



UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURÈS
INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

La consommation de viande rouge en France : symboles et représentations autour de l'identité masculine

Présenté par :

Juliette Ferlin



**UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURÈS
INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION**

MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

La consommation de viande rouge en France : symboles et représentations autour de l'identité masculine

Présenté par :

Juliette Ferlin

Année universitaire : **2022 - 2023**

Sous la direction de : **Tristan Fournier**

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse – Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e) »

« Personne n'est plus arrogant envers les femmes, plus agressif ou méprisant, qu'un homme inquiet pour sa virilité »

Simone de Beauvoir

REMERCIEMENTS

L'écriture de ce mémoire au fil des derniers mois et dernières semaines n'a pas été simple tous les jours. Je n'aurais pu arriver au bout de cet exercice sans le soutien des personnes citées ci-dessous, qui au travers de leurs mots et leurs réconforts m'ont permis de ne pas abandonner cette gymnastique intellectuelle intense.

Tout d'abord, je tiens à remercier Tristan Fournier pour ses nombreux retours et conseils tout au long de cette année. Merci pour vos suggestions et vos avis, merci d'avoir pris du temps pour construire ce mémoire à mes côtés et un grand merci pour vos encouragements, précieux, lors de chacun de nos échanges.

À Christophe Serra-Mallol, pour avoir cru en moi dès notre premier entretien de sélection en licence, pour votre enthousiasme et vos riches conseils à chaque rencontre entre deux couloirs. À Anne Dupuy, pour votre implication et vos inspirations frugales et pour m'avoir permis de connaître un certain hédonisme alternatif en construisant ce mémoire.

À ma famille. À ma grand-mère, à ma tante, pour leur engouement débordant à la lecture de chacune de mes pages. À Justine, toujours présente, merci pour tes appels imprévus mais toujours bienveillants et aimants.

À l'ensemble de mes camarades de promotion pour cette année riche en émotions et remplie de doutes mais dans laquelle notre solidarité et notre cohésion n'ont pas failli. Un merci particulier à toi Marjorie, grande sœur par projection, qui m'a rassurée et comblée d'amour au travers de tes câlins. Merci également à Rayan pour ton soutien, tes prises de recul et ta *zen attitude* communicative.

Une grande pensée à mes amis proches et lointains, sans qui je ne serai sûrement pas arrivée jusqu'ici. Clément, Lola, Etienne, Emma et Rémy, mes petites fleurs, merci pour votre amour profond et inépuisable. Jeanne et Fanny, trop loin des yeux mais près du cœur.

À Léa, Laurine et Arnaud, qui ne le seront certainement jamais, mais dont leurs travaux ont été des plus inspirants.

À toutes celles et tous ceux qui ne m'en ont pas voulu pour mes quelques moments de panique, de stress et d'indisponibilité au cours des dernières semaines.

Et enfin, à toi Lucas pour ton accompagnement quotidien, ta patience et tes mots justes, sans lesquels je n'aurais pu progresser dans cet exercice.

SOMMAIRE

Introduction	8
Partie 1 : Cadres, notions et théories.....	11
CHAPITRE 1 : Construction identitaire et alimentation : quels liens ?	13
CHAPITRE 2 : L'alimentation comme n'allant plus de soi ou les remises en causes « du » modèle alimentaire français	29
CHAPITRE 3 : goût pour la viande bovine, identité masculine ?	41
Conclusion PARTIE 1 :	51
Partie 2 : Mise en problématique et hypothèses de recherche	52
CHAPITRE 1 : Mise en problématique	53
CHAPITRE 2 : Hypothèse 1	56
CHAPITRE 3 : Hypothèse 2	68
Conclusion PARTIE 2 :	76
Partie 3 : Méthodologie probatoire	77
CHAPITRE 1 : Prérequis et attentions particulières entourant le travail de terrain	79
CHAPITRE 2 : Les deux grandes méthodes de terrain, laquelle pour faire quoi ?	83
CHAPITRE 3 : Public cible et démarches	91
CHAPITRE 4 : Présentation des outils	97
Conclusion générale	103
Bibliographie	105
Table des annexes	110
Table des matières	114

Introduction

« *Il faut aussi changer de mentalité pour que manger une entrecôte cuite sur un barbecue ne soit plus un symbole de virilité* ». (Sandrine Rousseau, 2022)

Ces quelques mots prononcés par Sandrine Rousseau en août 2022 à l'occasion des universités d'été à Grenoble, ont quelque peu interpellé l'ensemble de la classe politique française. Un débat plutôt vif et réactionnaire, entre ceux dénonçant les « délires de Rousseau »¹ ou bien attestant que le « grotesque atteint son paroxysme »², et ceux, comme l'auteure Nora Bouazzouni défendant la femme politique en pointant les quelques travaux scientifiques sur la question³, a animé les réseaux sociaux et la scène médiatique.

Vouloir rattacher ces réactions à un simple débat ou clivage politique serait réduire les propos de la députée écologiste et ne pas comprendre en quoi ces mots se voulaient dénonciateurs et provocateurs de tout un modèle de société.

Manger, acte naturel et biologique par nature, est pourtant loin d'être une évidence, ne se présente pas comme « *allant de soi* » aux individus (Fischler, 1990). Dépendant de chaque société, de chaque époque, de chaque culture, l'incorporation alimentaire se fait selon des règles et ne peut être réalisée sans une pression normative avérée. Le quoi manger, comment manger, avec qui manger et quand manger dictent les prises alimentaires tout au long de la vie⁴.

L'entrecôte, viande rouge par excellence, et prisée lors d'événements amicaux s'organisant autour d'un barbecue par exemple, est aujourd'hui sujette à de nombreuses attaques. D'abord d'un point de vue environnemental : manger de la viande rouge c'est participer à la surexploitation des ressources naturelles en eau et en terre tout en rejetant dans l'atmosphère des gaz à effet de serre⁵. D'un point de vue éthique : c'est participer à l'élevage intensif des bovins et ne pas penser au bien-être animal quand on ne peut consommer des viandes élevées en plein air et aimées de leurs éleveurs. Enfin, d'un point de vue sanitaire, c'est ne pas

¹ MORANO Nadine, publication sur Twitter le 27 août 2022

² CIOTTI Éric, publication sur Twitter le 28 août 2022

³ BOUAZZOUNI Nora, publication sur Twitter le 28 août 2022

⁴ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Socio-anthropologie de l'alimentation », L3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁵ « Réduire sa consommation de viande », Nos gestes climats, [En ligne] <https://nosgestesclimat.fr/actions/plus/alimentation> (consulté le 16/02/2023)

prendre en considération l'ensemble des injonctions médicales et nutritionnelles diffusées par le ministère de la Santé sur les liens entre consommation de viande et risques de maladies cardio-vasculaires.

Le barbecue, prenant place au retour des beaux jours et participant à « l'être-ensemble », serait l'une des pratiques culinaires particulièrement appréciées des hommes puisque 78 % d'entre eux s'occupent le plus souvent du barbecue face à leurs conjointes⁶. Sans vouloir remettre en cause la bonne volonté masculine envers plus d'égalité dans la répartition des tâches domestiques (Dupuy, 2017), il semblerait qu'un relatif consensus sur qui gère la flamme et les grillades soit partagé au sein des foyers français sans pour autant déplacer cette envie de préparer à manger dans une simple cuisine. Le barbecue se présenterait donc comme plus attractif pour le sexe masculin dans l'accomplissement du travail alimentaire au sein des familles.

Interroger ce qui paraît « *aller de soi* », ce qui se présente à nous comme une banalité est là tout l'intérêt de la démarche sociologique car « [...] *l'évidence est souvent le plus court chemin du mystère* » (Le Breton, 2013).

Au travers de cette polémique, il paraît intéressant de s'interroger sur les raisons d'une telle levée politique mais surtout, de se questionner sur l'origine des propos de la députée, sur leurs fondements et leurs véracités.

Depuis l'édition, et la diffusion, de différents rapports sur l'environnement et le climat ou bien la mise en place de programme de nutrition, de fortes préoccupations autour de la (sur)consommation de viandes mettent à mal le modèle alimentaire français.

La hausse de notre empreinte carbone, le mal-être animal ou encore l'augmentation des troubles circulatoires auraient toutes comme solution le déclin de la consommation de viande, et en particulier celle de viande rouge.

Dès lors que cette promotion de la nécessaire réduction de consommation de chair animale, en particulier bovine, prend appui sur des arguments de santé ou environnementaux, il devrait alors être rationnel, comme le pensait Aristote, de suivre ces directives et de faire baisser cette part de protéine animale dans nos assiettes.

⁶ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2 033 hommes, représentatif de la population masculine française âgée de 18 ans et plus

Or ces nouvelles directives ont l'air de se heurter aux habitudes de consommations des Français allant même jusqu'à augmenter entre 2020 et 2021 de 0,6 % par habitant⁷.

Ce premier regard, sur l'importance de la viande dans l'alimentation des Français, et sur cette difficulté à décroître malgré le nombre d'injonctions, elles, croissantes, m'ont amené à me demander pourquoi est-ce que l'on assistait à un maintien, voire une valorisation de la consommation de viande rouge en France, alors que les recommandations de santé, environnementales, éthiques ou encore politiques allaient dans le sens inverse ?

Cette question, ligne directrice de mon travail de recherche, m'a aussi permis d'interroger la potentielle différence de genre, principalement en termes de représentations chez le sexe masculin, dans cette préservation de consommation de viande rouge, comme évoqué par Sandrine Rousseau, mais surtout par les travaux de Carole Adams plus de trente ans auparavant.

Ce mémoire de recherches débutera sur une exploration de la littérature autour des différents concepts et notions qui peuvent entourer les différences de genre, et puis, plus spécifiquement, autour des enjeux de la consommation associés à la présence de viande rouge dans les assiettes. Traitant le sujet sous l'angle du genre, deux hypothèses permettant de comprendre ce qui fait sens, ou ne le fait plus, dans cette pratique de consommation auprès des individus de sexe masculin aujourd'hui seront exposés. Enfin, une méthode de recherche probatoire permettant de confronter les questions avec le terrain, comparer le théorique et l'empirique, sera proposée et pouvant, en espérant, donner une suite à ce questionnement.

⁷ FRANCEAGRI-MER, 2022, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2021, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

PARTIE 1 : CADRES, NOTIONS ET THÉORIES

La première partie de ce mémoire s'attachera à proposer un cadre théorique entourant les différentes notions, concepts ou encore objets d'études qui ont été mobilisés au fil de ma pensée.

Trois chapitres ont été imaginés et produits afin de construire, « *chemin faisant* », une réflexion riche et qui se veut la plus scientifique possible.

La première section de ce mémoire donnera lieu à voir et à comprendre les processus de construction de l'individu et plus particulièrement celui de la construction de « l'homme »⁸.

Le second livre abordera les différents enjeux et injonctions qui traversent la société, en n'épargnant pas l'alimentation, et, en la plaçant au cœur de nouvelles considérations politiques, sanitaires, environnementales ou encore esthétiques.

Enfin, le dernier chapitre présentera un bref état des lieux de la persistance de la consommation de viande en France, et plus particulièrement celle de viande rouge, et comment celle-ci peut se révéler comme un puissant marqueur identitaire de genre.

⁸ Bien consciente qu'un seul « type » d'homme n'existe pas et qu'une pluralité de modèles demeurent dans la société française, l'utilisation de la généralité pour le sexe masculin a été choisie afin de faciliter la compréhension et l'écriture de ce mémoire. Le modèle de la masculinité hégémonique développé par Raewyn Connell a été celui choisi comme objet d'étude. Une définition et les caractéristiques adossées à ce « type » de masculinité sera donnée dans le Chapitre 1.

CHAPITRE 1 : Construction identitaire et alimentation : quels liens ?

Avant de comprendre comment un individu devient un « être social », il me paraît important de revenir sur les notions de « *genre* » et de « *sexe* » qui seront mobilisées tout au long de l'écriture.

Les termes de « *genre* » et de « *sexe* » ne sont pas à dissocier car il existe bien, entre ces deux noms, des relations. Le « *genre* » peut se présenter en tant que « *traduction sociale* » (Paugam, 2010) du sexe biologique de l'individu, ce que l'on pourrait voir comme une action du social sur le biologique et sur les corps pour créer des femmes et des hommes.

Le « *genre* » peut également être source de « *construction sociale, sans qu'il soit nécessaire de faire référence à la détermination biologique* » (Paugam, *op. cit.*) et ainsi proposer une lecture du genre comme celle d'un rapport hiérarchisé, et de domination, du masculin sur le féminin qui se retrouverait dans de nombreux domaines de la vie sociale.

Enfin, une dernière relation entre le « *genre* » et le « *sexe* » a été établie par Christine Delphy dans ses travaux pionniers sur le genre en France à la fin des années 90 en proposant de « *renverser* » la perspective et d'imaginer que « *c'est le genre qui produit le sexe* » (Paugam, *op. cit.*). Ainsi, le social précéderait le biologique, ce que l'on peut notamment observer au travers de la bi-catégorisation des sexes : le « féminin » et le « masculin » et laissant de côté les personnes intersexuées par exemple⁹.

Dès lors, on comprend que lorsque l'individu vient au monde ce dernier devra passer par un certain nombre de rituels d'apprentissages afin de se construire et surtout participer à la vie sociale.

L'enseignement de cet ensemble de normes, valeurs et lois sociales dépend du contexte, de l'environnement, de l'époque ou encore des dispositions matérielles et économiques dans lesquelles l'enfant va naître, grandir et évoluer.

⁹ Entretien avec Christine Detrez autour de la notion de genre [En ligne] <https://ses.ens-lyon.fr/articles/entretien-avec-christine-detrez-autour-de-la-notion-de-genre> (consulté le 20-01-2023)

1. Les processus de socialisation

Les différents apprentissages auxquels va faire face le jeune individu, et ce, tout au long de sa vie, vont jouer une place prépondérante dans la création de son identité individuelle, mais aussi collective.

L'intériorisation des codes, normes et rôles qui diffèrent selon les attentes sociales et sociétales sont loin d'être innées et s'inscrivent, encore aujourd'hui, dans des stéréotypes de genre puissants. En effet, on attendra plus d'une petite fille qu'elle soit douce, calme et réceptive aux émotions quand on attendra plus d'un petit garçon qu'il sache s'affirmer, se dépenser et se débrouiller seul.

Cette « *façon dont la société forme et transforme les individus* » (Darmon, 2011) installe la socialisation sur un temps long en impliquant plusieurs temporalités :

- celle qui « *forme* » : qui va modeler l'individu dès son plus jeune âge avec des attentes en termes de comportements d'âge, de genre, de classe... ;
- celle qui « *transforme* » : qui agit du début jusqu'à la fin de sa vie, qui évolue en permanence en fonction de ce qui est attendu et demandé à l'individu.

La dimension de « transformation » de l'individu est particulièrement importante à saisir afin de prendre en compte la perpétuelle évolution et les possibles reconfigurations des apprentissages de l'individu, le plaçant alors dans un contexte évolutif et mouvant de ce qu'il est et de ce qu'il souhaiterait être.

1.1. De la socialisation primaire...

Le cadre, fourni par la socialisation de l'individu pour s'intégrer et partager la vie sociale, a été étudié par de nombreux sociologues comme Émile Durkheim, Max Weber, ou plus récemment comme Christine Mennesson.

Le postulat émit est qu'il existerait différentes phases de cet apprentissage, avec une force particulièrement importante de la socialisation reçue durant la période de l'enfance, car l'enfant serait encore un « *être particulièrement influençable* » (Durkheim, 1922, cité par Darmon, *op. cit.*). Cette première socialisation, ou socialisation primaire, peut alors être définie comme « [...] *l'ensemble des processus qui inculquent à l'individu des*

*connaissances et attitudes « fondamentales » [...] » (Darmon, *op. cit.*, p10) pour sa future participation au monde social.*

Comme le souligne Muriel Darmon, même si la socialisation primaire intervient dès les premiers instants de la vie et peut se confondre avec l'éducation que souhaiteraient transmettre les parents à l'enfant, il est important de bien distinguer la socialisation de l'éducation (*op. cit.*). La socialisation ne se limite pas aux pratiques éducatives mais comprend les nombreuses observations et imitations auxquelles l'enfant aura eu accès.

Même si, comme le pense Annick Percheron (1994, cité par Darmon, *op. cit.*), l'enfant n'est pas seulement passif mais bien acteur de sa socialisation, et il ne faut pas oublier que, jusqu'à ses 6 ans, l'enfant reste prisonnier de ce qu'il voit¹⁰ et aussi de ce qui lui est accessible.

1.2. ...aux socialisations primaires

Avec les différentes évolutions qu'a connues la société et en particulier avec l'ouverture du monde du travail aux femmes, les configurations du foyer sont aujourd'hui multiples. Le schéma traditionnel de l'homme et de la femme mariés avec leurs enfants et avec une stricte séparation entre le père subvenant aux besoins financiers et la mère s'adonnant aux tâches domestiques, dont l'éducation des enfants, n'est plus la norme aujourd'hui¹¹.

L'enfant à aujourd'hui de nouvelles interactions et cela dès le plus jeune âge, notamment avec la nécessité d'un mode de garde lorsque le couple parental travaille. Que ce soit le recours aux grands-parents ou à un mode de garde « externe » comme une nourrice ou l'accès à une crèche, les interactions possibles durant la petite enfance ont été grandement multipliées.

On peut d'ailleurs reprendre les propos de Muriel Darmon affirmant que « *tout ce qui se joue durant l'enfance ne se joue pas dans la famille* » (2011, p.49).

À l'image de « *l'individu pluriel* » développé par Bernard Lahire, on pourrait parler aujourd'hui d'une « *socialisation plurielle* » du fait de l'évolution des formes de familles

¹⁰ PINEL-JACQUEMIN Stéphanie, 2023, « Cours de psychosociologie du développement et de l'alimentation », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation

¹¹ DUPUY Anne, 2022, « Cours de sociologie de la famille » Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

qui a élargi les instances de socialisations primaires et les possibilités d'interactions et d'apprentissages des codes sociaux chez les enfants (Darmon, *op. cit.*).

1.3. La socialisation secondaire

Lorsque l'enfant grandit, qu'il prend part à la société petit à petit, les sources de sa socialisation vont connaître un renouveau et dès lors l'individu va « [...] *intégr(er) des ajouts moins fondamentaux* » (Darmon, *op. cit.* p.10) à l'ensemble de ses apprentissages précédents.

C'est sous ce concept de « *socialisation secondaire* » que Peter Berger et Thomas Luckmann ont théorisé cette sorte de reconstruction chez l'individu sur les bases de sa socialisation primaire. Ce « *processus postérieur qui permet d'incorporer un individu déjà socialisé dans de nouveaux secteurs du monde* » (Berger et Luckmann, 1966 cités par Darmon, *op. cit.*) serait perçu comme une sous-culture de l'individu et qui lui permettrait de s'intégrer dans certains groupes sociaux particuliers, notamment celui du monde du travail.

Ces seconds apprentissages peuvent être pertinents à mobiliser pour comprendre comment les trajectoires de vie des individus se forment et se transforment, et comment certains acteurs sociaux articulent socialisation primaire et socialisation secondaire pour atteindre un rôle ou statut particulier.

1.4. La socialisation différentielle

D'un point de vue du genre, il est particulièrement intéressant de constater, comme évoqué précédemment, que les attentes en fonction du sexe biologique de l'enfant ne seront pas les mêmes et différeront entre un bébé né « fille » et un bébé né « garçon ».

Ce qu'on peut appeler « rôles de sexe » et qui sont « *relatifs aux attentes culturelles et sociales vis-à-vis des individus appartenant aux différentes catégories de sexes* » (Blakemore and al., 2009)¹², façonnent et modèlent les transmissions des parents à l'enfant. Cette socialisation primaire et familiale, jouant un grand rôle dans la construction de l'individu et de son identité, participe à cette différenciation des rôles de sexe dans la société, et même au maintien de cette catégorisation entre féminin et masculin. Comme évoqué par Laure Bereni : « *les processus par lesquels les individus assignés depuis leur naissance à une classe de sexe apprennent à se comporter, à sentir et à penser selon les formes socialement associées à leur sexe et à « voir » le monde au prisme de la différence de sexe* » continue aujourd'hui de « *s'impos[er] avec l'évidence du naturel et le naturel de l'évidence* » (Blöss, 2001, cité par Darmon, *op.cit.* p.39).

2. De multiples identités

2.1. D'une identité « pour soi » ...

La socialisation, qu'elle s'établisse durant l'enfance ou durant la vie adulte, contribue à façonner et à sculpter l'identité de l'individu.

L'intériorisation des règles va permettre au jeune individu de trouver sa place dans la vie sociale (Mead, 2006, cité par Paugam, 2010) et d'y contribuer en tant que personne unique et individuelle.

Le concept d'identité « *pour soi* », imaginé par Claude Dubar¹³, permet de redonner sa place à l'individu dans la construction de sa propre identité et de l'image que ce dernier souhaite se donner. On peut alors appréhender certains comportements, certains motifs d'actions¹⁴, en réponse à des attentes propres et personnelles de l'individu envers lui-même.

¹² MIEYAA Yoan et ROUYER Véronique, 2013, « Genre et socialisation de l'enfant : pour une approche plurifactorielle de la construction de l'identité sexuée », *Psychologie Française*, vol.58, p. 135-147

¹³ TIBÈRE Laurence, 2022, « Cours Identités et alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

¹⁴ Concept imaginé par Max WEBER afin de proposer une typologie des raisons d'agir des individus. On retrouve les motifs d'action rationnels en finalités, en valeurs, traditionnels et affectifs.

2.2. ...à une identité « pour autrui »

Considérer que l'individu n'agit que pour soi, relativement à des attentes personnelles, reviendrait à nier tout ou partie de l'existence du social et du poids du regard de l'autre dans l'action des Hommes. C'est pourquoi la seconde composante de l'identité sociale imaginée par Claude Dubar est celle d'une identité « *pour autrui* » amenant l'individu à construire une image conforme aux attentes des autres membres de la société. Une articulation entre une identité « *pour soi* » et une identité « *pour autrui* » est nécessairement faite au quotidien par l'individu afin de composer entre son image voulue et celle souhaitée par l'autre.

Cette proposition émane de celle déjà proposée par Erving Goffman aux États-Unis, en considérant la vie sociale comme un théâtre dans lequel chaque individu joue un rôle et porte un masque en fonction de ce qui est souhaité de lui, de ce à quoi il doit ressembler¹⁵. L'adéquation entre les comportements individuels et les stéréotypes de genre répandus dans les sociétés peut notamment être comprise sous cette idée d'identité pour l'autre, l'individu cherchant à répondre aux codes féminins ou masculins pour ne pas être perçu comme étranger à la vie sociale.

3. La construction sociale du masculin

Une attention particulière sur les différentes pratiques du sexe masculin fait l'objet de ce mémoire de recherche, c'est pourquoi un retour sur la construction de cette identité de genre est présenté ici.

3.1. La naissance des études sur le masculin

Avant de comprendre comment les garçons produisent et reproduisent des hommes au travers de pratiques sexuellement différenciées, il est nécessaire de faire un bref retour historique sur la façon dont les sciences sociales se sont emparées et ont étudiées le concept de genre dans leurs travaux.

¹⁵ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours Fondements disciplinaires en Sociologie », L3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

Les recherches sur le genre ou « *gender studies* » ont d'abord émané du côté outre-Atlantique et anglo-américain. Les écrits pionniers sur le genre ont émergé autour des années 1960 aux États-Unis en axant notamment sur les femmes et les rapports de pouvoir s'exerçant sur ces dernières. En France, la réception de ce nouveau champ de recherche a eu du mal à s'imposer du fait d'une « *histoire particulariste* » et qui pouvait « *heurt[er] la conception de l'histoire* »¹⁶. C'est autour des années 70 que des sociologues féministes françaises comme Christine Delphy, Nicole-Claude Mathieu ou encore Colette Guillemin ont commencé à remettre en cause le rapport de domination exercé, et principalement dans la sphère domestique¹⁷.

C'est après, dans les années 1990, que le concept de genre s'est largement diffusé dans la pensée des sciences humaines et sociales et que des études sur le féminin, mais aussi sur le masculin, ont vu le jour¹⁸.

Aujourd'hui il est possible de « *comprendre comment le masculin vient ou ne vient pas aux hommes et aux garçons* » et « *d'examiner des manières de penser et de faire genrer, sexuellement situés du côté masculin* » (Bertrand and al., 2015) des pratiques particulières, du fait d'une prise en compte de ce que Raewyn Connell nomme « *masculinités* » dans les travaux sur le genre.

3.2. Penser le masculin avec le féminin

Raewyn Connell, sociologue australienne, a largement contribué à théoriser ce qu'était la construction de l'individu masculin et de souligner la nécessité de prendre en compte l'ensemble des interactions sociales, le contexte ou encore l'environnement, pour comprendre le rapport de domination qu'il pouvait s'exercer des hommes sur les femmes. Cette hiérarchie de sexe, loin d'être naturelle, doit inévitablement être pensée et étudiée au travers du féminin (Connell, 2022).

¹⁶ LEE DOWN Laura, ROGERS Rebecca, THÉBAUD Françoise, 2012, « Gender studies et études sur le genre : le gap », Travail, Genre et Société, n°28, p. 151-168 [En ligne] <https://www.cairn.info/revue-travail-genre-et-societes-2012-2-page-151.htm> (consulté le 21/01/23)

¹⁷ TEIXIDO Sandrine, LHÉRÉTÉ Héloïse et FOURNIER Martine, 2005, « Les gender studies pour les nul(le)s », Sciences Humaines, n°157 [En ligne] https://www.scienceshumaines.com/les-gender-studies-pour-les-nul-le-s_fr_27748.html# (consulté le 21/01/23)

¹⁸ Voir notamment les travaux de R.CONNELL sur les masculinités ou encore les travaux de G.FALCONNET et N.LEFAUCHEUR sur « La fabrique des mâles »

Ce que l'on peut nommer « masculinité hégémonique », c'est-à-dire une « configuration de pratiques de genre [...] qui garantit (ou qui est utilisée pour garantir) la position dominante des hommes et la subordination des femmes » (Connell, *op. cit.*), doit être perçu comme une « relation historiquement dynamique » (Connell, *op. cit.*), capable de se reconfigurer en fonction du contexte mais surtout qui n'existe que parce qu'hommes et femmes sont en interaction.

3.3. Du garçon à l'homme

La certaine détermination exposée précédemment sur le modelage de l'enfant selon les attentes des parents durant la socialisation primaire serait trop réductrice. La socialisation secondaire qui a été mobilisée pour apercevoir comment un individu pouvait avoir accès à une multiplicité de sources et de lieux d'apprentissages des codes et rôles sociaux donne à voir comment un individu peut capitaliser sur ses différentes forces socialisatrices pour se construire.

Ce qui a été mis en évidence par Anne-Marie Sohn dans un de ses ouvrages présentant la construction du masculin au XIX^{ème} siècle est cette idée de processus, ou de « rites d'institutions » comme proposé par Bourdieu¹⁹, pour que le petit garçon devienne un homme mais soit aussi, et surtout, reconnu en tant que tel par ses pairs. Cette intériorisation des normes masculines passe par un certain nombre d'épreuves « à surmonter pour maîtriser l'habitus et les rites masculins, s'approprier les mots et les valeurs propres aux hommes dans la vie publique et privée » (Sohn, 2009, p. 9). Cet apprentissage doit être domestiqué par l'individu afin qu'il puisse produire et reproduire ces comportements dans l'ensemble des domaines de la vie sociale.

C'est aussi en partageant cet ensemble d'expériences que l'individu contribue à entretenir et à diffuser « des références communes » (Sohn, *op. cit.*) de genre.

¹⁹ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours sur les fondements disciplinaires de la sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

3.4. Être un homme au XXI^{ème} siècle

Aujourd'hui, et avec la visibilisation de la hiérarchie entre les sexes établie depuis de nombreux siècles, la façon d'être et de se mettre en scène en tant qu'homme commence à changer. Comme évoqué par Christine Castelain-Meunier et Claude Tapia, l'idéal masculin qui s'était construit sur la légitimité de la domination et de la violence est en « *pleine redéfinition* » (2021). Un « *homme nouveau* » (Castelain-Meunier et Tapia, *op. cit.*) s'adaptant aux transformations de la société contemporaine serait en train de naître.

Cette capacité à s'adapter aux évolutions sociétales, notamment celle demandant plus d'égalité entre les sexes, permet de constater la mobilité de ce que constitue l'identité masculine dans l'imaginaire collectif et comment cette dernière peut être accommodable en fonction des contextes.

Cette identité en transition, formulée par le concept « *d'hybridation des identités* » (Castelain-Meunier et Tapia, *op. cit.*), donne à voir la multiplicité de configurations de pratiques possibles et mobilisables pour les hommes qui « *peuvent différer dans une situation sociale donnée selon les relations de genre* » (Connell, *op.cit.*). Aussi, dans une situation donnée, un homme serait apte à réviser son identité, ce qu'il donne à voir, en fonction d'avec qui il se trouve et pour quelle raison il s'y trouve.

Ainsi, la construction de l'individu ne cesse d'évoluer et de se reconfigurer tout au long de sa vie. Une place prépondérante des apprentissages ayant eu lieu durant la période de l'enfance est à prendre en compte, car même si l'individu ne cesse de se transformer, il le fera sur ses premières bases, celle de sa socialisation primaire. C'est d'ailleurs durant cette première phase de la vie qu'intervient un nombre important de conditionnements et d'enseignements autour de l'alimentation. Alors qu'on pourrait réduire l'alimentation à sa nécessité vitale et des apprentissages autour de *l'équilibre alimentaire*, il est important de mettre en avant la dimension sociale et culturelle de cette dernière, en particulier en France, et de comprendre comment celle-ci se construit chez l'individu pour le constituer en tant que mangeur propre.

4. La socialisation alimentaire

Au même moment que le jeune individu grandit et intériorise bon nombre de comportements et codes sociaux, une attention particulière est accordée aux apprentissages relatifs à l'alimentation, jusqu'à constituer ce que l'on nomme dans les sciences humaines et sociales la « *socialisation alimentaire* ». Ce concept peut être défini comme un « *processus par lequel l'enfant développe des goûts, des savoirs, des représentations et des comportements relatifs à la nourriture en vue de s'adapter aux modes alimentaires de son groupe socio-culturel* » (Watiez, 1992)²⁰. Ce processus d'apprentissage se réalise au sein d'institutions sociales diverses telles que la famille, la crèche, l'école ou encore parmi des groupes de pairs, en ne laissant pas de côté l'environnement de consommation dans lequel est plongé le jeune mangeur (Dupuy et Watiez, 2018).

4.1. L'ouverture du répertoire alimentaire

La socialisation alimentaire regroupe donc l'ensemble des apprentissages relatifs à l'acte alimentaire dans un contexte socioculturel particulier. En plus d'être un lieu d'intériorisation des pratiques, des codes ou des manières d'agir à table, cette dernière participe à la construction du répertoire alimentaire de l'individu.

Le jeune enfant va alors découvrir et s'ouvrir à de nouveaux aliments et ainsi constituer sa palette sensorielle en formant ses goûts et dégoûts alimentaires²¹. L'ouverture et l'appréciation de nouveaux aliments présentés à l'enfant vont donc être déterminées et influencées par plusieurs facteurs : l'environnement social dans lequel il vit, le contexte socio-affectif au sein du foyer ou encore les aliments présentés par les parents... L'enfant, même si en grandissant ce dernier pourra avoir une plus grande prise sur ses choix alimentaires, reste dépendant des choix de ses parents eux-mêmes s'inscrivant dans un cadre culturel particulier. Comme le souligne Jean-Louis Sylvestre : « *dès les premiers jours de la vie, la nutrition de l'être humain est culturellement structurée* » (1976, p. 338), ce qui relève du caractère prégnant de la culture dans les choix et les structures des journées alimentaires.

²⁰ TIBÈRE Laurence, 2022, « Cours Identités et alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

²¹ PINEL-JACQUEMIN Stéphanie, 2023, « Cours de psychosociologie du développement et de l'alimentation », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

4.2. La gestion du principe d'incorporation

L'ouverture du répertoire alimentaire de l'enfant constitue une des étapes fondamentales dans son développement et peut être source d'angoisse. En effet, comme le souligne Claude Fischler, l'Homme est soumis à un paradoxe guidant et aiguillant ses choix alimentaires. Par son caractère d'omnivore, ce dernier est contraint biologiquement à varier son alimentation, tout en possédant aussi un certain goût pour la nouveauté, ce que l'on peut nommer la « *néophilie* ». Mais, durant une très longue période antérieure, les Hommes avaient une certaine réticence à aller vers des aliments inconnus, par peur de s'intoxiquer, ce qui se traduit par la « *néophobie* » (Fischler, 1990). Cette ambivalence entre néophilie et néophobie guide encore l'orientation des choix alimentaires et impact les individus dans leur construction alimentaire.

La peur de l'intoxication n'est pas la seule intervenant dans la méfiance de l'individu face à certains aliments. Loin d'être anodin « [...] *manger implique de se laisser transformer par les aliments en incorporant tout ou partie de leurs propriétés [...]* » (Walser et Fournier, 2015). Manger, c'est incorporer les propriétés nutritionnelles de l'aliment, mais c'est également accepter de faire entrer en soi la symbolique et l'imaginaire qui l'accompagne (Fischler, *op. cit.*).

4.3. Intériorisation de normes et valeurs de genre

La symbolique accompagnant certains aliments est telle que certains choix sont plus régis par l'ordre social que par les bénéfices nutritionnels que pourraient apporter l'acte alimentaire en lui-même.

L'imaginaire guidant les choix alimentaires repose sur le principe d'une « *pensée magique* » qui permettrait à l'individu de se convaincre des propriétés incorporées et se traduisant par la suite dans son comportement (Fischler, *op. cit.*). Pour illustrer ce propos, on peut notamment évoquer la viande rouge, qui, dans le fantasme collectif représente la force, la vigueur ou encore l'énergie (Méchin, 1997). En associant à certains aliments des projections

voire des symboles, les individus façonnent leurs modèles alimentaires en fonction de valeurs estimées dans la société.

L'intériorisation de comportements attendus par la suite avec la nourriture ne se fera pas de la même façon selon les classes sociales, mais aussi selon le genre. Muriel Darmon met en avant le fait qu'il existe :

« [...] des manières différentes de nourrir l'enfant, selon que (ce soit) un garçon ou une fille. La « voracité » masculine étant considérée comme normale, elle est encouragée, là où sont imposés aux bébés de sexe féminin un appétit plus modéré et un « dressage à la délicatesse » » (op. cit. p. 42).

Dès lors, le comportement, mais aussi le choix des aliments, sont façonnés par des attendus culturels et sociaux mis en avant à une période donnée.

5. Identité et alimentation

Comme évoqué précédemment, l'acte alimentaire prend part à la construction de soi, et peut aller jusqu'à participer à la mise en scène de soi au travers de pratiques particulières autour de ce besoin biologique fondamental.

5.1. Affirmation de soi

La nécessité de manger, de faire fonctionner le corps, ne laisse pas le mangeur indifférent face à ce qu'il incorpore et surtout pourquoi il l'incorpore. L'alimentation peut être l'un des premiers terrains d'affirmation de soi en tant que mangeur individuel et comme lieu de reconnaissance d'autonomie.

Les premières revendications en tant que mangeur distinct peuvent avoir lieu au sein de la table familiale lorsque l'enfant, autour de 2 ans, commence à s'affirmer et à prendre place

dans son groupe d'appartenance restreint²². En grandissant, durant la période de l'adolescence, de nouveaux choix, se déconnectant de ceux imposés par la famille, seront expérimentés afin d'afficher la volonté d'émancipation progressive de l'individu²³.

La « *relation tissée à soi par l'alimentation* » permet de « [...] *poser la question, au-delà de qui nous sommes, qui nous voulons être [...]* » (Walser et Fournier, 2021) et ainsi de mettre en évidence l'importance des revendications qui peuvent être portées derrière des choix de consommations alimentaires. La montée du végétarisme en France, même s'il reste une pratique largement minoritaire avec seulement 2,2% des Français se déclarant végétariens en 2020²⁴, peut être portée par des revendications politiques ou éthiques fortes. À l'inverse, comme l'évoque Nora Bouazzouni, la consommation de « [...] *viande, comme le tabac et l'alcool, est devenue un symbole de liberté ultime, de rébellion, un doigt d'honneur au politiquement correct* » (2017, p. 77).

5.2. Intégration et identification

L'alimentation, loin de n'être qu'un acte biologique et individuel, est résolument un acte social. La valorisation de la commensalité en France permet de constater l'importance du collectif dans l'acte alimentaire²⁵. Manger ne se fait pas seul, ne se conçoit pas seul. L'implication d'autrui dans le fait alimentaire peut être repérable au travers de deux échelles : l'identification et l'intégration.

5.2.1. Identification

L'identification peut être définie comme le « *processus par lequel une personne se transforme, de façon provisoire ou permanente, en assimilant un trait ou attribut, partiel ou total, d'une autre personne* »²⁶.

²² PINEL-JACQUEMIN Stéphanie, 2023, « Cours de psychosociologie du développement et de l'alimentation », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

²³ Idem

²⁴ FRANCEAGRIMER, 2021, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2020, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

²⁵ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours sur les notions et concepts en socio-anthropologie de l'alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

²⁶ TIBÈRE Laurence, 2022, « Cours Identités et alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

Cette transformation de l'individu par et pour autrui peut être visible au travers de l'alimentation lorsque, par exemple, un petit garçon décide de « faire comme papa » et/ou comme son copain d'école en orientant ses choix alimentaires vers ceux de ses autrui significatifs. En adoptant les mêmes goûts ou les mêmes dégoûts alimentaires, l'individu s'assimile à l'autre et façonne son identité alimentaire, mais aussi sociale, en concordance avec autrui.

5.2.2. *Intégration*

L'intégration quant à elle, correspond plus à l'acculturation d'un individu à une communauté, un groupe social plus large que la simple reconnaissance envers une personne particulière. Les communautés religieuses ont été les premières à instaurer des règles alimentaires dans leurs principes de croyances et notamment des règles d'organisations sociales permettant de distinguer « *un nous* » des « *autres* » (Bauer, 2017).

La notion « *d'en commun* », explicité par Laurence Tibère lors de ces travaux autour de l'alimentation à La Réunion, permet de comprendre comment l'intégration à un territoire, à une culture, peut passer et passe par l'alimentation qui devient dès lors un marqueur identitaire. L'inclusion dans un groupe social spécifique s'accompagne par l'adoption de normes et règles alimentaires qui permettent ainsi de donner une identité de groupe sans que tous ne soient réunis physiquement au même endroit au même moment.

*« L'alimentation constitue ainsi un moyen privilégié de se relier aux autres humains, des points de vue social, économique, identitaire, et même spirituel »
(Bricas, Walser, 2021).*

5.3. **La mise en scène de soi par l'alimentation**

La contribution de l'alimentation à la construction de soi et de son identité n'est plus à démontrer. Ce qu'il est intéressant de souligner cependant, c'est comment l'alimentation participe à la mise en scène de soi au travers de pratiques significatives et, comment cela participe à véhiculer une certaine image de soi.

La notion de « *disposition* », développée par Pierre Bourdieu, paraît ici pertinente à mobiliser pour comprendre comment certaines façons d'être, de faire et de voir le monde agissent sur les pratiques alimentaires dans des contextes sociaux précis. Une disposition, inobservable en tant que telle, et construite par le processus de socialisation, peut être comprise comme un des facteurs favorisant un comportement plutôt qu'un autre, dans le domaine alimentaire par exemple, et agissant comme un « *réflexe en inscrivant directement dans le corps les principes auxquels on souhaite désormais obéir* » (Darmon, 2019).

D'un point de vue du genre, on peut notamment agréger ce concept de « *disposition* » à celui de « *masculinité* » exposé par Raewyn Connell pour appréhender ces phénomènes de mise en scène de soi.

« Les masculinités sont des configurations de pratiques accomplies dans l'action sociale et qui, de ce fait, peuvent différer dans une situation sociale donnée selon les relations de genre. » (Connell et Messerschmidt, 2015).

Ces « *configurations de pratiques* », capables de se modeler en fonction d'un contexte particulier, permettent aux masculinités de s'exprimer en toute légitimité au sein des rapports sociaux. Ainsi, alors que la répartition des tâches domestiques à l'intérieur d'un foyer hétérosexuel reste largement inégale et que seulement 35,6% des hommes consacrent au moins 1 heure à la cuisine et aux tâches domestiques en 2016, contre 79,6% des femmes²⁷, il paraît étonnant que trois-quarts des hommes déclarent s'occuper du barbecue dont presque un sur deux de façon exclusive vis-à-vis de leur conjointe²⁸. Cette pratique, principalement gérée par le masculin, permet ici de retranscrire des valeurs de virilité et ainsi de mettre en scène, autour de l'alimentation, une disposition incorporée principalement par les hommes.

²⁷ BRUNNER Anne, « Le partage des tâches domestiques et familiales ne progressent pas », Observatoire des inégalités, 5 mai 2020 [En ligne] <https://www.inegalites.fr/Le-partage-des-taches-domestiques-et-familiales-ne-progresse-pas> (consulté le 26/01/2023)

²⁸ BARRON Peggy, « Étude IFOP : manger (beaucoup) de viande, un truc de macho de droite », 23 septembre 2022, [En ligne], <https://www.ladn.eu/actualite/viande-barbecue-sexisme-homme-machos-droite/> (consulté le 26/01/2023)

Conclusion Chapitre 1 :

Au terme de ce chapitre nous avons donc pu appréhender les différentes étapes et modalités dans la construction de soi, en particulier celles à l'œuvre dans la création des identités de genre, bien évidemment sans prétendre à l'exhaustivité la plus totale et n'oubliant pas que des comportements et configurations multiples se retrouvent dans ces processus culturels.

L'alimentation, comme pratique d'incorporation nutritionnelle mais aussi symbolique, participe, elle aussi, à la formation et transformation de l'individu tout au long de sa vie. Enfin, l'acte alimentaire peut être lieu de production de sens et d'affirmations identitaires pour le mangeur, d'un point de vue individuel ou collectif, ne pouvant pas laisser sans interrogations.

CHAPITRE 2 : L'alimentation comme n'allant plus de soi ou les remises en causes « du » modèle alimentaire français

L'industrialisation d'abord, puis son accompagnement par la mondialisation depuis les années 1970, ont bouleversé nos façons de manger et surtout nos choix de consommation. Poussés par l'industrie agro-alimentaire, et soutenus par un modèle économique de consommation de masse, les mangeurs français se sont eux aussi tournés vers ces aliments préparés permettant une « *délicieuse purée en une minute* » avec de la « *Maggi de femme* »²⁹. Le modèle alimentaire Français, organisé autour de 3 repas principaux, petit-déjeuner, déjeuner et dîner (Poulain, 2002), a été soumis à un agencement entre produits frais et produits industriels participant à une certaine dépendance des consommateurs envers les industriels, ne cherchant pas ou peu, d'argumentaires commerciaux autre que le plaisir, la praticité ou encore, la rapidité.

Aujourd'hui, ce que différents auteurs abordent comme la « *modernité alimentaire* » (Poulain, 2002 ; Asher, 2006 ; Poulain et Tibère, 2019), s'accompagne de nouveaux phénomènes de consommations et de considérations envers l'alimentation modifiant, en partie, les pratiques des mangeurs.

« Une évolution plus globale du rapport à l'alimentation des Français est rapportée par une étude IFOP datant de 2020, en soulignant que les choix de consommations « répondent [à des] enjeux et argumentaires différents : le bien-être animal, mais aussi la santé ou encore le pouvoir d'achat »³⁰ ».

Le mangeur Français du XXI^{ème} siècle serait alors soumis à de nouvelles injonctions, de nouveaux enjeux dont on essaiera de dresser un panorama, non-exhaustif, au cours de ce chapitre. Politisation, anthropomorphisation, nutritionnalisation, médicalisation ou encore réflexivité alimentaire, sont autant de nouveaux déterminants dans les choix alimentaires les rendant toujours plus complexes.

²⁹ Publicité pour la purée Mousline en 1985 ; publicité pour Kub Or en 1986

³⁰ FRANCEAGRI-MER, 2021, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2020, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

1. La montée d'une « alimentation politique »

Depuis quelques années en France, l'alimentation est soumise à de nombreuses discussions politiques faisant maintenant partie intégrante des programmes lors d'élections diverses ou en s'insérant même dans des projets de lois.

Cette « *politisation* » de l'alimentation, qui « *désigne la visibilité croissante des enjeux politiques de la consommation alimentaire* » (Lepiller et Yount-André, 2019) ne doit et ne peut être seulement regardée d'un point de vue « descendant » des femmes et hommes politiques vers les mangeurs mais bien aussi, du point de vue inverse, des mangeurs revendiquant certaines pratiques de consommations pour du changement dans le politique.

1.1. La prise en charge de l'alimentation par le juridique

Ce que l'on nomme « *crise de la vache folle* », ayant eu lieu à la fin des années 1990, a profondément modifié la place des institutions politiques dans le domaine alimentaire.

Cette crise de confiance et de défiance des mangeurs envers leur alimentation (Poulain, *op. cit.*) a nécessairement dû être prise en charge par les pouvoirs publics afin de redonner une certaine confiance et légitimité aux industries agro-industrielles. L'encadrement, par des règles, des actes de commerce avec de multiples justifications comme celle de la santé, de l'hygiène ou encore de la sécurité, a émergé sur le territoire national, européen et aussi mondial³¹. Ce nouveau cadre posé par les institutions est censé rassurer le mangeur moderne, lui assurer des bonnes conditions de production pour une consommation sans risque pour sa santé, pour sa vie.

Le cadre légal de l'alimentation n'est plus seulement aujourd'hui celui de normes d'hygiène, d'obligations de résultats ou de traçabilité à respecter. Intervient maintenant et depuis 2010³², le droit à l'alimentation, en se questionnant sur la place d'une bonne alimentation dans le droit du citoyen. De nouvelles priorités politiques émanent notamment autour d'une « *justice sociale, d'une éducation alimentaire de la jeunesse, de la lutte contre le gaspillage*

³¹ LAFFORGUE Laurence, 2021, « Cours Droit de l'alimentation », Licence 3 Socio-Anthropologie de l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

³² Voir la mise en place du Programme National pour l'Alimentation (PNA) en France

alimentaire ou encore le renforcement de l'ancrage territorial de notre alimentation »³³. Même si l'encadrement des systèmes de productions industriels reste un des axes prioritaires des pouvoirs publics³⁴, on voit bien que de nouveaux enjeux politiques en termes d'accès à une alimentation saine et durable, contrecarrant l'alimentation industrielle, sont à l'œuvre, déplaçant alors l'attention vers de nouveaux modèles de consommation.

1.2. Manger comme marqueur politique

Prenant une place de plus en plus importante sur la scène publique, les politiques n'ont pas attendu alors pour s'emparer de cette question à des fins électorales.

Plus que celle de son accès, beaucoup accaparent l'alimentation en termes de représentations et de marqueurs identitaires pour rallier le plus de citoyens possibles.

Le contenu de l'assiette, le plat préféré d'un candidat ou les souvenirs d'enfance autour d'une recette sont autant d'objets de clivages et de récupérations politiques pour espérer délivrer un message³⁵. Lors des élections présidentielles de 2022, de nombreux débats autour de l'alimentation et du contenu des assiettes ont fait la une des actualités sur fond de « défenseurs » du modèle alimentaire français et de proximité avec le régime alimentaire majoritaire de la population³⁶ :

« S'afficher comme défenseur du bifteck [...] c'est montrer de manière ostentatoire une proximité avec le régime alimentaire dominant dans le cœur de la population » (Thierry Pech, 2022).

³³ Dossier Alimentation Durable, « des politiques publiques en faveur de l'alimentation durable », 25 juillet 2022, [En ligne] <https://www.avise.org/articles/des-politiques-publiques-en-faveur-de-l'alimentation-durable> (consulté le 27/01/2023)

³⁴ Voir notamment le scandale des « Pizza Buitoni » avec la contamination d'une cinquantaine d'enfants dont 2 décès dû à une bactérie E. Coli en mars 2022

³⁵ Podcast France Culture « Politique et Alimentation : Dis-moi ce que tu manges, je te dirais pour qui tu votes ? », 13 mars 2022 (Écoutez le 9/01/2023)

³⁶ BECU Elodie, « Les polémiques politiques autour de la viande masquent de vrais enjeux », 3 février 2022, [En ligne] <https://www.leprogres.fr/elections/2022/02/03/les-polemiques-politiques-autour-de-la-viande-masquent-les-vrais-enjeux> (consulté le 15/01/2023)

Comme l'évoque Thierry Pech, la viande est au cœur des préoccupations, lieu de concentration de problématiques sanitaires, écologiques, économiques voire spirituelles : ce qui permet d'en dire beaucoup sur le mangeur en fonction de la nature de sa consommation.

« La viande porte toute la gamme des signaux qui vous permettent de segmenter la population politiquement, sociologiquement et économiquement » (Thierry Pech, 2022).

1.3. Manger, ou plutôt quoi manger, acte citoyen et politique

La politisation de l'alimentation n'est pas exclusivement l'affaire de personnalités politiques. De nombreux citoyens s'approprient ce sujet de l'alimentation pour en revendiquer les enjeux, comme les dérives, du système de production actuel. Comme le soulignent Olivier Lepiller et Chelsie Yount-André, le quotidien alimentaire peut devenir un « *espace de conflit (avec l'agro-industrie)* » (*op. cit.*) afin de porter de nouvelles exigences et préoccupations lors de l'acte de consommation.

La première action d'interpellation sur la prise de pouvoir des industries alimentaires a été celle de José Bové lors du démontage du Mac Donald's de Millau le 12 août 1999. Cet acte de désobéissance civile avait pour but de dénoncer la mondialisation, voire la « *macdonaldisation* » du monde et des modes alimentaires ³⁷. Actuellement les interpellations politiques, qu'elles soient dénonciatrices du système de production intensif ou, au contraire qu'elles soient porteuses de revendications conservatrices, ne cessent de grandir et de prendre place dans les choix de consommation du mangeur.

Comme évoqué par Thierry Pech, la viande, étant l'un des aliments le plus porteur de message aujourd'hui, sa consommation ou son abandon dans le régime alimentaire peut dévoiler un intérêt vis-à-vis de préoccupations identitaires ou environnementales. Une petite évolution des consommations de viande chez les Français est perceptible au travers de la croissance du nombre de personnes végétariennes ou flexitariennes. Même s'ils restent

³⁷ POULAIN Jean-Pierre, 2023, « Cours Entre médicalisation, patrimonialisation, politisation et conséquences environnementales... », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

minoritaires dans l'ensemble de la population française, « 82% des Français essaient de consommer moins mais mieux »³⁸. Le « consommer moins mais mieux » est l'un des discours de plus en plus mobilisés par ces derniers afin de pouvoir conserver un modèle alimentaire cohérent avec leur culture. Cependant, avec un modèle alimentaire très carné, ils sont encore près d'un sur deux à penser que la viande n'a pas d'impact négatif sur l'environnement et que le « végétarisme est une mode qui passera »³⁹.

2. Une prise de conscience écologique et éthique

La montée des préoccupations politiques a été largement soutenue par les nouveaux enjeux environnementaux ainsi que par les nouvelles questions autour du bien-être animal. Ces nouveaux enjeux de consommation, qui peuvent basculer vers des injonctions dans les modalités des choix alimentaires, occupent une place importante dans l'esprit des consommateurs : 68% des personnes végétariennes le sont pour des soucis de bien-être animal, ce que partagent 56% des personnes flexitariennes, et, « l'argument de l'impact environnemental de la production de viande revient fréquemment » chez l'ensemble des consommateurs⁴⁰.

2.1. La relation homme-animal

La relation qu'entretient le mangeur avec l'animal a largement été étudiée dans les sciences humaines et sociales⁴¹. Pour que l'animal perde ce statut d'être vivant et passe à celui d'être mangeable, toutes les sociétés ont mis en place des règles, des rites, des cadres afin de légitimer cette mort animale. Que ce soit par le don sacrificiel, les directives religieuses ou encore le contrôle scientifique, la mise à mort de l'animal a toujours été supervisée⁴².

³⁸ FRANCEAGRIMER, 2021, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2020, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

³⁹ Idem

⁴⁰ Idem

⁴¹ Voir notamment l'ouvrage collectif sous la direction de Jean-Pierre POULAIN de l'OCHA, 2007, « L'Homme, le Mangeur et l'Animal : qui nourrit l'autre ? », 328 p.

⁴² POULAIN Jean-Pierre, 2021, « Cours Mouvements dans la modernité alimentaire », Licence 3 Socio-Anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

En France, la religion n'exerce plus à elle seule son rôle de « légitimateur » des consommations, ce sont plutôt grâce à deux faits concomitants complémentaires que peut se poursuivre cette consommation de viande.

L'un d'eux tient à la proximité qu'entretiennent les Français avec l'animal qui deviendra par la suite de la viande. Cette « Loi de Proximité » (1963) mise en évidence par Edward Leach permet de positionner les animaux plus ou moins proches du mangeur, et, ainsi les considérer comme mangeables ou non. Leach repère 4 catégories :

- Les animaux familiers : correspondent aujourd'hui aux animaux de compagnie, ne peuvent pas être mangés du fait de leur proximité avec le mangeur (chat, chien, et de plus en plus le lapin...);
- Les animaux domestiques : correspondent aux animaux de basses-cours, de fermes et peuvent être mangés car il n'y a pas eu, ou peu, de projection humaine sur ses animaux (vaches, moutons, poules...);
- Les gibiers : correspondent aux animaux de chasse et peuvent être mangés car la culture de la chasse en France est restée (sanglier, cerf, biche...);
- Les animaux sauvages : correspondent à des animaux « exotiques » considérés comme non mangeables du fait de leur trop grande distance avec le mangeur français mais pourraient être consommés dans d'autres cultures (autruches, crocodiles...).

Cette distanciation entre l'homme et l'animal, sans que cette dernière ne soit trop importante, est nécessaire afin de pouvoir faire partie de l'espace du mangeable de l'individu Français.

2.2. L'absence de l'animal pour le rendre mangeable

En plus de cette distanciation nécessaire, afin que l'individu n'ait pas anthropomorphisé l'animal, c'est-à-dire ne lui ait pas projeté de caractéristiques humaines, il a fallu déplacer la mort animale à l'extérieur des villes et effacer les caractéristiques de l'animal pour ne plus percevoir ce qui est en train d'être mangé (Méchin, *op. cit.*).

Carole Adams évoque l'idée d'un « *animal en tant que référent absent* », c'est-à-dire la production d'un « *phénomène de distanciation psychologique de l'être humain assimilateur à l'égard de l'animal assimilé devenu absent* » (Adams, 2016 cité par Simoneau-Gilbert,

2017). La nécessité de « *faire abstraction de l'animal comme créature vivante* » (Simoneau-Gilbert, *op. cit.*) pour pouvoir consommer la chair de l'animal a longtemps été permise grâce, principalement, à cette non-conscience des individus à l'égard des systèmes de productions industriels, des abattoirs toujours plus loin des centres de vie urbains, ou encore des stratégies de l'agro-industrie pour donner de nouvelles formes et nouvelles couleurs à la chair animale.

« La fonction du référent absent consiste à tenir notre « viande » à distance de l'idée qu'elle ou il fut jadis un animal, de garder le « meuh » ou le « coin-coin » ou le « beeh » loin de la viande, d'empêcher que quelque chose soit perçu comme ayant été quelqu'un » (Adams, 2016, p. 33)

3. Le prise en charge de l'alimentation par la Science

Après les États-Unis, la France serait elle aussi touchée par une épidémie d'obésité depuis quelques années (Poulain, *op. cit.*).

Face à cette montée de l'obésité et du surpoids, chez les adultes comme les enfants⁴³, les différents acteurs de santé publique se sont emparés de ces questions afin d'endiguer, ou d'en-tout-cas limiter, cette croissance.

Les préoccupations de santé se sont alors accrues, en pointant du doigt l'alimentation dénoncée comme l'un des facteurs de risques pouvant contribuer à cette prise de poids excessive.

3.1. La nutrition : le passage d'aliment à celui de science

Les recherches en nutrition ne sont pas nouvelles et n'ont pas attendu le développement des maladies chroniques pour se faire. Les micronutriments, mis au jour vers le milieu du XX^{ème} siècle, et les macronutriments, découverts plus tardivement dans les années 1980⁴⁴, sont aujourd'hui mis en avant comme contribuant à un régime alimentaire équilibré et répondant aux besoins vitaux.

⁴³ En France, selon l'INSERM, près de 17% des adultes et 4% des enfants étaient obèses (IMC > 30), et près d'un adulte sur deux seraient en surpoids (25 > IMC > 30) [En ligne] <https://www.inserm.fr/dossier/obesite/> (consulté le 28/01/2023)

⁴⁴ POULAIN Jean-Pierre, 2023, « Cours Entre médicalisation, patrimonialisation, politisation et conséquences environnementales... », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

Cet éclairage sur les composés biochimiques constituant chacun de nos aliments à participer, et continu aujourd'hui, à une certaine perte du statut de l'aliment en tant que tel vers celui d'un agrégat d'éléments biochimiques participant au bon fonctionnement de notre organisme. Olivier Lepiller et Estelle Fourat le soulignent en exposant notamment la déconnexion entre l'animal et l'Homme encouragée par l'exposition des protéines dans la sphère publique : « [...] réduire les animaux sources d'aliments à leur matérialité conduit aussi à négliger la diversité des services qu'ils apportent et des relations homme/animal qui les accompagnent. » (2021).

3.2. La nutrition : une nouvelle injonction aux savoirs

Cette volonté de diffusion de connaissances nutritionnelles à l'ensemble de la population française par les institutions de santé publique et responsabilisant d'autant plus le mangeur, est fortement marquée depuis 2001. La mise en place, puis leurs successions depuis, des différents Plan National Nutrition Santé (PNNS) a rendu possible cette visibilisation de la nutrition et les enjeux qu'elle suppose en termes de santé à court, comme à long terme, chez l'individu.

Le dernier PNNS, s'établissant de 2019 à 2023, outre la promotion de l'activité physique, établit de nouvelles recommandations avec un accent particulier sur la réduction des protéines animales et une hausse des protéines végétales⁴⁵. Il est intéressant de souligner qu'est écrit dans ce même PNNS que « *les légumes secs [...] peuvent ainsi remplacer la viande ou la volaille [...]* »⁴⁶. Cette directive pouvant être lue et interprétée, comme une certaine hiérarchisation et catégorisation des viandes. La volaille, correspondant à de la viande de poulet ou de dinde par exemple, ne serait alors pas considérée comme de la « vraie » viande.

⁴⁵ « Les 10 mesures phares du PNNS 4 » [En ligne] <https://www.mangerbouger.fr/> (consulté le 28/01/2023)

⁴⁶ Ministère des solidarités et de la santé, « Plan National Nutrition Santé – 2019-2023 », 94 p.

4. La hausse de la réflexivité alimentaire

Face à toutes ces nouvelles injonctions, politiques, éthiques ou encore sanitaires, le mangeur doit composer et façonner un modèle alimentaire en cohérence avec l'ensemble de ses convictions sans oublier la culture dans laquelle il a été sculpté.

Le choix d'un régime alimentaire particulier, abandonnant certains aliments, ou au contraire favorisant les traditions, n'est pas anodin et s'inscrit dans une montée des préoccupations autour de soi, de ce que l'on est, de ce qui nous constitue au quotidien.

4.1. Manger, une « technique d'optimisation de soi »

Au quotidien, les individus sont soumis à tout optimiser. Optimiser son travail, optimiser son temps libre, optimiser son alimentation ou encore optimiser son corps et sa santé (Dalgarrondo et Fournier, 2019). Face à cette injonction à l'optimisation, c'est-à-dire cette recherche de performance et de maximisation dans ses actes quotidiens, les individus sont enclins à mettre en place des « *stratégies* » afin d'atteindre au mieux cette rationalisation⁴⁷. L'alimentation est ainsi pensée au prisme de cette optimisation et en concordance avec la trajectoire de vie de l'individu : culture, genre, catégorie sociale...

Ce « *souci de soi* » comme l'exprime Foucault, permet de penser le corps et l'alimentation comme des « *techniques de soi* » à savoir des « *procédures qui permettent aux individus de se maintenir, d'adapter et parfois de transformer leur identité au gré du contexte ou de leur étape de vie* »⁴⁸.

4.2. Optimiser sa masculinité par l'incorporation

Cette recherche de maximisation est particulièrement visible dans les performances de genre. Certaines des stratégies développées par chacun des individus peuvent être perçues comme caractéristiques du genre masculin ou du genre féminin. L'alimentation, en s'inscrivant « *durablement dans les corps* » (Walser et Fournier, 2021) permet d'être mobilisée par les

⁴⁷ FOURNIER Tristan, 2022, « Cours d'Anthropologie du corps et de Sociologie des promesses », Licence 3 Socio-Anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

⁴⁸ Idem

femmes, comme par les hommes, afin de se transformer et de se perfectionner dans des stéréotypes de genre.

Penser son alimentation en combinant nouvelles injonctions et préoccupations de genre, peut être tangible par l'adoption d'une alimentation particulière (Fischler, 2013).

Comme évoqué par Vulca Fidolini et Tristan Fournier, le régime est l'occasion de « *mettre en scène autrement un modèle masculin dominant, qui passe cette fois, par l'adoption de régimes alimentaires alternatifs inscrit dans des projets individuels « d'optimisation de soi » »* (2022).

La domination masculine continue ainsi de performer en se réinventant et en se testant notamment au travers de l'alimentation (Fidolini et Fournier, *op. cit.*).

4.3. L'expérimentation de pratiques alternatives : la mise en danger du masculin ?

L'écart que peut constituer un régime alimentaire en supprimant ou en introduisant certains aliments, en comparaison « *au modèle français* », peut se penser comme un « régime alternatif ».

Cette déviation d'un régime traditionnel passe par exemple par l'adoption d'une alimentation végétarienne, végan, l'introduction de période de jeûne quotidienne ou hebdomadaire, ou encore par des alimentations « *sans* » (lactose, gluten, sel...). La multiplication de ce qui est désignée comme des « *alimentations particulières* » (Fischler, *op. cit.*), contribue à une individualisation croissante des pratiques et du mangeur lui-même.

Cependant, l'alimentation faisant partie de notre quotidien, de notre identité, l'adhérence à certaines règles de consommations peut être plus ou moins difficile à mettre en œuvre.

Manger c'est dire quelque chose de qui l'on est, c'est laisser autrui découvrir une partie de soi. L'une des habitudes alimentaires les plus connotées en termes de genre est celle de l'introduction de pratiques végétariennes dans son quotidien. Les représentations autour d'une alimentation non-carnée sont majoritairement associées au genre féminin allant jusqu'à « *déviriliser* » les hommes qui adopteraient de tels usages alimentaires (Bouazzouni,

2021). « *Les liens qu'entretiennent les valeurs patriarcales, telles que la virilité masculine, avec la consommation de chair* » (Adams, 2016, cité par Simoneau-Gilbert, *op.cit.*) rend presque inimaginable l'abandon de la consommation animale par les hommes.

Comme le montre également Laurine Frédéric, de multiples discours sont ainsi mobilisés pour justifier et légitimer ce régime alimentaire alternatif auprès des autres hommes. Politiques et éthiques se confondent pour ne pas assumer les raisons sanitaires ou esthétiques (2020). « *La préoccupation pour l'esthétique est présente mais honteuse* » car « *l'importance du regard de l'autre dans les performances de genre* » (Diaso et Fidolini, 2019) est encore, très, prégnant.

Conclusion chapitre 2 :

Aux termes de ce chapitre nous pouvons donc affirmer que ce que l'on considère comme le modèle alimentaire français est aujourd'hui mis en péril. Un nombre croissant d'injonctions, d'enjeux ou encore de prescriptions dictent les choix du mangeur moderne qui doit aussi composer avec ce qu'il est, ce qu'il veut être, ce qu'il veut montrer de lui. Le concept « *d'assemblages* » mobilisé par Tristan Fournier et Sébastien Dalgalarondo (2019) semble pertinent à employer pour désigner cette agglomération de discours multiples afin de légitimer voire justifier de l'adoption de certaines pratiques alimentaires.

Une place prépondérante de la viande est encore à souligner dans le régime alimentaire des Français et d'autant plus, quand on est un homme français. La nécessité de la diminution de la consommation de chair animale, pour des raisons de santé, éthiques ou environnementales, se présente visiblement comme une difficulté à mettre en œuvre dans la population masculine française.

Un retour historique pour comprendre le lien fort qu'il existe entre les Français et la viande dans leur alimentation quotidienne s'avère nécessaire afin d'apercevoir l'origine de cet ancrage.

CHAPITRE 3 : goût pour la viande bovine, identité masculine ?

Comme évoqué précédemment, un lien entre l'alimentation et l'identité du mangeur permet d'expliquer certains choix de consommation. Qu'elle s'inscrive dans le cadre national, régional, individuel ou collectif, l'alimentation participe à un relatif ancrage territorial et identitaire.

En France, un rapport particulier à la consommation de viande est présent au quotidien, ce qui rend d'autant plus compliquée la mise en œuvre de changements alimentaires pour des soucis environnementaux, éthiques ou de santé. Diminuer sa consommation de viande serait alors toucher à l'identité française, s'attaquer à des valeurs collectives, à ce qui constitue « LE » Français héritier de l'identité gauloise et chrétienne.

Afin de comprendre comment s'est construite cette affinité caractéristique entre la viande et le mangeur Français, il paraît essentiel de se soumettre à un bref retour historique afin de mieux saisir l'attachement à la consommation de chair animale.

1. La multiplicité d'héritages

Appréhender la consommation de viande en 2023 chez les mangeurs Français ne peut se faire sans comprendre comment cette dernière s'est imposée au fil du temps et depuis des siècles, sur le territoire métropolitain. Il est important de reconsidérer cette consommation sur un temps long et comme soumise à de nombreux enjeux au fil des époques, pouvant remettre en cause sa neutralité.

1.1. Depuis la préhistoire...

Afin de saisir la place centrale de la viande dans le modèle alimentaire français⁴⁹, il est utile de faire un petit retour en arrière. Le mot viande, du latin « *vivende* » signifiant « *ce qui sert*

⁴⁹ ZANCANARO Frédéric, 2022, « Cours d'histoire de la gastronomie française », Licence 3 Socio-Anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

à la vie »⁵⁰, a dès le début attribué à la chair animale des propriétés de vitalité, de vigueur ou encore de longévité. La maîtrise du feu, il y a environ 400 000 ans durant la période du paléolithique, a permis de mettre en place des comportements sociaux relatifs à l'alimentation (Bricas *et al.*, 2021) et ainsi de déclencher, ce qu'appelle Marylène Patou-Mathis, un processus « *d'hominisation* » favorisé par la chasse.

La viande a dès lors été un facteur d'organisation de la vie sociale de l'Homme chasseur-cueilleur en séparant les types d'activités entre hommes et femmes⁵¹. La mise en place de cet ordre social, au travers de la nécessité de se nourrir, a été scindée en deux en attribuant la chasse aux hommes et la cueillette aux femmes, même s'il est important de ne pas imaginer un modèle aussi figé. L'alimentation carnée et la pratique de la chasse, qui ont pris une place importante durant le paléolithique, vont être repensées lorsque qu'un système agro-pastoral va être mis en place par les Homo-Sapiens. Les avancées de l'agriculture et de l'élevage ont été progressives, ce qui a favorisé la diminution du recours à la chasse et ainsi institué une « *transition lente* » dans les modes de vie (Guillaume, 2010, cité par Goujou, 2022). Cependant, cette image de l'Homme des cavernes continue de nourrir les imaginaires collectifs en y attachant quelques fantasmes et envies de retour à la consommation de viandes fraîchement chassées autour d'un bon feu (Bouazzouni, *op. cit.*).

1.2. ...en passant par la religion...

Comme le soulignent Jocelyn Raude et Claude Fischler, « *dans la plupart des sociétés humaines, les interdits alimentaires portent en effet le plus souvent sur des espèces animales tandis que (sauf exception) les végétaux sont purs* » (2006). La mise en place d'interdits alimentaires, permettant notamment de gérer le risque d'incorporation et donc de mort (Fischler, *op. cit.*), a été largement influencée par la religion dominante en France depuis le IV^{ème} siècle : le christianisme.

L'évangélisation de la Gaule, débutée après le traité de Milan en 313, et qui va se poursuivre sur les siècles suivants, lui permettra d'atteindre son apogée au cours du Moyen-âge. C'est notamment cet héritage catholique qui est souvent mis en avant pour expliquer la présence

⁵⁰ PATOU-MATHIS Marylène, « Mangeur de viande – De la préhistoire à nos jours », laviande.fr consulté le 03/12/2022

⁵¹ Ibid

importante de la viande dans le régime alimentaire des français et invoquant même l'idée d'un certain « *marqueur identitaire* »⁵².

En effet, comme le montre Olivier Bauer, les règles alimentaires ont été dressées afin de savoir « *qui était chrétien de qui ne l'est pas* » (Bauer, 2017). Les individus chrétiens pouvaient alors se définir comme tel en fonction de leur consommation de viande, et, en la comparant à celle d'autres membres de religions différentes comme les Juifs ou les « païens »⁵³. Au début du christianisme donc, « *sont considérés comme chrétiens celles et ceux qui mangent plus de viande que les Juifs* » (Bauer, *op.cit.*, p. 215) mais aussi « (...) *celles et ceux qui mangent moins de viande que les « païens »* » (Bauer, *op. cit.*, p. 216).

Ainsi, la consommation de viande était utilisée comme élément de différenciation entre les religions, mais a aussi été mobilisée pour se démarquer au sein même de la religion chrétienne (Bauer, *op. cit.*). Ce marqueur identitaire, interne à la religion chrétienne, permettait de distinguer les chrétiens tenant à la culture du sacrifice, et donc affectant leur façon de se nourrir et leur consommation de viande, et ceux qui refusaient cette culture du sacrifice et n'étaient donc plus chrétien :

« [...] *au IVème siècle, le christianisme, majoritaire, a fait son choix : celles et ceux qui refusent par principe toute consommation de viande ne sont pas chrétien !* » (Bauer, *op.cit.*, p 221).

Même s'il est interdit, aujourd'hui, de recenser le nombre de personnes pratiquant telle ou telle religion en France, il a été établi qu'« *autour de 1970, la très grande majorité de la population de France, plus de 9 personnes sur 10 était baptisée (...)* »⁵⁴. On peut donc émettre l'hypothèse que l'influence, forte, de la religion chrétienne en France avec ses règles alimentaires, portant notamment sur la consommation de viande, a eu, et continue d'avoir,

⁵² Hélène BOURELLE, « La France, ce pays qui résiste au régime végétarien », 7 février 2022, [En ligne], <https://reporterre.net/La-France-ce-pays-qui-resiste-au-regime-vegetarien> (consulté le 31/10/2022)

⁵³ Les « païens » étant les individus appartenant à un peuple polythéiste et qui fait référence ici au monde gréco-romain du Ier siècle

⁵⁴ DITTGEN Alfred, 2007, « *Religion et démographie en France. Des évolutions contrastées* », Population & Avenir, p.14-18

un impact sur les modèles alimentaires des Français et donc sur la place de cette dernière au cours du repas.

1.3. ...Et s'affichant comme symbole de dominations

Un dernier axe pouvant expliquer l'attachement fort des Français à un régime alimentaire carné est celui d'un signe de domination. Que la domination soit celle « *du riche sur le pauvre* », « *de l'être humain sur l'animal* » (Bouazzouni, *op. cit.*) ou encore celle de l'homme sur la femme (Adams, 2016, citée par Simoneau-Gilbert, *op. cit.*), la consommation de viande reste synonyme de pouvoir.

La domination « *du riche sur le pauvre* » a longtemps réglé la consommation alimentaire, en s'installant au cours du Moyen-Âge et séparant paysans et aristocrates. Consommer de la viande, c'était d'abord avoir eu le privilège d'y avoir accès. Le régime alimentaire des paysans, constitué principalement de pain et de quelques légumes, était rarement complété par de la viande. L'aristocratie elle, en tant que propriétaire de terres et ayant du temps à consacrer aux loisirs de la chasse, disposait d'un éventail de consommation carnée plus large⁵⁵.

Cette organisation sociale, débouchant sur des modèles alimentaires différents, s'inscrit dans une logique de privilèges et de distinctions plus larges. La viande comme un « *enjeu de pouvoir donc de privilège* » (Méchin, *op. cit.*) a alors très tôt été utilisée pour asseoir une certaine démarcation entre le peuple et l'aristocratie. Cette distance, entre ces deux régimes alimentaires, a été l'occasion pour l'aristocratie d'intensifier ce phénomène de séparation et d'instaurer, ce que Pierre Bourdieu abordera dans de multiples travaux, de la distinction. La consommation est alors devenue le signe d'un « *Bon Goût* »⁵⁶ en valorisant ce que les classes sociales supérieures pouvaient consommer et dénigrant l'incapacité des classes populaires à faire de même.

⁵⁵ ZANCANARO Frédéric, 2022, « Cours d'histoire de la gastronomie française », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁵⁶ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Fondements disciplinaires en sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

Dans une période plus contemporaine, cette idée que la viande serait un « *marqueur symbolique de la prospérité relative d'une société et/ou groupe socio-économique spécifique* » (Raude et Fischler, 2006) continue de nourrir l'imaginaire collectif. Une domination s'exerçant par les hommes sur les femmes au travers de cette consommation de viande a singulièrement été soulignée par Carole Adams lors de ces travaux dans les années 90 aux États-Unis. Dans cette lignée, Nora Bouazzouni, en France à elle aussi mis en avant le système de domination patriarcal s'exerçant par la consommation de chair animal.

« La ségrégation alimentaire c'est toujours exercé en premier lieu face à la viande, sa consommation ayant été synonyme de domination, de pouvoir [...] » (Bouazzouni, 2017, p. 70).

Alors que Nora Bouazzouni interprète cette domination plus en termes d'accessibilité et de légitimité de consommation en fonction de son sexe, Carole Adams compare le corps des femmes, posé comme objet de fantasme et d'assouvissement du plaisir masculin, à celui du corps animal, de la viande, provoquant ainsi le même enjeu de satisfaction et de pouvoir.

« Les corps des femmes selon Adams, sont posés comme objets permettant de satisfaire d'acheteur, de la même façon que les animaux, souvent femelles, sont transformés afin de satisfaire le plaisir gustatif du mangeur de viande » (Simoneau-Gilbert, op.cit.).

2. La consommation actuelle de viande, rouge, en France

La viande comme élément central du régime alimentaire français mais soumis à de plus en plus d'injonctions à sa diminution dans les assiettes devraient alors suivre cette tendance à la baisse. Cependant, comme explicité auparavant, on ne peut modifier de tels ancrages culturels aussi simplement qu'avec quelques discours de santé publique et de spots télévisés.

2.1. Un relatif maintien de la consommation...

En 2020, la consommation de viande par habitant en France s'établissait à 84,5kg⁵⁷. Marquée par une année particulière, d'un point de vue sanitaire avec la crise du Covid 19 et les confinements successifs rabattant une partie de la consommation dans la sphère domestique, on peut tout de même affirmer que la viande reste un élément central dans les assiettes des foyers. Augmentant de 0,7 point de pourcentage en 2021, pour atteindre 85,1 kg par habitant, sa nécessaire diminution n'a pas l'air de vouloir entrer dans de nouvelles habitudes de consommations françaises⁵⁸. Après des années de baisse, en moyenne 0,7% par an entre 2010 et 2019, en 2021 la consommation, de toute viande confondue, repart à la hausse et ce malgré les préoccupations environnementales⁵⁹. Parmi les viandes les plus consommées en volume, la viande bovine se place en seconde position devant celle du poulet et derrière celle du porc, affichant près de 24 kgec par habitant⁶⁰.

Le rapport des Français à la viande demeure positif et enraciné fortement dans des symboles de santé, de vitalité, rattachés à sa consommation. En effet, « 89% des Français aiment la viande et 79% pensent qu'elle est nécessaire pour être en bonne santé »⁶¹. Ainsi, si « peu de Français adoptent un régime végétarien cela tient à leur attachement à la viande [...] » et que lorsqu'un choix de non-consommation se met en place, notamment de la part des « jeunes hommes », cela se fait en « se privant à contrecœur [...] pour contrôler leur poids »⁶².

2.2. ...marquée par une différence de genre

Les différentes études mobilisées pour construire ce mémoire de recherches ont toutes souligné une différence de consommation non-négligeable qu'il paraît nécessaire d'explorer.

⁵⁷ FRANCEAGRI-MER, 2021, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2020, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

⁵⁸ FRANCEAGRI-MER, 2022, Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2021, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

⁵⁹ Idem

⁶⁰ Idem

⁶¹ IFOP, 2021, Études consommation : végétariens et flexitariens en France en 2020 – FranceAgriMer, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

⁶² IFOP, 2021, Études consommation : végétariens et flexitariens en France en 2020 – FranceAgriMer, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

En effet, l'étude INCA 3, celle de FranceAgriMer sur la consommation de viande en France ou encore la dernière portée sur les végétariens et flexitariens en France en 2020, font toutes ressortir une hétérogénéité de la consommation de viande entre personnes de sexes féminins et personnes de sexes masculins.

Comme « *les chercheur.e.s doivent s'attendre à trouver sur leur terrain des représentations et des pratiques inégalitaires genrées* » et que « *l'alimentation n'échappe pas à cette prédiction* » (Fournier and al., 2015), les constats de ces différentes études n'ont rien de surprenant.

Tableau 1 - Aliments privilégiés selon le sexe, INCA 3

Aliments privilégiés par les femmes	Aliments privilégiés par les hommes
Yaourts et fromages blancs	Produits céréaliers raffinés
Compotes et fruits au sirop	Fromages
Volailles	Entremets et crèmes dessert
Soupes et bouillons	Viandes
Boissons chaudes	Charcuteries
	Légumineuses
	Pommes de terre
	Sandwichs et pâtisseries salées
	Boissons alcoolisées

Ainsi, selon l'Anses, « les hommes [seraient] plutôt amateurs de viandes, charcuteries » quand les femmes, elles, privilégient des yaourts et des compotes. Ces disparités se retrouvent en fonction de l'âge, du sexe ou de la catégorie sociale principalement, avec des typologies d'individus partageant certaines pratiques alimentaires. Par exemple, « *les régimes sans viandes [...] affichent un profil résolument féminin, urbain, et appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures* ». Comme le soulignent Vulca Fidolini et Tristan Fournier, les choix de consommations alimentaires ne sont pas à séparer des modèles culturels et des styles de vie des individus, ce qui permet de surpasser la fonction vitale de ces derniers (2022).

De plus, comme le soulève l'étude Inca 3, les hommes mangent plus que les femmes et cette différence d'apport calorique se manifeste dès l'adolescence. Les codes de retenue inculqués aux petites filles durant leur socialisation alimentaire se poursuit donc en grandissant, la

restriction reste ainsi plus marquée du côté féminin, laissant le privilège de l'abondance du côté masculin. Cette différence de consommation permet aussi de s'inscrire dans des performances de genre :

« À l'opposé d'une féminité hégémonique érigée sur la restriction et la faim, la masculinité hégémonique revendique un appétit naturellement vorace et débridé » (Bouazzouni, 2021).

2.3. Pour être un homme faut-il manger de la viande (rouge) ?

L'alimentation, étant alors imbriquée dans des manières de vivre, des modèles culturels, s'inscrit tout naturellement dans une dimension genrée, afin que chaque individu corresponde aux codes sociaux du féminin ou du masculin du fait des choses qu'il incorpore. Carole Adams montre d'ailleurs très bien comment certains aliments ont été associés, d'une part, au féminin ou au masculin et comment, d'autre part, cela les aurait rendus plus positifs ou négatifs. Une connotation péjorative des légumes et une autre méliorative de la viande organiseraient notre rapport aux aliments et orienteraient nos choix alimentaires (Adams, 2016, cité par Simoneau-Gilbert, *op.cit*). La viande rouge reste, dans les représentations, l'un des aliments les plus virilistes : en mangeant un steak de bœuf, nous aurions plus de force, cela participerait davantage au développement de nos muscles, et nous serions ainsi plus masculinisés⁶³.

Cette intériorisation de la symbolique associée aux aliments renvoie au concept de la « pensée magique » mis en avant par les anthropologues Edward Tylor et James George Frazer au XIX^{ème} siècle. Associant à cette « magie sympathique » deux lois, celle de similitude et celle de contagion, nous assimilerions les propriétés et les vertus d'un aliment dépendamment des qualités projetées sur ce dernier. La décision de ne pas, ou plus, consommer de viande reviendrait alors à faire le choix de ne plus faire entrer en soi des valeurs de virilité, de force et de « prise sur le monde » mais seulement des aliments végétaux associés à « une vie d'inertie » (Adams, 2016, citée par Simoneau-Gilbert, *op.cit*). La « dimension symbolique [des propriétés de la viande] s'inscrit dans une logique viriliste

⁶³ REZA-KOKABI Alexandre, « Les hommes, ces viandards qui plombent le climat », 24 novembre 2021 [En ligne] <https://reporterre.net/Les-hommes-ces-viandards-qui-plombent-le-climat> (consulté le 24/11/2022)

dictée par une construction culturelle [le genre] » (Bouazzouni, 2017) et qui oriente chaque jour les choix de consommation des femmes et hommes français.

« La consommation de viande rouge et d'alcool, par exemple, peut jouer un rôle central dans les processus d'identification masculine, davantage liée à l'expression d'une conduite « prédatrice » contraire à la consommation dites « féminine » de fruits et légumes [...] davantage liées aux codes de la pudeur ou de la retenue » (Fidolini et Fournier, 2022).

Dès lors, le choix d'être végétarien serait perçu comme dévirilisant et il faudrait activer d'autant plus de justifications, voire de stratégies, pour continuer d'être perçu comme un « vrai » homme⁶⁴.

⁶⁴ Voir notamment les travaux de Laurine Frédéric, 2020

Conclusion chapitre 3 :

Manger de la viande ne se révèle donc pas neutre d'un point de vue identitaire. Mobiliser l'Histoire pour tenter de fournir des explications sur ce rapport si particulier entre consommation de viande et construction de soi nous a permis de comprendre comment une religion, ici la religion chrétienne, à dès le début instauré des règles de différenciation au travers de l'incorporation. Plus que le simple fait d'appartenir à une communauté, à une culture, la consommation de viande rouge s'ancre également dans des pratiques différentielles et de performances de genre. Manger de la viande c'est s'assurer, mais aussi assurer aux autres, de la valeur de sa masculinité.

Conclusion PARTIE 1 :

Au terme de cette exploration littéraire nous avons pu appréhender les différents liens entre consommation alimentaire et construction de l'individu, entre consommation de viande rouge et expression d'une identité masculine. L'intériorisation de pratiques, de codes et de rôles sociaux dès le plus jeune âge passe par différentes institutions dans lesquelles l'alimentation s'inscrit naturellement en tant que vecteur de transmission de valeurs. Aujourd'hui, face aux nombreuses injonctions sanitaires, écologiques ou esthétiques, les individus doivent reconfigurer leurs pratiques alimentaires, ce qui n'est pas sans une certaine crainte pour leur identité et ce qu'ils représentent au sein de groupe de pairs. Les différents mouvements qui accompagnent la modernité alimentaire du XXI^{ème} siècle⁶⁵, signes de changements sociétaux, semblent pourtant se heurter à des modèles de consommation bien ancrés dont les individus ne veulent pas se séparer. La nécessité de changer certaines habitudes alimentaires ne s'avère pas faire écho auprès de certains hommes qui ont besoin de consommer, toujours plus, de viande rouge, symbole de virilité par excellence.

Ces différentes contradictions entre les changements sociétaux, nécessaires, et le maintien de la consommation de viande rouge par certains en décrédibilisant les hommes voulant prendre part à la sauvegarde de la planète ou à la préservation de leur corps, de leur santé, m'ont amené à poursuivre ce travail grâce à la mise en problématique de mon questionnement de recherches.

⁶⁵ POULAIN Jean-Pierre, 2023, « Cours Entre médicalisation, patrimonialisation, politisation et conséquences environnementales... », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

PARTIE 2 : MISE EN PROBLÉMATIQUE ET HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

CHAPITRE 1 : Mise en problématique

L'élaboration et l'écriture de ce mémoire c'est fait au fil des mois en gardant toujours à l'esprit la question suivante : *pourquoi assiste-t-on à un maintien, voire une valorisation, de la consommation de viande rouge alors que les recommandations de santé, environnementale, éthiques ou encore politique vont dans le sens inverse ?*

Le travail de problématisation présenté ici n'a pu s'instituer que grâce à la mobilisation et la confrontation de mes nombreuses lectures. J'aurais aimé que la mise en questionnement de cette recherche ne se base pas que sur la « suprême théorie » comme évoquée par Charles Wright Mills⁶⁶ mais confronte aussi quelques données de terrain, cependant, par manque de temps, je n'ai pu élaborer ma problématique en combinant théorie et empirie.

Ayant démontré que l'alimentation s'inscrit dans des systèmes de valeurs particuliers, avec des perceptions et des idées projetées qui dépendent de chaque culture, de chaque contexte, l'exploration littéraire a permis d'appréhender les représentations, conscientes ou non, adossées à cette consommation de chair animale. Plus que le simple partage de préférences alimentaires ou de modèles de vie entre individus, l'incorporation de viande rouge s'inscrit plus largement dans des systèmes complexes encadrants l'ordre social et en la plaçant comme « *un lieu de fabrique, de reconfiguration (et de lecture) privilégié des rapports sociaux de sexes* » (Fournier, Jarty and al., 2015).

Comprendre ce que manger (*de la viande rouge*) veut dire (*je suis un homme viril*)⁶⁷, a été l'occasion de dérouler comment, et pourquoi, cette consommation carnée est passée d'un besoin vital et biologique à la mise en place d'une organisation sociale basée sur l'inégalité alimentaire⁶⁸ et la domination patriarcale. Par optimisme, et sûrement profond déni de l'inégalité dans les rapports sociaux de sexes encore présents aujourd'hui, j'ai souhaité chercher des réponses aux difficiles changements sociétaux nécessaires, pour des raisons

⁶⁶ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁶⁷ Repris de l'idée de Nora BOUAZZOUNI dans « *Steaksisme : en finir avec le mythe du viandard et du végétarien* », 2021, Nourriturfu

⁶⁸ Voir les travaux de Christine DELPHY dans les années 1970, cité par Tristan FOURNIER, Julie JARTY and.al dans « *L'alimentation, arme du genre* », 2015, Journal des Anthropologues

environnementales et sanitaires principalement, en voulant tenter de dépasser les explications en termes de genre.

Or différents mouvements encourageants et déstabilisant les individus en faveur d'évolutions dans leurs manières de consommer s'accompagneraient aussi d'une certaine métamorphose des modèles genrés. En parallèle des nombreux appels à modifier nos pratiques, en particulier alimentaires, un mouvement de transformations des identités et rapports de genre s'installe avec l'émergence de nouveaux modèles (Guionnet et Neveu, 2021). Cette recomposition des frontières et rapports de pouvoirs liés au genre, rapport d'interdépendance entre masculin et féminin, donne lieu à une « *floraison contemporaine de mouvements d'hommes centrés sur une défense ou redéfinition de la bonne masculinité* » (Guionnet et Neveu, *op. cit.*).

Ainsi, de cette réflexion ressortent trois pôles qui m'ont paru pertinents et nécessaires de relier afin de dégager une problématique concordant avec l'ensemble de ce travail :

- Le premier, est celui de la construction de l'identité masculine qui est actuellement tiraillée entre tradition et inéluctable renouvellement.
- Le second est celui des complexes transformations sociétales qui émergent. L'analyse avec les différentes échelles d'observation de Dominique Desjeux⁶⁹ peut ici donner à voir l'ensemble des enjeux et impacts des évolutions de la société en cours. D'abord à un niveau macro-social, les injonctions à changer les comportements alimentaires sont de plus en plus nombreuses, dans une perspective de protection environnementale. Ensuite, en observant d'un point de vue méso-social, les différents rapports de pouvoir de genre entre individus se modifient. Enfin, à un niveau plus micro-individuel, de nouvelles attentions à soi, une hausse de la réflexivité alimentaire prend place dans les choix de consommation. Face à toutes ses directives l'individu du XXI^{ème} siècle se voit obligé de composer et assouvir ses besoins, ses envies, en respectant de nouvelles prescriptions comportementales.
- Le troisième, mais pas le moins important car donnant un sens à tout ce travail, est celui de l'incorporation carnée. La viande rouge, cet aliment dont les symboles et les représentations sont parmi les plus importants, est celle qui introduit des écarts de consommation significatifs entre la gent féminine et masculine. De plus, la viande

⁶⁹ TIBÈRE Laurence, 2022, « Cours Identités et alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

bovine est celle qui est la plus sujette à des attaques en ce qui concerne sa diminution dans les assiettes comme explicitée auparavant.

L'articulation de ces trois pôles m'a permis d'en dégager la problématique suivante :

En quoi la consommation de viande rouge peut-elle être perçue et vécue comme garante de l'identité masculine dans un contexte de mutation sociale ?

Deux propositions de réponses, qui « doivent être opératoires de manière à être mises à l'épreuve empiriquement » (Martin in Paugam, 2010) découlent de cette mise en énigme :

- la socialisation comme constituant des freins aux changements de pratiques alimentaires ;
- le sentiment de pertes de maîtrises alimentaires des hommes face aux nouvelles injonctions participe à une sur-virilisation de leurs pratiques.

CHAPITRE 2 : Hypothèse 1

La socialisation comme constituant des freins aux changements de pratiques alimentaires.

La construction identitaire des hommes et des femmes passe par différentes trajectoires et étapes de vie au cours desquels des pratiques et représentations sur le monde extérieur vont se créer, se modeler, évoluer. Les trajectoires de vie, qui peuvent être définies comme un « ensemble de trajectoires conjugales, familiales, professionnelles et éducationnelles d'un individu » permettent de mettre en évidence la pluralité d'interactions et de situations sociales parmi lesquelles l'individu va devoir composer, se façonner. À chaque nouveau contexte, chaque nouvel environnement, femmes et hommes intériorisent de nouveaux comportements, de façon consciente ou non, afin de correspondre aux rôles sociaux attendus dans une société donnée. Ce processus d'« intériorisation-extériorisation » (Bourdieu)⁷⁰ des conduites sociales évoluant au fil des âges, contextes ou encore rapports sociaux peut être rapproché de celui de « socialisation plurielle » exposé par Muriel Darmon (2006).

L'alimentation, incorporation biologique mais aussi identitaire, accompagne chacun de nous tout au long de nos vies. En s'inscrivant dans les dynamiques à l'œuvre au sein des processus de construction de soi, elle participe au formatage des identités et permet de s'établir comme un repère au fil du temps. Marqueur de différenciation sociale et genrée dès le plus jeune âge, l'alimentation serait une des composantes intériorisées qu'il s'avérerait difficile à modifier malgré le développement d'injonctions contraires aux modèles.

1. Éducation parentale, transmissions et alimentation

1.1. La famille, première institution du cadre alimentaire

La famille, présentée comme une des instances de socialisation les plus importantes et intervenant dès les premiers jours de la vie de l'individu, va imposer des manières de penser,

⁷⁰ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Fondements disciplinaires en sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

agir et interagir au jeune enfant. Chaque famille possède un caractère singulier et dépendant de chaque membre la composant mais, elle s'inscrit aussi plus largement dans un système structuré de normes et de valeurs sociales et culturelles lui permettant de s'établir comme institution⁷¹.

Au travers de l'éducation familiale, des modèles éducatifs parentaux et des systèmes de valeurs transmis aux jeunes enfants, vont découler des pratiques et des représentations autour de l'acte alimentaire qui modèleront durablement l'alimentation de ces derniers comme explicitée au travers de la socialisation alimentaire. Exprimé par Durkheim, la famille va participer au cadrage social de l'appétit en instituant les heures, les nombres et les rythmes des repas, choses auxquelles l'individu n'aurait pas été soumis sans intervention⁷².

L'importance de ces normes est visible au travers de la forte synchronicité sociale des Français puisqu'environ 75 % des individus mangent entre 12h et 14h en France contre seulement 35 % au Royaume-Uni en 1999⁷³. La famille fournit alors un socle durable de pratiques, normes et valeurs encadrant les pratiques individuelles.

1.2. Le repas familial, lieu d'apprentissage du « genre alimentaire » ?

Une place particulière est notamment accordée au repas familial qui constitue « *un dispositif central de l'alimentation familiale représentant un moment de partage, d'échange et de communion comme d'apprentissage, de transmission, de cadrage et d'intégration* » (Dupuy et Rochedy, 2018).

Au travers de ce moment de partage et de rassemblement, les identités individuelles se forment : mises en scène, jeux de rôles ou encore interactions naissent dans ce contexte d'intimité⁷⁴. Cette « *théâtralisation du repas familial [...] contribue à renforcer [...] les*

⁷¹ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours Fondements disciplinaires en Sociologie », L3 Sociologie-Anthropologie Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁷² IDEM

⁷³ DE SAINT POL Thibault, 2006, « Le dîner des Français : un synchronisme alimentaire qui se maintient », INSEE, [En Ligne] (consulté le 22/02/2023)

⁷⁴ TIBÈRE Laurence, 2022, « Cours Identités et alimentation », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

identités » et ainsi « *assurer la cohésion sociale* » (Dupuy et Rochedy, *op. cit.*). Lorsque les enfants découvrent « *ce qui se mange et ce qui ne se mange pas, ce qui est pour eux et ce qui est réservé aux autres* » (Dupuy, Rochedy, *op.cit.*), une catégorisation des aliments va alors s'instituer dans les schèmes de pensée et ainsi se perpétuer dans le monde social.

1.3. Viande égale énergie

Aujourd'hui, lorsque 55 % des français continuent de penser que « *manger de la viande donne de la force et de l'énergie à un homme* »⁷⁵ alors que différentes études ont prouvé qu'être végétarien n'empêchait pas d'être musclé, on peut alors se questionner sur l'origine et la prégnance de telles idées. Il semble que dès l'adolescence, un marqueur alimentaire genré existe déjà. Mis en évidence par l'étude INCA 3, la consommation carnée est plus importante chez les garçons de 17 gr par jour que celle des filles. Ce qui peut paraître comme peu cache en réalité une différence de plus de 50 % d'incorporation carnée, hors volaille, chez les adolescents entre 11 et 17 ans puisqu'ils en consomment 47 gr par jour contre 30 gr chez les adolescentes du même âge.

Ce qui se retrouve ainsi sur la table familiale configure des pratiques de consommation futures en instaurant dès le plus jeune âge des différentiels d'accès à certains aliments et connotés, par la suite, comme masculin ou féminin.

2. Profession et alimentation

2.1. L'identité professionnelle...

Un individu ne se construit pas seul. La réalité sociale le place dans des contextes d'actions particuliers avec une multiplicité d'interactions qui le marque à court ou long terme. Un des temps importants des trajectoires de vie de l'individu se situe lorsque ce dernier va entrer

⁷⁵ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgé de 18 ans et plus

dans le monde du travail. Une identité de groupe, plus ou moins forte selon les milieux professionnels, peut émerger et favoriser des cultures d'entreprise ou de métier.

Ce partage de valeurs, perçu par les travailleurs comme propre à leur profession leur permettant un sentiment d'appartenance et l'acquisition d'une identité professionnelle, configure un certain nombre de représentations associées à ce à quoi doit ressembler un *bon* travailleur. En associant certaines pratiques à certaines professions, des configurations d'actions en découlent qui peuvent même être exagérées et ainsi participer à la perpétration de stéréotypes.

Une « *importance particulière* » est alors accordée au travail et peut être saisie comme un « *élément d'affirmation de l'identité masculine* » (Guionnet et Neveu, 2021), comme féminine, au travers d'activités permettant d'exprimer son identité de genre. Malgré la démocratisation de la place des femmes dans le monde du travail, des catégories de pensées agissent encore sur les liens entre activité professionnelle et virilité/sensibilité. Nathalie Bosse et Christine Guégnard mettent en avant que dans les représentations, sage-femme, esthéticienne, secrétaire ou encore couturière seraient des « *professions pour les femmes* » et que les routiers, maçons, déménageurs ou pompier seraient tous des hommes. Aux mots « *maternité, douceur et compréhension* » sont opposées « *force, courage et résistance* » (Bosse et Guégnard, 2007) ce qui participe à cette double catégorisation des sexes sur le plan professionnel.

2.2. ...configure des pratiques alimentaires ?

En entrant dans le monde professionnel, l'individu va alors se conformer aux attentes de son groupe de travail et ainsi se socialiser en intériorisant de nouvelles façons de faire, d'agir et de voir le monde.

La convergence de pratiques, notamment alimentaires, du fait d'un sentiment identitaire professionnel et dépassant le simple cadre du lieu de travail, a été mise en avant par Maurice

Halbwachs dans des travaux pionniers sur la question. À partir de données sur les budgets des ouvriers allemand au début du XX^{ème} siècle, le sociologue démontra que les habitudes de consommation expriment la situation sociale d'un individu et son degré de participation à la vie sociale⁷⁶. Ainsi, toujours selon Maurice Halbwachs, la consommation alimentaire participe à la formation des classes sociales.

En instaurant des modèles alimentaires propres à chaque catégorie sociale, les individus peuvent ainsi les mobiliser afin de revendiquer des pratiques et des appartenances collectives dépassant l'espace professionnel et s'intégrant dans la sphère domestique.

2.3. Un ouvrier ce n'est pas végétarien

Aujourd'hui, on peut constater des différences significatives en termes de consommation de viande en fonction des catégories socio-professionnelles identifiées par l'Insee. Dans son étude sur le rapport entre genre et consommation de viande, l'IFOP dévoile que les hommes se déclarant « *très viandards* » sont 27 % chez les ouvriers contre seulement 16 % chez les cadres⁷⁷, ce qui peut aller à l'encontre de la vision purement économiste considérant que la viande est chère et peu accessible aux catégories plus modestes, dont les ouvriers font partie. De plus, le bœuf fait partie des assiettes quotidiennement chez 17 % des ouvriers contre seulement 7 % des cadres⁷⁸. Même si la différence de perception des messages de santé publique ne touche pas les catégories sociales de la même façon, avec une intériorisation plus forte chez les cadres des risques de santé lors de surconsommation de viande rouge, les ouvriers n'ignorent pas les conséquences de développement de maladies futures. Comme le rapporte Faustine Régnier, chez les hommes de catégories modestes, comprenant ouvrier et employés, « *les recommandations nutritionnelles sont connues, mais les individus expriment à leur égard une résistance* » et refusent « *parfois, de s'y conformer* ». Les recommandations de santé sont alors le « *plus souvent vécues comme des injonctions extérieures* » ce qui amène les individus à « *une prise de position critique* » face à elles. Les recommandations

⁷⁶ MISCHI Julian, « Maurice Halbwachs. Le destin de la classe ouvrière », Note de lecture, [En Ligne], <https://doi-org.gorgone.univ-toulouse.fr/10.4000/lectures.7563>

⁷⁷ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgé de 18 ans et plus

⁷⁸ Idem

de santé, qui vont à l'encontre du régime carné des ouvriers et employés, seraient ainsi considérées car elles toucheraient de trop près à ce qui constitue au quotidien un repère pour ces derniers.

Même si ici la consommation quotidienne de bœuf ne se révèle pas comme un marqueur identitaire et communautaire aussi important que celui des ouvriers de même qu'à l'époque de Maurice Halbwachs, on voit bien comment des pratiques intériorisées et partagées par des groupes professionnels peuvent instituer des pratiques singulières en termes d'alimentation.

3. Vie conjugale et familiale

La mise en couple, et par la suite la construction de sa famille, constituent là aussi des *turning point*, ou moments de basculement et de repositionnement de l'identité individuelle, non-négligeable.

Les différentes évolutions qu'ont connues le couple et la famille ces derniers temps, et leurs formes multiples, peuvent être réinvesties par les sociologues comme des lieux d'enquêtes particulièrement intéressants pour re-questionner les rapports de genre et la place de l'alimentation parmi eux. Que ce soit pour appréhender la charge du travail alimentaire (Dupuy, 2017) ou bien le choix des aliments consommés, l'articulation entre genre, alimentation et foyer permet d'en faire ressortir des dispositions identitaires, et des idées, éminemment persistantes.

3.1. La mise en couple : la nécessaire reconfiguration des pratiques alimentaires...

La mise en couple, malgré son arrivée de plus en plus tardive aujourd'hui du fait de l'allongement des études, de la difficulté à trouver un premier emploi ou encore de la baisse

de la pression sociale, reste une étape importante dans la vie de deux individus souhaitant partager une vie commune.

Lorsque l'on vit seul les habitudes alimentaires quotidiennes peuvent s'inscrire dans une certaine continuité des usages familiaux ou alors s'établir comme des points de ruptures, comme une libération de l'individu qui peut enfin s'alimenter comme il le veut, avec ce qu'il veut, et quand il le veut. Lorsque la décision de partager son lieu de vie intervient entre deux personnes, ce sont tout un tas de pratiques quotidiennes qu'il va falloir remodeler en fonction de l'autre, tout un tas d'apprentissages sont à revoir, dont l'alimentation n'est pas à exclure.

3.2. ...vers la création d'un nomos alimentaire conjugal

Comme explicité par Jean-Claude Kaufmann⁷⁹ et Philippe Cardon (2015) l'alimentation n'engagera plus le seul individu mais deviendra une affaire collective puisque partagée à deux. Les différents échanges, négociations et confrontations autour des choix alimentaires vont se traduire par la création d'un « nomos alimentaire conjugal » (Cardon, 2009, in Cardon, *op. cit.*) « *c'est-à-dire un univers partagé de références et d'actions autour de l'alimentation* » (Cardon, *op. cit.*). Une certaine négociation identitaire est alors à l'œuvre entre les deux individus puisqu'une transformation de leurs modèles, de leurs normes et de leurs pratiques va s'établir par influence mutuelle.

3.3. Un nomos alimentaire conjugal masculin ?

Il est intéressant de souligner que l'homme impose plus facilement ses préférences, la femme s'adaptant le plus souvent aux exigences de son conjoint (Cardon, *op. cit.*).

Ce terrain d'entente entre les deux parties semblerait plus modulable du côté féminin qui accepterait de bouger les frontières de son alimentation, quitte à supprimer certains plats appréciés car jugés non-adaptés, face aux désirs du sexe masculin. Les identités masculines

⁷⁹ DUPUY Anne, 2022, « Cours de Sociologie de la Famille », L3 Sociologie-Anthropologie Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

se forgeant par ce qui se trouve au bout de la fourchette, il est intéressant de soulever que 17 % des 25-34 ans consomment quotidiennement du bœuf, alors que tous ont été témoins de la montée de préoccupations environnementales et enjeux liés à la consommation de viande, et que 47 % de ses consommateurs quotidien de bœuf sont d'accord avec l'affirmation : « *Dans un couple, il est normal que la femme effectue plus d'activité ménagère que l'homme* » contre seulement (ou encore) 16 % des hommes n'en mangeant pas ou peu⁸⁰. Ainsi une convergence entre alimentation carnée et vision conservatrice des rôles sexués à la maison semble se confondre.

3.4. Femme au foyer, rosbeef à manger ?

Pendant longtemps les morceaux de viande étaient réservés au père comme l'a montré Christine Delphy lors de ces travaux sur les familles rurales des années 1970. Elle explique que « *la viande est rarement au menu, et encore plus rarement au menu de tous. Souvent elle n'apparaît sur la table que pour être consommé par le seul chef de famille [...] les femmes et les enfants n'auront le morceau de choix, réservé au père* » (Delphy, 1975 cité par Fouquet, 2018). Cette privation pour le bien-être du « *chef de famille* » semble aujourd'hui perdurer lorsque les femmes se privent de plats qu'elles affectionnent pour aller vers des plats correspondant aux goûts de leurs maris. Cette vision de la famille, qui serait celle sous l'autorité et la subordination de l'homme, équivaut à une conception traditionnelle et conservatrice de cette dernière. Là encore, il est étonnant de remarquer que les gros consommateurs de bœufs sont largement imprégnés des stéréotypes sexistes, bien plus que les consommateurs modérés. Ainsi, le taux d'adhésion à la théorie que « *le travail d'un homme c'est de gagner de l'argent, celui de la femme de s'occuper de la maison et de la famille* » est quatre fois plus populaire chez les consommateurs quotidiens (42 %) que chez les petits consommateurs, autrement dire ceux en mangeant moins d'une fois par semaine (12 %)⁸¹.

⁸⁰ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgé de 18 ans et plus

⁸¹ Idem

4. Groupe de pairs

Une dernière institution sociale m'a paru importante à présenter dans l'influence que cette dernière pouvait constituer en termes de freins aux modifications de pratiques et de représentations autour de l'alimentation. Le groupe de référence, c'est-à-dire le groupe auquel l'individu souhaite appartenir, va nécessiter une intériorisation de normes et valeurs pour entrer, mais aussi rester dans ce groupe et être reconnu par les pairs.

4.1. Attester de sa virilité aux yeux des autres

Différentes masculinités ont été exposées par Raewyn Connell qui permettent de mettre au jour une certaine typologie dans les pratiques et performances de genre, même si la réalité est toujours plus complexe. Dans les travaux de cette dernière, elle donne à voir un « *ordre du genre* » : espace dans lequel les hommes sont tenus d'investir des pratiques et des représentations pour devenir des hommes (Connell, 2014). Pour aborder les masculinités, il est important pour la sociologue de les penser comme des « *configuration de pratiques* », un rapport face auquel les hommes doivent se positionner comme exposé précédemment.

Même si la masculinité hégémonique n'est pas une représentation idéale, elle a bien une fonction normative qui place les hommes dans des contextes de perfectionnement et d'adoption de pratiques genrées. Elle renforce notamment les identités de genre et définit des traits spécifiques comme la force, l'assurance ou encore la position de pouvoir que les hommes intérioriseraient comme nécessaire pour assurer leur rôle social.

On peut supposer que lorsque des hommes qui présentent tous des caractéristiques se rapprochant de ce qu'est la masculinité hégémonique se réunissent, les pratiques sont sur-investies afin de laisser voir au groupe de sa capacité à performer le genre masculin.

« La viande est donc un enjeu de pouvoir, plus que tout autre aliment : c'est une manière de performer la masculinité hégémonique, d'exercer son privilège sur

la nature afin de prouver que l'on appartient aux dominants. » (Bouazzouni, 2017, p.75)

4.2. Manger du bœuf, ça aide à draguer ?

Les représentations autour de la viande et de celles des masculinités peuvent donc se recouper et se renforcer lorsque les individus masculins se retrouvent entre eux. Afin d'être reconnu par le groupe de pairs et assurer une certaine domination sur le reste du monde, notamment sur les femmes et animaux comme le présente Carol Adams (2016), les hommes peuvent investir le champ de l'alimentation pour perpétuer les performances masculines.

La viande rouge, qui dans les représentations donne force et vigueur aux hommes, participerait à offrir de meilleures capacités de séduction chez ces derniers. En effet, l'intériorisation de la maxime « *fort comme un bœuf* » est tel, que l'idée selon laquelle la viande rouge fournit l'énergie nécessaire pour « *conquérir les femmes et la nature* » est loin d'être marginale dans la population masculine⁸².

4.3. Manger du bœuf et maîtriser la flamme, signes de virilité assurée ?

Trouver sa place parmi les hommes quand on est un homme n'est pas une chose assurée. Affirmer et attester de sa *bonne masculinité* auprès de son groupe de pairs passe par différents « *rapports pratiques des hommes et des garçons aux images collectives ou aux modèles de masculinités [...]* » (Connell et Messerschmidt, 2005) desquels vont résulter de multiples mises en scène de soi dans le monde social.

⁸² KRAUSS François, 2022, « Barbaque & Barbeuc... Les viandards sont-ils tous les machos ? », Pôle Genre, sexualité et santé sexuelle de l'Ifop [En ligne] <https://www.darwin-nutrition.fr/wp-content/uploads/2022/09/Analyse-Francois-Kraus.docx.pdf>

Cette « *pression sociale dont l'alimentation est aussi l'instrument* » (Fournier, Jarty and al., op. cit.) va donc, en partie, assigner des conduites et comportements valorisés par les hommes dans des contextes sociaux spécifiques.

L'un des terrains d'application les plus significatifs est celui du barbecue entre amis. Au-delà de son investissement quasi-exclusif par 78 % des hommes en couple, près d'un homme sur deux estime que « *les hommes s'occupent mieux du barbecue que les femmes* »⁸³. Et lorsque c'est une entrecôte que l'on fait griller, cela serait visiblement une hérésie de laisser sa conjointe s'en occuper puisque 66 % des consommateurs quotidiens de bœuf s'estiment meilleurs pour gérer cette cuisson à la flamme que leur conjointe. Si le barbecue pouvait se réaliser en toutes saisons, peut-être que le travail alimentaire conjugal serait ainsi plus égalitaire ?

Le monopole masculin sur la gestion du barbecue peut être perçu comme un symptôme « *du besoin des hommes de renouer avec leur nature* »⁸⁴ dans une logique de renforcement de leur masculinité en incorporant les propriétés viriles de l'aliment et de son mode de cuisson encore socialement codé et genré.

⁸³ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgée de 18 ans et plus

⁸⁴ KRAUSS François, 2022, « Barbaque & Barbeuc... Les viandards sont-ils tous les machos ? », Pôle Genre, sexualité et santé sexuelle de l'Ifop [En ligne] <https://www.darwin-nutrition.fr/wp-content/uploads/2022/09/Analyse-Francois-Kraus.docx.pdf>

Conclusion de l'hypothèse 1 :

Les différentes étapes et contextes sociaux dans lesquels les individus masculins sont placés configureraient des pratiques, représentations, normes et valeurs associées à l'alimentation dont il semblerait difficile de les dépasser. L'intériorisation de tous ces codes relatifs au genre masculin ne permettrait pas d'induire de nouvelles pratiques via de simples injonctions de santé, environnementales ou éthiques car dénué de sens et de repères associés à la virilité, la masculinité.

CHAPITRE 3 : Hypothèse 2

Un sentiment de perte de maîtrise alimentaire des hommes, face aux nouvelles injonctions, participe à une sur-virilisation de leurs pratiques.

Face aux nombreuses injonctions émergentes dans le monde de l'alimentation, les repères normatifs et identitaires seraient obligés de bouger, de se transformer. Or, quand aucune prise sur le monde extérieur, en pleine redéfinition, ne peut se faire, les individus sont tentés de se rassurer en s'appuyant sur des marqueurs paraissant dès lors plus stables.

L'alimentation participant à la construction identitaire individuelle et collective, il est difficile de sculpter à nouveau ce qui peut constituer des réflexes, des impensés culturels et sociaux. Ainsi, lorsque les recommandations de santé publique attestent de la nécessité de diminuer sa consommation de viande rouge, ce sont tous les « *viandards* » qui se sentent attaqués et touchés dans ce qui fait leur uniformité. Ces directives alimentaires, sur fond de changements sociétaux importants ces dernières années et bousculant les frontières du genre et des masculinités, peuvent ainsi produire l'effet inverse en renforçant une consommation politiquement incorrecte.

Cette hypothèse s'appuie donc sur le constat de nouvelles préoccupations alimentaires enclin à faire changer les individus mais qui ne peuvent se produire du fait d'un besoin de re-maîtrise d'une alimentation virile, masculinisée et masculinisante.

1. La remise en cause des modèles traditionnels

Depuis la montée des préoccupations féministes dans les années 1970 en France, les modèles genrés se redéfinissent, même si des avancées pour une égalité parfaite entre les sexes sont encore à approfondir. Les dispositions et repères identitaires qui constituent « *l'ossature* » des masculinités ont été et sont toujours sujettes à une recomposition dans l'ordre du genre (Guionnet et Neveu, *op.cit.*). Cette perturbation du cadre normatif des identités masculines

est souvent remise en cause et investie par les hommes pour justifier d'un certain mal-être identitaire.

1.1. Des avancées sociales...

La période qui s'ouvre après la Seconde Guerre mondiale va bâtir la plus grande période d'avancées sociales pour les femmes. Depuis l'acquisition du droit de vote en 1944, puis leur première utilisation en 1945, va alors s'ouvrir sur un demi-siècle une phase de conquêtes et de légitimations des droits et devoirs féminins. Cette succession d'acquisitions de droits sociaux par les femmes est venue « *perturber les rapports de pouvoirs entre les sexes et par-là les assurances de la masculinité établie* » (Guionnet et Neveu, *op.cit.*). Les femmes dépendent moins de leurs maris, elles s'émancipent peu à peu dans tous les domaines de la vie sociale. Études, travail, contraception, argent, mariage et divorce sont autant de nouvelles appropriations par la gent féminine et de gain de liberté face à la tutelle masculine.

Tout cet ensemble de nouvelles mœurs et dispositions sociétales « *constituent l'élément le plus puissant de déstabilisation des masculinités* » car « *elles minent les fondements matériels et symboliques des rapports de pouvoir genrés* » (Guionnet et Neveu, *op.cit.*). Les repères identitaires des hommes, le rapport de domination et de dépendance exercés jusque-là ne vont plus de soi. Les pratiques, représentations et rôles sociaux sont alors ébranlés ce qui fragilise les codes de la masculinité.

1.2. ...qui amènent à une reconfiguration et multiplication de modèles...

Face aux avancées sociétales et l'émancipation du féminin face au masculin, les modèles de genre sont « *en pleine redéfinition* » (Castelain-Meunier, *op.cit.*). « *Envisager d'autres conceptions concernant les repères identitaires du masculin et du féminin* » (Castelain-Meunier, *op.cit.*) est alors nécessaire pour correspondre aux nouvelles évolutions sociales.

Les masculinités se transformant aussi bien « au niveau local qu’au niveau sociétal plus large » (Connell et Messerschmidt, *op.cit.*), ce sont de nouveaux modèles qui émergent et qui vont être valorisés en fonction des représentations et des potentielles attentes collectives. Aujourd’hui, avec la libération des sexualités et des identités de genres, la masculinité hégémonique, comme développée par Raewyn Connell, ne semble plus si évidente pour tous. Largement explorée et incorporée par les hommes depuis quelques décennies, son caractère de domination est remis en cause ce qui demande aux hommes de reconstruire des schèmes de pensée et de représentations différentes de ce qui leur a été appris et transmis.

1.3. ...et imposent de nouvelles règles de consommation

Les symboles associés à cette masculinité dominante sont eux aussi critiqués et questionnés, ce qui conduit les hommes à composer et à trouver un équilibre entre ce qu’ils ont appris, ce qu’il est attendu et ce qu’il paraît acceptable pour eux.

L’incorporation alimentaire devient ainsi « *un terrain de jeu où [les hommes] interrogent, hybrident, affinent des modèles de masculinités* » (Diaso et Fidolini, *op.cit.*) afin de tenter de trouver une cohérence entre la tradition et la nouveauté dans l’ordre du genre masculin. La « *distinction rigide* » des modèles alimentaires stéréotypés, la viande pour les hommes et les légumes pour les femmes, est « *de plus en plus remise en discussion [...] par des hommes qui embrassent des styles alimentaires interprétés comme « féminin »* » (Fournier et Fidolini, *op. cit.*). Dans son enquête faite en septembre 2022, l’IFOP relevait que 31 % des hommes consomment des steaks de soja ou de tofu entre plusieurs fois par semaine à 1 fois par mois⁸⁵, ce qui peut laisser penser que les hommes vont sur de nouveaux territoires alimentaires. De plus, il semblerait que l’opposition avec des qualificatifs visant à déviriliser les hommes mangeant de la viande végétale soit majoritaire : 64 % d’entre eux ne sont pas d’accord avec le terme de « *Soy Boy* », ou « *homme soja* », pour qualifier les hommes ne mangeant pas de viande⁸⁶.

⁸⁵ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d’un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgé de 18 ans et plus

⁸⁶ Idem

Cependant, même si de nouveaux contours alimentaires masculins ont l'air de prendre place, « *ces masculinités ne refoulent pas toute dimension virile* » (Guionnet et Neveu, *op.cit.*). Une argumentation sur « *fond de préoccupation sanitaire, éthique ou politique* » (Fournier et Fidolini, *op.cit.*) leur est nécessaire afin d'intérioriser ces nouveaux impératifs de consommation. Assumer de nouvelles préoccupations, esthétiques ou éthiques, n'est pas chose facile pour ces derniers. Les symboles de la masculinité étant encore ceux de la force et de la retenue émotionnelle, et non pas ceux de la sensibilité et de l'attention à soi, il paraît encore compliqué de se détourner de l'aliment permettant d'incorporer vitalité et masculinité en un coup de fourchette.

2. Un sentiment de crise : se reconnecter à sa virilité avec un steak ?

Les codes et rôles sociaux genrés sont ainsi en pleine évolution, s'inscrivent dans une dynamique de modification des attentes sociales. Cette perturbation des repères normatifs identitaires de sexes conduit les individus à vouloir retrouver un socle familial et sécurisant autour de ce qu'ils sont, ce qui les représente.

La quête de « *l'idéal du Moi masculin* » (Guionnet et Neveu, *op. cit.*) se révèle alors d'autant plus difficile que les statuts sociaux bougent et ne sont plus évidents. Comme l'explique Christine Guionnet et Érik Neveu, ce mémoire s'inscrit dans une « *piste de recherche stimulante* » qui consiste à « *identifier un ensemble de dispositif de réassurance des masculinités* » (*op.cit.*) et dont je fais le pari, la viande rouge serait l'un d'eux.

2.1. Une crise de la masculinité, vraiment ?

Depuis quelque temps apparaît dans l'espace médiatique public le terme de « *crise de la masculinité* ». Véhiculé par les médias, internet, les réseaux sociaux, les politiques ou encore lors de discussions informelles, les hommes « *ne trouveraient plus leur place dans une société irrémédiablement transformée par les féministes* » (Heiniger, 2019). Comme le

montre Francis Dupuis-Déri, spécialiste des masculinités du côté transatlantique, cette crise ne correspond pas à un moment particulier mais bien à l'investissement d'un discours qui s'étale sur la durée dès lors que « *les femmes cherchent à s'extraire de leur position dominée, quand l'ordre patriarcal est remis en cause ou quand on l'infirmé* » (Heiniger, *op.cit.*). Ainsi, à l'opposé des mouvements féministes se déploient des mouvements masculinistes, défendant les droits et valeurs des hommes dans une volonté de légitimation de la domination patriarcale.

« [...] le récit de la crise de la masculinité n'a d'autre origine que discursive : ce n'est que le storytelling accompagnant une résistance au changement social » (Farges, 2021).

Cette « *réaction assez logique* » des dominants qui « *souhaitent maintenir à tout prix leur statut privilégié* » (Bouazzouni, *op.cit.*) viendrait expliquer le sur-investissement des hommes dans des pratiques virilisantes et de justification de la domination. Comme l'explique Raewyn Connell, une sorte de « *masculinité réactive* » se met en place qui « *exprimerait de façon ostentatoire ou superlative une virilité agressive* » en plaçant ainsi les hommes dans des contextes de réarticulation des rapports sociaux au milieu de cette « *panique de genre* » (Farges, *op.cit.*).

Cette forme de conservatisme dans les rapports sociaux de genre peut être, là aussi, mis en perspective avec les modèles de consommations : 41 % des consommateurs quotidiens de bœuf estiment que « *dans la société actuelle, les femmes ont acquis trop de pouvoir* »⁸⁷. Un trouble identitaire étant à l'œuvre lors de modifications de pratiques alimentaires (Fournier et Fidolini, *op.cit.*), l'engagement dans des conduites rassurantes et sécurisant les hommes dans leur position de domination sont alors investis par ces derniers.

⁸⁷ Étude IFOP pour Darwin Nutrition réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 5 au 7 septembre 2022 auprès d'un échantillon de 2033 hommes, représentatif de la population masculine française âgé de 18 ans et plus

2.2. Féminisation de la société ? Mise à l'épreuve de la virilité ?

Le sentiment de crise ressenti par les hommes aujourd'hui est, comme on l'a vu, le résultat d'un processus long. Les travaux de Norbert Elias sur la civilisation des mœurs à amener à percevoir les changements sociétaux sur un temps longs et s'appuyant sur un phénomène d'euphémisation de la violence notamment⁸⁸. En prolongement à ces travaux, Christine Guionnet et Érik Neveu amènent à considérer, symétriquement à ce processus de civilisation du XVII^{ème} siècle, le processus de féminisation actuel par la valorisation, nouvelle, de comportements réflexifs et sensibles assimilés à l'espace du féminin. Ainsi, les comportements et attitudes associés au genre masculin comme la force ou l'agressivité « *se trouv[ent] graduellement dévalorisé[s]* » au profit « *des comportements, des savoir-faire longtemps associées au genre dominé, au féminin* » (*op.cit.*).

Les nouvelles préoccupations tournées vers l'attention à soi et à sa santé sont encore souvent honteuses à déclarer pour les hommes (Diaso et Fidolini, *op. cit.*). Pour correspondre à leurs « nouveaux rôles » sociaux, les hommes doivent alors se saisir de ces injonctions sociétales pour justifier de leurs pratiques auprès de leurs pairs⁸⁹. Lorsqu'il y a encore quelques années les hommes adoptant une alimentation végétarienne, considérée comme « *goût des femmes asthéniques ou chlorotiques* » (Guionnet et Neveu, *op.cit.*), étaient stigmatisés, aujourd'hui les végétariens se placent en nouveaux « *sauveurs de la planète* », adossant alors une nouvelle casquette de héros sur fond de justification environnementale⁹⁰.

Cependant, ce n'est pas parce que les hommes veulent aller vers plus de sensibilité et d'attention que les représentations changent aussi. Les images projetées sur les aliments ont du mal à évoluer et les fantasmes associés à l'incorporation de la virilité en une bouchée sont encore ancrés dans des « *état[s] d'esprit[s] [qui vont] de pair avec un système de pensée*

⁸⁸ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours sur les fondements disciplinaires de la sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁸⁹ COROMINES Laure « Nos assiettes sont-elles sexistes ? », 28 avril 2021, l'ADN, [En ligne] <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-par-genre/votre-assiette-sexiste/> (consulté le 16 février 2023)

⁹⁰ POULAIN Jean-Pierre, 2023, « Cours Entre médicalisation, patrimonialisation, politisation et conséquences environnementales... », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Jean Jaurès

profondément misogyne dans sa vision des rapports de genre »⁹¹. Ainsi, une sorte de « *renforcement de [la] masculinité en ingérant les propriétés viriles d'un aliment encore très codé socialement comme masculin* »⁹² permettrait aux hommes de se rassurer et de ne pas abandonner une certaine identité masculine dominante.

2.3. Consommer pour rejeter le politiquement correct

La multiplication des discours identitaires et valorisants les symboles de domination, de force et de puissance masculine mettent à mal les volontés d'égalité dans les rapports sociaux de sexes. Comme exprimés par Nora Bouazzouni ou François Krauss, la consommation alimentaire et les choix associés peuvent être interprétés comme des formes de rejet du politiquement correct. Manger c'est défendre sa culture, son territoire et in fine son identité. Pour le directeur du pôle « *Genre, sexualité et santé* » de l'IFOP, la revendication du goût pour la viande rouge s'inscrit parmi les formes de revendications défendant la « *tradition viandarde* » et la « *virilité des hommes attaché à un patrimoine culinaire très carné* ». La « *tradition viandarde* » se confondrait à celle d'une tradition phallogénique masculine puisque sur 10 stéréotypes sexistes testés par l'IFOP, 15 % des consommateurs quotidiens de viande rouge sont « hyper-sexistes » c'est-à-dire d'accord avec l'ensemble des 10 stéréotypes comme « *pour qu'un couple fonctionne bien, il vaut mieux que dans le doute, ce soit l'homme qui décide* » ou « *pour la séduire, un homme doit être libre d'importuner une femme qui lui plaît* »⁹³.

Ainsi, la consommation de viande rouge se ferait dans une volonté de rejet des injonctions sociétales et s'accompagnerait de discours conservateurs sur les rapports de genre, plus important à préserver que la planète.

⁹¹ KRAUSS François, 2022, « Barbaque & Barbecue... Les viandards sont-ils tous les machos ? », Pôle Genre, sexualité et santé sexuelle de l'Ifop [En ligne] <https://www.darwin-nutrition.fr/wp-content/uploads/2022/09/Analyse-Francois-Kraus.docx.pdf>

⁹² Idem

⁹³ Idem

Conclusion Hypothèse 2 :

Les nombreux changements sociétaux des dernières années ont amené à des redéfinitions des codes et rôles sociaux, à des reformulations de ce que doit être un homme, de ce que peut être une femme.

La multiplication des discours ordonnant un changement dans les pratiques alimentaires et se centrant particulièrement sur la viande rouge, car responsable d'importants impacts environnementaux et sanitaires, peut être vécue par beaucoup d'hommes comme une attaque personnelle à ce qui constitue leur identité. La nécessité de revoir leurs modèles alimentaires, de consommer moins de viande apparaît dès lors comme une dévirilisation des pratiques alimentaires et une féminisation des assiettes. Cette perte de maîtrise conduit alors certains hommes à sur-consommer cette chair animale afin de se reconnecter à leur virilité, de retrouver force et vitalité au travers de l'incorporation.

Conclusion PARTIE 2 :

La mise en énigme de mon questionnement de recherche portant sur l'exploration de l'incorporation de viande rouge comme phénomène identitaire masculin m'a amené à développer deux hypothèses. La première s'appuyait sur le poids de la socialisation dans la configuration de pratiques alimentaires et sur son caractère inconscient car incorporé et renforcé en fonction des trajectoires de vie des hommes. La seconde était celle d'une consommation de viande rouge assumée et affirmée lors de contextes sociaux particuliers en réaction à une attaque des symboles de patriarcat et de virilité depuis quelques années.

On pourrait alors distinguer deux pôles de réponses au *Pourquoi* continuer de consommer de la viande rouge :

- une consommation impensée car ancrée dans l'inconscient collectif masculin, versus ;
- une consommation revendiquée car une sorte de « désenchantement alimentaire masculin »⁹⁴ serait à l'œuvre et face auquel les hommes voudraient s'affranchir.

Seules mes recherches littéraires m'ont permis de construire ce raisonnement qui ne constitue que des extrapolations de lectures scientifiques sans réel appui empirique. Ces deux propositions de réponses mériteraient d'être approfondies et complétées par quelques entretiens exploratoires avant de lancer une enquête de plus grande ampleur.

Afin de pouvoir continuer d'explorer le sujet et d'imaginer regarder quelles pratiques émanent ou quels discours peuvent être mobilisés du côté du sexe masculin entourant leur consommation de viande rouge encore trop importante, une proposition d'outils méthodologiques de terrain composera alors la troisième partie de ce mémoire.

⁹⁴ Ce terme a été repris de Christine GUIONNET et Érik NEVEU (2021) qui parlent de « *désenchantement masculin* » face à la recomposition des rapports de genre et de la dénonciation des modèles de patriarcat. Je propose donc de parler de « *désenchantement alimentaire masculin* » du fait d'une reconfiguration des pratiques alimentaires qui mettent à mal les identités masculines et qui ne permettrait donc plus aux hommes de répondre aux rôles et codes sociaux traditionnels à savoir : force, virilité et domination.

PARTIE 3 : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE

Au fil des pages de ce mémoire, mes hypothèses se sont construites à partir de travaux académiques, de données scientifiques sans apports empiriques pouvant provenir de moi-même. Il est vrai que pour des soucis de temps et de mise en œuvre de terrains pouvant valider ou invalider mes théories je n'ai pu aller à la rencontre de quelques hommes afin d'en dégager des premières pistes ou premiers axes de recherches plus précis que *juste* les hommes et leurs raisons de consommer de la viande rouge.

Les façons par lesquelles je pourrai étudier ce phénomène de maintien et de valorisation de consommation de viande bovine auprès de certains hommes sont multiples, variées et souvent complémentaires entre elles. Cette troisième partie s'attachera donc à présenter les deux grandes méthodes utilisées en sociologie pour enquêter, quels sont leurs outils, leurs apports et leurs limites. Les outils méthodologiques sont centraux pour articuler la théorie et la réalité et ainsi construire, déconstruire et reconstruire des choses sur la société, elle-même en perpétuelle évolution⁹⁵. De cette présentation succincte en découleront mes propositions de terrains et de méthodes pour répondre à mes hypothèses, et comment est-ce que je pourrais envisager des terrains d'enquêtes si *tout était possible et imaginable*.

Avant cela, il me paraît nécessaire de faire un bref retour sur les différents prérequis nécessaires au travail du sociologue et quels sont les biais, les obstacles qui se présentent à ce chercheur particulier, surtout quand on est une femme souhaitant enquêter sur une population masculine.

⁹⁵ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

CHAPITRE 1 : Prérequis et attentions particulières entourant le travail de terrain

La sociologie, ou science des institutions sociale pour Durkheim⁹⁶, s'attache à une « *observation scientifique des phénomènes sociaux* » (Paugam, 2010) ayant pour but de comprendre, analyser et expliquer ce qui s'impose aux individus quand ils agissent dans des contextes particuliers, qu'ils sont insérés dans le monde social.

La démarche sociologique, qu'elle soit qualitative ou quantitative, « *procède à des extractions du réel* » de façon « *raisonnée* » (Paugam, *op. cit.*), c'est-à-dire construite et réfléchi par le chercheur afin qu'il n'influence pas et ne soit pas influencé par ce qu'il observe et ce qu'il voudrait donner à comprendre.

Se lancer dans une enquête n'est pas chose aisée. Tout d'abord parce qu'assumer sa position d'enquêteur et lui accorder de la légitimité ne s'imposent pas au chercheur (Combessie, 2007). Se débarrasser de toute culpabilité, ne pas se penser comme un « *voleur de vie* » mais comme un provocateur de témoignages (Bertaux, 2016) ne va pas de soi, et d'autant plus quand on est un jeune chercheur.

Connaître les prérequis, le cadre entourant le travail d'un sociologue et les multiples précautions à prendre en tant que jeune enquêtrice m'a paru nécessaire à exposer ici afin de nourrir ma réflexion sur comment il était possible d'interroger les individus, comment le faire et comment être la plus objective possible, en sachant très bien que tenter de dépasser l'ensemble des biais se présentant à moi rendrait certainement le travail d'enquête encore plus complexe, mais indispensable. En avoir conscience est selon moi le premier prérequis à un travail qui se voudrait le plus objectif possible, le plus scientifique envisageable.

⁹⁶ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours sur les fondements disciplinaires de la sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

1. S'affranchir des prénotions, dépasser le sociocentrisme

Étudier le fait social s'est aussi s'intéresser à ce qui fait partie de la vie du chercheur, c'est observer le monde dans lequel l'enquêteur est inséré, souvent depuis sa naissance. Avoir des idées sur la société qui nous entoure, calquer des représentations sur des faits sont les premières choses à constituer des menaces pour le travail du sociologue. Ce qui se présente alors comme des « *prénotions et mythes de la vie ordinaires* » (Combessie, *op. cit.*) sont « *néfastes mais également danger[eux]* » (Paugam, *op. cit.*) pour la pratique sociologique. L'appel d'Émile Durkheim à rompre avec les prénotions est loin d'être désuet et continue de constituer la base du travail scientifique (Paugam, *op. cit.*).

En souhaitant étudier un phénomène portant sur le genre et largement commenté, il m'est nécessaire de ne pas projeter de stéréotypes de genre sur ce que je voudrais observer. Prendre de la distance demeure dès lors nécessaire afin d'approcher au plus de la *neutralité axiologique* défendu par Max Weber et indispensable selon lui pour objectiver les faits sociaux⁹⁷. Une analyse idéologique des phénomènes sociaux serait alors aller contre la démarche sociologique, vouloir créer des raccourcis « *trop simples* » (Combessie, *op. cit.*), amener le chercheur à « *l'illusion du savoir immédiat* » (Paugam, *op. cit.*) et ne pas défendre une « *science des réalités* »⁹⁸.

Le terrain assure, dans ces conditions, la meilleure approche scientifique pour « *confronter le chercheur au choc des réalités* » et ainsi faire « *voler en éclats ses préjugés* » (Bertaux, *op. cit.*) afin d'en déconstruire les représentations collectives et le sens commun accordé aux choses.

2. Observateur observé : production d'interactions

Aller à la rencontre des individus afin d'apprendre des choses sur leurs représentations et leurs raisons d'agir créer incontestablement une relation sociale entre l'enquêteur et l'enquêté. La relation d'enquête se produit dans un contexte particulier qui ne la rend pas neutre (Combessie, *op. cit.*) : choix du sujet, façon d'interroger, lieu de l'enquête ou encore

⁹⁷ SERRA-MALLOL Christophe, 2021, « Cours sur les fondements disciplinaires de la sociologie », Licence 3 Socio-anthropologie Appliquée à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

⁹⁸ Idem

le chercheur lui-même produisent un contexte social singulier qui va forcément influencer le discours des individus⁹⁹. En effet, ce que je représente, mon âge, mon sexe, mon origine sociale, sont autant d'identifications auxquelles les enquêtés vont se rapporter pour exposer leurs dires (Combessie, *op. cit.*). Ne pouvant me changer et me transformer, il est alors requis et souhaitable de me « *construire [une] identité de chercheur* » (Bertaux, *op. cit.*) et d'avoir une « *grande vigilance* » sur les phénomènes de « *rétroaction susceptible de se produire* » (Paugam, *op. cit.*) lorsqu'un terrain se présente à moi.

La situation du chercheur peut aussi être vécue par les individus comme une position intellectuelle dominante ou une injonction au *bien répondre*. Ces biais de désirabilité sociale et de « *quête de reconnaissance* » (Bertaux, *op. cit.*) des individus sont importants à amorcer dès les débuts d'enquêtes afin de rassurer les individus, de leur faire prendre conscience que leur singularité et leurs paroles sont plus riches que ce qu'ils ne le pensent et que c'est justement ça qui intéresse le sociologue¹⁰⁰.

3. Interroger un homme quand on est une femme

Comme évoqué précédemment, ce que je suis, ce que je représente influence indéniablement ce qu'un individu souhaiterait me partager. Encore que peu documenté, la question de la réalisation d'enquêtes auprès d'hommes quand on est une femme est là le plus gros obstacle de mon objet de recherche. D'une part car je pourrais ne pas être prise au sérieux par les hommes, mais aussi parce que cette interaction particulière est « *pour de nombreux hommes, [...] susceptible d'être porteuse d'enjeux sexuels* » (Clair, 2016).

Comme dans toute interaction, il y a des rapports de pouvoir, de domination, de mise en scène de soi dans lesquels s'inscrivent le genre et le sexe, ce qui va par la suite caractériser la situation d'enquête. Étant encore parfois dans un modèle très patriarcal et de domination masculine, « *mettre à distance [mon] sexe en revêtant des attributs virils* » (Clair, *op. cit.*) se révèle presque comme une obligation afin d'accéder aux paroles des enquêtés. Me

⁹⁹ Rochedy Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

¹⁰⁰ Idem

« ranger » du côté du masculin pourrait faciliter la prise de parole tout comme l'influencer, ce qui démontre le difficile équilibre à trouver pour ce travail d'enquête.

Abordant un sujet qui peut se présenter comme attaquant une certaine identité masculine ou dénonçant certains comportements valorisés par quelques hommes, je dois également me préparer à toutes sortes de réactions et de comportements de ces derniers :

« Le recours à l'insulte sexuelle ou a minima au sous-entendu sexuel sont des armes fréquentes. [...] un homme peut être très mal à l'aise si une femme [...] invoque dans l'échange ce qui se tait d'ordinaire » (Clair, op. cit.)

CHAPITRE 2 : Les deux grandes méthodes de terrain, laquelle pour faire quoi ?

La méthodologie en sociologie est donc centrale pour lier la théorie et l'empirie. Le choix d'une méthode et d'un outil ne se fait pas au hasard mais repose sur la réflexion du chercheur, ce à quoi il souhaite accéder et répondre grâce à son terrain¹⁰¹.

L'objet de l'enquête, ce qui interroge et pose question au sociologue le rend conscient de son ignorance, lui permet d'aller affronter le terrain afin d'y trouver des réponses (Bertaux, *op. cit.*).

Deux grandes méthodes sont utilisées en sciences sociales et se distinguent par leurs « *esprits si différents* » mais qui « *ont cependant en commun de chercher à décrire et analyser des phénomènes collectifs* » (Bertaux, *op.cit.*). Une présentation brève des deux grandes méthodes, de leurs outils respectifs ainsi que des objectifs pour lesquelles elles sont mobilisées ou non par le chercheur est faite ci-dessous.

*« Une méthode guide pour la route, éclaire, mais ne décide pas la route »
(Combessie, op. cit. p.9)*

1. La méthode quantitative

La méthode quantitative est une approche de recherches ayant recours à des outils mathématiques et statistiques afin d'aborder les pratiques et représentations sur un grand nombre d'individus. Le but principal de cette dernière est donc de quantifier les phénomènes sociaux et d'en permettre des analyses statistiques¹⁰². En abordant les pratiques sur un large échantillon, elle se voudrait plus objective et scientifique aux yeux de certains chercheurs. Mettant en avant des relations de cause à effet entre des phénomènes sociaux et différentes variables, elle se lie à une sociologie explicative du fait social (Goujou, 2022). La montée en généralité peut alors s'avérer plus simple mais la capacité exploratoire des réponses individuelles reste limitée¹⁰³.

¹⁰¹ Idem

¹⁰² PASTORELLI Benjamin, 2023, « Cours d'approche quantitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

¹⁰³ Idem

1.1. Le questionnaire

Le questionnaire permet de recueillir des réponses, pré-construites par le chercheur, à des questions courtes et simples dans l'intention de construire par la suite des relations causales entre variables individuelles, sélectionnées par le chercheur, et réponses des enquêtés. Afin d'obtenir des résultats extrapolables à l'ensemble de la population étudiée, il est nécessaire de construire un échantillon représentatif de cette dernière, exposé par certains auteurs comme une « *theoretical sampling* » (Glaser et Strauss, 1967, in Bertaux, *op. cit.*) soit une « *construction progressive et réfléchie de l'échantillon* » (Bertaux, *op. cit.*).

Le questionnaire présente l'avantage d'obtenir un grand nombre de données, peu d'investissement de temps, contrairement aux méthodes qualitatives développées par la suite, ainsi que peu d'investissement financier lorsque les logiciels de traitement sont acquis. Cependant « *l'enquête par questionnaire apporte un petit nombre d'informations standardisées sur, potentiellement, un très grand nombre d'individus dont on ne saura rien d'autre* » (Bertaux, *op. cit.*).

1.2. Le traitement secondaire de données

Le traitement secondaire de données est souvent envisagé lorsque les chercheurs souhaitent appuyer leurs hypothèses sur des données chiffrées. La mobilisation d'enquêtes produites par certains grands organismes comme l'INSEE, l'IFOP ou les différents ministères sont utiles aux sociologues afin d'en faire leurs propres croisements statistiques sans engagement de temps et d'argent dans des enquêtes d'aussi grande ampleur.

Les méthodes quantitatives, notamment la création d'un questionnaire, pourrait accompagner ma démarche de recherche seulement dans un second temps selon moi. En effet, il est d'abord utile, à mon sens, d'accéder aux représentations des hommes, de comprendre pourquoi ils consomment de cette façon plutôt que de pré-penser des réponses pour eux. De ce fait, je ne développerai pas plus ces outils de recherche dans ce mémoire.

2. La méthode qualitative

À l'inverse de la méthode quantitative, l'objectif de la méthode qualitative est donc de comprendre les phénomènes sociaux et non pas de les quantifier¹⁰⁴. De plus, le qualitatif permet de « *faire apparaître le rôle de certaines variables oubliées dans les enquêtes statistiques, ou de certains processus insaisissables par une enquête quantitative* » (Bertaux, *op. cit.*). Cette méthode d'enquête s'attache à « *comprendre le comment du pourquoi et le pourquoi du comment* » (Bertaux, *op. cit.*) en cherchant à capter les représentations, les systèmes de valeurs et les impensés des individus au travers de diverses relations d'échanges, de discussions et d'observations.

2.1. L'observation

Observer le monde social avant de s'efforcer à le comprendre constitue l'un des privilèges du sociologue face à d'autres disciplines de sciences sociales (Arborio, Fournier, 2021). Pouvoir se rendre sur le terrain et regarder ce qui se fait, comment cela se fait et quelles peuvent en être les conséquences sur les individus et le collectif permet de reconstituer avec fidélité et précision ce qui se passe dans la réalité sociale, plus que par le simple récit des enquêtes (Arborio, Fournier, *op. cit.*).

L'immersion du chercheur parmi ses enquêtés peut être plus ou moins forte et plus ou moins perceptible. Lorsque l'observation est dite « *participante* », le chercheur se plonge dans la situation d'enquête et vis avec les individus ce qui se passe. L'enquêteur étant plus ou moins intégré au groupe d'individus, ou du moins à ce que fait l'individu, ce dernier cherche à comprendre les effets de sa présence sur le terrain de ses enquêtés. De l'autre côté, se trouve l'observation « *directe* » dans laquelle l'enquêteur cherche à intervenir le moins possible, à être le plus discret. Dans l'observation directe, le chercheur peut même ne pas se déclarer comme tel afin d'accéder aux réalités des individus sans aucun filtre. La question éthique se pose alors lorsque l'enquêteur désirera interpréter ses résultats et les diffuser. Avoir caché à ses enquêtés ce pourquoi on a participé à certaines choses avec eux, dans un but de production scientifique, peut être par la suite mal vécu par les personnes observées.

¹⁰⁴ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

L'observation peut également être armée ou non, c'est-à-dire accompagnée d'outils d'enregistrement et de captation des faits et gestes des individus au travers de dictaphones ou caméras. Pour l'ensemble des méthodes qualitatives, joindre à soi des appareils permettant la sauvegarde et l'enregistrement des terrains peut faciliter par la suite le travail de retranscription d'analyse car l'image et le son sont regardable et ré-écoutable à l'infini. Garder une trace de ce qui a été vécu et dit doit nécessairement être soumis au consentement individuel et respecter l'ensemble des réglementations RGPD¹⁰⁵.

Une observation de la pratique du barbecue entre hommes par exemple pourrait être envisagée et complétée par une seconde méthode, afin d'explorer plus largement le sujet de mon enquête. En effet placer des hommes dans un contexte de mise en scène de soi au travers d'une pratique encore très masculinisée et virilisée et observer ce qui se fait, ce qui se joue, ce qui se dit ainsi que l'ensemble des jeux d'acteurs pourrait s'avérer extrêmement enrichissant et stimulant pour mon objet de recherche. Je développerai cette idée dans la suite de mon mémoire.

2.2. L'entretien

L'entretien en sociologie peut se traduire par une interaction spécifique entre un individu souhaitant accéder à des savoirs et à des représentations, le chercheur, et un autre disposant potentiellement des réponses aux questions posées, l'enquêté. Ce contexte de dialogue singulier doit être imaginé et construit à l'avance par l'enquêteur afin qu'il sache avec quel degré d'intervention il souhaite cadrer le discours de l'enquêté. C'est en fonction de cette ingérence sur ce que produit l'enquêté par l'enquêteur que l'on peut distinguer trois principaux types d'entretiens.

Le premier est celui de l'entretien libre ou non-dirigé. Le chercheur pose une question assez générale et laisse alors l'individu l'amener sur ce dont il a envie, sur ce que lui évoque la

¹⁰⁵ Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) encadre le traitement des données personnelles sur tout le territoire de l'Union Européenne depuis le 27 avril 2016. Est considérée comme donnée personnelle « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable » ce qui peut être un nom, un numéro de sécurité sociale, des éléments spécifiques au physique, la voix, l'image... Des informations plus précises et complètes sont disponibles sur le site de la CNIL [En Ligne] <https://www.cnil.fr/>

question. L'intervention de l'enquêteur est minime, même si elle n'est pas restreinte, et laisse la possibilité à l'individu de s'approprier le thème et le sujet de l'enquête.

À l'inverse, on trouve l'utilisation d'entretiens directifs. Des questions précises sont posées à l'enquêté, et l'enquêteur influence le déroulement de la discussion avec une forte présence interactive. Le cadre imposé aux enquêtés avec de multiples questions, souvent fermées, peut suggérer la présentation d'une sorte de « questionnaire oral » et ne susciter que peu de développement de la part des interrogés, ce qui en fait un type d'entretien que peu employé en sciences sociales.

Enfin, entre l'entretien où l'individu est (presque) totalement libre et celui où il est fortement cadré se glisse celui de l'entretien semi-directif. Beaucoup utilisé en sociologie, il permet de trouver un juste équilibre entre laisser parler l'enquêté et le guider vers ce dont a besoin le chercheur. Cet « *happening réglé* », selon Jean-Claude Kaufmann, permet de laisser place à l'improvisation tout en orientant le discours de l'individu vers les objectifs du chercheur¹⁰⁶. La souplesse de cette méthode permet également à l'enquêteur de poser ces questions dans l'ordre qu'il souhaite mais aussi de réagir et rebondir aux paroles de l'enquêté dès lors que cela lui semble intéressant à creuser.

Parmi ces trois types d'entretien, il semblerait que l'entretien semi-directif soit le plus adéquat puisqu'il me permettrait d'approfondir auprès de certains hommes leurs perceptions, représentations et systèmes de valeurs attachés à leur consommation de viande rouge. L'entretien directif pourrait se faire sentir comme une sorte d'interrogatoire alors que l'entretien libre pourrait amener les interrogés sur des pistes que je verrais trop complexes à gérer, notamment en exposant des positions politiques face aux injonctions de consommation, et ne se centrant pas assez sur la viande rouge. Un entretien semi-directif avec une visée « *histoire de vie* » pourrait aussi se combiner afin de valider ou d'invalider ma première hypothèse.

¹⁰⁶ Rochedy Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

2.3. Le récit de vie

Le récit de vie ou « *histoire de vie* » existe dès lors « *qu'il y a description sous forme narrative d'un fragment de l'expérience vécue* » (Bertaux, *op. cit.*). Cette forme d'entretien particulier se focalise sur le récit qu'un individu peut faire de son existence, comment ce dernier partage et narre sa vie. Ce qu'il est intéressant de rapporter, c'est qu'en utilisant cette méthode le parcours de vie de l'individu est exposé selon le propre ressenti de celui-ci et permet d'accéder aux relations interpersonnelles, aux contextes d'actions, aux pratiques quotidiennes ainsi qu'aux opportunités et contraintes des situations traversées (Bertaux, *op. cit.*). Le récit de vie se veut d'analyser et comparer des trajectoires de vie d'individus appartenant au même fragment de la vie sociale, à la même mosaïque sociale (Bertaux, *op. cit.*) afin d'en dégager des similitudes ou des dissemblances.

Une approche en termes de récit de vie m'a paru, au premier abord, parfaitement correspondre à ce que je pouvais faire pour valider ou invalider ma première hypothèse. Aborder les expériences de vie des individus afin d'apercevoir comment la consommation de viande rouge y est insérée ou non me semblait concordant avec ce à quoi je voulais accéder : les différents contextes d'actions dans lesquels étaient plongés les individus et la façon inconsciente qu'ils avaient de consommer de la viande bovine. Cependant, en me documentant sur cette méthode d'enquête, je me suis aperçue que le caractère beaucoup trop large de la population étudiée (celle des hommes français) ne pouvait m'amener à l'utiliser. Une segmentation ou un rétrécissement de la catégorie d'hommes que je souhaiterais interroger serait un préalable à l'utilisation de cette méthode. Une saturation des données ne serait possible qu'après un trop grand nombre de récits de vie écoutés, ce qui pose des difficultés pour l'analyse par la suite.

2.4. Le focus group

Le focus group, ou entretien collectif, repose sur les mêmes principes et les mêmes objectifs qu'un entretien individuel mais s'appuie sur un petit nombre de personnes réunies en même temps. Un sujet précis, le focus, est au cœur des discussions ; il est amené par le chercheur avec un script particulier. Même si cet échange collectif laisse place à une certaine

improvisation du fait des paroles librement exprimées par les enquêtés, il ne faut pas penser que cet entretien n'est pas organisé et cadré par le chercheur et par les objectifs de celui-ci.

Cette « *société pensante en miniature* » (Farr et Tafoya, 1992, cités par Rochedy et Barrey, 2021) permet à l'enquêteur d'accéder aux représentations et pratiques des individus avec une diversité d'opinions, ce qui suscite des mises en débats riches et stimulantes autour de sujets de recherches (Rochedy et Barrey, *op. cit.*). L'expression de ses représentations et idées autour d'un thème au sein d'un groupe peut se révéler complexe pour les individus, notamment lorsque des sujets tabous ou fortement porteurs de convictions sont abordés. L'intérêt de cette mise en discussion groupée réside dans la compréhension de « *la fabrique des représentations et des prises de position* » par les individus dans la thématique abordée (Rochedy et Barrey, *op. cit.*). Une hétérogénéité des individus est souvent positive puisqu'elle donne accès à une diversité d'opinions et laisse entrevoir les jeux d'acteurs, de domination, de changement ou non de posture de la part des individus mais aussi du groupe en lui-même.

L'idée d'un focus group comme seconde méthode de terrain pour répondre à ma deuxième hypothèse me paraît presque incontestable tant il pourrait apporter à mon enquête. En effet, réunir des hommes pour les faire échanger autour des représentations qu'ils ont de la viande rouge, organiser des discussions autour des enjeux, nouveaux ou non, de cette consommation et ce que cela peut révéler d'eux, de ce qu'ils sont et de ce qu'ils reflètent face aux autres me semble plutôt adapté. Le principe d'une observation directe des pratiques autour d'un repas barbecue, sans révéler le contexte d'observation mais plutôt comme un « avant-propos » au focus group, suivi d'un échange autour des représentations et symboles de la consommation carnée serait, selon moi, une combinaison de méthode particulièrement stimulante dans la découverte de la mise en scène des masculinités et des représentations qui lui sont associées au travers de la consommation.

3. Combiner les méthodes, enrichir les résultats

Comme évoqué depuis le début de ce chapitre, il n'y a pas une bonne méthode associée à un type de sujet particulier. Une multitude d'outils est à la disposition du sociologue pour mener

son enquête comme cela lui semble le plus judicieux, le plus perspicace. Comme l'évoquent Amandine Rochedy et Sandrine Barrey : « *le choix des méthodes n'a de pertinence qu'au regard des questions que l'on se pose* ». Une seule méthode peut donc se révéler limitante voire réductrice sur certains aspects c'est pourquoi une seconde peut alors compléter la première. Le croisement des éclairages apporté par la diversification des méthodes permet « *à la fois de multiplier les informations et renforcer les possibilités de comparaison et d'objectivation* » (Combessie, *op.cit.*). Le chercheur s'impose alors un travail conséquent en termes d'analyse et de travail par la suite, mais ses données n'en seront que plus riches et ses réponses d'autant plus tangibles.

« Le fétichisme méthodologique (celui du survey) a fait suffisamment de mal à notre discipline par le passé. Il s'agit au contraire d'articuler entre elles sources statistiques, sources documentaires et travail de terrain » (Bertaux, op. cit. p.25).

Les chercheurs ne doivent plus s'auto-limiter à une seule source de données mais bien les assembler, les organiser puis les structurer dans le but d'une production scientifique de qualité.

CHAPITRE 3 : Public cible et démarches

Avant de se lancer dans une enquête, il est nécessaire d'avoir préparé son terrain, d'avoir posé ses idées et clarifié ses objectifs¹⁰⁷. Pour cela, il convient de savoir qui je veux interroger et à quels hommes j'aimerais avoir accès pour répondre à mes questions.

Au travers de mes deux hypothèses je suis restée, et j'en suis bien consciente, très large sur la population masculine sans définir les réels contours *d'une certaine* population masculine qu'il conviendrait d'étudier en particulier pour mon enquête. Cette largeur d'échantillon risque de me poser un problème pour arriver jusqu'à saturation des données, et ainsi monter en généralité, mais cela me laisse donc la possibilité d'interroger *n'importe quel homme*, ce qui ne me limite ainsi pas l'horizon des recherches.

1. Définir les populations

La population masculine étant générale et sans critères particuliers pour le moment définis, cela me permet d'aller à la rencontre de ces derniers dans quelconque endroit de la vie sociale. Un des facteurs pouvant alors séparer les hommes que je souhaiterais interroger individuellement de ceux que je souhaiterais placer dans un moment collectif tiendrait à leur conscience et revendication, ou non, de leur consommation de viande bovine. Une diversité de profils et de consommateurs se présentera ainsi à moi sur laquelle il faudra que je me focalise et m'ordonne via des critères certainement plus précis en termes d'origines sociales, âges, lieu de vie ou encore catégories socio-professionnelles.

Une des solutions que je peux envisager est d'organiser en premier lieu des entretiens semi-directifs, afin d'avoir accès aux représentations individuelles en fonction des trajectoires de vie de ces hommes. Par la suite, en fonction du profil de l'individu que j'aurai établi, plutôt un consommateur inconscient des symboles de masculinité sous-jacent ou bien un consommateur revendiquant et affirmant sa domination par la consommation de viande rouge, je pourrai continuer mon enquête en sélectionnant les profils et réinterrogeant certains hommes dans un contexte collectif. Cela pourrait alors s'apparenter à une sorte de

¹⁰⁷ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

démarche multi-située, en ne suivant pas les individus dans leurs différents contextes d'actions personnels mais en les plaçant *moi* dans deux ou trois situations distinctes : l'entretien individuel, le contexte du repas et du barbecue collectif ainsi que le focus groupe. La séparation entre temps formels, l'entretien et le focus group, ainsi qu'un temps informel, entre hommes qui apprennent à se connaître et à exprimer leurs masculinités, permettra ainsi d'avoir accès à une richesse d'informations.

La diversité de méthodes auxquelles j'ai pensé constitue une force, mais aussi une faiblesse de ma méthodologie probatoire, j'en suis consciente. En effet, multiplier les contextes d'interrogations et d'observations risque de *perdre* les hommes que je souhaite interroger et me demanderai une organisation complexe. Cependant, j'ai pensé ce mémoire comme s'il m'était possible de tout faire, si aucune contrainte ne me limitait. C'est pourquoi varier les contextes d'interactions et de mises en scène de soi, des masculinités autour de pratiques virilisées, de consommations masculinisées, me paraissait intéressant (et stimulant) à développer, à imaginer.

2. La prise de contact

La prise de contact doit être prévue dès lors qu'on envisage un terrain. Afin de laisser le temps au chercheur mais aussi à l'enquêté de s'organiser, cette première approche doit être anticipée et présente quelques principes auxquels il faut que je sois vigilante¹⁰⁸.

Afin d'éviter tout malentendu ou incompréhension entre le chercheur et l'enquêté, il est préférable d'avoir un contact direct entre les deux individus afin de pouvoir échanger et avoir recours à une brève présentation. De plus, un contact en face-à-face permet parfois d'amorcer plus facilement le besoin de trouver des enquêtés grâce à la vision réelle qu'à l'individu du chercheur et non pas une image fictive.

Cependant, aller à la rencontre des individus, qui plus est, des hommes, n'est pas une chose simple. Du fait de ma position de jeune femme, adossée à celle de jeune chercheuse, les

¹⁰⁸ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

premiers abords me semblent difficiles et délicats à mettre en œuvre car je ne m'accorde que peu de légitimité pour le moment. Mes demandes pourront aussi être interprétées de façon non adéquate auprès des hommes, ce qui rend ma première approche encore plus importante et encore plus complexe. Ainsi, deux options se présentent à moi pour aller *chercher* mes enquêtés. La première serait celle de me placer dans un *lieu de passage* et me laissant accès aux hommes fréquentant cet endroit afin de leur exposer mon envie d'entretien pour des questions de recherches. La seconde serait celle de *me cacher* au travers des réseaux sociaux, blogs ou forums en diffusant une annonce présentant ma démarche de recherche, en faisant attention à être la plus transparente possible tout en ne dévoilant pas mes objectifs pour ne pas influencer le discours de ces derniers.

Voici donc comment je pourrais me présenter auprès des hommes :

« Bonjour ! Je m'appelle Juliette, je suis étudiante en première année de Master de Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation au sein de l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation sur le campus de l'Université Toulouse Jean Jaurès.

Dans le cadre de cette première année de Master, je m'intéresse à la consommation de viande rouge chez les Français. Pour ce faire, je cherche des volontaires qui voudraient bien échanger avec moi lors d'un entretien. Cet échange serait assez libre, prenant la forme d'une discussion dans laquelle je vous poserais des questions afin de vous guider sur mon sujet de recherche. Cette entrevue durera environ 1 h, maximum 1h30, et afin d'en produire une analyse la plus fidèle aux propos tenus vous serez enregistré. La retranscription sera alors exhaustive à ce que vous m'aurez déclaré mais les données seront anonymisées, aucune identification directe ou indirecte ne sera possible. Je tiens à préciser qu'il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses, que tout est bon à dire et qu'aucun jugement ne sera projeté sur vos propos. »

Si je décide de transmettre une annonce sur internet, mon annonce serait similaire avec en plus un formulaire de contact afin que les individus me laissent leurs coordonnées. Une phrase complétant l'annonce pourrait aussi ci joindre comme :

« Si vous êtes disponible et intéressé pour répondre à mes questions, un formulaire de contact est disponible ci-dessous afin que je puisse vous recontacter et déterminer avec vous du meilleur moment pour ce faire. »

Un échange par mail ou par téléphone serait alors engagé pour donner suite à la réalisation d'entretiens. Lorsque le travail d'enquête aura été bien engagé et que les entretiens auront été réalisés, une prolongation de ce travail peut être entreprise grâce à l'observation directe et des focus group en recontactant certains individus.

3. Les entretiens

La première étape de mon travail de recherche serait la réalisation d'entretiens dans le but d'accéder aux représentations individuelles, aux systèmes de valeurs des hommes rattachés à la consommation de viande rouge et comment cette dernière intervient dans différents contextes de la vie sociale.

3.1. Le nombre d'entretiens

Un nombre précis et acté d'entretiens nécessaires à réaliser pour arriver à une saturation des données, c'est-à-dire lorsque *« les dernières données recueillies n'apprennent plus rien ou presque »* (Kaufmann, 2016) n'est pas déterminé en sciences humaines et sociales. Chaque chercheur est ainsi décisionnaire du nombre d'entretiens qu'il souhaite accomplir avant d'essayer d'en dégager des analyses solides et pourquoi pas en construire des modèles. Cependant, l'hétérogénéité des individus ne permet que rarement de déboucher sur un seul modèle et ainsi que ce dernier *« parvienne [pas] à être saturé »* (Kaufmann, *op. cit.*). Cette difficulté *« ne constitue pas une contre-indication »* à l'exposition des résultats ainsi qu'à leur diffusion, cependant le chercheur doit les *« exposer [les résultats] avec prudence, en signalant qu'ils demandent à être confirmés »* (Kaufmann, *op. cit.*).

Du fait d'un *double voir triple travail d'enquête*, je pense qu'une vingtaine d'entretiens me paraît bien pour débiter, avec bien évidemment la possibilité d'en faire davantage.

3.2. Le lieu des entretiens

Pour engager cette forme de discussion particulière, et que l'individu se sente bien, libre de parler, il s'agit de trouver un endroit convenable pour l'enquêté comme l'enquêteur, mais aussi assez calme afin de ne pas brouiller l'enregistrement¹⁰⁹. L'enquêteur, s'adaptant le plus souvent aux disponibilités des enquêtés, ne peut ressentir que peu de légitimité quant à l'imposition d'un lieu. Les enquêtés prenant le plus souvent du temps personnel pour répondre aux questions du chercheur, il est alors complexe de ne pas prendre en compte les contraintes de ces derniers. Le domicile est souvent évoqué, l'individu pouvant se sentir plus à l'aise et plus apte à parler, néanmoins, en tant que jeune enquêtrice je pense ne pas me sentir à l'aise pour mener mon enquête directement sur le lieu de vie de mes enquêtés masculins. Il est vrai qu'un lieu chaleureux et calme comme un café me paraît peut-être être une bonne alternative. Le lieu de travail de mes enquêtés, s'ils disposent d'un bureau individuel, peut aussi se présenter comme une bonne option même si leurs discours pourront être plus facilement influencés du fait de présences connues.

3.3. Durée des entretiens

Lorsque l'on cherche à interroger des individus, le temps d'échange évoqué est souvent celui de 1h voire 1h30. Seulement, il est impossible de déterminer à l'avance le temps passé à écouter les individus répondre aux questions de l'enquêteur. Des individus parlent et développent plus que d'autres. N'oublions pas que cette situation reste une situation d'interaction sociale et que l'enquêté, comme le chercheur, peut vouloir approfondir des choses. Même si un temps maximum ne peut être donné à l'enquêté, un temps assez long doit être prévu afin que l'enquêté ne se presse pas et n'écourte pas ses réponses.

4. L'observation directe

L'observation directe de mes enquêtés dans un contexte de repas partagé autour d'un barbecue est envisagée comme une méthode complémentaire à mes entretiens afin d'accéder aux représentations collectives des hommes entre eux et des prises de position de ces derniers

¹⁰⁹ ROCHEDY Amandine, 2022, « Cours de méthodologie qualitative », Master 1 Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation – ISTHIA – Université Toulouse Jean Jaurès

dans un contexte moins formel. Comment les individus se mettent en scène et se justifient de certaines pratiques. Cette observation pourra s'effectuer sur plusieurs temps du repas : lors de la préparation du barbecue, celui de la cuisson des viandes, au moment du choix des morceaux consommés ou encore sur le temps du repas en étant attentive aux échanges verbaux des enquêtés. Je suis consciente que ce temps d'observation est particulièrement difficile à mettre en œuvre et à imaginer plausible. Du fait de contraintes pratiques : météo, temps demandé aux enquêtés ou encore lieu où organiser ce repas, mais aussi par ce que je représente, ce que je suis.

En tant qu'enquêtrice de sexe féminin, il m'est difficilement envisageable de me placer moi-même dans le contexte d'observation sans penser qu'un biais pourrait s'interposer entre mes enquêtés et moi. Participer à ce moment collectif masculin influencerait forcément leurs faits et gestes et orienterait les résultats de mon enquête. Je pourrai également profiter de ce moment pour me *revêtir d'attributs virils* en consommant de la viande rouge avec eux, malheureusement étant une végétarienne de longue date, cela me paraît difficilement envisageable.

5. Le focus group

L'organisation d'un temps d'échange collectif entre mes enquêtés peut aussi être une façon de compléter mes entretiens individuels en les plaçant dans un contexte de groupe. Le focus group pourrait aussi remplacer le temps d'observation en accédant aux systèmes de valeurs et de représentations des hommes dans un cadre plus formel et plus cadré avec des questions ciblées, même si le but reste qu'ils évoquent ce qu'ils veulent en lien avec la thématique abordée. Le focus group demandant une certaine organisation, deux enquêteurs sont souvent là pour se faire dérouler la séance. Un premier prend le rôle d'animateur qui va présenter les questions, donner la parole, recadrer les discours, réagir et rebondir aux dires des enquêtés, alors qu'un second, plus discret, est là pour soulever et noter les « pépites » des enquêtés. De ce fait, il me semble intéressant de m'accompagner d'un second enquêteur formé lui aussi aux techniques de terrain, qui puisse être un homme et prendre le rôle d'animateur, afin que je puisse être plus discrète, me mettre en retrait et que les hommes oublient presque ma présence. Pour leur permettre une plus grande liberté de paroles, l'organisation d'un focus group dans une salle spécialement équipée pour ça et munis de caméra pourrait être aussi une bonne solution afin que je les observe et les écoute sans être vu.

CHAPITRE 4 : Présentation des outils

Parmi les outils exposés, l'entretien semi-directif me semble celui qui reste le plus simple à organiser et imaginer, c'est pourquoi une présentation de guide d'entretien va suivre. Pour ce qui est de l'observation ainsi que le focus group, une grille d'observation ainsi qu'un script seront aussi introduits sans prétendre à une stricte justesse et conformité de ces derniers sur mes axes de recherche. En effet, ces deux méthodes étant complémentaires à celle des entretiens, je ne connais pas encore les points sur lesquels il faudrait que je développe les réflexions des enquêtés et sur quels points il serait intéressant de revenir.

Au fil de ce mémoire, mes hypothèses ont été construites en imaginant une sorte de double justification de la consommation de viande rouge par les hommes français : une consommation engagée dans des processus inconscients et fortement liée aux multiples socialisations de l'individu versus une consommation revendiquée et portée par des protestations envers les nouvelles injonctions et mutations sociétales. Ainsi, en interrogeant les hommes sur leurs contextes de vie et les façons dans lesquelles s'insère leur consommation de viande rouge mes deux hypothèses peuvent être traitées en même temps, avec le même guide, et ce sera le discours de l'individu qui me permettra de répondre à mes hypothèses, de les affiner, les préciser. Il ne faut pas oublier, comme le souligne Daniel Bertaux, qu' : « *une hypothèse n'est nullement « vérifiée » parce qu'elle s'accorde effectivement aux cas concrets à partir desquels on l'a élaborée. Ce que l'on peut en dire, c'est qu'on en a examiné d'autres, des hypothèses alternatives, et que celle que l'on a retenue s'est avérée jusqu'à nouvel ordre la plus adéquate pour rendre compte des faits et dynamiques observés* » (op. cit.). C'est ainsi grâce à mon terrain, ici les entretiens, que je pourrai repenser mes hypothèses de recherches.

Voici comment est-ce que je pourrais introduire l'entretien auprès de potentiels enquêtés :

« *Bonjour,*

Tout d'abord je tiens à vous remercier de m'accorder du temps pour mener cet entretien avec moi. Donc comme je vous l'avais précisé lors de notre premier échange, je suis étudiante en master un de Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation à l'Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation (ISTHIA) sur le campus de

l'Université Toulouse Jean Jaurès. Dans le cadre de mon mémoire de recherche, je me suis penchée sur la consommation de viande des Français et c'est donc dans ce cadre-là que je vais échanger avec vous autour de cette thématique. Je vais vous poser des questions qui guideront le déroulé de l'entretien, entretien qui devrait durer environ 1h mais sentez-vous libre de me partager autant de choses que vous souhaitez. Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses, je suis ici pour échanger avec vous sans aucun jugement. N'hésitez pas non plus à me reprendre lorsque des questions ne vous paraissent pas claires.

Également, afin de pouvoir retranscrire notre discussion vous serez enregistré. Cela me permettra de me construire une base de travail en sachant que toute donnée permettant de vous identifier sera anonymisée et pseudonymisée. Cet enregistrement ne sera utilisé qu'à des fins de travail et ne sera pas diffusé. Pour ce faire je vous laisserai remplir et signer le document de consentement sur la protection de vos données (document RGPD).

(Document de consentement remis, lancement et vérification du dictaphone)

Est-ce que vous avez des questions ? Nous allons alors commencer... »

1. Guide d'entretien

Un guide d'entretien me permettant d'accéder à la consommation de viande rouge de mes enquêtés ainsi qu'aux représentations individuelles qui y sont adossées est présenté ci-dessous.

THÈMES	SOUS-THÈMES	QUESTIONS	RELANCES
Présentation générale de l'individu		Âge ? Profession ? Lieu d'habitation ? Foyer ? Enfant ? Origine ?	
Attrait général pour les aliments d'origine animale		Consommez-vous de la viande ? Consommez-vous du poisson ?	<i>Pour quelles raisons ?</i>

Relation à soi		<p>Sentez-vous vous différent lorsque vous consommez de la viande rouge ?</p> <p>Votre consommation de viande rouge reflète-t-elle qui vous êtes ?</p> <p>La viande rouge vous aide-t-elle à vous affirmer lorsque vous êtes entre amis, entre collègues ?</p>	<p><i>Individuellement ?</i> <i>Collectivement ?</i></p> <p><i>Comment ?</i></p>
-----------------------	--	--	--

À la fin de l'entretien, si l'enquêté ne m'a pas fourni suffisamment d'informations sur son profil sociologique je pourrai alors revenir dessus afin de m'aider par la suite dans la création de modèles et « profils type ». L'idéal serait également de pouvoir tester mon guide d'entretien auprès d'une ou deux personnes avant de le lancer auprès de mes enquêtés.

2. Outils complémentaires

Comme évoqué précédemment, afin de compléter mes entretiens, une observation directe ainsi qu'un focus group pourrait être envisagé et planifier avec certains de mes enquêtés masculins dans le but d'approfondir et d'enrichir mes données. L'intervention du collectif, la création d'un groupe, qui plus est composé que d'hommes, fera bouger les pratiques et les dires des individus du contexte de face-à-face avec moi.

2.1. L'observation

Dans l'éventualité où l'observation pourrait se faire, une grille d'observation devra alors être produite afin de savoir sur quoi porter mon regard et mon attention. Cependant, afin de ne pas trop en dévoiler sur le projet de l'observation et pouvoir « *garder le silence avec les enquêtés* », l'outil de collecte de données doit être dissimulé (Arborio et Fournier, *op. cit.*). M'afficher avec la grille devant les enquêtés dévoilera tout de mon terrain, tout comme avoir à ma disposition un carnet afin de prendre des notes. Les enquêtés se poseraient des questions sur mes intentions et se verraient ainsi « *modifier le cours ordinaire de leurs actions du fait de [ma] présence [d'] observat[rice]* » (Arborio et Fournier, *op. cit.*). Grâce

à la présence continue et habituelle des téléphones portables aujourd'hui, une des pistes envisagées est alors de prendre des notes directement sur celui-ci en trouvant un juste équilibre pour ne pas passer trop de temps dessus et ainsi éveiller les soupçons.

2.2. Le focus group

De même, la mise en œuvre du focus group se fera à la suite des entretiens individuels si je pense que la mise en groupe peut s'avérer révélatrice de nouveaux systèmes de valeurs et représentations auprès des enquêtés. Le focus group devant être organisé, cadré et préparé, un script est alors à imaginer afin de guider les individus sur des sous-thématiques précises. L'utilisation d'images, via un diaporama par exemple, ou le recours à l'écriture, au travers de mise sur post-it de mots, permettent des échanges souvent plus captivants pour les enquêtés.

J'ai imaginé quelques questions qui pourraient, peut-être faire partie de ce focus group :

- *Si je vous dis « viande rouge » à quoi pensez-vous ? Mettez deux à trois mots sur les post-it et on échangera après sur les mots choisis ;*
- *Parmi ces aliments (6 images différentes d'aliments sur un diaporama), lequel vous semble indispensable à votre régime alimentaire quotidien et pourquoi ?*
- *Parmi ces aliments (toujours les 6 mêmes images différentes d'aliments sur un diaporama), lequel vous paraît le plus convivial à partager lors d'événements familiaux ou amicaux ?*

Ne sachant pas encore sur quelles représentations ou quelles dynamiques de groupe autour de la consommation de viande rouge je souhaiterais porter une attention particulière à la suite des entretiens, je ne suis pas en mesure de présenter ici un outil plus complet et répondant à mon axe de recherche.

Conclusion générale

À partir de ma question de départ, à savoir pourquoi la consommation de viande rouge en France avait tant de mal à décroître et continuait même à être valorisée, j'ai pu m'engager dans un travail de recherche et d'écriture autour de ce que pouvait représenter cet aliment et en particulier auprès des individus de sexe masculin. Sans prétendre à l'exhaustivité ni même à une homogénéité des symboles et systèmes de valeurs rattachés à l'incorporation de viande bovine, il semblerait que cette dernière soit particulièrement importante aux yeux, mais aussi dans les assiettes, de certains hommes français.

La revue de littérature m'a permis de comprendre les enjeux socio-culturels entourant cette consommation, comment les individus lui ont accordé un statut particulier durant les décennies précédentes et comment cela continue de perdurer aujourd'hui. Cet état de l'art a aussi été l'occasion de questionner les rapports de genre et en quoi l'incorporation de viande rouge était tributaire du sexe de l'individu : socialisation et domination en étant les principales justifications. En articulant viande rouge et masculinités dans le contexte actuel de mutations sociétales diverses, j'ai souhaité approfondir en quoi la consommation de viande rouge pouvait apparaître, aux yeux de certains hommes, comme une possibilité d'assurance, voire de ré-assurance, de leur virilité, de leur masculinité.

La construction de mes hypothèses s'est alors appuyée uniquement sur cette revue de littérature ou recherches bibliographiques diverses. N'ayant pas eu le temps nécessaire à la réalisation de quelques entretiens exploratoires, mes deux hypothèses n'ont pu être affinées, approfondies et nourries de nouvelles pistes de recherches. La première présente une consommation de viande rouge comme *impensé culturel et social* dépendant de multiples socialisations et renforçant ainsi cette incorporation bovine auprès de certains hommes. La seconde, émet le postulat que certains hommes, face aux changements sociaux trop importants, notamment par la montée de préoccupations environnementales, éthiques ou encore égalitaires, auraient le besoin de consommer de la viande rouge pour revendiquer leurs masculinités, mises à mal par ces nombreuses métamorphoses. Deux explications pourraient alors se présenter à nous : une consommation impensée versus une consommation revendiquée et affirmée.

Par la suite, j'ai imaginé des outils sociologiques me permettant d'affirmer ou infirmer mes hypothèses. Les différentes méthodes proposées ne sont que des suggestions puisqu'aucune ne se présente comme meilleure qu'une autre, tout cela dépend du questionnement du chercheur. Mon imagination débordante pour explorer mon sujet a dû être restreinte afin de proposer un outil en adéquation, mais surtout réaliste, à ce qu'il était envisageable de mettre en place. La réalisation d'entretiens semi-directifs afin d'en dégager une typologie de consommateurs est apparue comme la plus raisonnable et la plus accessible.

Une des limites de mon enquête réside dans la largeur de mon échantillon qui risque de ne me donner la possibilité d'accéder à une saturation des données et donc par la suite de pouvoir monter en généralité sur la population masculine française. Cette hétérogénéité me donnera cependant à voir et accéder à une vaste palette des représentations et des symboles rattachés à cette consommation de viande rouge, ainsi que les multiples masculinités qui y sont associées.

Sans vouloir accabler les hommes français et affirmer qu'ils seraient les seuls responsables des soucis environnementaux actuels à cause de leur coup de fourchette, une réflexion autour de la légitimation des nouveaux modèles de masculinités, et ainsi des consommations alimentaires, semble nécessaire pour que des alternatives prennent place dans les assiettes françaises. Comme évoqué par Christine Castelain-Meunier, pour que de nouvelles identités masculines s'imposent petit à petit dans la société, il est nécessaire de les rendre tout aussi, voire plus, admissibles que les anciennes. Dès lors on peut se demander comment et par qui doivent être portés ces changements de systèmes de valeurs identitaires et sont-ils une des solutions à la préservation de la planète ?

BIBLIOGRAPHIE

ADAMS J. Carol, 2016, « *La politique sexuelle de la viande : une théorie critique féministe végétarienne. Préfaces d'Élise Desaulniers et de Nellie Mckay* », Sofia, L'Age d'homme, 358 p.

ANSES, 2017, *INCA 3 : Étude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 - Rapport d'expertise collective*, France, Ministères de la santé, de l'environnement, de l'agriculture, du travail et de la consommation

ANSES, 2017, *Troisième étude individuelle nationale des consommations alimentaires : Évolution des habitudes et modes de consommation : nouveaux enjeux en matière de sécurité sanitaire et de nutrition* – Dossier de presse, Maisons-Alfort, Ministères de la santé, de l'environnement, de l'agriculture, du travail et de la consommation

ARBORIO Anne-Marie, FOURNIER Pierre, 2021, *L'observation directe*, Malakoff, (coll. 128), Armand Colin, 128 p.

BAUER Olivier, 2017, « La consommation de viande comme marqueur de l'identité chrétienne ad 'intra et ad 'extra » dans Marie-Pierre Horard (ed.) *Pour une histoire de la viande*, Tours, Presses Universitaires de Rennes – Presses Universitaires François-Rabelais, p. 213-235

BERENI Laure, CHAUVIN Sébastien, JAUNAIT Alexandre, REVILLARD Anne, 2012, « Genre et socialisation », *Introduction aux études sur le genre*, De Boeck, p. 107-168

BERTAUX Daniel, 2016, *Récits de vie*, 1997, Paris, Armand Colin, 128 p.

BERTRAND Julien, COURT Martine, MENESSON Christine, ZABBAN Vinciane, 2015, « Introduction. Socialisations masculines, de l'enfance à l'âge adulte », *Terrain & Travaux*, n°27, p. 5-19

BOSSE Nathalie, GUÉGNARD Christine, 2007, « Les représentations des métiers par les jeunes : entre résistances et avancées », *Travail, Genre et Société*, vol.2, n°18, p. 27-46

BOUZZOUNI Nora, 2017, *Faiminisme*, Nouriturfu, Le Point Sur La Table, 120 p.

BOUZZOUNI Nora, 2021, *Steaksisme*, Nouriturfu, Le Point Sur La Table, 144 p.

CARDON Philippe, 2015, « Cuisine et dépendance. Femmes et hommes face au vieillissement et au handicap », *Journal des Anthropologues*, 140-141, p. 113-131

CASTELAIN-MEUNIER Christine, TAPIA Claude, 2021 « Les nouveaux visages de la virilité », *Le Journal des Psychologues*, vol.2, n°384, p. 56-61

CAVALLI Stefano, 2007, « Modèle de parcours de vie et individualisation », *Gérontologie et Société*, vol.30, n°123, p. 55 à 69

CLAIR Isabelle, 2016, « La sexualité dans la relation d'enquête. Décryptage d'un tabou méthodologique », *Revue Française de Sociologie*, vol.57, p. 45-70

COMBESSIE Jean-Claude, 1996, *La méthode en sociologie*, 2007, (coll. Repères), Éditions La Découverte, 126 p.

CONNELL Raewyn, HAGÈGE Meoïn, VUATTOUX Arthur (dir.), 2014, *Masculinités : enjeux sociaux de l'hégémonie*, 2022, Éditions Amsterdam, Paris, 340 p.

CONNELL Raewyn, MESSERSCHMIDT James, 2005, « Faut-il repenser le concept de masculinité ? », Traduction coordonnée par E. Bethoux et C. Vincensini, *Terrain & Travaux*, vol.2, n°27, p. 151-192

CORBEAU Jean-Pierre, 2007, « Le refus de l'incertitude : dimensions idéologiques, « visions du monde » et rôle prédateur » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *L'homme, l'animal, le mangeur : qui nourrit l'autre ?*, Paris, Les cahiers de l'OCHA, n°12, p. 283-296

DALGALARRONDO Sébastien, FOURNIER Tristan, 2019, « Introduction. Les morales de l'optimisation ou les routes du soi », *Ethnologie Française*, vol.49, n°4, p. 639-651

DARMON Muriel, 2006, *La socialisation*, 2016, Paris, Armand Colin, (coll. 128 : Tout le savoir) 128 p.

DARMON Muriel, 2019, « Analyser empiriquement un inobservable : comment « attrape-t-on » une disposition ? » dans Séverine Depoilly (ed.), *La différenciation sociale des enfants Enquêter sur et dans les familles*, Vincennes, Presses universitaires de Vincennes, p. 107-137

DE SAINT POL Thibault, 2009, « Surpoids, normes et jugements en matière de poids : comparaisons européennes », vol.4, n°455, p. 1-4

DIASO Nicoletta, FIDOLINI Vulca, 2019, « Garder le cap. Corps, masculinité et pratiques alimentaires à « l'âge critique » », *Ethnologie Française*, vol.176, n°4, p. 751-767

DUPUY Anne, 2017, « La division sexuelle du travail alimentaire : qu'est-ce qui change ? » dans François Dubet (dir.), *Que manger ? Normes et pratiques alimentaires*, La Découverte, p.164-179

DUPUY Anne, ROCHEDY Amandine, 2018, « Socialisations alimentaires et pratiques rituelles durant la petite enfance », *Anthropology of food*, [En ligne]

DUPUY Anne, WATIEZ Marie, 2012, « Socialisation alimentaire » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, 2018, PUF, p. 1358-1367

FARGES Patrick, 2021, « Francis Dupuis-Déri, La crise de la masculinité. Autopsie d'un mythe tenace », *Genre, Sexualité & Société*, Analyses et comptes-rendus [En ligne]

FERRIÈRES Madeleine, 2017, « La fabrique de la viande », dans Marie-Pierre Horard (ed.) *Pour une histoire de la viande*, Tours, Presses Universitaires de Rennes – Presses Universitaires François-Rabelais, p. 431-441

FIDOLINI Vulca, FOURNIER Tristan, 2022, « À la table des stéréotypes : Dialogue fictif entre un homme et une femme au restaurant », *Anthropologie of food*

FISCHLER Claude, 1990, *L'Homnivore : le goût, la cuisine et le corps*, Paris, Odile Jacob, Poches Odile Jacob, 440 p.

FOUQUET Angèle, 2018, « De la rencontre à la vie commune. La construction conjugale par les pratiques alimentaires quotidiennes », *Revue des politiques sociales et familiales*, 129-130, p. 11-23

FOURNIER Tristan, JARTY Julie, LAPEYRE Nathalie *et al.*, 2015 « L'alimentation, arme du genre », *Journal des anthropologues*, 140-141, p. 19-49

FranceAgriMer, 2021, *Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2020*, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

FRANCEAGRIMER, 2022, *Synthèses conjoncturelles : La consommation de viande en France en 2021*, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

FREDERIC Laurine, 2020, *Être végétarien au pays de la gastronomie : la difficile construction d'une masculinité alternative*, Mémoire de Master 2 Mention Sociologie, EHESS, Paris, 116 p.

GOUJOU Léa, 2022, *Étude de la relation humains-nature à travers la cueillette de plante sauvage, en France*, Mémoire de Master 1 Parcours Sciences Sociales, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, Toulouse, 128 p.

GOURARIER Mélanie, 2017, *Alpha mâle : séduire les femmes pour s'apprécier entre hommes*, Édition du Seuil (coll. La couleur des idées), 240 p.

- GUIONNET Christine, NEVEU Érik, 2021, « *Recomposition et inertie des identités et des rapports de genre* », *Féminins/Masculins*, (coll. Collection U), Armand Colin, p. 308-351
- HEINIGER Alix, 2019, « Francis Dupuis-Déri : La crise de la masculinité. Autopsie d'un mythe tenace », *Nouvelles Questions Féministes*, vol.38, p.149-152
- IFOP, 2021, *Études consommation : végétariens et flexitariens en France en 2020* – FranceAgriMer, France, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
- KAUFMANN Jean-Claude, 2016, *L'entretien compréhensif*, 2011, Malakoff, (coll. 128), Armand Colin, 128 p.
- LAMY Arnaud, 2017, *Manger du poisson...une autre façon d'explorer la relation homme-animal*, Mémoire de Master 1 Parcours Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, Toulouse, 113 p.
- LE BRETON David, 1990, *Anthropologie du corps et modernité*, 2011, Paris, Presses universitaires de France, 330 p.
- LEPILLER Olivier, YOUNT-ANDRÉ Chelsie, 2019, « La politisation ordinaire de l'alimentation par le marché », *Revue des sciences sociales*, n°61, p. 26-35
- MECHIN Colette, 1997, « La symbolique de la viande » dans Monique Paillat (ed.), *Le mangeur et l'animal. Mutations de l'élevage et de la consommation*, Autrement (coll. « Mutations/Mangeur »), n°172, p. 121-134
- PAUGAM Serge, 2010, *Les 100 mots de la sociologie*, Édition Que sais-je ?, 128 p.
- POULAIN Jean-Pierre, 2002, « Introduction. La modernité alimentaire fait débat », *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Paris, Éditions Privat, p. 9-20
- POULAIN Jean-Pierre, 2002, *Sociologies de l'alimentation : les mangeurs et l'espace social alimentaire*, 2017, PUF (coll. « Quadrige »), 320 p.
- RAUDE Jocelyn, FISCHLER Claude, 2007, « « Défendre son bifteck » Le rapport à la viande entre mutation et permanence » dans Jean-Pierre Poulain (ed.), *L'homme, le mangeur, l'animal : qui nourrit l'autre ?*, Paris, Les cahiers de l'OCHA, n°12, p. 270-282
- ROCHEDY Amandine, BARREY Sandrine, 2021, « Les focus groups : étudier le fait alimentaire à travers des mises en discussion thématiques » dans Olivier Lepiller, Tristan Fournier, Nicolas Bricas et Muriel Figuié (dir.), *Méthodes d'investigation de l'alimentation et des mangeurs*, Versailles, Édition QUAE, p.227-240

SIMONEAU-GILBERT Virginie, 2017, « La politique sexuelle de la viande : une théorie féministe végétarienne » de Carole Adams, 2016, Note de lecture

SOHN Anne-Marie, 2009, « *Sois-un homme !* » *La construction de la masculinité au XIX^{ème} siècle*, (Coll. L'univers historique), Éditions du Seuil, 464 p.

SYLVESTRE Jean-Louis, 1976, « Les mécanismes de sélection alimentaire chez l'Homme : préférences et aversions », *Annales de nutrition*, vol.30, p. 331-339

TIBÈRE Laurence, 2018, « La construction sociale de « l'en commun » par la consommation. Les sociétés réunionnaises et malaisiennes », Dossier Au prisme de la consommation, *Hommes et migrations*, p.31-39

TURCOTTE Emmanuelle, 2016, « La théorie du parcours de vie. Une approche interdisciplinaire dans l'étude des familles » de Ana Gherghel et Marie-Christine Saint-Jacques, 2013, Note de lecture, *Intervention*, n°143, p. 163-164

WALSER Marie, FOURNIER Tristan, BRICAS Nicolas, 2021, « L'alimentation pour se relier à soi » dans Nicolas Bricas, Marie Walser et Damien Conaré (dir.) *Une écologie de l'alimentation*, Versailles, Édition QUAE, p. 31-41

WALSER Marie, BRICAS Nicolas, 2021, « L'alimentation pour se relier aux autres » dans Nicolas Bricas, Marie Walser et Damien Conaré (dir.) *Une écologie de l'alimentation*, Versailles, Édition QUAE, p. 43-55

Table des annexes

Annexe 1 - Affiche publicitaire Maggi, 1985.....	111
Annexe 2 - Affiche publicitaire Mousline, 1986.....	111
Annexe 3 - Profil des consommateurs de bœuf, IFOP, 2022	112
Annexe 4 - Profils des hommes "viandards", IFOP, 2022	112
Annexe 5 – Consommateurs de viande rouge et adhésion aux stéréotypes sexistes, IFOP, 2022	113
Annexe 6 - Profils des hommes estimant qu'ils s'occupent mieux du barbecue que leur femme, IFOP, 2022	113



sur le profil des hommes consommant quotidiennement du bœuf



Note de lecture : 40% des hommes adhérant à la dizaine de stéréotypes sexistes testés par l'Ifop en mangent « tous les jours ou presque »



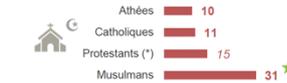
Proximité partisane actuelle



Positionnement idéologique



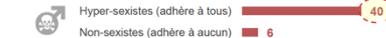
Affiliation religieuse



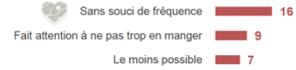
Sentiment d'être féministe



Degré d'adhésion aux stéréotypes sexistes



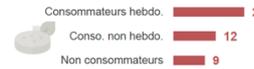
Rapport à la viande



Auto-qualification comme « viandard »



Fréquence conso. Steak Soja / Tofu



Fréquence conso. gibier



Pratique de la chasse



Sentiment d'être écologiste



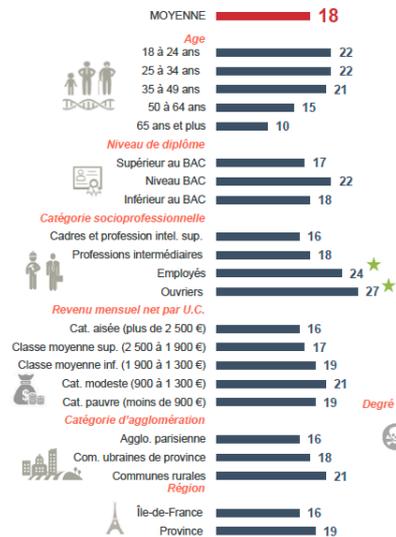
Annexe 3 - Profil des consommateurs de bœuf, IFOP, 2022



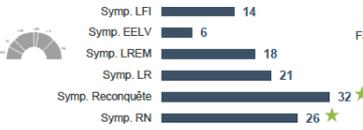
sur le profil des hommes se qualifiant eux-mêmes de « très viandards »



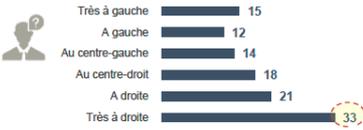
Note de lecture : 33% des hommes se situant politiquement très à droite s'auto-qualifient comme « très viandards »



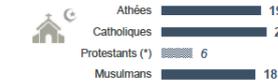
Proximité partisane actuelle



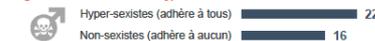
Positionnement idéologique



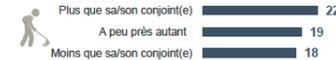
Affiliation religieuse



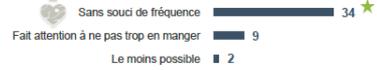
Degré d'adhésion aux stéréotypes sexistes



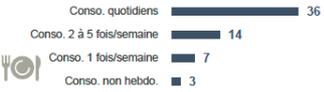
Réalisation des tâches domestiques



Rapport à la viande



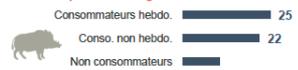
Fréquence conso. de viande



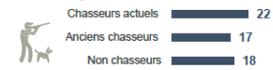
Fréquence conso. bœuf (7 derniers jours)



Fréquence conso. gibier



Pratique de la chasse



Sentiment d'être écologiste



Annexe 4 - Profils des hommes "viandards", IFOP, 2022

LES GROS CONSOMMATEURS DE VIANDE ROUGE ADHÈRENT BEAUCOUP PLUS AUX STÉRÉOTYPES SEXISTES...

Q : Personnellement, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacun des affirmations suivantes ?

Culture du viol et tolérance aux violences sexuelles

« Pour la séduire, un homme doit pouvoir être libre d'importuner une femme qui lui plaît »

IFOP-Elle 2019

Inscos-Mémoire traumatique 2016

« Lorsqu'on veut avoir une relation sexuelle avec elles, beaucoup de femmes disent « non » mais ça veut dire « oui » »

Vision misogyne des rapports de genre au sein du couple

« Dans un couple, il est normal que la femme effectue plus d'activités ménagères que l'homme »

Eurobaromètre

Ined-Famille 2013

« Pour qu'un couple fonctionne bien, il vaut mieux que dans le doute, ce soit plutôt l'homme qui décide »

Vision misogyne de la place des femmes dans la société

« Quand on est un homme, il est préférable d'avoir un homme plutôt qu'une femme comme supérieur hiérarchique »

Eurobaromètre

« Dans la société actuelle, les femmes ont acquis trop de pouvoir »

Conception « traditionnelle » de la famille

« Une femme mariée doit prendre le nom de son mari »

Ined-Famille 2013

EVS 2018

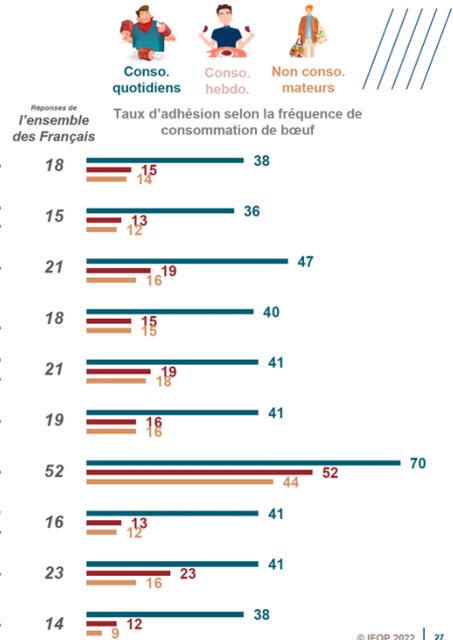
« Le travail d'un homme, c'est de gagner de l'argent, celui d'une femme de s'occuper de la maison et de la famille »

Attitude misogyne dans les rapports de genre au sein du couple

« Il serait gênant pour vous que votre femme prenne toujours le volant de la voiture familiale »

« Il serait gênant pour vous que votre femme gagne plus d'argent que vous »

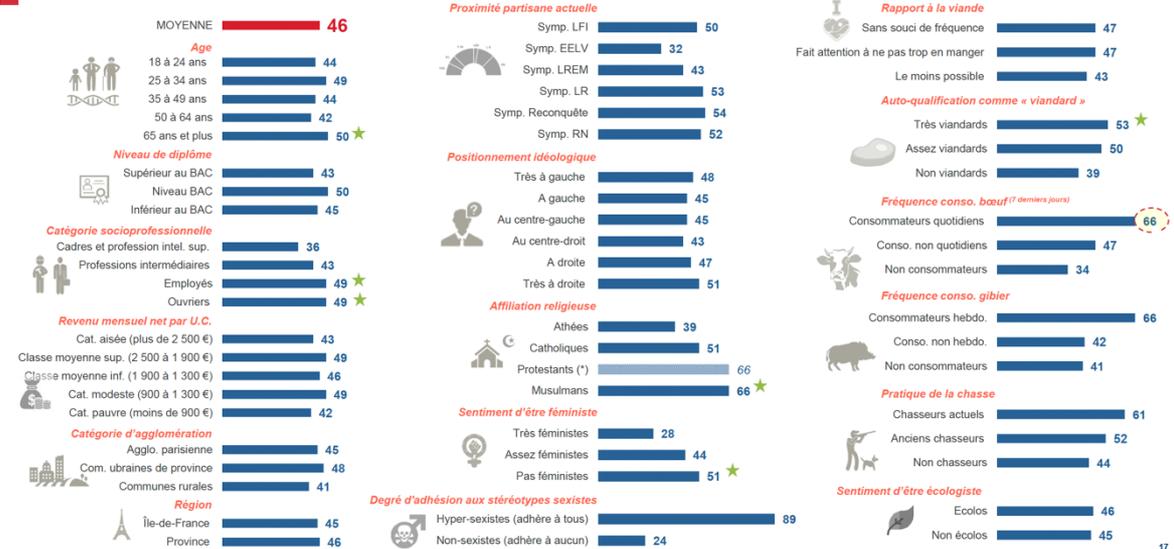
Annexe 5 – Consommateurs de viande rouge et adhésion aux stéréotypes sexistes, IFOP, 2022



© IFOP 2022 | 27

FOCUS sur le profil des hommes estimant que « les hommes s'occupent mieux du barbecue que les femmes »

Note de lecture : 66% des gros consommateurs de bœuf (quotidiens) estiment que « les hommes s'occupent mieux du barbecue que les femmes »



Annexe 6 - Profils des hommes estimant qu'ils s'occupent mieux du barbecue que leur femme, IFOP, 2022

Table des matières

Introduction	8
Partie 1 : Cadres, notions et théories.....	11
CHAPITRE 1 : Construction identitaire et alimentation : quels liens ?	13
1. Les processus de socialisation	14
1.1. De la socialisation primaire... ..	14
1.2. ...aux socialisations primaires.....	15
1.3. La socialisation secondaire.....	16
1.4. La socialisation différentielle	16
2. De multiples identités	17
2.1. D'une identité « pour soi »	17
2.2. ...à une identité « pour autrui ».....	18
3. La construction sociale du masculin.....	18
3.1. La naissance des études sur le masculin.....	18
3.2. Penser le masculin avec le féminin.....	19
3.3. Du garçon à l'homme	20
3.4. Être un homme au XXI ^{ème} siècle	21
4. La socialisation alimentaire	22
4.1. L'ouverture du répertoire alimentaire.....	22
4.2. La gestion du principe d'incorporation	23
4.3. Intériorisation de normes et valeurs de genre.....	23
5. Identité et alimentation	24
5.1. Affirmation de soi.....	24
5.2. Intégration et identification	25
5.2.1. Identification.....	25
5.2.2. Intégration.....	26
5.3. La mise en scène de soi par l'alimentation.....	26
CHAPITRE 2 : L'alimentation comme n'allant plus de soi ou les remises en causes « du » modèle alimentaire français.....	29
1. La montée d'une « alimentation politique ».....	30
1.1. La prise en charge de l'alimentation par le juridique	30
1.2. Manger comme marqueur politique	31
1.3. Manger, ou plutôt quoi manger, acte citoyen et politique	32
2. Une prise de conscience écologique et éthique	33
2.1. La relation homme-animal.....	33
2.2. L'absence de l'animal pour le rendre mangeable.....	34
3. Le prise en charge de l'alimentation par la Science	35

3.1.	La nutrition : le passage d'aliment à celui de science	35
3.2.	La nutrition : une nouvelle injonction aux savoirs	36
4.	La hausse de la réflexivité alimentaire	37
4.1.	Manger, une « technique d'optimisation de soi ».....	37
4.2.	Optimiser sa masculinité par l'incorporation	37
4.3.	L'expérimentation de pratiques alternatives : la mise en danger du masculin ?	38
CHAPITRE 3 : goût pour la viande bovine, identité masculine ?		41
1.	La multiplicité d'héritages.....	41
1.1.	Depuis la préhistoire.....	41
1.2.	...en passant par la religion... ..	42
1.3.	...En s'affichant comme symbole de dominations.....	44
2.	La consommation actuelle de viande, rouge, en France.....	45
2.1.	Un relatif maintien de la consommation.....	46
2.2.	...marquée par une différence de genre.....	46
2.3.	Pour être un homme faut-il manger de la viande (rouge) ?.....	48
Conclusion de la PARTIE 1 :		51
Partie 2 : Mise en problématique et hypothèses de recherche		52
CHAPITRE 1 : Mise en problématique		53
CHAPITRE 2 : Hypothèse 1		56
1.	Éducation parentale, transmissions et alimentation.....	56
1.1.	La famille, première institution du cadre alimentaire.....	56
1.2.	Le repas familial, lieu d'apprentissage du « genre alimentaire » ?	57
1.3.	Viande égale énergie	58
2.	Profession et alimentation	58
2.1.	L'identité professionnelle.....	58
2.2.	...configure des pratiques alimentaires ?.....	59
2.3.	Un ouvrier ce n'est pas végété.....	60
3.	Vie conjugale et familiale.....	61
3.1.	La mise en couple : la nécessaire reconfiguration des pratiques alimentaires.....	61
3.2.	...vers la création d'un nomos alimentaire conjugal.....	62
3.3.	Un nomos alimentaire conjugal masculin ?.....	62
3.4.	Femme au foyer, rosbœuf à manger ?.....	63
4.	Groupe de pairs.....	64
4.1.	Attester de sa virilité aux yeux des autres	64
4.2.	Manger du bœuf, ça aide à draguer ?.....	65
4.3.	Manger du bœuf et maîtriser la flamme, signes de virilité assurée ?	65

CHAPITRE 3 : Hypothèse 2	68
1. La remise en cause des modèles traditionnels	68
1.1. Des avancées sociales.....	69
1.2. ...qui amènent à une reconfiguration et multiplication de modèles.....	69
1.3. ...et imposent de nouvelles règles de consommation.....	70
2. Un sentiment de crise : se reconnecter à sa virilité avec un steak ?	71
2.1. Une crise de la masculinité, vraiment ?.....	71
2.2. Féminisation de la société ? Mise à l'épreuve de la virilité ?.....	73
2.3. Consommer pour rejeter le politiquement correct.....	74
Conclusion PARTIE 2 :	76
Partie 3 : Méthodologie probatoire	77
CHAPITRE 1 : Prérequis et attentions particulières entourant le travail de terrain	79
1. S'affranchir des prénotions, dépasser le sociocentrisme	80
2. Observateur observé : production d'interactions.....	80
3. Interroger un homme quand on est une femme	81
CHAPITRE 2 : Les deux grandes méthodes de terrain, laquelle pour faire quoi ?	83
1. La méthode quantitative	83
1.1. Le questionnaire	84
1.2. Le traitement secondaire de données.....	84
2. La méthode qualitative	85
2.1. L'observation.....	85
2.2. L'entretien	86
2.3. Le récit de vie	88
2.4. Le focus group	88
3. Combiner les méthodes, enrichir les résultats	89
CHAPITRE 3 : Public cible et démarches	91
1. Définir les populations.....	91
2. La prise de contact.....	92
3. Les entretiens.....	94
3.1. Le nombre d'entretiens.....	94
3.2. Le lieu des entretiens	95
3.3. Durée des entretiens.....	95
4. L'observation directe.....	95
5. Le focus group	96
CHAPITRE 4 : Présentation des outils	97
1. Guide d'entretien	98
2. Outils complémentaires	101

2.1. L'observation.....	101
2.2. Le focus group.....	102
Conclusion générale	103
Bibliographie	105
Table des annexes.....	110
Table des matières	114

Résumé

Alors que le contenu des assiettes françaises est de plus en plus attaqué du fait d'une présence en viande trop importante, les mangeurs de l'hexagone ne semblent pas prêts à en diminuer leur consommation. Que ce soit pour des raisons de santé, éthiques ou environnementales, les recommandations ont du mal à s'imposer, les Français étant encore visiblement attachés à une présence carnée au bout de leurs fourchettes. Au travers de ce mémoire nous nous proposons d'explorer, sous l'angle du genre, les liens entre alimentation et identité, entre viande rouge et masculinité. Nous verrons, comment dans un contexte de transformations sociales et sociétales, l'alimentation peut se révéler être un puissant marqueur identitaire genré et comment cette dernière peut-être (sur)investie afin de correspondre à des codes sociaux valorisés et valorisants.

Mots clés : viande rouge – masculinités – consommation genrée – alimentation et identité

Summary

French menus are increasingly under attack for containing too much meat. However, French eaters seem unwilling to reduce their consumption. Whether for health, ethical or environmental reasons, recommendations are difficult to implement. The French are still very much fond of meat. In this dissertation, we propose to use a gendered perspective to explore the links between eating habits and identity, between red meat and masculinity. We will see how, in a context of social and societal changes, food can prove to be a powerful marker of gender identity and how it can be referred to to conform to valued and rewarding social codes.

Key words : red meat – masculinities – gendered consumption – food and identity