

Aurélië MAURICE, ALISS (INRA), CERLIS (CNRS)
Thème Construction des goûts

Le « melting-pot » culturel à l'adolescence : focus sur l'alimentation

Quelle culture alimentaire à l'adolescence ? L'adolescent est une cible privilégiée de la société de consommation qui en construit une image stéréotypée, notamment concernant l'alimentation. La « culture adolescente », appuyée par les médias, la publicité, les marques, est relayée par les pairs au collège et au lycée, également sur internet (sur Facebook entre autres). Certaines marques sont des symboles de l'adolescence : Fanta, Mac Donald's, KFC. Cette culture de façade est utile aux adolescents pour se démarquer de la culture légitime, celle de leurs parents, et celle du PNNS¹, qui est faite de principes concernant une alimentation équilibrée et saine, à l'opposée de la culture alimentaire revendiquée par les adolescents.

Pourtant, le message « Pour votre santé, mangez cinq fruits et légumes par jour », est entendu et retenu par tous les adolescents. Qu'en font-ils ? La culture alimentaire familiale a également une place importante dans l'expérience des adolescents : ils baignent dedans depuis leur enfance, elle constitue une partie de leur identité. Notamment, quand ces jeunes sont d'origine étrangère, elle représente une spécificité culturelle que certains revendiquent, dont ils sont fiers.

L'adolescent est donc face à une pluralité de cultures alimentaires, qu'il rencontre dans « des contextes sociaux multiples et hétérogènes »², et qui apportent des normes parfois contradictoires entre elles. Il est à une période de sa vie où il construit son identité personnelle³, où il fait des choix, où il se sert de son « *agency* »⁴ pour se construire.

La question qu'on se pose ici est comment l'adolescent compose t-il avec les différentes normes alimentaires qu'il rencontre sur son chemin ? A travers les différentes cultures alimentaires que l'adolescent croise sur sa route, comment se construit-il sa propre identité alimentaire ?

Cet article s'appuie sur une enquête par entretiens semi-directifs, menée dans deux collèges en ZEP (Zone d'Education Prioritaire) d'un département de la région parisienne et une autre enquête par observation et entretiens dans un autre collège⁵ du même département de la région parisienne. Dans la première enquête⁶, ont été interrogés 27 collégiens ainsi que leurs parents (le plus souvent la mère) sur leurs habitudes alimentaires et leurs représentations de l'alimentation. La seconde⁷ est composée d'observations dans deux classes de 5^{ème} en cours de SVT (Sciences de la Vie et de la Terre) puis en cantine, et d'entretiens avec neuf familles (les adolescents et leurs mères) de ces deux classes. Les familles rencontrées dans les deux enquêtes sont dans des situations variées, certaines de ces familles vivant à l'hôtel ou en HLM et d'autres, au contraire, sont plus aisées (mère professeur d'espagnol ou architecte par exemple). Plus des deux tiers des familles rencontrées étaient d'origine étrangère: Maghreb, Afrique noire, Europe,...Il s'agit donc d'un

¹ PNNS : Programme National Nutrition Santé, à l'origine de la campagne « mangez bougez », « Pour votre santé,... »

² Bernard LAHIRE, *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, éditions Armand Colin, coll. « Essais & Recherche », 1998.

³ François DE SINGLY, *Le soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan, 1996.

⁴ « *Agency* » est un terme anglosaxon pour désigner le pouvoir d'action de l'enfant sur sa construction personnelle et sur les autres acteurs qui l'entourent (aussi bien adultes que pairs).

⁵ C'est un collège non classé en ZEP, mais dont les caractéristiques sociales sont proches de celles des deux autres collèges.

⁶ Nommée « enquête 1 » dans le texte.

⁷ Nommée « enquête 2 » dans le texte.

éventail assez large de situations socioculturelles qui permet de dévoiler une adolescence aux multiples visages.

Les adolescents tiennent un discours plébiscitant les produits connotés « culture adolescente », qu'en font-ils quand ce discours rencontre le système de normes « PNNS » ? La construction des goûts à l'adolescence serait, si on l'étudie en profondeur, plus complexe que la seule socialisation horizontale auprès des pairs, au collège.

L'adolescent, serait imprégné de la « culture adolescente », et suivrait la norme de la majorité

L'alimentation des adolescents, dans leurs discours tout du moins, est très emprunte de la « culture adolescente » telle qu'on l'imagine. Une culture alimentaire du fast-food, de la « malbouffe », mettant en avant des produits gras et sucrés, souvent de marques. Mais ce discours que tiennent les adolescents sur leurs préférences alimentaires n'est-il pas qu'un discours de façade ? On peut le dépasser et découvrir une « alimentation hybride » chez les adolescents comme l'ont fait Nicoletta Diasio, Véronique Pardo et Annie Hubert dans le programme de recherche AlimAdos⁸, qui a révélé une mosaïque de comportements alimentaires chez les adolescents, allant de Mac Do à la bouillabaisse, du global au local. Pour le moment, présentons la « culture adolescente », qui a été très présente dans le discours de nos enquêtés.

La culture adolescente est véhiculée par les médias

L'adolescent est une cible marketing très importante. Il représente un marché très intéressant pour les commerciaux : un produit qui a du succès auprès des adolescents, peut, par effet boule de neige, être vendu à des millions d'exemplaires, du fait sans doute du conformisme dans la culture des pairs, en invoquant la « tyrannie de la majorité »⁹ décelée par Dominique Pasquier. Pensons à des produits comme les Eastpacks, des sacs à dos portés par plus de la moitié des collégiens et lycéens à un moment donné. Cette culture des marques alimente la culture adolescente telle qu'elle est médiatisée à la télévision notamment à travers les publicités mais aussi à travers les séries, qui mettent en scène des adolescents. Ces séries colportent une certaine image de l'adolescence, notamment Américaine, qui influence nos adolescents français. A la télévision, l'on voit ces jeunes manger dans des fast-foods, boire des sodas, ... Ces séries représentent une culture commune aux adolescents, quelle que soit leur origine sociale, comme le démontre Dominique Pasquier : « les théories élaborées par Pierre Bourdieu dans *La Distinction* semblent aujourd'hui peu pertinentes »¹⁰.

On voit, sur Facebook, les goûts affichés : « j'aime Fanta », « j'aime KFC », écrivent les adolescents sur leur mur. « Ils faut faire comme les autres, connaître les mêmes chanteurs, les mêmes émissions, les mêmes films »¹¹, et je rajouterai, aimer les mêmes nourritures.

Cet extrait d'entretien tiré de l'enquête d'AlimAdo est une illustration parfaite de la domination de la « culture adolescente » commerciale :

Kevin : « Manger un sandwich banal c'est comme si on achète un survêt sans marque, alors qu'aller au Mac Do, c'est comme si on achète un survêt Adidas (rire). C'est, je ne sais pas, mieux vu. »¹²

On sent ici toute l'emprise des marques sur les adolescents.

⁸ Travail qui a donné lieu à la publication d'un ouvrage intitulé *Alimentations Adolescentes en France*, dir. Nicoletta DIASIO, Annie HUBERT, Véronique PARDO, Paris, Les cahiers de l'Ocha, septembre 2009.

⁹ Dominique PASQUIER, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, éditions Autrement, coll. « Mutations n°235 », 2005.

¹⁰ Dominique PASQUIER, op. cit., p. 52.

¹¹ Dominique PASQUIER, op. cit., p. 55

¹² dir. Nicoletta DIASIO, Annie HUBERT, Véronique PARDO, op. cit., p.24

Une culture reprise par les adolescents pour se démarquer de la culture « des adultes », du PNNS

Au cours des observations que j'ai effectuées, à la cantine, en cours ou sur internet (sur Facebook), j'ai pu relever un discours très uniformisé sur les goûts adolescents.

Il apparaît que les adolescents cherchent à montrer que ce qu'ils préfèrent ce sont les produits connotés « ado » comme les « Mac Do » et les « grecs¹³ ». Il y a un large consensus qui définit ces aliments comme références pour être « cool » et reconnu par les pairs comme un adolescent « dans le coup ».

A la cantine, par exemple :

Moi : Vous voudriez quoi à la cantine ?

Amira : Du KFC

Natasha : Des pizzas, des grecs, mac do.

Joshua : Des kebabs !

(Observation en cantine, 7 juin 2010, enquête 2)

Les élèves donnent une réponse conforme à l'idée qu'ils ont de la culture adolescente. Ça fait « branché » de citer ce genre de plats. On peut remarquer que les garçons citent beaucoup plus que les filles les grecs. Ceux-ci feraient partie de la culture adolescente masculine.

Par contre dire qu'on aime les légumes ou les entrées paraît plus mal vu. Ça serait passer pour un petit élève obéissant, alors que vouloir des Mac Do c'est vouloir se rebeller par rapport à l'école et à la cantine.

Sur le forum de discussion de Facebook que j'ai créé, dont le sujet de discussion était « J'adore/Je déteste », quelques élèves ont échangé ces propos :

Anastasia : Le meilleur truc c'est LES BONBON !!!!

Kathia : ouai !!!!!!! vive les bonbon !!

Seifiya : :D Ouaiiis !Le sucre !!!!! ♥

Kathia : ♥ j'aime ♥ !!

Facebook, octobre 2010, enquête 2)

Ici, les adolescentes plébiscitent les bonbons, qui sont des aliments plutôt connotés « enfants ». Dans tous les cas on est encore face à un discours de représentation opposé aux normes PNNS et relevant d'une culture de classe d'âge.

Les adolescents comme vecteurs de cette culture des pairs dans leur famille

Cette culture est mise en avant par les adolescents dans la famille notamment lorsqu'on leur demande leur avis pour le repas.

Et toi tu demandes quoi ?

Ben moi j'aime toujours les mêmes choses, hein ? Tout les trucs gras et tout. Pizzas, comme tous les jeunes je crois. Mais j'en mange pas tous les jours, une fois toutes les deux semaines à peu près.

(Salim, enquête 2)

Mais si tu pouvais choisir entre n'importe quoi qu'est-ce que tu demanderais ?

Euh... Une pizza, des frites.

(Bhumita, enquête 2)

¹³ Les expressions Mac Do et grec désignent à la fois le restaurant : « manger au grec, au Mac Do » et le sandwich « manger un grec, un mac do », kebab ou hamburger.

Dans la famille, les enfants se font donc les messagers d'une culture alimentaire de classe d'âge, relevant de la « culture adolescente » décrite plus haut. Les parents sont ainsi confrontés à des demandes qui, souvent, ne correspondent pas à ce qu'ils voudraient que leurs enfants mangent. En effet, il est apparu dans les entretiens avec les parents que ceux-ci sont soucieux, pour la grande majorité, d'apporter à leurs enfants une alimentation saine et équilibrée. Les parents ont donc une vision très négative des préférences alimentaires de leurs enfants.

Josué il le suit aussi ou... ? [le régime Weight Watcher]

Non lui il mange n'importe quoi.

(Mme Botelot, enquête 2)

Dans leur discours, les adolescents mettent donc en avant une culture alimentaire uniformisée, qu'on peut qualifier de culture de classe d'âge, de « culture adolescente ». Ce discours se trouve confronté à un autre système de normes ambiant dans les médias, à l'école et même souvent dans la famille. On peut nommer cet ensemble de normes les « normes PNNS », ce sont des normes d'équilibre alimentaire, incitant à manger des aliments qualifiés de sains comme les fruits et légumes, et à réduire la consommation d'aliments jugés malsains comme les produits gras et sucrés.

Un affrontement de normes : la culture adolescente face à la culture PNNS

Les adolescents – à l'école, auprès de leurs pairs ou bien à la cantine ou en cours ; à la maison, auprès de leurs parents, devant la télévision ou auprès de leurs frères et sœurs – font face à des normes alimentaires qui sont contradictoires. Selon les contextes, ils incorporent des normes de plaisir, de transgression alimentaire (manger plein de bonbons à l'école, manger des frites et boire du Coca au Mac Donald's), ou bien, des normes d'équilibre (relayées par les adultes de l'école, par la télévision, par les parents). Comment les adolescents gèrent ces normes opposées ?

Des normes « PNNS » très médiatisées et très bien connues

Les adolescents sont baignés dans la « culture PNNS », ils la voient tous les jours à la télévision, avec les messages :

« Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour.

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière.

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé.

Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. »

Ces messages ont été introduits en 2007 dans les publicités alimentaires à la radio, à la télévision, sur les affiches publicitaires. Personne ne peut échapper à ces injonctions. Les adolescents sont les premiers touchés, puisqu'ils sont de grands consommateurs de télévision. On peut ajouter que la télévision est également un vecteur très important, auprès des adolescents, de l'éloge du plaisir gustatif, à travers les publicités alimentaires. « [L'enfant] est inséré au milieu d'une société de consommation où se multiplient les sources de transmission de valeurs et de normes, par les médias ou la publicité. »¹⁴ Valeurs et normes qui sont ainsi potentiellement contradictoires entre elles.

Concernant les messages nutritionnels, les adolescents interrogés les considèrent comme inutiles et disent qu'ils ne modifient pas leurs comportements : « Je m'en fous moi de ce qu'ils disent » lance Salim. Un seul enfant admet que ça le fait « réfléchir » (Mamadou). Quentin parle

¹⁴ Régine SIROTA, « L'enfant acteur ou sujet dans la sociologie de l'enfance », in dir. Geneviève BERGONNIER-DUPUY, *L'enfant, acteur et/ou sujet au sein de la famille*, éd. érès, 2005, p. 38.

pour l'ensemble des jeunes : « Ces conseils la plupart du temps on les écoute pas ». Les jeunes ne seraient donc pas sensibles à ces messages, pourtant ils les connaissent parfaitement et se posent des questions sur la nutrition. Par exemple, à la cantine, voilà des questions qui m'ont été posées :

Seifiya : C'est équilibré la cantine ?

Moi : T'en penses quoi ?

Seifiya : Je sais pas... Ya de la viande, des fruits, un laitage, donc oui !

Kevin : Et les pâtes c'est bon pour le corps ?

Arnaud : Madame, vous mangez bien ?

(différentes observations à la cantine, juin 2010, enquête 2)

On peut relever aussi en entretien, que les adolescents ont réfléchi à ces messages (notamment celui sur les fruits et légumes) pour trouver comment les appliquer.

Emilie : Cinq fruits et légumes par jour ça ne veut pas dire cinq fruits et cinq légumes, c'est pas cinq haricots. C'est cinq portions donc ça peut être cinq fraises par exemple, c'est des portions, c'est pas cinq haricots.

(entretiens individuels, enquête 1)

Sont-ils vraiment indifférents ? Ou feignent-ils l'indifférence ? Cela ne fait-il pas plus « cool » de dire qu'on adore les frites et qu'on « s'en fout » des messages, qu'on est des rebelles et pas des gentils enfants sages qui mangent des légumes pour leur santé ?

Quant à l'efficacité des messages, Salim a soulevé une idée très à la mode dans le monde de la nutrition : « Ceux qui font, ceux qui produisent ces ingrédients, ces repas pas équilibrés, ben c'est eux qui doivent changer d'abord, pour inciter les jeunes surtout à changer ». Changer l'environnement alimentaire pour changer les pratiques. Salim a vu juste. C'est une idée qui est très en vogue en ce moment.

Un discours pluriel des adolescents où cohabitent des normes contradictoires

Les adolescents tiennent un discours pluriel, qui varie selon le contexte dans lequel ils sont. C'est ce qu'on peut relever en multipliant les contextes d'observation en présence des enfants. Leur discours n'est effectivement pas le même selon que leur mère les écoute, que leurs amis sont à côté d'eux, qu'ils interviennent pendant le cours de SVT, etc.

On relève une alternance de l'expression d'une inquiétude « comment on devient obèse ? » « Les pâtes ça fait grossir ? » (interrogations d'élèves à la cantine) et d'un discours anti normes du PNNS (qu'on a vu plus haut). Il est également tout à fait remarquable de voir leur réaction quand on parle d'alimentation. Il a suffi que je leur dise que je travaillais sur l'alimentation pour qu'ils m'associent à la « culture PNNS » et me placent en experte sur le sujet d'une alimentation saine.

L'entretien avec Amira est très intéressant de ce point de vue. Elle défend la culture adolescente et feint l'indifférence par rapport à ses pratiques alimentaires qui suivent très peu les conseils du PNNS.

Tu préfères manger à la cantine ou ici ?

Les deux c'est la même chose !

J' préfère manger au fast food.

Au flunch ?

Non, au Mac Do ou au KFC.

Quand y avait des frites et des hamburgers t'as mangé alors là ?

Ouais, c'est trop bon ça !

C'est ça que t'aimes en fait ?

Ouais.

Oui est-ce que tu penses que tu les manges donc tu disais tu bois des fruits ?

Non je les mange pas.

Est-ce que ça te gêne de pas les manger ?

Non pas du tout.

Tu penses pas que c'est important ?

Même s'il le disent à la télé ?

Non.

Tu te sens pas concernée ?

Je pense que personne se sent concerné.

(Amira, entretien seule, enquête 2)

Donc Amira tient un discours très « culture adolescente », elle n'a pas l'air de ressentir d'anxiété face aux messages qui vont à l'encontre de son discours et, d'après ce qu'elle dit, de ses pratiques. C'est une adolescente qui mange très peu à la cantine : elle ne mange quasiment jamais son plat principal. Elle est très difficile. Son discours se tient : elle aime les fast-foods et ne s'inquiète pas des messages. Cette homogénéité du discours est plutôt assez rare.

De nombreux enfants ont un discours ambivalent puisque d'un côté, ils disent faire attention à ce qu'ils mangent, se limiter, et de l'autre ils se disent indifférents aux messages.

Est-ce que tu te dis là je vais pas reprendre de ça ?

Si des fois mais, en fait en général je mange pas trop de frites. En général je mange équilibré.

Qu'est-ce que t'appelles équilibré ?

Je mange des féculents, de la viande, et des légumes verts. Et des fruits, des yaourts.

T'en penses quoi de ces messages ?

Je pense que c'est... Ils disent ça c'est bien de nous informer de tout ça et tout ça mais en même tps, y a pas vraiment d'obligation parce qu'on peut manger ce qu'on veut, c'est des conseils. Ces conseils la plupart du tps on les écoute pas.

Tu parles pour les jeunes ou pour tout le monde ?

Je parle en général des gens.

Toi tu les écoutes ou pas ?

Non je fais pas trop attention.

(Quentin, entretien individuel, enquête 2)

Est-ce que toi tu fais un peu attention à ce que tu manges ?

Ca dépend, rarement. C'est-à-dire si y a plein de trucs à manger je vais pas tout manger, je pense quand même, je suis pas bête. Mais sinon, je me dis, dans ma tête, je me dis je mange mais après je vais faire du sport je vais gaspiller ce que je vais manger.

Et justement par rapport à ça est-ce que t'as vu à la télé les messages ?

Non mais ça sert à rien du tout. Mangez cinq fruits et légumes par jour, manger équilibré, ça sert à rien, moi quand je vois ça, plus la pub est longue plus j'ai envie de changer. C'est-à-dire manger équilibré moi ça rentre par là ça sort, ça donne rien du tout je m'en fous moi de ce qu'ils disent.

(Salim, entretien individuel, enquête 2)

Est-ce qu'il faut afficher une indifférence à des messages pour ne pas passer pour un petit enfant docile ? Néanmoins, dans les entretiens apparaît une anxiété par rapport à la prise de poids et à la santé, qui est présente chez pratiquement tout le monde

La peur d'être obèse : la norme du corps mince prédomine

La « tyrannie de la majorité » exclue certains individus du groupe des pairs. Un enfant qui est en surpoids est tout de suite rejeté par les autres. Pendant le cours de SVT, un élève assez enrobé est rentré dans la classe pour demander quelque chose à l'enseignante, tout le monde s'est exclamé

« Oh le gros ! Vas-t-en ! ». Les élèves sont très durs entre eux, cette scène en est une bonne illustration.

A la cantine, j'ai assisté à des discussions sur certains élèves en surpoids, notamment Stéphane, qui est en 5^{ème} A.

Tu t'appelles comment ? Stéphane? (à Alexandre)

Tous (Joshua, Amira, Seifiya, Arnaud) : Stéphane il est gros ! Ils ont fait une séance sur lui sur l'alimentation.

Tous se moquent de Stéphane.

C'est une honte de s'appeler Stéphane car il a un attribut qui le définit et le stigmatise : il est gros.

Alexandre : On est allé chercher des frites, Stéphane il a pris une grosse barquette tout de suite.

Les élèves essaient de comprendre, d'expliquer pourquoi Stéphane est gros, et ainsi de savoir ce qu'il faut faire pour ne pas devenir comme lui.

Cette stigmatisation du corps gros est alimentée par les normes du PNNS, qui, implicitement, approuvent un corps svelte et musclé. Serait-ce une contre productivité des messages, que de conduire à la stigmatisation des individus en surpoids ? De plus, l'obésité, désormais considérée comme une épidémie mondiale, est très médiatisée. Ceci entraîne chez les adolescents une anxiété par rapport à cette maladie pratiquement irréversible.

Lorsque je demande pour quelles raisons on voit les messages « Pour votre santé,... » dans les médias, les enfants citent en majorité l'obésité et les maladies. Amira parle même des Etats-Unis et du risque de « finir » comme eux. L'obésité est connue au point que les enfants l'ont à l'esprit lorsqu'ils entendent des messages sur l'alimentation. Ils ont une peur bleue de grossir et de devenir obèses, et d'être alors exclus du groupe des pairs et qualifiés de « gros ».

L'adolescent est donc confronté à deux ensembles de normes opposées selon les contextes dans lesquels il se trouve, on peut même rajouter un autre ensemble : celui des normes familiales, qui font la spécificité de chaque adolescent et qui sont parfois revendiquées avec force dans d'autres contextes, comme à l'école, en présence du groupe de pairs. L'adolescent est donc amené à se forger sa propre culture alimentaire à partir de cultures qui s'appuient parfois sur des normes opposées donc non compatibles. Comment l'adolescent construit-il ses préférences et ses pratiques alimentaires ?

Une culture composite : la construction des goûts chez l'adolescent

L'on peut parler de culture composite, ou de « melting pot » culturel à l'adolescence, puisque l'adolescent rencontre une pluralité de cultures alimentaires : celle de sa famille, celle (qui correspond sans doute plus à une image qu'à des pratiques réelles) de ses pairs, celle dictée par le PNNS et relayée par l'école, entre autres.

L'alimentation familiale : un indicateur des pratiques réelles des adolescents

L'alimentation familiale est la culture alimentaire dans laquelle baignent les adolescents depuis leur naissance. Tous les soirs, voire à tous les repas, les adolescents mangent ce qu'ont préparé leurs parents, le plus souvent leur mère. On peut donc dire que l'alimentation familiale est ce que mangent réellement les adolescents. Même s'ils ne mangent pas tout ce qu'il y a dans leur assiette, même s'ils ont une part de liberté puisqu'on leur demande parfois ce qu'ils veulent manger, les adolescents sont imprégnés de leur culture familiale. Cette culture peut être très diversifiée, étant données les multiples origines géographiques des familles rencontrées. Cela apporte une diversité de

références alimentaires pour les adolescents. A la cantine, on leur sert une cuisine le plus souvent française, qui est parfois totalement étrangère aux adolescents, et qu'ils n'apprécient pas.

Une jeune fille, mauricienne, arrivée en France il y a 6 mois, m'explique qu'au début, elle ne mangeait pratiquement rien à la cantine, car elle n'aimait pas. De plus, du fait de sa religion, l'hindouisme, elle ne mange pas de bœuf...

Donc tu manges à la cantine, et qu'est-ce que t'en penses de la cantine ?

C'est bon mais y a des fois que ils donnent le bœuf mais pas tout le monde qui mange du bœuf. Comme moi je mange pas le bœuf et y a des fois où je suis obligée.

T'es obligée ?

Sinon y a rien à manger.

(Bhumita, entretien individuel, enquête 2)

La cantine propose donc une nourriture uniformisée, qui n'est pas adaptée aux spécificités culturelles des adolescents. Dans les collèges étudiés, beaucoup d'élèves sont musulmans, et aucune alternative n'est proposée quand il y a du porc dans le menu.

D'autre part, dans leur discours, surtout à la cantine, les adolescents parlent beaucoup de fast-food, mais y vont-ils réellement, à quelle fréquence ? L'on peut se demander si ce discours sur les fast-food est uniquement un discours de représentation devant les autres où s'il est accompagné de pratiques réelles.

Tu vas à Mac Do parfois ?

Non Mac Do j'y vais pas je..., déjà c'est pas halal. Ya un resto halal près de chez moi, j'y vais. Mon père ou ma mère ou mon frère et ben ils me donnent un peu d'argent et je vais acheter.

(Yahia, entretien avec ses parents présents, enquête 1)

Les adolescents musulmans parlent de Mac Donald's mais y vont-ils vraiment du fait que ce n'est pas halal ? Ou même pour d'autres raisons comme le prix, qui est assez élevé pour des familles en difficultés financières.

L'alimentation familiale apparaît à travers les entretiens comme rassurante parce que les parents veillent à l'équilibre et à la santé des enfants.

Ca te gêne ici [à la maison] d'être obligé ?

Ouais... quand j'ai pas envie de manger. Mais heureusement parce que sinon là je serai comme ça [mime quelqu'un de gros], si y avait pas mes parents.

Elle m'a dit elle fait vachement attention pour les biscuits...

Si elle était pas là moi je sais que je pèserai 90 kg.

Donc t'es content qu'elle fasse ça ?

Ben content non, j'aime manger mais ouais.

Fin c'est bien quoi...

Oui c'est mieux. Même si j'aime pas mais, elle fait ça pour mon bien, ça je suis sûr.

(Salim, entretien individuel, enquête 2)

L'on peut se demander où est le PNNS. A la cantine ? Avec les commissions menus, les menus sont préparés avec une diététicienne pour les rendre le plus équilibré possible. Dans la famille ? Les entretiens ont montré que les parents sont très soucieux d'offrir à leurs enfants une alimentation saine et équilibrée. Dans les deux ? Est-ce que les adolescents sont si mécontents que ça qu'on leur propose des légumes, des plats qu'ils voient comme « équilibrés » par rapport aux normes ambiantes ?

A l'école, des pratiques de représentation qui appellent au conformisme

Dans les collèges de mon enquête, qui sont des collèges accueillant une population très cosmopolite et massivement de milieu défavorisé, pour être intégré dans le groupe des pairs, mieux vaut être musulman, donc, ne pas manger de porc à la cantine. Certains élèves, non musulmans, ne mangent pas de porc à la cantine, pour donner une certaine image d'eux-mêmes face à leurs pairs. Par exemple, Joshua ne mange pas de porc à la cantine mais il en mange chez lui. D'ailleurs sa mère ne sait pas qu'il ne mange pas de porc à la cantine. Certains vont même plus loin – comme les sœurs de Joshua, d'après ce que m'a dit la mère, avec amertume – ils n'en mangent plus du tout : on peut parler d'une transposition de la culture des pairs dans la famille.

La cantine est un lieu de représentation de soi, et notamment de représentation de ses pratiques et préférences alimentaires. Jusqu'à quel point peut-on afficher ses différences de goût à la cantine ? Un exemple qui illustre bien cette difficulté à affirmer ses propres goûts à la cantine est celui d'un élève qui a pris sur son plateau un artichaut.

Une fille : Eh t'aimes bien ? [l'artichaut, à Brian] C'est bon ?

Seifiya : Ahhh (dégout)

Brian arrête de manger.

[Un peu plus tard]

Je demande à Brian s'il aime l'artichaut, l'attention de toute la tablée est tournée vers lui.

Seifiya : Ca me donne mal au ventre rien qu'en sentant.

La fille : C'est horrible.

Brian effeuille son artichaut sans le manger.

La fille : Tu vas faire quoi avec ça Brian ?

Brian : Oh qu'est-ce que je me suis régalez ! (*d'un air ironique*)

(Observation en cantine, 17 juin 2010, enquête 2)

Brian laisse son artichaut sur son plateau, sans le manger, sans doute parce que tout le monde désapprouve le fait de manger de l'artichaut. Ainsi, manger l'artichaut le marginalise du groupe puisqu'il adopte une pratique non conforme aux pratiques des autres adolescents.

Des goûts et des couleurs : le goût à l'épreuve des cultures

Quels sont les goûts des adolescents ? Sont-ils aussi uniformisés que le laissent penser leurs discours, notamment devant leurs pairs ? Leurs goûts apparaissent en réalité comme beaucoup plus diversifiés que ce que laissent croire les adolescents de prime abord. Ces goûts dépendent de leur culture d'origine, de leur histoire, de leurs papilles, qui forment une mosaïque beaucoup plus large que la simple culture fast-food.

Les tajines tout ça t'aimes bien ?

Mmh c'est trop bon ça.

Le couscous tout ça ?

C'est des plats du pays.

Tu préfères les plats marocains ou les plats français ?

C'est un peu la même chose en fait. Je préfère les plats algériens.

Parce que je suis plus algérienne que marocaine moi.

Y en a un je sais pas comment il s'appelle mais on met de la viande et on met des... plein de légumes tout autour, c'est comme si on mettait du sucre en haut et c'est trop bon.

(Amira, entretien individuel, enquête 2)

Cette jeune fille, qui ne mange pratiquement rien à la cantine, apprécie les plats « du pays », notamment d'Algérie, son père étant Algérien. Est-ce une préférence pour son père par rapport à sa mère ou pour le pays en lui-même ? Amira revendique tout à la fois son appartenance à la « culture adolescente » -comme on l'a vu plus haut- et son origine culturelle : les pays du Maghreb, héritée

de sa famille. « Dès l'entrée au collège, le garçon ou la fille devient tout autant « membre de sa classe d'âge » que « membre du groupe familial ».¹⁵ Il lui faut donc composer avec cette double appartenance, pour construire sa propre identité alimentaire.

Voici un autre exemple de goûts exotiques par rapport à la culture française :

T'aimes pas trop les plats que font tes parents ?

Si mais parfois j'ai d'jà mangé avant, genre j'ai mangé même un yaourt moi ça m'suffit...

Ah d'accord, pour un repas ?

Ouais, ouais ouais. Mais après j'ai faim. Donc après qui mangent eux moi j'vais m'faire un casse-croûte.

D'accord et qu'est-ce que tu manges comme casse-croûte ?

Au thon et la harissa.

(Yahia, entretien en présence des parents, enquête 1)

Yahia a des habitudes alimentaires particulières, différentes des normes d'alimentation française : il lui arrive de ne pas manger au repas, un repas qui n'a donc pas la même importance que le repas familial traditionnel français. En outre, il prend un casse-croûte quand il a faim, au thon et la harissa. On voit bien ici la coloration culturelle des pratiques alimentaires de cet adolescent. Peut-on parler de déstructuration du repas ou plutôt de différences culturelles et donc de normes plurielles en France ?

Conclusion

Derrière l'étalage de préférences alimentaires conformes à la « culture adolescente », véhiculée par les médias, les adolescents présentent une grande diversité de pratiques alimentaires et de goûts. Cette diversité provient du melting-pot que représente la population française actuelle, notamment dans les zones défavorisées, comme celle étudiée. On peut relever deux tendances à l'uniformisation : la « culture adolescente », qui pousse les adolescents à préférer des aliments gras et sucrés, de marques, et la « culture PNNS », qui les pousse à s'inquiéter de leur poids et à faire attention à ce qu'ils mangent. Ces deux tendances rentrent en conflit dans l'esprit des adolescents, qui sont sans doute parfois déboussolés entre leur angoisse d'être malades, obèses, et rejetés par leurs pairs, et leur forte attirance, du moins affichée, pour des produits junk food.

Que se passe-t-il dans les familles ? Les parents sont assaillis, eux aussi, par le flot nutritionnel et y sont sans doute encore plus sensibles que leurs enfants puisqu'ils se sentent responsables de la bonne santé de ceux-ci. Les messages PNNS, avec leur côté moralisateur, poussent les mères de familles à se soucier de servir une alimentation saine et équilibrée à leurs enfants et à leur faire des remarques : « ne mange pas avant le repas », etc. Les normes PNNS sont donc présentes dans la famille, elles rentrent parfois en concurrence avec la culture alimentaire du pays d'origine, dont la cuisine peut être grasse par exemple. Des problèmes financiers peuvent également limiter l'achat de fruits et légumes ou de produits jugés « meilleurs pour la santé ». La famille fait donc elle aussi face à des paradoxes.

L'adolescent se retrouve face à ce discours PNNS dans beaucoup de situations différentes : à la cantine, en cours, chez lui, devant la télévision. Malgré leur indifférence feinte, cette culture « nutrition santé » a sans aucun doute un impact sur les adolescents et est présente dans leur esprit lorsqu'ils mangent, lorsqu'ils font des choix alimentaires. Ainsi, on peut se demander si les légumes proposés à la cantine ou chez eux ne les rassurent pas : ne comptent-ils pas sur les adultes qui les entourent pour leur assurer une alimentation saine et équilibrée ? Leur discours sur les fast-foods et autres junk foods ne serait qu'un discours de représentation devant leurs pairs, qu'ils ne souhaitent pas mettre réellement en application.

¹⁵ François DE SINGLY, *Les adonissants*, Paris, Armand Colin, 2006, p. 21.

La culture alimentaire des adolescents est donc assez complexe à appréhender puisqu'elle est faite d'éléments contradictoires qui s'affrontent. L'adolescent fait ses propres choix dans les méandres de la « cacophonie alimentaire »¹⁶ actuelle. Selon les contextes dans lesquels se trouve l'adolescent, son discours et son comportement alimentaire peuvent être différents : « chaque individu singulier est de ce fait porteur d'une pluralité de dispositions, qui vont être, selon les contextes, mises en veille ou en action. »¹⁷

Bibliographie

- Muriel DARMON, *La socialisation*, Paris, Armand Colin, 2006.
- Nicoletta DIASIO, Annie HUBERT, Véronique PARDO (dir.), *Alimentations Adolescentes en France*, Paris, Les cahiers de l'Ocha, septembre 2009
- Claude FISCHLER, *L'Homnivore, Le goût, la cuisine et le corps*, Paris, édition Odile Jacob, coll. « Poches », 1990.
- Bernard LAHIRE, *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, éditions Armand Colin, coll. « Essais & Recherche », 1998.
- Dominique PASQUIER, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, éditions Autrement, coll. « Mutations n°235 », 2005.
- François DE SINGLY, *Les adonaisants*, Paris, Armand Colin, 2006.
- François DE SINGLY, *Le soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan, 1996.
- Régine SIROTA, « L'enfant acteur ou sujet dans la sociologie de l'enfance », in dir. Geneviève BERGONNIER-DUPUY, *L'enfant, acteur et/ou sujet au sein de la famille*, éd. érès, 2005,

Citer cet article :

Aurélien Maurice, « Le « melting-pot » culturel à l'adolescence : focus sur l'alimentation », in *Actes du colloque Enfance et cultures : regards des sciences humaines et sociales*, Sylvie Octobre et Régine Sirota (dir), [en ligne] <http://www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr/actes/maurice.pdf>, Paris, 2010.

¹⁶ Claude FISCHLER, *L'Homnivore, Le goût, la cuisine et le corps*, Paris, édition Odile Jacob, coll. « Poches », 1990. Par « cacophonie alimentaire », l'auteur entend l'incohérence des messages qui arrivent aux oreilles des mangeurs. Par exemple, les médias véhiculent à la fois un éloge du plaisir gustatif par des publicités alléchantes et un discours sur une alimentation saine et équilibrée.

¹⁷ Muriel DARMON, *La socialisation*, Paris, Armand Colin, 2006, p. 49.