

Le poids des contextes et des normes sociales sur la consommation d'alcool

Grégory Lo Monaco,
directeur adjoint du laboratoire Apprentissage,
Didactique, Évaluation, Formation (Adef) UR 4671,
Aix-Marseille université.

L'ESSENTIEL

► **Même si ses usages évoluent, l'alcool reste un pilier de la sociabilité en France, étant un marqueur identitaire et culturel important. Les individus, buveurs ou abstinentes, peuvent subir une certaine pression à consommer. Les représentations sociales, si elles se recomposent au fil du temps, continuent aujourd'hui de structurer les comportements.**

En France, l'alcool reste un fait social central, mais ses normes d'usage se transforment : sur fond de baisse durable de la consommation, on observe une reconfiguration vers des usages plus occasionnels et parfois plus intensifs (voir article p. 10). La sociabilité tend à devenir moins dépendante de l'alcool, sans toutefois l'éliminer (voir article p. 13).

L'alcool est un objet au cœur du social ; et la régulation des significations qui lui sont associées est éminemment culturelle [1]. Les conduites en termes d'alcoolisation sont en effet normées selon la culture, le contexte de consommation, la question identitaire (en termes d'âge, de catégorie sociale d'appartenance, de genre, etc.) [2]. De ce fait, on ne peut pas définir l'alcool de manière univoque et monolithique tant il est porteur de plusieurs facettes. Cela en fait socialement un produit (re)construit : tantôt considéré comme un vecteur de convivialité, tantôt érigé au rang de fléau de nos sociétés, l'alcool fait objet de représentations sociales et demeure un marqueur identitaire et culturel à l'origine de débats et de passions.

Buveur ou non, nul n'échappe au jugement social qui répond à une emprise normative des conduites à adopter à l'égard de l'alcool. Le buveur se verra conseiller une consommation modérée répondant à des critères médicaux spécifiques, voire une interdiction de boire

pour sa santé. Ceux-ci sont probablement d'ailleurs renégociés au regard des habitudes et des pressions à consommer, en relativisant par exemple la quantité par la fréquence de consommation : je bois beaucoup, mais peu souvent.

Un risque de stigmatisation

Le non-buveur, quant à lui, peut subir des pressions à la consommation lorsqu'il partage un moment avec des buveurs dont la consommation d'alcool devient un critère d'appartenance et d'identification sociales à un groupe donné : « *We drink, therefore we are*¹. [3] » C'est ainsi que la consommation d'alcool constitue un marqueur identitaire et les prescriptions en termes de modération ou d'abstinence sont alors vécues comme une menace identitaire. Le poids de la pression externe, incitant à l'abstinence ou à la consommation, fait courir le risque de la stigmatisation, et plus encore celui de l'ostracisme [4 ; 5]. Cette pression produit des effets très inégaux en fonction du genre : dans les travaux conduits par Gausso et al., les garçons décrivent par exemple des pratiques et des univers de consommation dans lesquels ils se sont sentis en position de porte-à-faux et s'y sentent encore, surtout en cas d'abstinence totale.

Traiter de la consommation d'alcool sans considérer la question du contexte aurait donc tendance à extraire un fait de la situation dans laquelle il se déroule. Plusieurs travaux [6] ont montré que la représentation de la consommation d'alcool renvoie au moins à deux figures prototypiques. La première est celle de l'alcoolique, dépendant et consommant isolément, alors que la seconde dénote un rapport festif et convivial, central dans la représentation de l'alcool chez les jeunes. Concrètement, quand un jeune boit seul, il est jugé plus négativement qu'une personne de 50 ans buvant seule. C'est l'inverse dans un contexte de consommation de groupe : le jeune est plus valorisé par ses pairs que la personne de 50 ans ayant le même comportement. Les normes établies dans les groupes de consommateurs et les pratiques associées

sont donc étroitement liées aux contextes de consommation. ■

1. Anglais : « Nous buvons donc nous sommes. »

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- [1] Lo Monaco G., Bonetto E. Social representations and culture in food studies. *Food Research International*, 2019, vol. 115 : p. 474-479. En ligne : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30599967/>
- [2] Lo Monaco G., Bonetto E., Codaccioni C., Araujo M. V., Piermattéo A. Alcohol "use" and "abuse": When culture, social context and identity matter. *Current Opinion in Food Science*, 2019, vol. 33 : p. 9-13. En ligne : <https://doi.org/10.1016/j.cofs.2019.09.005>
- [3] Livingstone A. G., Young H., Manstead A. S. "We drink, therefore we are." The role of group identification and norms in sustaining and challenging heavy drinking "Culture". *Group Processes & Intergroup Relations*, 2011, vol. 14, n° 5 : p. 637-649. En ligne : <https://worldmakingthings.org/wp-content/uploads/2020/01/Livingstone-et-al-2011-GPIR.pdf>
- [4] Gausso L., Palierne N., Le Minor L. Les jeunes « non-buveurs » au prisme du genre et de l'éducation familiale, In M.-L. Déroff & T. Fillaut (éds.), *Boire : une affaire de sexe et d'âge*. Rennes : Presses de l'EHESP 2015 : p. 79-92.
- [5] Herman-Kinney N. J., Kinney D. A. Sober as deviant: The stigma of sobriety and how some college students "stay dry" on a "wet" campus. *Journal of Contemporary Ethnography*, 2013, vol. 42, n° 1 : p. 64-103.
- [6] Lo Monaco G., Piermattéo A., Guimelli C., Ernst-Vintila A. Using the Black Sheep Effect to reveal normative stakes: The example of alcohol drinking contexts. *European Journal of Social Psychology*, 2011, vol. 41, n° 1 : p. 1-5. En ligne : <https://univ-catholille.hal.science/hal-04579828>



Cet article est sous licence internationale Creative Commons Attribution 4.0. qui autorise sans restrictions l'utilisation, la diffusion, et la reproduction sur quelque support que ce soit, sous réserve de citation correcte de la publication originale.