démocrates) et le champ politique français (dans lequel Zemmour envisage une proximité entre Alain Madelin et Daniel Cohn-Bendit) fait écho à la stratégie de brouillage des clivages « classiques » de Brooks. Cette apparente convergence entre les analyses de Christophe Guilluy (proche de la gauche chevènementiste) et d'Éric Zemmour (proche de la droite réactionnaire) ainsi que leur commune dénonciation des bobos à l'époque nous semblent éclairer un certain nombre d'usages plus contemporains de la catégorie dans le champ politico-médiatique, qui se font jour à partir du scrutin présidentiel de 2007.

[...]

Conclusion : un brouillage idéologique qui profite à la droite et à l'extrême droite

À l'image de la rhétorique de dénonciation de la « gauche caviar » dans les années 1980, les usages contemporains de la catégorie des « bobos » servent donc de plus en plus à offrir un supposé ancrage populaire à ceux qui en usent. En opérant souvent *via* la « spatialisation des problèmes sociaux » (Poupeau & Tissot, 2005), ces articles de presse contribuent aussi à poser la question sociale et ses oppositions dans des termes biaisés qui ne peuvent déplaire au *Figaro* - qui titre par exemple : « "Petits Blancs" contre bobos, la nouvelle lutte des classes ? » (Devecchio, 2014). Ce schème de perception des antagonismes sociaux gagne aujourd'hui du terrain de manière très rapide dans le champ politico-médiatique français, même si de plus en plus de chercheurs tentent de déconstruire la genèse de ce « coup de force géographico-idéologique » (Bréville & Rimbart, 2015) que l'on peut qualifier de « néoconservateur » (Corcuff, 2014). Les modalités de politisation de la catégorie des « bobos » ont ainsi entraîné un brouillage qui fait écran au dévoilement des structures qui organisent l'espace social et produisent des effets politiques potentiellement délétères, quand bien même des travaux empiriques s'attachent à rappeler l'importance des inégalités sociales et de leurs effets électoraux à l'échelle intra-urbaine (Agrikoliansky, 2011 ; Rivière, 2012 ; 2014).

En définitive, il nous semble que la catégorie des « bobos » permet surtout à de nouvelles formes de populisme de s'exprimer en délégitimant un certain nombre de questions reléguées au rang d'enjeux « sociétaux » ringardisés (lutttes liées à l'écologie, au féminisme ou au genre, mobilisations de soutien à des groupes sociaux racisés) tout en masquant des rapports de pouvoir et de domination ancrés de longue date, à commencer par la domination historique de la bourgeoisie qui constitue la dernière classe mobilisée. Finalement, cette tendance ne rejoint-elle pas la perspective politique de Brooks qui consiste - en célébrant la grande réconciliation des contraires - à imposer la représentation d'une société (enfin) débarrassée de ses clivages sociaux et autres antagonismes de

classes ?