Document generated on 07/14/2025 10:29 p.m.

Anthropologie et Sociétés

Reckinger Rachel, 2012, *Parler vin. Entre normes et appropriations*. Rennes, Tours, Presses universitaires de Rennes, Presses universitaires François-Rabelais, 386 p., annexes, bibliogr.

Vincent Fournier

Volume 37, Number 2, 2013

Glocalisation alimentaire
Glocalizing Foodways
Glocalización alimentaria

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1017924ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1017924ar

See table of contents

Publisher(s)

Département d'anthropologie de l'Université Laval

ISSN

0702-8997 (print)
1703-7921 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Fournier, V. (2013). Review of [Reckinger Rachel, 2012, *Parler vin. Entre normes et appropriations*. Rennes, Tours, Presses universitaires de Rennes, Presses universitaires François-Rabelais, 386 p., annexes, bibliogr.] *Anthropologie et Sociétés*, *37*(2), 278–279. https://doi.org/10.7202/1017924ar

Tous droits réservés © Anthropologie et Sociétés, Université Laval, 2013

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Reckinger Rachel, 2012, *Parler vin. Entre normes et appropriations*. Rennes, Tours, Presses universitaires de Rennes, Presses universitaires François-Rabelais, 386 p., annexes, bibliogr. (Vincent Fournier)

Dans ce livre issu d'une thèse de doctorat en sociologie, Rachel Reckinger propose une analyse des personnes participant à des cours d'initiation au vin au Luxembourg, son pays d'origine. C'est un sujet que l'auteure maîtrise bien, puisqu'elle-même possède une formation universitaire en dégustation et analyse sensorielle. Cela dit, la recherche porte principalement sur des amateurs ordinaires de vin, des débutants qui s'y connaissent peu ou pas en matière de vin, et suivent justement des cours sur le vin. L'ouvrage se présente en trois parties qui, comme le souligne l'auteure, peuvent être lues indépendamment.

La première partie traite de l'institutionnalisation des pratiques œnophiles au Luxembourg, entre autres à travers son insertion dans des programmes de formation continue (éducation aux adultes) dispensés par les autorités publiques. L'auteure développe ici son analyse autour du concept de gouvernementalité de Foucault. Le développement, l'institutionnalisation et la diffusion des pratiques œnophiles agiraient de sorte à valoriser les vins de terroir et à dévaloriser les vins industriels afin de protéger la production nationale contre la mondialisation. La deuxième partie analyse les attentes des personnes assistant aux formations en œnologie, ainsi que les manières dont ils s'approprient le contenu des cours. C'est à travers un cadre explicatif issu de la pédagogie et mettant l'accent sur les motivations à la formation que les données de cette deuxième partie sont analysées. C'est également sur la base de ces motivations que sont ensuite évaluées les diverses appropriations positives et négatives. La troisième partie étudie les appropriations des connaissances œnologiques dans le cadre des pratiques privées. Cette partie, qui est la plus ethnographique des trois, est également la moins théorique. L'auteure identifie un certain nombre de « logiques d'action », dont cinq principales (sensorialité ; indifférence ; bon vivant ; découverte et voyage ; achat et collection), pour catégoriser et interpréter les pratiques œnophiles privées. Elle souligne qu'une seule d'entre elles – la « sensorialité » – correspond à la posture présentée dans les cours et conclut à l'autonomie relative des pratiques discursives domestiques.

S'il se réclame explicitement de l'ethnologie, l'ouvrage semble plus proche de la sociologie. L'influence wébérienne est perceptible, par exemple à travers la volonté de l'auteure de rigoureusement catégoriser les diverses postures des amateurs de vin et de rattacher un nombre restreint de types de discours à des réalités sociologiques spécifiques. Ainsi, les personnes et leurs différents discours sur le vin sont décrits en les enchâssant dans des catégories quantifiées, plutôt que d'être présentés – ce que font normalement les anthropologues – comme autant de possibles et de perspectives fluides, issus de bricolages individuels, et élaborés à partir de l'ensemble des significations qui composent la culture du vin.

Au niveau théorique, l'utilisation du concept de Foucault est habile et intéressante, en particulier à travers son application au lieu de formation comme terrain d'enquête, car il constitue un point de rencontre entre différentes dimensions et « pouvoirs » de la société contemporaine, soit le gouvernement (l'État), les secteurs professionnels (le marché) et les amateurs. Il s'agit d'un bel exemple d'application des thèses de Foucault à un cas concret, bien que cette utilisation soulève des questions concernant la démarcation entre le respect de la norme sociale et la gouvernementalité. Malheureusement, l'approche foucaldienne

développée dans la première partie est pratiquement absente des deux autres. Par exemple, les refus d'intégrer la normativité œnophile ne sont pas interprétés comme des formes de résistance et sont plutôt réduits à une mauvaise maîtrise de ses normes.

À l'exception de ce déséquilibre au niveau de la discussion théorique, ce livre reste bien structuré, il s'appuie sur une méthodologie rigoureuse et les analyses sont fines et nuancées. Il fournit des données riches, portant sur des amateurs ordinaires de vin. Il prolonge et enrichit un certain nombre de travaux récents portant sur la culture de la consommation du vin en Europe. Ces données seront pertinentes pour les chercheurs qui travaillent sur les amateurs de différents types d'activités (arts, musiques, voitures, etc.), ainsi que, plus largement, pour tous ceux et celles qui s'intéressent à la culture populaire.

Vincent Fournier
Département de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal, Montréal (Québec), Canada

TUCKER Catherine M., 2011, *Coffee Culture : Local Experiences, Global Connexions*. Londres, New York, Routledge, 160 p., bibliogr., index, illustr. (David Szanto)

La montée de l'attention portée à l'alimentation continue de se développer dans le domaine universitaire et avec celle-ci apparaissent deux tendances majeures dans les publications académiques : des écrits cernant les « systèmes alimentaires » et leurs tentacules à grande échelle, et ceux traitant d'une denrée particulière mais en profondeur, qui mettent en évidence la complexité de la gastronomie (qui constitue une série d'écologies entremêlées) en retraçant ses mouvements, de ses origines de production à travers les marchés, en passant par les bureaux politiques, les points de vente, ou encore les cuisines. *Coffee Culture : Local Experiences, Global Connections* de Catherine M. Tucker appartient à cette dernière catégorie et constitue un examen riche et profond de ce produit qui transforme les environnements internationaux. L'ouvrage implique plusieurs secteurs et disciplines touchant à la production agroalimentaire et démontre efficacement comment le phénomène dit global du café se manifeste de manières diverses à l'échelle locale. Cependant, et probablement à cause du design éditorial de la série intitulée « Anthropology of Stuff » de Routledge, l'impact du livre n'atteint pas pleinement son potentiel.

Au cours de la dernière décennie, le discours sur les études alimentaires incorporait davantage les notions de « réseau » et de « systèmes complexes », reconnaissant la nature multidimensionnelle des relations de production, de distribution, et de consommation. Les fausses dichotomies entre global et local, entre conventionnel et alternatif, et même entre matériel et discursif ont été débattues, et les résultats s'observent dans les virages théoriques dits « culturel », « consommateur », et « performatif » émergeants des divers champs académiques comme ceux de la sociologie rurale, de la philosophie et du design.