

INTRODUCTION



Si la viticulture et la consommation de vin sont au moins bimillénaires en Europe, l'œnophilie déclarée et pratiquée en tant que loisir, elle, est dans l'air du temps¹.

« On boit de moins en moins de vin et on en parle de plus en plus » et « son histoire est plus que jamais 'culturelle', alors qu'elle devient moins 'sociale' » (Garrier, 1998 [1995] : 9 et 391). Même si les tractations réglementaires actuelles sur la production et la catégorisation des vins, tant au niveau de la Politique agricole commune (PAC) européenne qu'à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sont autant teintées de revendications sociales que culturelles – et, évidemment, juridico-économiques –, c'est bien la consommation de vin qui s'est 'culturalisée'. Elle est accompagnée de son lot de prescripteurs, d'experts, de journalistes, de publications spécialisées, de manuels et de discussions enflammées – ou gênées – autour des tables d'amis.

Le vin est, à la différence d'autres types d'aliments produits par des procédés techniques plus ou moins sophistiqués, un produit duquel de plus en plus de personnes aiment (ou se sentent obligées de) parler au moment où elles s'appêtent à le consommer. Mais qui dit 'parler', dit 'avoir quelque chose à dire', c'est-à-dire 'savoir parler du vin'. Deux cas de figure se présentent alors : soit on peut regarder l'étiquette et les informations qu'elle

1. Ce livre est la version retravaillée de ma thèse de doctorat en sociologie, intitulée « Les pratiques discursives œnophiles entre normativité et appropriation. Contribution à une sociologie des cultures alimentaires », conduite sous la direction d'Emmanuel Pedler à l'école des hautes études en sciences sociales à Marseille, soutenue en 2008.

contient font sens, permettant de saisir la région d'origine du vin et éventuellement de quels cépages il est composé, dont on connaît, hypothétiquement, les traits sensoriels typiques. En goûtant le vin ensuite, on est déjà équipé de plusieurs clés facilitant la prise de parole qualifiante ; soit on ne peut pas regarder l'étiquette (ou bien les données qu'elle énonce sont inconnues) et du coup, les seules informations sur le vin sont à chercher dans le verre lui-même. Encore faut-il être capable de conscientiser ses perceptions et sensations et de les traduire en mots, si l'on veut se prononcer.

Cette technicité perçue – qui peut effectivement s'apprendre et à laquelle on peut s'entraîner –, est la part visible de la formalisation et de l'institutionnalisation de la mise en discours œnophile. Le vin de soif, le 'gros rouge', est passé de mode depuis longtemps, mais le 'petit blanc/rouge' sans façons semble l'être également. D'où la conclusion d'un certain nombre de personnes, interpellées par la question, de s'inscrire dans un cours d'initiation à la dégustation, afin d'y apprendre à goûter le vin (savoir-faire sensoriel) et à en parler (savoir cognitif). Par contre, ce qui est moins visible – mais davantage ressenti –, c'est le caractère normatif qu'ont pris la familiarité et l'aisance œnophile.

Garrier (1998 [1995]) constate ce phénomène d'expertisation² réflexive, aussi croissant que récent. Il résume les mutations ayant marqué la filière du vin lors de la seconde moitié du xx^e siècle sous quatre qualificatifs autour du verbe « boire », indiquant par là un coup de projecteur sur le rôle prépondérant des consommateurs, clients, usagers, buveurs et autres amateurs de vin (qui s'accordent d'ailleurs tous de plus en plus au féminin³) : de nos jours, on boit moins en quantité (le vin quotidien s'effaçant au profit du vin festif),

2. Ce terme indique le processus de développement d'une expertise sur un sujet donné au sens de compétence, savoir-faire, connaissance – mais pas d'estimation, d'évaluation. En effet, « expertise » existe en allemand, anglais et français et a, dans les trois langues, deux significations (cf. www.larousse.fr ; www.linternaute.com ; www.langenscheidt.de) : une d'ordre général, « compétence (d'expert), savoir-faire, connaissance, personne apte à juger de quelque chose » (anglais : *expertise* ; allemand : *Sachkenntnis, Sachverstand*) ; une plus spécifique, « examen de quelque chose en vue de son estimation, de son évaluation, de son authenticité ; rapport d'expertise » (anglais : *valuation* ; allemand : *Gutachten*). En français, c'est ce deuxième sens qui prévaut (cf. en sociologie, Bessy/Chateauraynaud : 1995 ; cf. la norme NF X 50-110, qui réunit les règles applicables à la pratique de l'expertise). Mais en allemand et en anglais, c'est le premier sens qui prévaut. Malgré ces décalages sémantiques, j'utilise 'expertise' en français dans le sens qui lui revient plus fréquemment en anglais et en allemand. La raison en est que cet idiome exprime le mieux le fait que peu à peu, un savoir avec ses règles, ses normes, ses experts, ses prescripteurs, son vocabulaire, son protocole s'est formé autour du vin. Il désigne ainsi le processus qui consiste à rendre une chose, qui allait de soi ou qui était modérément formalisée, progressivement savante et canonisée.

3. Je profite de cette première occurrence épïcène pour noter que, afin de ne pas alourdir le texte, j'emploie le traditionnel masculin englobant les deux genres de façon indistincte.

on boit de meilleurs vins (les accidents techniques ayant quasiment disparu), on boit autrement (les modes étant plus performatives qu'avant) et surtout, dit-il, « on sait mieux boire » (*idem* : 392-393) :

Cela commence par une parfaite connaissance du vin que l'on boit ; savoir lire une étiquette, c'est bien, mais c'est terriblement difficile ; connaître la vigne et le vigneron, c'est encore mieux. Cela se poursuit par une éducation des sens à la dégustation ; elle peut être empirique, mais elle est aussi savante dans des séances, des cours, des voyages, des stages et des livres d'initiation. [...] La dimension culturelle du vin est reconnue et amplement célébrée [...]. (*idem* : 393)

Ce tableau brossé par Garrier montre une tendance générale et simplifiée et, au demeurant, élitiste, que la confrontation empirique viendra relativiser. Mais la question soulevée reste entière : pourquoi y a-t-il tout cet investissement culturel autour du vin, alors même que sa consommation globale est en baisse ?

Afin de l'approcher, je propose une exploration empirique des discours œnophiles canoniques ambiants et des discours et pratiques ordinaires – envisagés comme deux niveaux de la même pratique discursive. Quels sont les rapports qu'ils entretiennent entre eux ? Y a-t-il des tensions entre l'œnophilie analytique (esthétique) et l'œnophilie ordinaire (hédonique) ?

Les cours d'initiation à la dégustation constituent le point de rencontre de ces deux ordres – propice pour analyser leur articulation. Ce format de rencontre ne se fait pas dans la discrétion peu visible du face-à-face individuel mais bien en groupe, ce qui permet d'en saisir les aspects sociaux en train de se faire – et ainsi rendus visibles dans l'acte de leur co-construction. Par ce choix, j'opte pour un compromis heuristique entre des buveurs trop ordinaires pour pouvoir être saisis socio-anthropologiquement par le thème de l'œnophilie⁴ et entre les dits « grands amateurs », sur-compétents, minoritaires (même si emblématiques) et par ailleurs très étudiés (Maisonneuve, Teil & Hennion, 2002 ; Hennion, Maisonneuve & Gomart, 2000 ; Hennion, 2003).

4. Cependant, ce sont eux qui constituent la plus grande partie du marché mondial des vins. Mais, en tant que population à saisir pour des analyses autres que quantitatives ou même qualitatives à méthodologies marketing (cf. les nombreuses études publiées sur le site de l'Onivins : www.onivins.fr), ils présentent deux handicaps majeurs. D'une part, ils sont difficiles à trouver, ne disposant pas de lieux fédérateurs d'une pratique qui est pour eux peu signifiante. D'autre part, si on réussit malgré tout à les rencontrer, la mise en mots de leur relation avec le produit se fait avec beaucoup de difficultés, étant donné qu'elle est peu réflexive et peu investie.

J'interroge la figure de l'œnophile⁵ dans le miroir entre institution normalisée (représentant l'œnophilie analytique) et vie privée (représentant l'œnophilie ordinaire, au sein de la culture domestique). Les recherches sur les pratiques culturelles se focalisent souvent sur des pratiques assimilables à des sorties (comme le théâtre, le cinéma, etc., cf. Donnat, 2003, 1998). Si la pratique culturelle qui m'occupe a bien lieu à l'extérieur, elle n'est pas un but en soi, mais est au service de celle à domicile. Il s'agit en quelque sorte de *la fabrique de la pratique discursive*, qui elle-même se déploie lors de multiples occasions – au restaurant, en voyage – mais surtout à la maison, dans l'entre-soi détendu. Ainsi, l'investissement culturel autour du vin est pisté dans les acceptations différenciées des acteurs pour participer à cette pratique discursive – orientée –, tout en se l'appropriant, par le principe de la « gouvernementalité » (Foucault, 1978) et selon des logiques différenciées, laissant une part de créativité dans un cadre normatif général.

Cadre théorique et plan de l'ouvrage

Les contours du sujet de recherche

La focalisation sur le vin et les pratiques discursives œnophiles

La clé d'entrée empirique dans ce travail de recherche est le vin, soit un ingrédient 'banal' de la culture alimentaire européenne. Je me focalise sur lui parce qu'il se prête à une illustration de ce qui m'intéresse à explorer : d'une part, la normativité⁶ sous-jacente à des pratiques discursives quotidiennes, conjointement valorisées par une expertisation et une esthétisation et, d'autre part, les perceptions qu'en ont les personnes, les significations qu'elles leur attribuent et les modes d'interprétation, d'action et d'appropriation qu'elles en tissent. En un mot, c'est un analyseur excellent pour révéler les façons et les raisons (plurielles, mais pas quelconques) de *devenir connaisseur voire expert* dans un domaine donné, valorisé et par là balisé par une certaine normativité (plus ou moins implicite), par rapport à laquelle il faut se positionner.

Tous les produits alimentaires – nourriture ou boissons – sont à la fois sociaux, culturels, économiques et sensoriels, mais dans le cas du vin, ces

5. Au lieu d'être abordées comme des consommateurs (comme c'est immanquablement le cas dans les études économiques et marketing sur le vin), les personnes sont réhabilitées comme acteurs culturels à part entière dans ma démarche.

6. Dans mon usage, le concept de 'normativité' regroupe la multitude des 'normes sociales' et en spécifie le domaine étudié ici : la 'normativité œnophile'.

traits ont été davantage sublimés. Si l'importance sociale et symbolique de sa consommation publique et/ou ostentatoire est attestée depuis l'Antiquité, la mise en discours – esthétique, savante et normative – de son point nodal entre production et consommation est historiquement récente et, là encore, plus marquée que celle d'autres produits alimentaires transformés. Mais surtout, les pratiques discursives à son sujet sont foisonnantes, polémiques, intéressées, jamais définitives, émanant de sources multiples – et malgré cette profusion, la figure culturelle de l'œnophilie s'est détachée clairement et sa normativité inhérente s'est singularisée.

Au vu de la centralité de la notion de pratiques discursives dans l'ensemble de mon argumentation, j'en donne la définition étendue :

Il s'agit de faire apparaître les pratiques discursives dans leur complexité et dans leur épaisseur ; montrer que parler, c'est faire quelque chose – autre chose qu'exprimer ce qu'on pense, traduire ce qu'on sait, autre chose aussi que faire jouer les structures d'une langue ; montrer qu'ajouter un énoncé à une série préexistante d'énoncés, c'est faire un geste compliqué et coûteux, qui implique des conditions (et pas seulement une situation, un contexte, des motifs) et qui comporte des règles (différentes des règles logiques et linguistiques de construction) ; montrer qu'un changement, dans l'ordre du discours, ne suppose pas des 'idées neuves', un peu d'invention et de créativité, une mentalité autre, mais des transformations d'une pratique [...]. (Foucault, 1969 : 272 ; souligné par moi).

Cet ouvrage est essentiellement construit sur des discours (dans le sens d'énoncés), même si j'ai également observé des pratiques (dans le sens d'actions). Cependant, les pratiques œnophiles corporelles, comportant bien une dose de technicité, sont introverties et teintées de tellement de doutes, chez les personnes amatrices, qu'il a été, sociologiquement parlant, plus fructueux d'approfondir les raisons derrière ces doutes et les manières qu'ont les personnes de s'en accommoder que de détailler leurs gestes et « techniques du corps » (Mauss, 1997 [1950] : 365 ; cf. Warnier, 1999). À propos des pratiques corporelles, tout ce que l'on voit, c'est la manière qu'ont les personnes de tenir leur verre, de le sentir, de le bouger, de faire tourner le vin dans leur bouche. Mais l'essentiel – la formation d'un jugement, les astuces individuelles pour reconnaître le vin ou le relier à d'autres expériences, le ressenti du plaisir, les divagations – est invisible à l'observation et ne peut être reconstruit que *via* une explicitation verbale. Plus généralement, la verbalisation de sensations et de perceptions olfactivo-gustatives est des plus délicates (Candau, 2000, 1996 ; Sutton, 2001 ; Korsmeyer, 2005 ; Corbin, 1982), les cultures occidentales n'ayant pas systématisé l'apprentissage à leur

sujet : c'est justement le vin qui y est devenu pionnier, mais il n'est qu'un stimulus partiel par rapport aux capacités sensorielles humaines. Le résultat culturel fut une discoursivisation⁷ du vin et non pas des capacités et techniques olfactivo-gustatives, contrairement à celle sur l'ouïe et sur la vision, entraînées et cultivées par la musique et les arts visuels.

La piste à creuser fut donc celle de la discoursivisation de l'objet qu'est le vin et, conjointement, des manières individuelles, mais socialement et culturellement balisées, de la confronter et de la vivre.

Afin de signaler que je considère que ces deux phénomènes sont les deux faces d'une même médaille, je les nomme toutes les deux 'pratiques discursives'. Cela vaut à la fois pour ce que disent les personnes interviewées et pour les discours experts ambiants auxquels elles sont confrontées (médias, chargés de cours, cavistes et vigneron, manuels, guides, etc.).

Dans la suite, je fais la distinction entre 'la pratique discursive ambiante' et 'les pratiques discursives ordinaires'. Le pluriel de ces dernières contribue à la figure culturelle d'ensemble qu'est l'œnophilie (qui elle-même est une pratique discursive spécifique parmi tant d'autres, par exemple, la nutrition ou la gastronomie). L'adjectif 'ambiant' signifie le caractère imbriqué et poreux entre le registre collectif et le registre individuel de la même pratique discursive, dont les influences sont réciproques⁸.

Non seulement les différents niveaux de discours s'influencent mutuellement, mais leurs actions et leurs interactions sont *performatives*, c'est-à-dire que les personnes qui les emploient, littéralement, « font quelque chose avec les mots » (Austin, 1970) – mais les mots font également quelque chose avec elles. D'où le recours à la duplicité de la notion foucauldienne de 'pratiques discursives' : les discours structurent les pratiques (discursivité des pratiques) et les pratiques structurent les discours (performativité des discours). Et plus il y a de pratiques discursives ambiantes ou préexistantes, plus les nouveaux énoncés et pratiques (émanant d'individus) doivent se positionner au sein de ce qui a pris les formes d'une certaine normativité. Vu sous cet angle, ce travail est également construit sur des pratiques : pas tant sur les actions en elles-mêmes, mais sur leur performativité de discours.

7. Ce terme indique le processus (dynamique et jamais achevé) de mise en discours, c'est-à-dire la façon dont des énoncés foisonnants et pluriels se sont peu à peu organisés en faisceaux collectifs, reconnaissables et de plus en plus formels, jusqu'à former un canon délimité de savoirs et de normes. La discoursivisation va main dans la main avec l'expertisation (cf. note 2 p. 14).

8. Alors que l'antonymie classique 'ordinaire'/'savant' évoque plutôt une linéarité à sens unique, allant du 'moins' au 'plus'.

Le choix du Luxembourg pour l'enquête de terrain

La pratique discursive en question relève d'une culture internationale et polyvalente, que j'exemplifie par une localisation donnée : le Grand-Duché de Luxembourg. Ce choix a plusieurs raisons.

Le Luxembourg en tant que terrain empirique est relativement peu balisé car la recherche universitaire y est jeune. En même temps, la taille réduite de la population (511 800 habitants, Statec, 2011 : 9) fait que beaucoup de phénomènes sociaux peuvent y être étudiés, de manière réaliste, à l'échelle nationale – ce qui représente un potentiel 'de laboratoire' exceptionnel.

Vu la situation du Luxembourg au carrefour de plusieurs pays européens – et notamment entre les francophones et les germanophones, dont les ressortissants luxembourgeois maîtrisent les langues respectives –, les influences culturelles s'y font sentir de manière toujours métissée. Et ce d'autant plus que des caractéristiques socio-démographiques spécifiques – la population résidente est à 43 % étrangère (Statec, 2011 : 9) – font que la pluralité culturelle est omniprésente au quotidien. Néanmoins, l'ouverture mentale sur les vins des pays voisins est différenciée : parallèle, mais séparée.

En tant que pays producteur de vins dont les implications sont identitaires (Reckinger, 2007a), le Luxembourg est particulièrement actif en termes d'initiatives politiques et économiques en vue d'une amélioration qualitative continue de la production des vins fins et de leur image auprès des consommateurs à un niveau national et international (70 % des vins sont destinés à l'export, la Belgique étant le destinataire principal, suivi de la France⁹). Si l'enseignement de la dégustation (conjointement à la modération) au grand public constitue un enjeu dans tous les pays producteurs de vin (que notamment les professionnels de la filière viti-vinicole appuient), c'est une caractéristique originale qu'au Luxembourg ces cours d'initiation à la dégustation (dénommés 'cours d'œnologie') soient organisés par une institution étatique : le ministère de l'Éducation nationale et de la formation professionnelle (MENFP), gérant, entre autres, la formation tout au long de la vie. Je me suis focalisée exclusivement sur ces cours au format étatique, inédit en Europe, pour des raisons de comparabilité entre eux et de neutralité commerciale, mais également pour des raisons d'accès au terrain d'étude qui est facilité, par rapport à la France, par exemple, où ce type d'initiative culturelle relève d'une pluralité d'acteurs et d'institutions, souvent de durée éphémère et de visibilité réduite (cf. Fernandez, 2004, 2000).

Au niveau des statistiques internationales de consommation, le Luxembourg présente une autre particularité : c'est le pays où la consommation de litres de boissons alcoolisées par habitant est la plus élevée au monde :

9. *De Wënzer. Organ vum Lëtzebuurger Wënzerverband*, septembre 2004, p. 13.

12,6 litres d'alcool pur par habitant et par an en 2003. La même chose vaut, de loin, pour la consommation de vins : 66,1 litres, alors que le second pays sur la liste est la France avec 48,5 litres (Commission for Distilled Spirits, 2005). Il faut noter que ces statistiques font plutôt référence aux litres vendus – ce qui est une nuance importante pour le cas du Luxembourg où le régime de taxation des accises particulièrement bas¹⁰ encourage un phénomène d'achats transfrontaliers de produits dont les accises sont basses par rapport aux pays voisins (comme l'essence, le tabac et les alcools¹¹), amplifié par le flux régulier de 155 366 frontaliers par jour¹² et le pouvoir d'achat généralement élevé. Si, pour cette raison, les chiffres sont immanquablement gonflés, il n'en reste pas moins qu'une solide culture (en termes quantitatifs et qualitatifs) de la bière (101,6 litres¹³) y côtoie celle du vin.

La dernière raison qui m'a poussée à estimer que j'arriverais à rendre compte de la spécificité de ce lieu investigué est ma nationalité luxembourgeoise et mon expérience du quotidien local. Elles m'ont conféré une entrée privilégiée en la matière et un contact aisé avec les personnes rencontrées. Poser le « regard éloigné » (Augé, 1986) sur la culture dont on est le plus familier est un exercice socio-anthropologique primordial et stimulant (cf. Kilani, 1996).

L'inscription (inter)disciplinaire dans les food studies

Ce travail de recherche aurait pu être abordé de multiples façons. Il se situe, très clairement, à un carrefour disciplinaire entre sociologie/anthropologie de la culture, de la consommation, de la culture matérielle et de l'alimentation, ainsi que des recherches sur le quotidien – sans même mentionner l'histoire, l'économie, les sciences politiques, l'agronomie, toutes concernées par le vin et/ou l'alcool.

À y regarder de près, il est impossible de trancher nettement entre tous ces domaines¹⁴ : la consommation générale contient la consommation

-
10. Le taux des accises est nul sur les vins tranquilles. La TVA sur les vins tranquilles est de 12 % (et de 15 % sur les autres produits) – soit l'occurrence la moins chère en Europe (Commission for Distilled Spirits, 2005).
 11. Le 'tourisme de station-essence' (ma traduction de *Tanktourismus*), qui existe sur les grands axes routiers de nombreuses régions frontalières, est particulièrement marqué au Luxembourg, dû au décalage important dans la taxation.
 12. Cf. www.statistiques.public.lu, page consultée le 10 janvier 2011 (chiffres au 30 juin 2011).
 13. La bière est la seule boisson alcoolisée 'grand public' où le Luxembourg n'est pas en tête de classement, mais se place au cinquième rang (Commission for Distilled Spirits, 2005).
 14. À cause de ces imbrications mutuelles des phénomènes sociaux et culturels en général, j'estime qu'il vaut mieux éviter une segmentation trop marquée de la sociologie et de l'anthropologie, qui donne l'illusion de courants théoriques distincts, alors qu'on est simplement en présence d'objets d'investigation différents. Ainsi, la distinction

alimentaire (et celle des boissons, alcoolisées ou non) – et toutes les deux sont des pratiques quotidiennes –, tandis que l'alimentation se compose d'éléments qui excèdent la seule consommation (la production et la distribution, notamment). Les activités culturelles incluent généralement la consommation (par exemple, l'achat d'une place de théâtre, mais aussi la consommation d'un spectacle) ; un bien acheté peut également être analysé en tant qu'objet de la culture matérielle, commandant des usages et des significations spécifiques (par exemple, un tire-bouchon). De même, la sortie dans des cours du soir en œnologie (comme celle au restaurant) relève de la pratique culturelle et de la culture alimentaire.

Il reste que l'alimentation peut également être traitée par la sociologie de la consommation – intéressée à analyser le lien social qui se tisse par la consommation. « C'est la 'somme' des objets, des techniques et des services possédés par un ménage qui permet de comprendre le lien entre consommation, appartenance sociale et différenciation sociale » (Desjeux, 1998 : 51). Ma focalisation, au contraire, sur un seul objet de la gamme alimentaire ménagère, appréhendé en public, dans une situation de pratiques culturelles, plaide pour une argumentation en termes de cultures alimentaires plutôt qu'en termes de consommation. Ainsi, la spécificité qu'occupe l'alimentation (et en son sein, le sous-groupe alimentaire des boissons alcoolisées) parmi les objets matériels inscrit ma démarche au sein des *food studies* – qui foisonnent elles-mêmes de théorétisations méso- et macro-sociologiques, dépassant le situationnisme de la prise alimentaire. C'est là que j'ai trouvé le plus d'instruments utiles à ma démarche, mais les autres sous-disciplines mentionnées, tout comme d'autres ordres scalaires et des disciplines avoisinantes, se retrouveront à des degrés et des formes variés dans l'ensemble du texte. Vu que mon approche est micro-sociologique, les différences méthodologiques, notamment, avec l'anthropologie sont ténues.

L'accès à mon objet d'étude s'est ainsi fait par l'alimentation (c'est-à-dire le vin, avec lequel les personnes étudiées interagissent), mais la sociologie des pratiques culturelles est présente dans les développements sur les cours du soir, prestataires de services dans le domaine de l'éducation au goût. La sociologie de la culture matérielle et celle de la consommation le sont dans les descriptions domestiques : la culture matérielle y est analysée pour la place qu'elle occupe à la fois dans la relation avec l'objet en question, dans les relations de soi à soi et dans les relations avec les autres personnes 'réunies' par le vin ; de

disciplinaire entre alimentation et boissons (surtout alcoolisées) faite par certains auteurs (Demossier, 2010 ; Wilson, 2005 ; De Garine, 2001 ; Douglas, 1987 ; Heath, 1987) me semble essentialiser l'objet considéré au lieu d'en penser les imbrications et similitudes avec d'autres analyseurs de subjectivations et d'intersubjectivités.

même, la consommation y est vue au sens large allant des décisions d'achats aux productions domestiques. Pour exprimer quelque peu ce mélange de sous-genres pertinents, je parle, pour cette recherche, de façon spécifique, de 'sociologie des cultures alimentaires' et, de façon générale, de *food studies*.

Le fil de l'argumentation

Le cadre théorique général cerne les interactions qui ont lieu entre une institution (la politique culturelle prévoyant des cours d'œnologie), un objet (le vin) et des individus (les personnes intéressées, inscrites dans les cours d'œnologie). Ce qui fait le lien entre ces entités, ce sont les pratiques discursives qui y circulent, y sont façonnées, normalisées et appropriées. Certains types d'usages de ces pratiques discursives confèrent un savoir, qui est lui-même une forme de pouvoir (sur soi et sur les autres).

L'œnophilie – malgré sa signification littérale, 'amour du vin', ni plus ni moins – est un phénomène culturel (et de consommation culturelle) investi et composé d'une multitude de couches et de directions d'énoncés, plus ou moins concurrents entre eux, allant des expertises savantes aux discussions privées, en passant par les échanges de conseils pratiques. 'L'amour du vin' excède donc – beaucoup plus nettement que dans le cas d'autres aliments investis de discours (le thé, le café, les fromages, etc. ou même la truffe ou le caviar) – l'affectivité et la pratique immédiate, pour devenir une forme esthétisée, plus ou moins cultivée, du boire conscient et mis en discours, bref, une pratique discursive.

Les trois parties de cet ouvrage prennent cette pratique discursive sous la loupe par différents angles : la première partie se focalise sur la normativité œnophile ambiante, la deuxième sur ses interactions avec les appropriations individuelles et la troisième sur les actualisations concrètes des appropriations vécues. S'il y a bien une progression logique entre ces parties, elles peuvent également être lues indépendamment les unes des autres, selon les intérêts des lecteurs.

Première partie : rationalisation, gouvernementalité et normativité des pratiques discursives

Afin de répondre à la question 'pourquoi et comment le vin est-il devenu un objet de normalisation ?', le premier chapitre intitulé « Rationalisation, contrainte intérieure et gouvernementalité » est dédié à la formalisation (historique) et à l'actualisation (institutionnelle) de l'œnophilie. Il explore d'abord le contexte général d'une esthétisation des goûts et des odeurs alimentaires – toile de fond à partir de laquelle la pratique discursive de

l'œnophilie actuelle s'est cristallisée, en tant qu'attitude esthétique rationalisée, postulant que l'objet mérite une attention spécifique pour enrichir le soi. La section suivante se penche sur les forces concrètes à l'œuvre dans les « processus de rationalisation » pour le cas du vin (au Luxembourg). En me référant à Weber (MWG I/17 ; MWG I/19 ; MWG I/22-1 ; MWG I/22-2), j'en retiens trois : 'législateur et contrôle', 'science et justification', 'médias et diffusion'. C'est l'imbrication de ces vecteurs – étatique, scientifique et médiatique –, qui a engendré la figure culturelle de l'œnophilie, une pratique discursive normative qui participe, en boucle, à amplifier la réflexivité alimentaire. Mais ces évolutions collectives se miroitent et s'ancrent dans des évolutions individuelles, détaillées dans la troisième section de ce chapitre. La « gouvernementalité » (Foucault, 1978), une forme particulièrement performative d'« intériorisation des contraintes » (Elias, 2001 [1939]), a augmenté la résonance de la normativité œnophile : il s'agit de directives implicites sur les conduites désirables à favoriser chez soi comme chez autrui. Seule la forme œnophile du plaisir vineux – avec son savoir associé, le pouvoir potentiel que sa maîtrise recèle et son action avérée sur l'organisme – se prête à ce type de subjectivation contemporaine.

Le second chapitre, « Les normalisations d'une institution vineuse », procède, à un niveau d'analyse par trois cas individuels, à saisir la teneur concrète de la normativité œnophile dans une institution étatique prestataire d'« éducation au goût ». La première section de ce chapitre se penche sur la politique culturelle au Luxembourg, ayant inclus, dans ses programmes de formation tout au long de la vie, des cours d'œnologie – sans qu'ils ne soient intégrés directement à des campagnes d'éducation au goût ou à la santé. Les questions 'comment les chargés de cours donnent-ils vie à cette institution d'apprentissage du vin ?' et 'qu'est-ce que les cours d'œnologie instituent ?' sont traitées dans la seconde section, à partir des élaborations didactiques des trois œnologues chargés des cours du soir. On y voit que la normativité œnophile est clairement dessinée – elle se construit autour de trois piliers didactiques : autonomie de la personne dégustatrice, posture culturelle de la pratique, primat des vins dits de terroir –, mais que sa performativité est plus nuancée (ne serait-ce qu'en fonction des priorités méthodologiques et positionnelles de chaque œnologue), car plus complexe.

Deuxième partie : motivations et appropriations de la normativité des cours d'œnologie

Cette partie est introduite par une brève présentation de la composition socio-économique et démographique de la population ayant participé aux cours du soir en œnologie et de ses attitudes envers cette institution. 'Quelles sont les attentes (de formation ou autres) adressées au cours ?' est la question

qui a guidé la rédaction du premier chapitre, « Les attentes des publics envers les cours ». En adaptant le modèle des « motivations à la formation » de Carré (2001c), je montre que les motivations des publics diffèrent des intentions des chargés de cours (axées sur les produits et leur élucidation sensorielle). Les motivations les plus saillantes, de la part des publics, sont ‘opératoires’, avec un objectif de capitalisations diverses, se rapportant cependant toujours à soi. Elles sont suivies par des motivations ‘épiciennes’, axées sur les plaisirs de la sociabilité en situation, tandis que le concept didactique de la part des chargés de cours est épistémique. Ainsi, les amateurs s’intéressent davantage à la participation individuelle et hédonique à une « culture du comportement », certes normée, qu’à l’acquisition de son pendant cognitif, la *Bildung*¹⁵ au sens scolaire (Schwanitz, 2002).

Si le premier chapitre se focalise sur les intentions par rapport aux cours, le second chapitre, intitulé « Deux modes d’appropriation de la normativité œnophile », analyse les bilans que les personnes en ont faits. Face à la question ‘quels sont les types de personnes à qui la normativité œnophile parle ou ne parle pas et pourquoi ?’, je décline un mode d’appropriation positif et son corollaire négatif pour pointer l’usage actif et différencié que les personnes rencontrées font de dispositions (Bourdieu, 2000 [1972] ; 1980) et de tactiques (De Certeau, 1990 [1980] ; Fiske, 1993 ; Foucault, 1975) spécifiques, en relation avec le contenu des cours. On voit que les appropriations positives ou négatives à la normativité œnophile sont d’ordres différents : stimulation idéelle (composée de deux dispositions et d’une tactique) ou refus moral (composé de trois tactiques et d’une disposition). Ni l’activation de dispositions ni le recours à des tactiques ne sont d’emblée garants d’une appropriation aisée. Une constante est cependant que si les personnes ont des dispositions préexistantes adaptées (‘cérébrales’ ou ‘affectives’), elles y ont recours plus directement, en tant qu’outils éprouvés ‘prêts-à-l’emploi’, que dans le cas de personnes qui mobilisent des tactiques individuelles (même si façonnées collectivement), en se situant davantage sur le registre d’une distance critique minimale.

Troisième partie : logiques d’action, subjectivation et appropriation des pratiques discursives

Les chapitres de la deuxième partie analysent le frottement (enrichissant ou conflictuel) entre les pratiques discursives œnophiles institutionnelles, concrétisées par le cours d’œnologie, et les attentes ou appropriations des personnes amatrices. La troisième partie inverse la vision pour se concentrer sur les actions domestiques des personnes amatrices, c’est-à-dire les pratiques

15. Ce terme sera défini dans le texte p. 89, p. 165-166 et p. 170-172, ainsi qu’à la note 5 p. 166 et à la note 7 p. 172.

discursives œnophiles ordinaires, autour de la matérialité du vin. Si le rapport aux pratiques discursives œnophiles canoniques y est également présent, il l'est de manière nettement moins frontale – ce qui permet, du coup, un déploiement de 'logiques d'action' (cf. Dubet, 1994) plus diversifiées.

Les questions générales poursuivies dans cette partie sont : 'qu'est-ce que l'œnophilie signifie pour les personnes et comment la pratiquent-elles ? En quoi cette pratique discursive fait-elle référence à un univers (de discours, de pratiques et de représentations) alternatif ou similaire à celui proposé dans le cours ?'

Dans chacun des trois chapitres composant cette partie, j'approfondis, par ordre décroissant, les types de logiques d'action qui sont tous *relative-ment* autonomes par rapport aux pratiques œnophiles discursives ambiantes, sans en être affranchis.

Le premier chapitre, intitulé « Un centrage sur la vie personnelle », comptant les modalités les plus fondamentales pour les personnes interviewées, est exclusivement bâti sur l'hédonisme : les logiques d'action 'bon vivant' (faisant référence à la bonne chair, à l'ébriété, à la détente, à la sensualité), 'découverte & voyage' et 'achat & collection' sont constituantes de la pratique ordinaire – tout en faisant partie, justement, de la part non-dite, car plus difficilement rationalisable, de la normativité œnophile. Le vin y apparaît comme un médium de subjectivation hédonique utilisé précisément dans ce but et non comme une fin en soi, contrairement à ce qui est fait dans le cours d'œnologie.

Le deuxième type de logiques d'action domestiques, détaillé dans le chapitre suivant, « Un centrage sur le vin », est le seul qui soit réellement en écho avec les pratiques discursives œnophiles canoniques : c'est notamment le cas de la logique 'sensorialité', où l'exploration olfactive et gustative analytique (conforme à celle pratiquée dans le cours d'œnologie) est une part intégrante au plaisir du vin. La logique 'relative indifférence' par rapport au vin et aux pratiques discursives concomitantes ainsi que la logique 'expérience viticole' relèvent d'ordres alternatifs (désengagement ou identité familiale). Là encore, c'est l'appropriation hédonique qui prévaut.

Le troisième chapitre, intitulé « Un centrage sur la vie sociale », met en évidence des logiques d'action escamotées de la normativité œnophile, car, d'une part à connotation trop festive voire relâchée (c'est le cas de la logique 'sociabilité & lien social') et, d'autre part, indigne ou inavouable (c'est le cas de l'instrumentation de l'œnophilie pour signifier une 'réussite sociale' personnelle).

Cette partie met le doigt essentiellement sur des subjectivations hédoniques d'une pratique discursive esthétique. Le prototype en est la logique 'bon vivant', en tant que point de départ sur lequel se surajoutent des orientations différentes, soit mutuellement exclusives, soit cumulables : ainsi, dans

le cadre général des pratiques discursives, des appropriations différenciées et créatives – relativement autonomes, mais comportant une normativité implicite – se développent parallèlement à des (non-)alignements normatifs et institutionnels explicites.

Méthodologie

La méthodologie mise en œuvre répond aux critères qualitatifs, empiriques, compréhensifs et inductifs. L'échelle d'analyse principalement adoptée est micro-sociologique, c'est-à-dire qu'elle appréhende la complexité sociale et culturelle *via* un point de vue spécifique et ainsi relatif (cf. Desjeux, 1998) : celui des interactions, pratiques discursives, usages et arbitrages des personnes rencontrées.

L'objectif de cette recherche n'est pas de produire des résultats descriptifs pondérables et quantifiables, mais bien d'analyser l'épaisseur des pratiques discursives sans catégorisation préalable, pour en distiller les mécanismes sociaux et culturels spécifiques. Je me situe donc dans le courant de la sociologie compréhensive, formalisée par Weber (MWG I/12 ; MWG I/22-3), dans le souci de me centrer sur l'action sociale, tout en prenant en compte le sens subjectif véhiculé par les acteurs analysés. Dans cette posture, la compréhension empathique des relations visibles et moins visibles est une étape préliminaire à l'explicitation des phénomènes sociaux et culturels. Car ce qui m'intéresse dans l'individualité, ce sont les aspects collectifs qui y sont interprétés et actualisés, impliquant à chaque fois de légers décalages (Butler, 1993 ; Deleuze, 1968) qui, en boucle, contribuent à modifier le collectif.

Le matériau de l'enquête ethnographique de plusieurs mois, à la base de ce travail, est traité de manière inductive. Cependant, étant donné que le choix des personnes interviewées s'est fait selon le principe du « theoretical sampling »¹⁶, la dispersion thématique est maîtrisée. Les développements interprétatifs plus larges correspondent résolument à la « grounded theory » (Glaser & Strauss, 1967 : 45), dans la mesure où c'est l'empirie et elle seule qui commande les confrontations théoriques.

16. Le « theoretical sampling » s'oppose au « statistical sampling » (Glaser & Strauss, 1967 : 45), notamment dans la constitution progressive et flexible de l'échantillon, en fonction de l'induction (où les théorisations sont *induites* par l'ensemble des cas particuliers, formant les catégories du matériau empirique) et non pas en fonction de la déduction (où les théorisations sont *déduites* des hypothèses de départ).

Phase qualitative de l'enquête

Entretiens exploratoires avec des experts

L'objectif des entretiens – préliminaires – avec quelques acteurs choisis, auxquels revient un rôle d'expert par leur position professionnelle souvent institutionnelle, est le recueil d'informations 'de terrain', actuelles et non consignées, sur l'état et les dynamiques d'un phénomène culturel donné. Ces professionnels 'de terrain' ont une vision engagée, parfois critique, et ils disposent de ressources documentaires (études, statistiques, rapports de mission, etc.), qui aident à baliser le champ d'investigation et à en explorer les principales caractéristiques socio-culturelles et économiques. Dans les entretiens de ce type, « le cadre contractuel » (Blanchet & Gotman, 1992 : 75) diffère de celui des entretiens compréhensifs, réalisés ultérieurement : il s'agit plus d'une demande unilatérale et ciblée d'informations que d'une coproduction de sens. Dans mon cas, l'entretien réalisé avec le directeur du Service de la formation des adultes (SFA), auprès du ministère de l'Éducation nationale et de la formation professionnelle (MENFP), relève de cette démarche.

Les autres experts rencontrés sont les trois œnologues chargés des cours du soir en œnologie. Étant donnée leur implication – et leur modelage direct – du terrain étudié, les entretiens réalisés avec eux sont néanmoins qualifiables d'entretiens compréhensifs, alors même qu'ils rendent justice à leur statut de spécialistes. Précisément, cela veut dire que ces entretiens visent, tout comme ceux réalisés ultérieurement avec des personnes engagées à titre d'amateur dans la pratique culturelle considérée, à travers « la compréhension de la personne » (de ses motifs et de sa position), « l'explication compréhensive du social » (Kaufmann, 1996 : 23).

Observation participante

Concernant la posture ethnographique de l'observation participante (cf. Arborio & Fournier, 1999 ; Laplantine, 1996) – qui consiste à participer activement aux interactions qui ont lieu, tout en les observant –, mon but était double : d'une part, *via* la fréquentation commune de cours du soir en œnologie, je désirais accéder à des personnes amatrices de vin, (encore) peu investies dans la pratique discursive œnophile, mais ayant fait une démarche active dans cette direction ; d'autre part, je comptais appréhender cette situation interactive elle-même comme une situation sociale signifiante, partie prenante à part entière de ma recherche.

En tout, j'ai participé à cinq cours du soir en œnologie pour adultes, animés par trois œnologues et menés sous l'égide du MENFP. Ces cours s'échelonnaient sur six, huit ou dix séances, qui avaient lieu une fois par semaine

et duraient respectivement deux ou trois heures. Lors de la première séance, j'expliquais brièvement mon travail en public.

La configuration du terrain d'enquête que j'ai retenu a impliqué la pratique de l'observation participante *avant* de faire des entretiens. Cette chronologie m'a permis de sélectionner les personnes à interviewer selon des critères empiriques nuancés : changeant de place à chaque séance des cours du soir, j'ai maximisé mes contacts informels avec les participants et j'ai pu saisir la palette des comportements individuels, celle de la composition sociale et celle des combinaisons sociables. Pour débiter la constitution de l'échantillon, j'ai ciblé les extrêmes de chacune de ces trois modalités – correspondant à des questions de départ (particularité individuelle, position sociale, poids des interactions) –, et je les ai assortis de quelques personnes 'modérées' par rapport à la catégorisation en question. J'ai procédé de cette façon pour l'ensemble des cours du soir que j'ai suivis. Une fois ces 'jalons' explorés pour chaque cours, j'ai élargi et, finalement, complété l'échantillon en fonction de l'ouverture théorique progressive (cf. Glaser & Strauss, 1967).

Expérience de dégustation à l'aveugle (et biais constructifs)

Une fois que j'avais sélectionné un premier lot de personnes à interviewer et que j'avais pris rendez-vous avec l'une d'entre elles, je me rendais à son domicile pour faire l'entretien. En prélude à chaque entretien, j'ouvrais une bouteille de 37,5 cl que j'avais amenée et dans laquelle j'avais transvasé, auparavant, toujours le même vin blanc luxembourgeois. Le bouchon en caoutchouc indiquait que la bouteille n'était pas fermée professionnellement et que le vin était donc destiné à un partage immédiat. Le but de cette expérience n'était pas de vérifier des seuils ni des types de compétences, mais plutôt d'analyser les réactions que cette situation surprenante suscitait. Le vin a été bien plus souvent un référent qu'un signifié, le fait d'en servir lors des entretiens étant un vecteur pour parler d'autre chose – et notamment de soi et de l'effet (dans le double sens d'impression et d'appréciation) qu'a ce produit sur soi.

Cette expérience très riche comporte cependant le biais d'une asymétrie savante, voire d'une violence symbolique de ma part envers les personnes interviewées, pour deux raisons.

D'une part, sans avoir connaissance de mon diplôme d'université en dégustation et analyse sensorielle¹⁷, les personnes m'ont très souvent et

17. Obtenu à l'Université du Vin (Suze-la-Rousse) / Université de Provence (Aix-en-Provence), 2002-2003. Cette formation complémentaire m'a permis d'acquérir une technique professionnelle en termes d'analyse de la qualité vineuse et alimentaire, mais tout autant d'observer *in situ* comment est transmis ce savoir normatif. Cette double posture, typiquement anthropologique, ressemble à celle du « marginal man » (Park,

spontanément prise pour une œnologue, donc une ‘autorité’ savante. Si au début des cours d’œnologie, dans lesquels je rencontrais les personnes interviewées par la suite, les chargés de cours m’ont bien présentée comme « *sociologue faisant une recherche qualitative sur l’intérêt croissant pour le vin* », cela n’a pas eu d’influence sur l’équation univoque : ‘expert sur le vin’ est égal à prescripteur. D’autre part, la dégustation que je proposais a été ressentie très souvent comme une épreuve à passer, malgré mon ton léger (« *on ne peut parler vin sans en boire !* »), qui évitait explicitement l’idée de test. C’est cette expérience qui m’a fait pleinement réaliser l’ampleur normative en matière de vin – dont il est quasiment impossible, dans l’esprit des personnes interviewées, de parler sans positionnement ‘expert’, respectivement sans s’excuser si l’on estime ses capacités comme insuffisantes. Transparaît ainsi la puissance subtile de la normativité œnophile : d’une part, il y a l’obligation ressentie par les interviewés de *dire quelque chose* sur un vin servi ; d’autre part, les personnes estiment que ce qui est dit *doit être qualifié*, c’est-à-dire qu’il y aurait une obligation de ‘réponse correcte’. J’ai tenté d’atténuer cet implicite en relativisant, ce qui a contribué à fixer le baromètre de l’échange moins sur l’étalement de compétences et de savoir-faire que sur le récit d’expérience individuelle.

Entretiens compréhensifs (et refus constructifs)

Afin de garantir un maximum d’ouverture de la discussion et de recueillir les catégories spontanément mobilisées par les personnes interviewées, j’ai opté pour une entrée libre en la matière dans le but d’inciter à la verbalisation d’expériences personnelles. Cette *partie narrative* (récit d’expérience), plus ou moins longue selon le vécu et la faculté de verbalisation des personnes, fut suivie d’une *partie discursive* (entretien compréhensif), se déroulant sur le mode de la discussion cadrée, correspondant à « une modalité très spécifique de la rupture, progressive, en opposition non pas absolue mais relative avec le sens commun, dans un aller-retour permanent entre compréhension, écoute attentive, et prise de distance, analyse critique » (Kaufmann, 1996 : 22).

Pour obtenir, lors des entretiens approfondis, des données certes personnelles mais comparables et sociologiquement dépouillables, j’ai élaboré une grille d’entretien, inspirée de la « méthode des itinéraires » de Desjeux (2002, 1998), destinée à saisir les « prises de décision du consommateur [...] comme un processus collectif dans le temps » (Desjeux, 1998 : 1). Son mérite principal est de montrer la dynamique des régimes d’action possibles et des réflexions autour de la nourriture – accessibles et utilisés de manière (socialement,

1928), marginalisé parce qu’il n’appartient pleinement ni à l’un ni à l’autre univers, mais aussi parce qu’il a l’avantage inquiétant de savoir regarder des deux côtés du miroir.

culturellement) inégale et (situationnellement) différenciée. Elle s'échelonne sur sept étapes (les événements déclencheurs, la mobilité alimentaire, l'approvisionnement, le stockage des courses, la préparation culinaire, la consommation à proprement parler, ainsi que le débarrasage), façon holiste de penser la consommation au-delà du « sens réduit du terme » (Garabuau-Moussaoui, 1999 : 61). Elle est appréhendée plutôt comme un « processus de production sociale (appropriation, usages, gestes, techniques) » (*idem*).

Dans la grille d'entretien que j'ai mise au point transparait le souci d'une prise en compte de l'ensemble des activités liées au vin, même si elle est moins chronologique qu'associative. Les thèmes suivants y ont été abordés selon la dynamique unique à chaque interaction :

GRILLE D'ENTRETIEN UTILISÉE

- L'état général de la pratique actuelle
(habitudes, plaisir, stockage)
- Les modes de relation au vin
(vécu au quotidien, attaches, ressenti, mémoire)
- L'usage de la sensorialité
(techniques, opinions, verbalisation)
- La place et l'utilité personnelle du cours d'œnologie
(motivations, cours, didactique personnelle)
- Les interactions groupales œnophiles
(proches, contacts, interactions)
- Le comportement d'approvisionnement
(réseaux, stratégies, signification)
- Les appropriations personnelles suite au cours
(usages, pratiques, discours).

L'usage de cette grille était souple et son statut relevait davantage de l'aide-mémoire (pour l'enquêtrice) que de la programmation (pour l'entretien). Les données empiriques lui ont profondément imprimé leur marque, de sorte que la grille ne constitue que la structure basique de ramifications parfois inattendues. La problématisation théorique qui s'ensuit rend justice à des regroupements et à des découvertes progressivement mises à nu et ayant enrichi la grille de lecture initiale.

L'idéal sous-tendant ces échanges était un inversement des rôles convenus : la chercheuse apprenait, les interviewés enseignaient (Kilani, 1996). J'ai effectué 28 entretiens, avec 33 personnes en tout, ce qui correspondait au

moment où la « saturation théorique » (*idem* : 61), par rapport aux options théoriques (malgré leur constante évolution), a commandé la clôture de la campagne d'entretiens. En moyenne, les entretiens duraient 114 minutes. Conformément à la composition des publics des cours du soir en œnologie, j'ai rencontré deux tiers d'hommes (21) et un tiers de femmes (12). Dix personnes ont été interviewées à deux.

Ces entretiens réalisés avec des personnes rencontrées en cours n'en cachent pas moins des refus d'entretiens, majoritairement de la part d'hommes. Ils se sont souvent négociés dans un registre brouillé : celui de l'esquive avec un barrage de sexualité. Ainsi, une demande d'entretien s'est vue refusée dans un outrage feint et dramatisé : « ... *mais je suis marié !* ». Similairement, après avoir été présentée au public par le chargé de cours, je lance à un groupe d'amis assis à côté de moi, dont je savais qu'ils venaient de loin : « *alors, pourquoi êtes-vous venus dans ce cours-ci ?* ». Ils me répondent en riant que le lundi est la seule journée de la semaine – hormis « *le vendredi qui est la journée des relations sexuelles* » – où ils n'avaient pas encore d'occasion pour se soûler. Plus sérieusement, ils concèdent qu'ils ont un copain qui leur a conseillé le chargé de cours, avant d'ajouter avec un clin d'œil : « ... *et puis on voulait voir si les femmes sont belles dans le Nord du pays* ». Cet épisode est caractéristique du verrouillage de l'interaction par un refuge derrière deux étendards qui mettent fin à tout dialogue social courtois : l'ivresse et la sexualité, empaquetées dans de l'humour paillard¹⁸.

Cela indique que, pour certains hommes, le vin signifie quelque chose d'« obligé », mais dont ils sont peu sûrs, préférant dévier l'interaction sur un plan où ils se sentent avantagés, tandis que les quelques femmes qui n'ont pas voulu être interviewées ont su dire « *non* » sans façons, n'ayant rien à « démontrer » *via* le vin. Jean-Pierre Albert (1989 : 119) écrit qu'« il n'est plus d'honnête homme qui ne soit un peu œnologue ». Au-delà de l'expression idiomatique, il est vrai que cette attente « normale » va beaucoup moins de soi pour l'« honnête femme », pour qui, au contraire, être œnophile avisée constitue un plus – provoquant un certain étonnement voire parfois l'incrédulité de ses interlocuteurs.

Traitement des entretiens enregistrés

Les lendemains de chaque entretien réalisé, je notais mes observations selon la méthode de la « *thick description* » (Geertz, 1993 [1973]), les premières analyses « à chaud » et ce que je considérais comme étant le cœur significatif

18. Néanmoins, on ne peut s'attendre à ce qu'une enquête sociologique se déroule toujours poliment et sans heurts ; rencontrer des personnes « hostiles » ou à contre-courant peut, justement, s'avérer enrichissant, notamment sur des rapports alternatifs à l'objet étudié.

des pratiques discursives des personnes en question. Ce fut la démarche fondamentale et concrète du « theoretical sampling », soit « [...] the process of data collection for generating theory whereby the analyst jointly collects, codes and analyzes his data and decides what data to collect next and where to find them, in order to develop his theory as it emerges » (Glaser & Strauss, 1967 : 45).

J'ai effectué les entretiens sur cinq mois consécutifs (de mars à juillet 2004) et tous ont été enregistrés. Ils avaient lieu en langue luxembourgeoise et lors de la transcription intégrale, je les ai entièrement traduits en français, tout en m'efforçant de garder le ton et la verve de l'original, dans un souci de justesse et de fidélité. Une fois la campagne d'entretiens clôturée, j'ai procédé à la traduction et à la transcription intégrale des entretiens (800 pages), tout en les découpant par thèmes significatifs, apparaissant dans le flux du matériau – et ne correspondant que partiellement aux catégories initiales de la grille d'entretien, les détaillant, les nuanciant, les excédant ou les combinant différemment. Ces découpages indiquent la structure narrativo-thématique de chaque entretien, soit l'expression personnelle de chaque interviewé sur une toile de fond commune.

L'analyse de ce matériau m'a permis d'approcher mon but : une théorisation micro-sociologique qui s'intéresse aux constructions, formes et constituants sociaux *au sein même* des manifestations les plus individuelles – et qui ne s'arrête pas à la description de la pluralité des expressions individuelles. Si la représentativité (*Repräsentativität* en allemand) est le mode d'extrapolation propre aux méthodes quantitatives, la *Repräsentanz*¹⁹ constitue le cœur de la méthode qualitative, s'intéressant au détail et à l'idiosyncrasie, aux études de cas, et fonctionnant par le mode de la reconstruction : « l'essentiel va être trouvé par l'abstraction – non pas par des généralisations, mais par la transparence subjective²⁰ » (cf. Lamnek, 1993).

Phase quantitative de l'enquête

Afin de disposer d'informations descriptives sur le segment de la population qui participe à la pratique culturelle considérée (en termes tant de l'historique de l'offre de la formation des adultes que de la composition des publics

19. Je n'ai pas connaissance d'un équivalent français de ce terme, dont on comprend qu'il s'agit d'une variation morphologique autour de la racine *Repräsent-*. Elle exprime un régime alternatif de 'représentation' scientifique.

20. Ma traduction de « Das Wesentliche soll abstrahiert werden – nicht durch Verallgemeinerungen, sondern durch subjektive Transparenz » (Katschnig-Fasch, 1999 : 15).

qui les fréquentent), j'ai lancé, en avril 2005, une campagne de questionnaires anonymes postés à l'ensemble des personnes inscrites dans les cours du soir en œnologie de l'année 2003-2004, au nombre total de 183. Parmi celles-ci, 40 % ont retourné le questionnaire.

Les données recueillies sont socio-économiques, ainsi que narratives et situationnelles. Je les ai analysés par des tris croisés, des calculs de pourcentages, des ventilations thématiques, des moyennes et des médianes, dans le but de produire un raisonnement de tendances. Les corrélations qui se sont dessinées ont été parlantes, car « [...] for generating theory we are only looking for general relationships of direction – a positive or negative relation between concepts, and not [...] exact magnitudes of relationships [...] » (Glaser & Strauss, 1967 : 191). Le nombre N se composait de 94 personnes, après redressement des ajouts socio-économiques provenant des entretiens.

Évolution de la problématique de recherche

La problématique s'est affirmée progressivement – de manière typique pour la méthodologie de l'induction et de la *grounded theory* – et sa forme actuelle répond à des critères de justification empirique et épistémologique.

Mon projet de recherche initial était axé sur la consommation culturelle d'un 'objet économique, à la fois produit agro-alimentaire valorisé et bien matériel différencié'. L'accès aux personnes interviewées était conçu en fonction d'une hiérarchisation 'de prestige' des différents points de vente qu'elles fréquentaient : des grandes et moyennes surfaces, en passant par les négociants (franchisés ou indépendants) jusqu'à l'achat à la propriété (caves coopératives et propriétaires-récoltants). Or, cet accès aux 'consommateurs' est peu fructueux, car le lieu d'achat n'influence ni la capacité ni le désir de parler du vin – soit le fait d'avoir un comportement œnophile dont précisément le caractère culturellement construit m'intéressait.

La question de l'accès à des personnes suffisamment engagées dans l'œnophilie pour en produire des discours cohérents, sans pour autant être des « grands amateurs » surinvestis, minoritaires et très étudiés par ailleurs²¹ (Teil & Hennion, 2003 ; Hennion, 2003 ; Hennion, Maisonneuve & Gomart,

21. Notamment Teil (1997, 1999, 2004, 2005) analyse la co-construction du goût, de la qualité et de la compétence, par différents acteurs dans le domaine œnophile. Cependant, la polysémie inhérente à ces termes prête à confusion et favorise une argumentation circulaire : il y a les 'goûts individuels' (dans le double sens de perception et d'inclination), le 'bon goût' social et culturel et le 'goût propre de l'objet goûté' ; 'la qualité' est juridique et, de façon beaucoup moins clairement délimitée, gustative ; sa perception dépend 'des qualités' et des 'compétences' des dégustateurs, elles-mêmes reliées à leurs 'goûts'.

2000), a trouvé sa résolution dans le choix d'un lieu de formation à la dégustation pour 'débutants'. Désireuse de rendre compte de *processus*, moyen d'éviter l'aplatissement empirique, je me suis centrée sur l'apprentissage de l'appropriation du vin, vu comme une des pratiques culturelles structurant un aliment relationnel.

Or, lors de l'analyse des données recueillies dans les entretiens, il est apparu que l'apprentissage était un concept insuffisamment adapté au phénomène culturel en question, dont la forme scolaire (le cours du soir) n'implique pas pour autant uniquement – ni même majoritairement – un rapport de ce type, fût-il interactif. En effet, les participants du cours n'ont pas les mêmes attentes : si certains viennent pour approfondir leurs connaissances, d'autres se contentent du côté convivial. Ce spectre très large se cerne mieux par la notion de « motivation à la formation » (Carré, 2001c). De plus, les pratiques discursives domestiques, dans leur éclectisme, se sont révélées être largement plus signifiantes pour les personnes – sous des modalités réflexives comme hédoniques – qu'un quelconque apprentissage ciblé. En revanche, les contenus des cours ont intensifié une dialectique, plus ou moins conflictuelle, entre la normativité sous-jacente de l'œnophilie et les appropriations individuelles (antérieures et postérieures au cours). D'où mon choix de la notion polyphonique de « pratique discursive » (Foucault, 1969), parlante pour décrire les liens normatifs entre des actions individuelles et des impulsions collectives ou 'ambiantes'.

Le titre finalement retenu – *Parler vin. Entre normes et appropriations* – met un terme à un cheminement qui s'est efforcé d'éviter des écueils successifs. Non que ces dimensions effleurées n'aient aucune pertinence ; simplement, elles tirent l'objet trop dans une direction qui correspond à des théorisations *ex cathedra* plutôt que *grounded*. Le cœur du phénomène culturel considéré ici n'est pas sa dynamique consommatrice, ni sa dynamique gustative, ni sa dynamique éducative (elles en sont de simples constituants), mais bien la dialectique de pratiques discursives alimentaires tendant alternativement du côté normatif et du côté approprié. Poser le problème de cette façon permet de rendre compte de la relation dynamique entre ses constituants sans s'enfermer dans aucun d'entre eux – aussitôt essentialisés lorsqu'on les considère isolément.