



**HAL**  
open science

# Processus de socialisation et influences intergénérationnelles dans la transmission des pratiques de consommation culturelle

Maud Derbaix, Valérie-Inès de La Ville

## ► To cite this version:

Maud Derbaix, Valérie-Inès de La Ville. Processus de socialisation et influences intergénérationnelles dans la transmission des pratiques de consommation culturelle. *International Journal of Arts Management*, 2021, 23 (3), pp.4-9. halshs-03674384

**HAL Id: halshs-03674384**

**<https://shs.hal.science/halshs-03674384>**

Submitted on 13 Apr 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0  
International License

## Processus de socialisation et influences intergénérationnelles dans la transmission des pratiques de consommation culturelle

**Maud Derbaix**, Professeur associé, Département Marketing, Responsable du Centre d'Expertise Industries Créatives et Culture, Kedge Business School  
[maud.derbaix@kedgebs.com](mailto:maud.derbaix@kedgebs.com)

**Valérie-Inés de La Ville**, Professeur des Universités, Institut d'Administration des Entreprises de Poitiers, Directrice du Centre Européen des Produits de l'Enfant, Laboratoire CEREGE et Maison des Sciences de l'Homme et de la Société (USR CNRS 3565) de l'Université de Poitiers.  
[valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr](mailto:valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr)

La thématique de la socialisation et des influences intergénérationnelles dans la transmission des pratiques de consommation culturelle – choisie pour ce numéro spécial de l'IJAM – appelle une série de travaux dont les fondements épistémologiques et conceptuels sont souvent contrastés. En tant que rédactrices invitées de ce numéro de l'IJAM, nous avons donc eu pour objectif principal de proposer des articles dont les positionnements théoriques et méthodologiques varient, se complètent ou parfois même s'opposent et ce, surtout, afin d'aboutir à un ensemble de contributions qui s'ouvrent vers des perspectives de recherche pertinentes dans le domaine.

Dans le champ du marketing et du comportement du consommateur, relativement peu de travaux ont étudié la formation, le développement et la transmission des goûts et habitudes de consommation culturelle. Ces problématiques sont plus anciennes dans le champ de la sociologie dont les travaux ont mis en lumière la stratification sociale des goûts et des habitudes de consommation culturelle mais sans réellement étudier en profondeur les processus de socialisation du jeune consommateur, le rôle des différents agents de socialisation et d'apprentissage, ou encore les relations entre pratiques culturelles et générations. Le transfert transgénérationnel renvoie aux modalités de transmission, au sein d'une famille, d'informations, de connaissances, de croyances et de ressources (valeurs, habitudes, pratiques mais également biens matériels) d'une génération à la suivante. Une série de travaux plus récents a mis en évidence trois mécanismes de transmission au sein de la famille : l'observation et l'imitation des parents par les enfants, l'influence des parents par le renforcement positif et enfin, l'initiation, démarche active de la part du parent qui cherche à former son enfant.

Néanmoins, considérer les parents ou même la famille comme le principal agent d'influence dans la socialisation culturelle des enfants et des jeunes relèverait d'un certain déni du réel. Les pairs, les institutions culturelles et scolaires, les médias et réseaux sociaux, participent largement à la transmission culturelle. En optant pour des stratégies d'*edutainment*, les institutions culturelles (musées, patrimoine, spectacles vivants, etc.), jouent un rôle actif dans la socialisation culturelle des jeunes générations en leur proposant de nombreux outils interactifs et immersifs - du simple écran tactile aux outils plus complexes de type transmédia - qui leur permettent de s'approprier et de se créer leurs propres expériences culturelles. D'autres institutions tels les conservatoires, les écoles de musique populaire, ou les écoles de théâtre et de danse, au travers du partage et de l'accompagnement dans la pratique, ont fait de la transmission intergénérationnelle leur mission principale.

A la croisée du champ des *child studies*, et des industries culturelles, des voies complémentaires de problématisation ont émergé pour tenter de rendre compte de la façon dont les enfants, sujets

dominés par les normes culturelles que les adultes leur imposent, sont capables d'inventer en partie leurs propres codes culturels et leurs pratiques de consommation culturelle. Ainsi, les musées, bibliothèques ou médiathèques dont la mission consiste à rendre accessible la culture au plus grand nombre, conçoivent des produits culturels destinés aux enfants et aux jeunes qui transforme le rapport de ces derniers à la culture et contribue à forger leur identité. Les dispositifs socio-techniques que les enfants et les jeunes s'approprient leur fournissent de nouvelles ressources pour exprimer leur créativité propre et influencer les pratiques culturelles de leurs pairs. Cette socialisation à des pratiques culturelles entre pairs largement portée par les médias de masse permet d'envisager des consommations culturelles conjointes ou collectives qui font sens pour les jeunes et à travers lesquelles ils revendiquent et négocient leur identité générationnelle.

Ce numéro spécial de l'IJAM, à travers ces différents articles, offre un aperçu de recherches récentes et originales menées sur cette thématique de la transmission des pratiques culturelles et des divers facteurs, agents ou encore méthodes favorisant cette transmission.

Le premier article intitulé **“Socialization of Cultural Consumers in the Family: A Synthesis of 50 Years of Marketing Research”**, co-écrit par André Courchesne, Alain d'Astous et François Colbert, propose une recension synthétique de 50 ans de recherches visant à analyser les ressorts de la transmission culturelle au sein des familles. Ce texte introductif est précieux pour tout lecteur qui souhaite comprendre les fondements interdisciplinaires des débats qui animent la communauté scientifique à propos de la transmission culturelle. En effet, la thématique de la socialisation et de la transmission culturelle mobilise des chercheurs de différentes disciplines – sociologie – psychologie, pédagogie et marketing - engagés dans des échanges nourris ayant permis de dépasser l'idée d'un transfert de capital culturel entre générations. La transmission culturelle gagnerait à être comprise comme un processus dynamique de transformation de l'individu qui suppose de sa part un travail d'appropriation et d'élaboration d'un patrimoine culturel auquel se référer. Les parents, et plus particulièrement les mères, s'investissent dans ce processus de transmission culturelle afin d'initier leurs enfants à des pratiques artistiques. Ainsi, la transmission des goûts culturels dépend non seulement de facteurs sociaux et de l'implication des parents, mais aussi des capacités d'exploration des enfants et des émotions qu'ils ressentent au cours des pratiques culturelles auxquelles ils s'adonnent. Les auteurs plaident pour une approche plus intégrée de la transmission culturelle qui prenne en compte à la fois les routines culturelles de la famille, la motivation des parents à accompagner leur enfant dans une pratique culturelle ainsi que les événements déclencheurs du processus de transmission culturelle.

Dans le deuxième article, **“Kids, Today We're Going to the Museum! Discriminating Factors in Museum Visiting for Families with Children in Italy”**, Paola Borrione, Martha Friel et Giovanna Segre cherchent à déterminer les facteurs qui conduisent des familles italiennes à aller au musée à travers une enquête de terrain menée en 2018 lors de la journée nationale des familles au musée auprès de 50 musées et près de 800 répondants accompagnant des enfants de 4 à 12 ans. Cette recherche discrimine les caractéristiques de l'offre muséale qui sont prises en compte, d'une part, par les familles les moins enclines à visiter des musées, et d'autre part, par les familles fréquentant les musées de façon régulière. Un personnel compétent, des parcours de visite conçus spécialement pour les enfants et la proposition d'activités éducatives adaptées aux enfants ressortent comme les dimensions clés que les parents valorisent pour décider d'aller au musée avec leurs enfants. Cette enquête démontre également que les familles dont les enfants bénéficient de visites scolaires régulières au musée sont celles qui viennent le plus fréquemment au musée afin de procurer des occasions d'apprentissage à leurs enfants. Toutefois, les familles visitant occasionnellement des musées s'intéressent davantage aux services connexes (cafétéria, etc.) et aux dispositifs interactifs présents dans le musée qu'à la

thématique même de l'exposition car elles souhaitent vivre un moment de plaisir et de divertissement familial. Les autrices recommandent que le personnel des musées soit formé et sensibilisé pour répondre à ces deux types de visites familiales et que la politique de communication des musées intègre également ces motivations contrastées des familles italiennes pour accompagner leurs enfants au musée.

Le troisième article de ce numéro, co-écrit par Valérie-Inés de la Ville, Cristina Badulescu et Charles-Alexandre Delestage, s'intéresse également à l'accueil des familles au musée et s'intitule **"Welcoming Families to the Museum: Reconsidering Cultural Mediations for Parent-Child Autonomous Visits."** Les auteurs font le constat que la plupart des musées locaux français sont confrontés à une situation contrastée : les visites scolaires connaissent un grand succès et bénéficient de commentaires appréciatifs, alors que les visites familiales de loisirs autonomes sont décevantes et nuisent parfois à la réputation des musées. Ainsi, l'accueil des familles pour une visite de musée de loisirs doit prendre en compte deux contraintes : d'une part, l'impossibilité de proposer une visite guidée à chaque famille, faute de personnel et de moyens financiers, et d'autre part, la nécessité de concevoir des parcours de visite interactifs innovants pour permettre à la famille d'effectuer la visite du musée en autonomie. Les auteurs rendent compte en détail du processus de recherche-action qu'ils ont mené en interaction avec le Musée du papier d'Angoulême visant à concevoir une visite de loisir autonome pour les familles avec des préadolescents âgés de 8 à 12 ans. Une approche constructiviste soulignant le rôle des parents a été utilisée afin de concevoir et mettre en œuvre un parcours interactif de visite familiale comprenant deux applications mobiles interconnectées. Il ressort de cette recherche-action d'une durée de deux ans que le rôle du parent et les dispositifs de médiation numérique doivent être soigneusement appréhendés pour nourrir la motivation de l'enfant et faciliter sa compréhension de l'exposition proposée. En outre, le parcours de visite conjointe parent-enfant doit offrir de multiples opportunités de *faire famille*, c'est-à-dire offrir à la dyade enfant/parent une visite ouverte à de multiples interprétations, susceptible de nourrir la créativité parentale et la possibilité d'explorer différents types de liens familiaux.

Dans le quatrième article **"Intergenerational Transmission of Culinary Heritage: An Object-Centred Approach"**, Margaret Josion-Portail aborde la place des objets dans le processus familial de transmission culinaire. Adoptant une approche centrée sur les pratiques qui intègre à la fois les objets, les savoir-faire et les significations, elle a mené une recherche originale auprès de 3 générations - grands-parents, parents et enfants – pour comprendre le rôle de différents types d'objets – précieux ou ordinaires – dans la transmission de la culture culinaire. Son analyse des objets qui sous-tendent les pratiques de transmission – carnets de recettes, vaisselle, matériel de cuisine, etc. – la conduit à mettre en lumière six types d'intentions associées à des pratiques de transmission culinaire au sein des familles : (1) tisser un lien affectif, (2) transmettre un capital social, (3) se prolonger symboliquement (ou son parent), (4) exprimer sa créativité, (5) jouer son rôle maternel et (6) transmettre un sentiment régional. Ce travail sur les objets révèle que la réception des pratiques de transmission culinaire est loin d'être uniforme et que des formes de bricolage, de distanciation ou même parfois de résistance à la transmission apparaissent au sein des familles. Cette recherche exploratoire ouvre de nouveaux questionnements liés à la personnalisation des objets culinaires, à la présence de marques dans les pratiques de transmission culinaire et à la dématérialisation des carnets de recettes – sans oublier l'impact des tutoriels culinaires ou des influenceurs culinaires sur la transmission des pratiques familiales.

Le cinquième article, intitulé **"Cultural Representation, Identity, and Socialization: Exploring Critical Approaches for Providing Arts Education for North Korean Refugee Youth"**, ne semble pas - à première vue - parfaitement dans la lignée des précédents. Il l'est pourtant et Hyesun Shin innove en

interrogeant les principes pédagogiques à mettre en œuvre dans un programme d'éducation artistique destiné à accompagner les jeunes réfugiés nord-coréens et à faciliter leur intégration dans la société sud-coréenne. Partant du constat que les jeunes réfugiés Nord-Coréens constituent une minorité marginalisée et faisant l'objet de représentations erronées au sein de la société sud-coréenne, l'auteur retrace la volonté des services publics de développer des programmes d'éducation artistique – en dehors du cadre scolaire – dans le but d'aider les jeunes réfugiés à résoudre leurs tensions identitaires et à surmonter différentes barrières linguistiques afin de trouver leurs propres voies d'intégration dans la société sud-coréenne. Les principes de la recherche action participative qui placent les étudiants et les enseignants sur un même pied d'égalité pour explorer ensemble des formes artistiques variées ouvre un espace libérateur facilitant l'expression de soi, la créativité et l'échange avec autrui. Cette pédagogie prend en compte la situation identitaire transitoire dans laquelle se trouvent les jeunes réfugiés et sous-tend l'élaboration progressive d'une nouvelle projection identitaire émancipatrice.

Le dernier article de ce numéro special, écrit par Maud Derbaix s'intitule "**Rock School Barbey: Music Transmission Through Informal Learning and Community of Practice**". Dans ce *company profile*, l'auteur s'intéresse au positionnement de la Rock School Barbey – salle de concert connue et reconnue à Bordeaux – au travers de ses méthodes pédagogiques de transmission musicale. Au-delà de sa mission de diffusion, la Rock School Barbey propose des cours de musique organisés selon les principes de l'apprentissage informel et des communautés de pratique. Se basant sur des données secondaires et des conversations stratégiques avec son directeur et des professeurs de l'école, il en ressort que la Rock School – tant au niveau de sa mission de diffusion que de transmission – a acquis grâce à son approche pédagogique un positionnement innovant et authentique et ce, notamment, par rapport aux grands acteurs qui dominent le marché de la musique live. Aussi, en développant des communautés de pratiques allant de l'apprentissage collectif jusqu'à la représentation sur scène en groupe, la Rock School propose un projet culturel et artistique unique qui a une résonance sociale dans le secteur de la musique. Le modèle « Rock School » est aujourd'hui adopté par diverses institutions culturelles dans le monde.

Nous espérons que les articles présentés alimenteront la réflexion et permettront de faire avancer débats et discussions sur ces questions relatives à la transmission des pratiques culturelles. Comme en atteste la richesse de ces articles – leurs fondements conceptuels et leurs méthodologies diversifiés – il est certain que cette thématique offre de nombreuses perspectives de recherche pour le futur. En tant que rédactrices invitées de ce numéro spécial de l'IJAM, nous tenons à remercier toutes les auteurs qui ont soumis des articles, les évaluateurs pour leurs commentaires constructifs et leur travail rigoureux ainsi que l'équipe d'IJAM pour son soutien attentif.

## Socialization Processes and Intergenerational Influences in the Transmission of Cultural Consumption Practices

### Guest Editors:

**Maud Derbaix**, Associate Professor of Marketing, Head of the Expertise Centre Creative Industries & Culture, Kedge Business School  
[maud.derbaix@kedgebs.com](mailto:maud.derbaix@kedgebs.com)

**Valérie-Inés de La Ville, Professor**, Institut d'Administration des Entreprises de Poitiers; Director, Centre européen des produits de l'enfant (European Centre for Children's Products), Laboratory CEREGE and MSHS - University of Poitiers.  
[valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr](mailto:valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr)

The subject of socialization and intergenerational influences in the transmission of cultural consumption practices - chosen for this special issue of IJAM - calls for a series of works whose epistemological and conceptual foundations are often contrasted. As guest editors of this issue of IJAM, our main objective was therefore to select and propose articles whose theoretical and methodological positions vary, complement one another or sometimes even oppose each other, with the aim of editing a set of contributions that lead to relevant research avenues in this domain.

In the field of marketing and consumer behavior, relatively few works have studied the formation, development and transmission of cultural consumption tastes and habits. These issues are older in the field of sociology, whose work has highlighted the social stratification of tastes and cultural consumption habits, but without really studying in depth the processes of socialization of the young consumer, the role of the different agents of socialization and learning, or the relationships between cultural practices and generations. Transgenerational transfer refers to the ways in which information, knowledge, beliefs and resources (values, habits, practices but also material goods) are passed on from one generation to the next within a family. Recent studies have underlined three transmission mechanisms within the family: observation and imitation of parents by children, influence of parents through positive reinforcement and, finally, initiation, an active approach on the part of the parent who seeks to train his or her child.

Nevertheless, to consider parents or even the family as the main agent of influence in the cultural socialization of children and young people would lead to deny reality. Peers, cultural and educational institutions, the media and social networks play also a key role in cultural transmission. By opting for *edutainment* strategies, cultural institutions (museums, heritage, live performances, etc.) are active in the cultural socialization of the younger generations by offering them numerous interactive and immersive tools - from simple touch screens to more complex transmedia tools - which allow them to appropriate and create their own cultural experiences. Other institutions, such as conservatories, popular music schools, or theatre and dance schools, have made intergenerational transmission their main mission through sharing and accompanying on practice.

At the crossroads of the field of child studies and cultural industries, complementary questions have emerged to try to take into account the way in which children, subjects dominated by the cultural norms imposed on them by adults, are able of inventing their own cultural codes and partly their cultural consumption practices. Thus, museums, libraries or media libraries, whose mission is to make culture accessible to as many people as possible, design cultural products for children and young people that transform their relationship to culture and help them to build their identity. The socio-

technical devices that children and young people appropriate provide them with new resources to express their own creativity and influence the cultural practices of their peers. This socialization to cultural practices among peers, largely supported by the mass media, makes it possible to imagine joint or collective cultural consumption that is meaningful for young people and through which they claim and negotiate their generational identity.

This special issue of IJAM, through its various articles, offers an overview of recent and original research conducted on this theme of the transmission of cultural practices and the various factors, agents or methods facilitating this transmission.

The first article entitled "**Socialization of Cultural Consumers in the Family: A Synthesis of 50 Years of Marketing Research**", co-authored by André Courchesne, Alain d'Astous and François Colbert, offers a synthetic review of 50 years of research aimed at analyzing the forces of cultural transmission within families. This introductory text is invaluable for any reader who wishes to understand the interdisciplinary foundations of the debates that drive the scientific community about cultural transmission. Indeed, the theme of socialization and cultural transmission mobilizes researchers from different disciplines – mainly sociology, psychology, pedagogy and marketing - who are engaged in lively exchanges that have made it possible to go beyond the idea of a simple transfer of cultural capital between generations. Cultural transmission should be understood as a dynamic process of transformation of the individual, which presupposes that he or she appropriates and develops a cultural heritage that he or she can refer to. Parents, and more particularly mothers, are involved in this process of cultural transmission in order to introduce their children to artistic practices. Thus, the transmission of cultural tastes depends not only on social factors and on parental involvement, but also on children's capacities for exploration and the emotions experienced during the cultural practices they engage in. The authors argue for a more integrated approach to cultural transmission that considers both the family's cultural routines, the parents' motivation to accompany their child in a cultural practice and the events that trigger the process of cultural transmission.

In the second article, "**Kids, Today We're Going to the Museum! Discriminating Factors in Museum Visiting for Families with Children in Italy**", Paola Borrione, Martha Friel and Giovanna Segre seek to discover the factors that lead Italian families to go to the museum through a field survey conducted in 2018 during the National Day of Families at the Museum among 50 museums and nearly 800 respondents with their children aged 4 to 12. This research discriminates between the characteristics of the museum offer that are taken into account, on the one hand, by the families least inclined to visit museums, and on the other hand, by the families who visit museums on a regular basis. Competent staff, especially designed tours for children, and educational activities adapted to children are the key dimensions that parents value when deciding to go to the museum with their children. The survey also shows that families whose children have regular school visits to the museum are the ones who come most frequently to the museum to provide learning opportunities for their children. However, families who visit museums occasionally are more interested in the peripheral services (cafeteria, etc.) and interactive features of the museum than in the theme of the exhibition itself, as they want to experience a moment of fun and family entertainment. The authors recommend that museum staff should be trained and made aware of these two types of family visits and that museum communication policies should also take into consideration these contrasting motivations of Italian families going to the museum with their children.

The third article in this issue, co-authored by Valérie-Inés de la Ville, Cristina Badulescu and Charles-Alexandre Delestage, also focuses on welcoming families to the museum and is entitled "**Welcoming Families to the Museum: Reconsidering Cultural Mediations for Parent-Child Autonomous Visits.**" The authors stress that most local French museums face two clearly contrasted situations: school visits

are very successful and receive positive comments, while autonomous leisure family visits are disappointing and sometimes damage the reputation of museums. Thus, the reception of families for a leisure museum visit must weigh up two constraints: on the one hand, the impossibility of offering a guided tour to each family, due to a lack of personnel and financial means, and on the other hand, the need to design innovative interactive tour routes to enable the family to visit the museum autonomously. The authors give a detailed description of the action research process they carried out in interaction with the Musée du papier d'Angoulême to design an autonomous leisure visit for families with pre-adolescents aged 8 to 12 years. A constructivist approach emphasizing the role of parents was used to design and implement an interactive family visit including two interconnected mobile applications. This two-year action research showed that the role of the parent and the digital mediation devices must be carefully considered in order to nurture the child's motivation and facilitate his or her understanding of the proposed exhibition. In addition, the joint parent-child visit must offer multiple opportunities to "*make family*", i.e. to offer the child/parent dyad a visit open to multiple interpretations, likely to nourish parental creativity and the possibility of exploring different types of family ties.

In the fourth article, "**Intergenerational Transmission of Culinary Heritage: An Object-Centred Approach**", Margaret Josion-Portail addresses the place of objects in the family process of culinary transmission. Adopting a practice-centered approach that integrates objects, skills and meanings, she has conducted original research with three generations - grandparents, parents and children - to understand the role of different types of objects - precious or ordinary - in the transmission of culinary culture. Her analysis of the objects underlying transmission practices - recipe books, crockery, cooking equipment, etc. - leads her to highlight six types of intentions associated with culinary transmission practices within families: (1) weaving an emotional bond, (2) transmitting social capital, (3) symbolically extending oneself (or one's parent), (4) expressing one's creativity, (5) playing one's maternal role and (6) transmitting a regional feeling. This work on objects also reveals that the reception of culinary transmission practices is far from uniform and that forms of tinkering, distancing or even sometimes resistance to transmission appear within families. This exploratory research opens up new questions related to the personalization of culinary objects, the presence of brands in culinary transmission practices and the dematerialization of recipe books - not forgetting the impact of food tutorials or food influencers on the transmission of family practices.

The fifth article, entitled "**Cultural Representation, Identity, and Socialization: Exploring Critical Approaches for Providing Arts Education for North Korean Refugee Youth**", does not seem - at first glance - perfectly in the line of the preceding ones. But it is, and Hyesun Shin breaks new ground by examining the pedagogical principles to be implemented in an arts education program designed to support North Korean refugee youth and facilitate their integration into the South Korean society. Starting from the observation that young North Korean refugees represent a marginalized minority and subject to misrepresentation in South Korean society, the author recounts the willingness of public services to develop art education programmes - outside the school framework - with the aim of helping young refugees to resolve their identity tensions and overcome various language barriers in order to find their own ways of integration into the South Korean society. The principles of participatory action research, which place students and teachers on an equal footing to explore a variety of art forms together, opens up a liberating space for self-expression, creativity and exchange with others. This pedagogy is suited to the transitional identity situation in which young refugees find themselves and underlies the gradual development of a new emancipatory identity projection.

The last article in this special issue, written by Maud Derbaix, is entitled "**Rock School Barbey: Music Transmission Through Informal Learning and Community of Practice**". In this company profile paper,



the author looks at the positioning of the Rock School Barbey - a well-known and recognized concert hall in Bordeaux - through its pedagogical methods of music transmission. Beyond its diffusion mission, the Rock School Barbey offers music courses organized according to the principles of informal learning and communities of practice. Based on secondary data and mainly on strategic conversations with the school's director and teachers, it seems clear that the Rock School - both in terms of its diffusion and transmission mission - has acquired an innovative and authentic positioning through its pedagogical approach, particularly with respect to the large players dominating the live music market. In addition, by developing communities of practice ranging from collective learning to live performance, the Rock School offers a unique cultural and artistic project that has a social resonance in the music sector. The Rock School model is now being adopted by various cultural institutions around the world.

We do hope that the articles presented here will provide food for thought and help to advance debate and discussion on these issues of cultural transmission. Their richness emerging from their diverse conceptual foundations and methodologies can serve as a suggestive point of departure for future research. As guest editors of this special issue of IJAM, we would like to thank all the authors who submitted articles, the reviewers for their many constructive comments and their rigorous work, and the IJAM team for its attentive support.