Le prénom : un objet durkheimien ?

Olivier Galland

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ress/389>

DOI : 10.4000/ress.389

ISSN : 1663-4446

Éditeur

Librairie Droz

Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2004

Pagination : 129-134

ISBN : 2-600-00941-8

ISSN : 0048-8046

Référence électronique

Olivier Galland, « Le prénom : un objet durkheimien ? », *Revue européenne des sciences sociales* [En ligne], XLII-129 | 2004, mis en ligne le 05 novembre 2009, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ress/389> ; DOI : 10.4000/ress.389

Olivier GALLAND

LE PRÉNOM: UN OBJET DURKHEIMIEN?

Durkheimien, Philippe Besnard l'est non seulement par ses travaux d'exégèse sur l'œuvre elle-même, mais également par les recherches originales qu'il a menées sur un matériau – les prénoms – qui aurait certainement pu constituer un champ de réflexion pour le maître de la sociologie française. Si l'on peut rechercher les « causes sociales » du suicide, acte en apparence éminemment individuel, ne peut-on le faire également pour « choix d'un prénom », choix dans lequel la composante individuelle semble tout aussi importante ?

Avant d'examiner quelques aspects de cette sociologie « durkheimienne » des prénoms, on remarquera que Philippe Besnard fait partie des rares sociologues français qui ont obtenu, grâce à leurs travaux, un réel succès éditorial : la « cote des prénoms » est un instrument très prisé des parents confronté au choix difficile d'attribuer « un prénom pour toujours »¹. Tous les ans, les médias se font l'écho de la nouvelle édition qui indique les tendances du cours fluctuant de la mode. Dès la première édition, en 1986, les auteurs² assument sans aucune restriction cette fonction pratique de leur ouvrage qui en fera le succès public, aider les parents à choisir un prénom avec deux préoccupations contradictoires : se distinguer de la masse en individualisant leur enfant par le choix d'un prénom original mais éviter de le ridiculiser en lui affublant un prénom trop excentrique. C'est cette tension entre l'originalité et le conformisme qui rend le choix du prénom si difficile et qui explique l'intérêt pratique de la « cote des prénoms » : sortir les parents de l'épais brouillard qui entoure leur choix en leur donnant les informations essentielles sur le cycle de vie des prénoms. Car c'est bien là la découverte de Philippe Besnard et Guy Desplanques : ils montrent que la vie d'un prénom est un phénomène de mode, qui suit une courbe d'abord ascendante, qui culmine, puis décline avant de s'étioler et de presque disparaître, bref une courbe qui, statistiquement, a la forme d'une courbe normale. Ce cycle de vie des prénoms s'étale sur une période d'environ quarante ans, mais la période où le prénom est vraiment visible, celle où il est donné au delà du seuil de 1 % est généralement inférieure à vingt ans. Mais ce n'est pas tout : un prénom démodé entre au purgatoire mais n'est pas perdu à jamais pour l'usage social ; il renaîtra lorsque des parents seront tentés par l'idée de « dénicher ce produit au charme rétro » pour le « réintroduire dans le cycle infernal de la consommation des biens de mode ». En complétant leurs propres travaux avec ceux de Jacques Dupâquier, les auteurs estiment la durée du cycle

¹ Titre de la première édition de l'ouvrage.

² Philippe Besnard et Guy Desplanques démographe à l'INSEE.

qui sépare deux sommets de la courbe pour un prénom donné à environ un siècle et demi.

Voilà donc une démarche et des résultats très « durkheimiens ». Quoi d'apparemment plus personnel que le choix d'un prénom pour son enfant ? Qu'est-ce qui semble plus répondre aux goûts personnels que cet assemblage des consonances qui forment la matière première d'un prénom ? Les travaux de Philippe Besnard et Guy Desplanques montrent cependant que ces choix n'ont rien de purement individuel, qu'agregés par la statistique, ils révèlent des régularités, et donc des représentations collectives produites par les actions et réactions entre les esprits individuels qui forment la société. Ces actions et réactions sont produites d'abord par la volonté de se distinguer qui conduit quelques précurseurs à choisir un prénom suffisamment rare, puis par la volonté d'imitation et la diffusion dans d'autres groupes sociaux qui suivent ce mouvement pionnier, enfin par un nouveau mouvement de distinction qui conduit progressivement les nouveaux arrivants sur le marché à abandonner un prénom à mesure qu'il se banalise. En mettant en lumière ce mouvement incessant de distinction et d'imitation – « les deux mamelles nourricières de la mode » – peut-être Philippe Besnard se distingue-t-il lui-même de son maître qui rejette, en critiquant Tarde, la valeur de l'imitation dans l'explication des faits sociaux : « Les états collectifs, grâce à l'adhésion à peu près unanime et généralement séculaire dont ils sont l'objet, sont beaucoup trop résistants pour qu'une innovation privée puisse en venir à bout. Comment un individu, qui n'est rien de plus qu'un individu, pourrait-il avoir la force suffisante pour façonner la société à son image ? »³ N'est-ce pas pourtant ce qui se passe en matière de prénomination ? Les actions et réactions individuelles ne contribue-t-elle pas à façonner une France des prénoms qui n'est rien d'autre que le résultat des volontés individuelles amalgamées et concurrentes et non celui de la « nature des sociétés elles-mêmes »⁴ ?

Certes, Philippe Besnard et Guy Desplanques insistent bien sur le fait que le modèle classique de prénomination qui se met en place au XVI^e siècle est beaucoup plus contraignant que le modèle actuel : il a pour première caractéristique de lier le prénom au parrainage, les parrains et marraines étant choisis au sein de la parenté proche et déterminant le choix du prénom, respectivement pour le garçon et pour la fille. Dans ce modèle, le prénom est donc plus transmis que choisi. Dans les chapitres de la première édition du livre qu'il consacre à une histoire et à une sociologie des prénoms – et qui forment en eux-mêmes un véritable petit précis sociologique sur la question – Philippe Besnard montre que ce modèle va être miné de l'intérieur par l'introduction des prénoms multiples qui se répand progressivement dans la société au XVIII^e siècle et se généralise au XIX^e. Cet usage a pour effet d'élargir et de renouveler le répertoire des prénoms et d'affranchir le choix des contraintes religieuses et familiales.

L'alchimie sociale qui crée des régularités cycliques dans le mouvement de prénomination ne résulte donc plus d'une contrainte directe : la composante « individualiste » du choix du prénom n'a fait que s'amplifier depuis le XVIII^e siècle. Libres de choisir le prénom de leur enfant et de plus en plus déterminés à célébrer

³ E. Durkheim, *Le suicide*, Paris, PUF, éd. 1991, Quadrige, Livre I, chap. 4 (L'imitation), p. 137.

⁴ *Ibid.*, Livre III, chap. 1 (L'élément social du suicide), p. 335.

par ce choix son individualité, les parents ne se trouvent pas pour autant aujourd'hui totalement dégagés d'influences sociales qui relèveraient d'un modèle ancien désormais caduque.

À la détermination sociale, familiale ou religieuse, en succède une autre: apparemment libéré d'une contrainte explicite, les choix passent sous le joug d'influences plus subtiles mais tout aussi fortes, celles qui relèvent de la mode, c'est-à-dire «la transformation à tendance cyclique du goût collectif». Philippe Besnard montre à merveille à quel point l'étude du prénom révèle, dans toute sa pureté, les mécanismes sociologiques des phénomènes de mode. En effet le choix d'un prénom exprime l'essence du goût d'un groupe ou d'une époque, sans que ce choix soit perturbé par d'autres variables économiques et sociales: contrairement aux biens marchands dont le succès peut, bien sûr, lui aussi relever de phénomènes de mode, le choix d'un prénom ne met en jeu aucun mécanismes financiers, aucun effet de revenu: ici, tout le monde est à égalité et peut exprimer son goût sans aucune contrainte. Voilà donc un matériau rêvé pour le sociologue, si souvent obligé de composer, dans l'étude de la consommation ou de la diffusion des biens culturels, avec des facteurs économiques qui perturbent son analyse! Ici, nul besoin de faire du «toutes choses égales par ailleurs», le prénom est un produit sociologiquement pur. Il a également deux autres qualités qui rendent son étude sociologiquement si intéressante: bien que «gratuit», ce bien n'est pas marginal, il est «consommé» par tous les parents; pas d'échappatoire, le prénom est obligatoire. Enfin, il ne répond à aucune utilité objective et son choix ne dépend donc pas d'une fonction pratique qui pourrait l'orienter. Seul le goût s'exprime à travers le prénom et c'est cette essence du goût collectif qu'il permet d'étudier. Bien sûr, ce goût collectif il ne faut pas en rechercher la substance dans la qualité phonétique intrinsèque des prénoms: tout le travail de Philippe Besnard et de Guy Desplanques est précisément de montrer que cette qualité n'est que relative; un prénom qui «sonne» bien aujourd'hui était importable il y a dix ou vingt ans. Ce n'est donc qu'en fonction de l'éloignement de leurs succès passés que la cote des prénoms varie. Un prénom n'est jamais définitivement perdu, il entre seulement, comme le dit joliment Philippe Besnard, au «purgatoire».

Mais la diffusion temporelle des prénoms se combine à leur diffusion sociale. En attribuant un prénom à son enfant, on cherche à la fois à se distinguer et à imiter; pas simplement à se distinguer des modes passées, mais à se distinguer aussi d'autres groupes sociaux avec lesquels on co-existe à un moment donné dans une société. Ces deux aspects, la diffusion temporelle des prénoms et leur diffusion sociale ont évidemment partie liée. Comme le rappellent Philippe Besnard et Cyril Grange dans un article important consacré à cette question⁵, les sociologues, depuis Gabriel Tarde, postulent que la transformation sociale des goûts obéit à un modèle de diffusion vertical hiérarchisé temporellement. Les nouveaux biens culturels, d'abord introduits par l'élite, se diffusent progressivement du haut en bas de l'échelle sociale. La sociologie des prénoms, débarrassée, rappelons-le, de l'embarrassante question économique, vérifie une telle loi. Dans leur article, fondé sur la base empirique des prénoms choisis par les gens du Bottin

⁵ «La fin de la diffusion verticale des goûts? (prénoms de l'élite et du vulgum)», *L'Année sociologique*, 43, 1993, p. 269-294.

mondain comparés à ceux donnés par l'ensemble de la population française, Philippe Besnard et Cyril Grange confirment bien l'existence de ce flux vertical dans l'adoption des prénoms nouveaux.

Il est un autre aspect des travaux de Philippe Besnard sur les prénoms qui a des résonances durkheimiennes. C'est ce qui a trait à l'individualisation croissante des mœurs, à « l'affaiblissement de la conscience commune », qui résulte « des changements qui se produisent dans le volume et la densité des sociétés »⁶ et qui font que « à mesure que la société s'étend et se concentre, elle enveloppe de moins près l'individu et, par conséquent, peut moins bien contenir les tendances divergentes qui se font jour »⁷. Bon nombre d'évolutions de la « vie sociale des prénoms » illustrent cette individualisation croissante des goûts, cet « affranchissement de l'individu du joug collectif »⁸ même si ce n'est pas un thème que les auteurs de la « cote des prénoms » n'ont pas exploré de manière approfondie⁹. Tout d'abord, ils notent un raccourcissement de la durée de vie des prénoms et un tassement des scores des prénoms vedettes, traduisant la recherche de plus en plus effrénée d'originalité des parents pour attribuer un prénom à leur enfant. Il est vrai qu'ils y ont été encouragé (en France) par l'évolution de la législation, qui, comme souvent, suit et entérine l'évolution des mœurs. Jusqu'en 1987, le répertoire autorisé était limité aux prénoms issus des calendriers (en langue française) et aux personnages connus dans l'histoire ancienne (la Bible et l'Antiquité gréco-romaine). En 1987 une première libéralisation a ouvert la porte aux prénoms étrangers, puis en 1993 une nouvelle loi a entériné une liberté presque totale des parents.

Cet affaiblissement de la « conscience commune » se traduit également en matière de prénoms, par une atténuation des différences régionales dans l'adoption des prénoms à la mode. Dans les dernières éditions de son livre, Philippe Besnard avait consacré de fort intéressants développements à la diffusion géographique des prénoms, mettant en lumière le « courant de nord ouest » dans ce mouvement de diffusion. Mais il montre également que les foyers d'innovation se diversifient. Les centres urbains ont longtemps été innovateurs, car comme le notait Durkheim, la coupure entre générations que crée la migration vers les grandes villes, et la présence plus forte de jeunes en leur sein, en font des « foyers incontestés du progrès ; c'est en elles qu'idées, modes, mœurs, besoins nouveaux s'élaborent pour se répandre ensuite sur le reste du pays. Quand la société change, c'est généralement à leur suite et à leur imitation »¹⁰. Mais ce privilège s'est trouvé, dans la période récente, presque complètement aboli : les auteurs de la « cote des prénoms » ne trouvent quasiment plus d'avance de l'Ile de France dans l'adoption des prénoms à la mode et la Bretagne n'est plus à la traîne. Ces prénoms nouveaux éclosent maintenant aux quatre coins du pays. Il y a une diver-

⁶ E. Durkheim, *De la division du travail social*, Paris, PUF, éd. 1967, p. 327.

⁷ *Ibid.*, p. 283.

⁸ *Ibid.*, p. 284.

⁹ Les attentes du public conduisent naturellement les auteurs de la « cote des prénoms » à mettre plutôt en exergue les régularités et les appartenances collectives révélées par les choix des prénoms.

¹⁰ E. Durkheim, *De la division du travail social*, *op. cit.*, p. 282.

sification régionale des courants de l'innovation qui résulte probablement de la réduction de « la distance matérielle et morale entre les différentes régions »¹¹. Ainsi, les auteurs de la « cote des prénoms » vérifie la prédiction de Durkheim selon laquelle, « l'affaiblissement de la conscience commune », engagée dans les grandes villes, « doit produire son effet dans toute l'étendue de la société », car, à mesure de l'ouverture de la société, à mesure que la « fusion des segments [qui la composent] devient plus complète », l'emprise de la vie locale sur les individus s'affaiblit, leur horizon social s'élargit, et inévitablement, « la variabilité individuelle s'accroît »¹².

L'affaiblissement de la diffusion sociale verticale des goûts en matière de prénoms, important résultat auquel aboutissent Philippe Besnard et Cyril Grange¹³, est une autre illustration de ce recul d'une forme d'emprise sociale sur les choix individuels. Ils montrent en effet un tarissement du flux vertical des goûts dans la période récente : aucun prénom féminin parmi les plus choisis en France entre 1985 et 1989 n'avait connu auparavant un succès appréciable dans la population mondaine. Pour les hommes, seulement trois prénoms remplissent cette condition. Ces résultats alimentent donc l'hypothèse d'une « diversification sociale croissante des goûts dans la société française contemporaine », voire d'une « polarisation sociale des goûts ». Ce n'est certes pas la disparition de la stratification sociale des goûts – prénoms mondains et prénoms du tout-venant restent bien différenciés – mais la diffusion des prénoms du haut en bas de l'échelle sociale semble se tarir. Philippe Besnard et Cyril Grange écarte l'hypothèse qui voudrait que les goûts mondains soient totalement marginaux, ce qui pourrait expliquer l'absence de transmission à d'autres catégories sociales. Ils montrent en effet que les choix mondains se situent à la pointe extrême de la stratification des goûts et qu'ils n'en sont pas détachés. Les auteurs de la cote des prénoms aboutissent d'ailleurs à des résultats semblables concernant les décalages entre l'ensemble des catégories sociales : le retard des catégories sociales populaires dans l'adoption des prénoms en ascension tend à se combler, d'autant que certains innovations apparaissent désormais partout au même moment. Un exemple frappant de ces innovations qui ne viennent plus du sommet de la pyramide sociale concerne les prénoms de type anglo-saxons qui se sont imposés en milieu populaire, sans gagner les milieux bourgeois. Philippe Besnard montre que ces choix ne résultent pas de l'influence directe des séries américaines, mais plutôt d'une « américanisation diffuse » dont l'influence « ne se fait pas par simple imitation, mais plutôt par imprégnation sonore ». Un stock de sonorités nouvelles est à la disposition du public qui peut en jouer pour construire des prénoms originaux.

Les goûts des classes sociales, comme acteurs collectifs, deviennent donc, à l'instar de ce qui se passe pour les régions françaises, plus indépendants les uns des autres. Ces résultats, il faut le souligner, n'alimentent pas l'hypothèse d'une homogénéisation culturelle de la société française, car les goûts restent socialement ou régionalement bien différenciés, mais ils affaiblissent considérablement la portée d'un schéma d'explication déterministe dans la diffusion des biens cultu-

¹¹ *Ibid.*, p. 286.

¹² *Ibid.*, p. 286-287.

¹³ « La fin de la diffusion verticale des goûts ? », *op. cit.*

rels. On le sent en lisant le livre de Philippe Besnard, aujourd'hui l'innovation peut surgir n'importe où, sans nécessairement se diffuser à l'ensemble. On ne peut s'empêcher de mettre ses résultats en rapport avec ceux concernant la diffusion d'autres biens culturels, ceux sur lesquels se penchent habituellement les sociologues de la culture. Dans l'accès à ce qu'on appelle parfois la « culture légitime », la démocratisation semble marquer le pas. Olivier Donnat le remarquait en commentant les chiffres issus des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français¹⁴. D'autres travaux s'interrogent sur la force et permanence des mécanismes de transmission intergénérationnelle en matière culturelle¹⁵. Les différences culturelles entre générations semblent se renforcer et là aussi, les canaux de la transmission culturelle se tarissent. Faut-il alors continuer de raisonner en termes de hiérarchie d'accès aux biens culturels fondée sur l'inégale répartition des atouts sociaux de départ, si les acteurs, qu'on les définisse par leur appartenance régionale, leur classe sociale ou leur génération, ne montrent plus aucune « bonne volonté culturelle »¹⁶?

Le pari éditorial du livre de Philippe Besnard et Guy Desplanques repose bien sur l'hypothèse de cette liberté nouvelle des acteurs qu'ils veulent encourager en donnant à tous les parents les mêmes atouts en matière d'information pour choisir un prénom et en leur permettant, ainsi informés, de pouvoir en toute connaissance de cause « jouer avec la mode »¹⁷.

Groupe d'étude des méthodes de l'analyse sociologique (GEMAS)
Maison des sciences de l'homme, Paris
ogalland@msh-paris.fr

¹⁴ Olivier Donnat, « L'évolution des pratiques culturelles », *Données Sociales 2002-2003*, INSEE, 2002, p. 581-586.

¹⁵ Olivier Galland, *Individualisation des mœurs et choix culturels*, dans O. Donnat et P. Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences-Po, 2003, p. 87-100.

¹⁶ Dans *la Distinction* (éditions de Minuit, 1979), Pierre Bourdieu définissait le goût « petit-bourgeois » par la « bonne volonté culturelle », c'est-à-dire la volonté d'accéder aux signes extérieurs de la légitimité culturelle, mais en vivant un écart infranchissable entre cette volonté de reconnaissance et la connaissance nécessaire à une véritable introduction à la culture légitime.

¹⁷ *La cote des prénoms en 2004*, Paris, Balland, 2003, p. 12.