

Sommaire

<u>1. INTRODUCTION</u>	<u>3</u>
<u>2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE.....</u>	<u>7</u>
<u>2.1. Objectifs généraux de l'enquête</u>	<u>7</u>
<u>2.2. Objectifs spécifiques de l'enquête</u>	<u>8</u>
<u>3. MÉTHODOLOGIE.....</u>	<u>9</u>
<u>3.1. Conditions de réalisation de l'enquête de terrain.....</u>	<u>9</u>
<u>3.2. Les présupposés de l'enquête méthodologique.....</u>	<u>10</u>
<u>3.3. La composition de l'échantillon : le « recrutement ».....</u>	<u>11</u>
<u>3.4. L'enquête de terrain</u>	<u>12</u>
<u>4. PENSER LA MIDDLE CLASS.....</u>	<u>17</u>
<u>4.1. Pistes de recherche sur la caractérisation de la Middle Class angolaise à Luanda</u>	<u>17</u>
<u>4.2. La Lower Middle Class de Luanda : Caractéristiques des familles interviewées</u>	<u>23</u>
<u>4.3. Se penser en tant que classe moyenne : un dilemme identitaire entre réalité et imaginaire</u>	<u>30</u>
<u>4.4. Les deux profils sociologiques-types que se dégagent :</u>	<u>31</u>
<u>5. RAPPORT À L'ALIMENTATION : PRATIQUES ALIMENTAIRES DES FAMILLES INTERVIEWÉS.....</u>	<u>32</u>
<u>5.1. Une routine qui contraint à une redéfinition des rôles familiaux.....</u>	<u>32</u>
<u>5.2. La gymnastique des courses.....</u>	<u>36</u>
<u>5.3. L'alimentation au quotidien : décalage entre ce qu'ils veulent faire, ce qu'ils disent qu'ils font, et ce qu'ils font vraiment.....</u>	<u>40</u>
<u>6. LES JEUX D'INFLUENCE.....</u>	<u>42</u>
<u>6 .1. Des parents influencés par la culture étrangère, par la télé et par leur passé ..</u>	<u>42</u>
<u>6.2. Des enfants peu influencés par les médias et par leur socialisation en dehors de la maison.....</u>	<u>45</u>
<u>6.3. L'observation participante dans les atl : « ils mangent ce qu'ils veulent »</u>	<u>48</u>
<u>6.5. Jeu d'influences entre parents et enfants</u>	<u>56</u>
<u>7. CONCLUSIONS.....</u>	<u>58</u>