

LE CAFE OZ

**« LA CONSOMMATION DANS LES BARS DE
NUIT »**

DOMINIQUE DESJEUX

2000

SOMMAIRE

PREFACE.....	9
Introduction.....	11
CHAPITRE I.....	17
LE CAFE OZ : L’AILLEURS, LA LIBERTE	17
ET LA RENCONTRE	17
I. Comment utiliser la nuit pour s’évader	17
1. Respecter l’anonymat, un moyen de créer la confiance et le sentiment de bien être	18
2. La vie sociale au Café Oz : une spontanéité organisée	24
II. La clientèle du Café Oz, une population à dominante parisienne, jeune et anglophile.....	34
1. Le Café Oz, un univers de la nuit dédié à la boisson pour une population jeune avec une forte « culture bar ».....	34
2. Boire, écouter de la musique et faire des rencontres, les trois principales raisons d’aller au Café Oz	38
Conclusion	40
CHAPITRE II	43
Une approche éthologique du Café Oz, des déplacements à la Happy Hour, entre contraintes spatiales, normes sociales et choix stratégiques.....	43
Introduction.....	43
1. La Happy Hour au Café Oz.....	45
2. La différenciation des espaces au Café Oz	49
3. Les places exposantes/exposées, limitrophes et en retrait	50

4. Les divisions sexuelles et générationnelles de l'espace	58
5. Comment l'espace physique organise la dynamique des interactions sociales	66
6. Mobilités et déplacements.....	70
Conclusion	81
CHAPITRE III.....	83
LA PHOTOGRAPHIE COMME MÉTHODOLOGIE APPLIQUÉE A L'ETUDE DES BARS	83
1. Le café : un espace urbain particulier	84
2. L'image-de-soi et l'auto-mise en scène	87
3. Le statut de l'anthropologue-photographe	99
4. Création « d'événements » et dynamiques collectives	101
5. Le café au quotidien.....	107
CHAPITRE IV	113
LA SOCIABILITE DANS LES BARS DE NUIT :	
UN ENSEMBLE DE PRATIQUES RITUALISEES PARTICIPANT A LA PERIODE DE LA JEUNESSE	113
Introduction.....	113
1. La jeunesse, des groupes à la recherche de nouvelles sociabilités	114
2. Les formes de la sociabilité amicale	121
3. Comment prendre contact	131
4. La « drague » dans les bars.....	136
Conclusion : les bars de nuit, une sociabilité à plusieurs vitesses.....	142
5. Les fonctions sociales des bars de nuit	145
6. Le milieu de la nuit : le monde des apparences	153
Conclusion : les sorties de nuit des jeunes, une forme d'opposition à l'ordre social	164
7. Le rôle de la consommation d'alcool : une pratique structurante de la sociabilité.....	167

8. Les limites de la consommation d'alcool dans la sociabilité	185
Conclusion : l'alcool une consommation hors norme sous contrôle des pairs	193
CONCLUSION	197
BIBLIOGRAPHIE	201

PREFACE

Les bars de nuit qui fonctionnent ne vendent pas de boissons! Ils vendent des relations humaines – et le métier de « patron de bar » est de fournir un lieu et des moyens pour que les clients puissent développer leurs vies sociales.

Pour lancer le Café Oz, nous avons cherché un site « vierge » et nous avons essayé d'imaginer les clients et leurs relations en fonctions d'une thématique, l'ambiance australienne et d'un emplacement, les Halles. Il y a cinq ans, quand nous avons trouvé l'ancien fast food Vietnamiens, « L'Express Vietnam », au 18 rue St. Denis, nous avons décidé d'y faire un deuxième Café Oz.

Le bar à thème australien Café Oz cible les 20-25 ans plutôt célibataires, plutôt hétérosexuels, plutôt Français (mais avec une grande minorité d'Anglo-saxons qui résident en France). Pour faire marcher les relations humaines (et donc le chiffre d'affaires!) dans un bar de nuit, il faut une ambiance conviviale. L'ambiance est quelque chose de très éphémère, et nous devons travailler constamment pour la maintenir.

C'est donc avec plaisir que j'ai accueilli l'équipe de Dominique Desjeux et Sophie Taponier dans le Café Oz pour étudier la vie sociale du bar, et les laisser entrer dans l'intimité de mon métier. En invitant Magdalena, Sylvaine, Yasmine, Elsa et Charlotte de Paris V – Sorbonne dans le bar, j'espérais apprendre quelque chose sur mes clients, mais j'ai plutôt appris quelque chose sur ma profession! Félicitations!

*Jimson Bienenstock
Directeur Général
Café OZ*

INTRODUCTION

Cash and carry, bière Foster's à la pression servie par des « waiters » australiens, meubles en bois massif, matchs de rugby sur grand écran, le tout dans un décor qui évoque l'Australie, « Oz » en langage aborigène, voilà le Café Oz. C'est un lieu à la fois étrange et proche, un lieu qui propose du dépaysement, autant par son décor exotique que par la liberté par rapport aux normes sociales qu'il permet à chacun d'exprimer. Le Café Oz permet de sortir de l'ordinaire en toute sécurité, entre jeunes, entre hommes et femmes ou entre couples.

Comme dans *La Tarasque*, ce carnaval provençal décrit par Louis Dumond en 1951 qui montrait l'importance de l'inversion comme mécanisme social de maintien de l'ordre de la société, ou les rituels d'inversion décrits par Georges Balandier pour l'Afrique Noire dans *Le pouvoir sur scène* (1980), le Café Oz participe de cet ensemble flou que représentent les rituels de passage ou d'initiation dans la société moderne. L'ordre social pour se maintenir demande du désordre. Il demande un désordre mimé, un désordre qui reste dans le domaine du symbolique et non du passage à l'action. La frontière entre intégration à l'ordre social et désocialisation est parfois bien fragile, comme entre prendre une « cuite » ou devenir un « poivrot de bar ».

C'est cette fragilité potentielle des frontières entre intégration et exclusion, fragilité qui menace à la fois l'identité sociale de chacun et l'ordre du groupe, qui explique que la plupart des bars de nuit ne sont pas des lieux « sans foi ni loi », des lieux anarchiques, des lieux sans règle. Au contraire, tout se passe comme si le sentiment de liberté et de convivialité pouvait d'autant plus se développer à l'intérieur du bar que des frontières invisibles mais strictes encadreraient implicitement l'action de chacun.

Au café Oz, l'ambiance de liberté tient à la fois à la sélection discrète qui est faite à l'entrée au fur et à mesure que la nuit avance et charrie avec elle son lot de noctambules aux « comportements aléatoires », et à la liberté de mouvement qui règne à l'intérieur grâce à la pratique anglo-saxonne du cash and carry qui demande à chacun de commander sa boisson, de la payer comptant et de l'emporter vers son groupe ou une table où il sera possible d'engager la conversation et de se faire de nouveaux contacts, ou encore de rester au bar. Cette liberté de mouvement qui permet la liberté des contacts symbolise la distance que chacun peut prendre par rapport aux normes sociales du jour, du monde des adultes et de la sédentarisation. Le mouvement crée l'illusion nécessaire de la fuite du quotidien routinier. La boisson produit un sentiment ponctuel de fusion.

Nous retrouvons avec les bars de nuit des thèmes développés par la pensée post-moderne, et tout particulièrement avec Michel Maffesoli en France, sur la place de l'émotion, de la « fusion communautaire » (1988, p. 94 et *sq.*), de « l'orgiasme », comme « socialité » dominante de la période contemporaine par opposition à une période antérieure présentée comme plus individualiste (1982), et du « nomadisme » aujourd'hui (1997).

Cependant, nous constatons avec cette enquête, suite à d'autres enquêtes sur les jeunes, sur leur consommation d'alcool (Dominique Desjeux et *alii*, 1994), sur leurs pratiques culinaires (Isabelle Garabuau-Moussaoui et *alii*, 1996), sur le look des adolescents (Lionel Fanardjis, 1997), ou sur l'usage d'objets techniques liés à la communication, que l'argument de l'arrivée d'une société post-moderne qui remplacerait la société moderne, décrit en réalité une étape du cycle de vie, la jeunesse. Cette étape permet le passage de l'adolescence vers un état adulte plus ou moins stabilisé. De plus, ce n'est qu'une partie des activités de ce cycle qui est décrite, c'est un moment spécifique, celui de la nuit, de l'inversion, voire de la transgression. Quand il s'applique aux adultes, il reste très marginal et ponctuel. Le fusionnel, l'orgiasme et l'émotionnel ne semblent donc pas tant décrire une nouvelle société post-moderne, que les fantasmes de cette société. Elle rend compte

surtout des pratiques des adolescents ou des jeunes entre 20 et 30 ans.

C'est aussi sur ce groupe d'âge, ce groupe transitionnel, que la notion de tribu, liée à l'idée d'échange et de lien, semble le mieux s'appliquer pour le moment si on se réfère aux recherches de Bernard Cova (1995) et d'Olivier Badot (1998) sur le marketing tribal qui, en s'inspirant des travaux de Michel Maffesoli, cherchent à l'élargir à des groupes adultes.

Mais surtout, l'enquête sur les bars de nuit montre que le fusionnel est encadré, qu'il ne fonctionne pas dans un vide social spontané et « anomique ». L'émotion s'exprime à travers des codes. La « superficialité » apparaît comme une de ces règles. Elle représente un des codes spécifiques de la sociabilité des bars de nuit. Comme la clôture du bar exprime la barrière qui protège, la superficialité représenterait le niveau à ne pas dépasser sous peine de créer un désordre tel que la vie sociale ne serait plus possible, notamment entre les sexes au moment de la « drague ». Ce qui peut varier en fonction des bars, des individus ou des groupes, c'est l'appréciation de cette norme et le niveau acceptable de transgression.

« L'éphémère » individualiste, dénoncé par Gilles Lipovesky, ou à l'inverse « l'affectuel » communautaire décrit par Michel Maffesoli, voire le « nomadisme » des jeunes que nous avons observé au moment des déménagements (Dominique Desjeux et *alii*, 1998), existent bien mais non pas tant comme des nouvelles tendances de la société « post-moderne » que comme des moments ponctuels d'inversion liés à un passage, à une étape générationnelle.

Initiation, aide au passage et ritualisation sont des mécanismes sociaux qui existent dans toute société. Ce qui varie en fonction des cultures et de l'histoire, ce sont les formes du passage et le sens des rites. L'enquête montre qu'il est difficile de repérer aujourd'hui des rites équivalents aux rites institutionnels agraires et religieux qui structuraient encore il y a une quarantaine d'années la société française. Nous observons aujourd'hui une multiplication de micro-rituels d'initiation et de passage pendant la période de la jeunesse (permis de conduire, rallyes, déménagements fréquents, « premières fois » diverses, pratiques culinaires du mélange et

de l'improvisation, fréquentation des bars de nuit, etc.), dont l'accumulation jouerait la même fonction d'aide au passage que les anciens rites institutionnels, mais davantage sous le contrôle des pairs et sur une plus longue période.

L'arrêt de ces pratiques agit comme un marqueur du passage. Il signifie que le passage est terminé, ce qu'Alain Cottureau avait appelé dans les années soixante, dans un autre contexte, celui de la décision de construire le métro parisien, le « point de Panurge », où la décision est prise et où tout le monde suit, sans qu'il soit possible pour autant de déterminer un moment de la décision. Cet arrêt n'étant pas codifié socialement de façon stricte et visible, les formes de l'arrêt et de la continuité variant en fonction des générations, cela peut donner l'illusion d'une jeunesse sans fin, qu'il n'y a plus d'adultes, qu'ils sont immatures (cf. le dossier animé par P. Cabin, 1999).

Finalement le Café Oz s'intègre parfaitement dans un jeu social dont son responsable, Jimson Bienenstock, n'a pas eu forcément une conscience explicite au moment de son lancement, mais dont il a su saisir avec talent les ressorts de fait : permettre à chacun d'échapper aux routines du quotidien, de lever ses inhibitions pour favoriser les contacts dans une ambiance de sécurité et un imaginaire australo-anglophone. En jouant sur un imaginaire étranger à forte connotation positive liée au lointain et au nomadisme, le Café Oz renforce le sentiment de liberté par rapport aux normes françaises symbolisées en partie négativement par le café français. Que Jimson Bienenstock soit aussi remercié d'avoir ouvert toutes grandes les portes du Café Oz à des jeunes chercheurs en sciences humaines, une preuve s'il en est de son ouverture.

En terme de méthode, nous avons utilisé des approches quantitatives simples (tris à plat, tris croisés), et qualitatives, fondées sur l'entretien face à face, l'observation et la photographie. La photographie est surtout utilisée ici comme une illustration de l'enquête de terrain et comme un moyen de recouper l'information orale. Dans d'autres enquêtes sur le quotidien, nous l'utilisons comme moyen de stimuler d'autres réponses de la part des interviewés en leur montrant les photos

que nous avons prises chez eux et en les faisant parler à leur propos. Nous avons remarqué que cette méthode permettait une plus forte expression des émotions comparée à la seule technique des entretiens. D'autres variantes consistent à montrer aux personnes des photos sur un thème qui les concerne mais prises chez quelqu'un d'autre et de les faire réagir dessus.

Pour le moment il reste deux débats ouverts : celui de la place de l'esthétique dans la photographie ethnologique ou micro-sociologique qui, de notre point de vue, possède un risque fort de « tuer » le vécu au profit d'une esthétisation plus émotionnelle de celui qui regarde, ce qui limite l'objectivation ; et celui de l'analyse des photos en tant que telles par le chercheur qui les a prises, ce que nous ne faisons pas pour le moment car nous n'avons pas trouvé de méthode pour limiter les projections du chercheur sur les photos. Derrière ce débat nous avons un postulat méthodologique, qui est de partir du point de vue de l'acteur, que ce soit pour reconstruire le sens qu'il donne à son action ou pour en déduire les structures qui l'organisent. Esthétique et sémiologie projective du chercheur semblent aller à l'encontre de ce principe pour le moment.

Dominique Desjeux, Sophie Taponier

CHAPITRE I

LE CAFE OZ : L'AILLEURS, LA LIBERTE ET LA RENCONTRE

I. COMMENT UTILISER LA NUIT POUR S'EVADER¹

Au cœur de Paris, le quartier des Halles regorge de cafés, de bars et autres lieux de la vie sociale. Aussi, la concurrence, pour attirer la clientèle, y est souvent rude. Et pourtant, le Café Oz, abréviation d'Australie, situé rue Saint Denis, s'est très vite fait une place spéciale, notamment auprès des jeunes. Unique chaîne de bars à Paris aux couleurs de l'Australie, « l'Australian bar » revendique une certaine spécificité grâce à un décor qui marque son originalité par rapport aux standards parisiens. Sur les murs, les tables ou le sol, le bois domine, un bois massif et dont les irrégularités portent les empreintes du passage incessant d'une vie humaine sans cesse renouvelée. Les photos au mur montrent des paysages sauvages et des crocodiles immobiles tapis dans la pénombre. De vieilles valises de cuir disposées çà et là donnent une ambiance chaleureuse et un arrière-goût d'aventure...

Pour comprendre les raisons de la réussite du Café Oz auprès des jeunes, notre enquête s'est orientée vers l'analyse de la vie sociale du bar : sa population, sa structure et ses rites. Nous nous sommes donc attachées à déceler les différents éléments qui composent la spécificité et l'originalité du Café Oz, à repérer comment ils répondent aux attentes des jeunes et

¹ Charlotte Deprée, Elsa Gisquet, Yasmine Mouhid (étudiantes du Magistère de sciences sociales de Paris V – Sorbonne), Dominique Desjeux.

comment ils influencent les formes de la sociabilité qui s'y développent, faites de liberté et de transgression sous contrôle².

1. Respecter l'anonymat, un moyen de créer la confiance et le sentiment de bien être

a. Une ambiance anglo-saxonne

La dimension à la fois étrangère, anglo-saxonne et australienne du Café Oz apparaît pour ses clients comme l'un de ses principaux atouts. En effet, si le Café Oz est un bar australien, il est surtout perçu comme un bar anglo-saxon, voire tout simplement étranger. En d'autres termes, la clientèle du Café Oz se représente le bar avant tout par opposition aux bars français, dont elle critique le peu de distraction et l'ennui qui y règne : « *Si on compare à un bar-brasserie à Paris, qu'on voit à tous les coins de rue, c'est à mourir d'ennui. Déjà, les cafés parisiens sont de style bourgeois. Dans les cafés parisiens, on a tendance à regarder la façon dont tu es habillé, on a tendance à voir si tu es vraiment Français, ils ont une façon, ils ont un style français.* » Les bars français sont définis par les enquêtés comme des lieux où l'on s'ennuie, où l'apparence et la tenue vestimentaire comptent plus que la possibilité de se distraire. Ils symbolisent le regard de l'autre sur soi, la norme sociale à respecter.

² Cette étude, réalisée en trois mois fin 1996, s'est construite autour de trois méthodes classiques en ethnologie : l'entretien semi-directif, l'observation et l'outil photographique. Des grilles d'observation, portant sur trois jours significatifs de la semaine et sur trois tranches horaires correspondant chacune à un certain degré d'affluence dans le bar, ont été exploitées dans la perspective d'une observation distanciée. Nous avons aussi utilisé l'observation participante qui demande de s'adapter aux particularités du terrain, en adoptant une certaine souplesse dans l'approche. Nous ne pouvions pas exiger d'une personne venue pour se détendre qu'elle se conforme strictement à nos demandes. Aussi notre enquête, tout du moins la partie qualitative, a pris souvent la forme d'un dialogue et d'une discussion ouverte. Vingt entretiens semi-directifs, ont été réalisés par 5 étudiants du Magistère de sciences sociales de Paris V - Sorbonne (Marie Conan, Charlotte Deprée, Elsa Gisquet, Yasmine Mouhid), avec l'aide méthodologique de Claire Christolome pour l'enquête de terrain, et celle de Sylvaine Conord pour l'apprentissage de la photographie.

A l'opposé, le Café Oz, comme les bars étrangers en général, semble favoriser un certain anonymat du fait du caractère étranger du lieu. Cet anonymat est vécu positivement. Ainsi, deux jeunes hommes nous avaient confié lors d'un entretien le peu d'enthousiasme que leur procurait leur première visite au Café Oz. Nous les avons néanmoins revus à maintes reprises dans les mêmes lieux, si bien qu'un soir, ils nous ont expliqué que le Café Oz leur provoquait un sentiment de liberté lié au côté « impersonnel » du bar. C'est justement ce sentiment de liberté que le Café Oz, en tant que bar « non français », offre à sa clientèle, qui lui permet d'avoir la sensation de pouvoir se comporter comme bon lui semble et donc de se distraire. Se distraire, c'est avoir l'impression de pouvoir échapper au contrôle des normes sociales françaises.

C'est pourquoi certains sont exclusivement clients du Café Oz. D'autres se focalisent sur les bars étrangers : « *On fait un peu le parcours des pubs, en fait. Comme on est au nord de Paris, on descend ; enfin, généralement, c'est l'Irlande, après, l'Angleterre, et après l'Australie.* » Dans les deux cas ils évitent les bars français.

En effet, les clients du Café Oz que nous avons rencontrés partagent un goût souvent exclusif pour les pubs. C'est donc le critère « étranger », et tout particulièrement anglo-saxon, qui est ici discriminant par rapport à l'ensemble des autres bars parisiens. L'exotisme que les clients attribuent au lieu se retrouve souvent dans leur discours : un décor différent, des boissons originales et surtout une manière de commander différente, le « cash and carry » qui demande de payer comptant et d'emporter soi-même sa boisson sans l'intervention d'un serveur.

Le Café Oz s'affirme comme un bar étranger, non seulement par son décor « australien », par les personnes qui y travaillent, les serveurs anglophones, ou par les boissons que l'on y trouve, le vin australien ou la bière Foster's, mais aussi par la population qui l'occupe, maintes fois définie par nos interlocuteurs par son cosmopolitisme et son caractère hétéroclite. Le Café Oz est représenté comme une sorte de « melting pot », où toutes les nationalités se côtoient dans un même milieu. Ce milieu a ceci de particulier qu'il est étranger

aussi bien pour les personnes de nationalité étrangère que pour les Français eux-mêmes. Seuls les Australiens s'y trouvent en territoire connu, mais ils sont si peu nombreux que, comme les autres, ils se retrouvent en situation de minorité. Ainsi, le pouvoir suggestif du cadre, conféré par un décor résolument non français et par l'anglophonie des barmen, laisse facilement croire que l'on est surtout entouré d'étrangers dont les codes de sociabilité sont perçus comme moins contraignants.

Les toilettes pour femmes représentent un autre lieu clé de cette liberté que permet la vie dans un lieu cosmopolite. Il y est possible de déchiffrer parmi les graffitis une correspondance animée en anglais et en français à propos des tests sur les animaux, de la compétence des amants français, ou des essais nucléaires de Mururoa.

Que ce soit en l'espace de quelques dizaines de minutes ou de quelques heures, le client français joue volontiers le jeu de l'étranger et n'hésite pas à aborder d'autres personnes directement en anglais. L'anglais est beaucoup utilisé au Café Oz. Selon une personne interrogée, cela entre dans la définition même d'un pub : « *Le pub c'est justement le côté anglophone.* » Le plaisir procuré par la pratique de la langue anglaise par les Français qui fréquentent le pub est évident. L'anglais est la langue étrangère la plus enseignée en France et une partie des jeunes se trouve capable de tenir une conversation dans cette langue. En outre, bien que rattachée à tout un monde anglophone, de l'Australie aux Etats-Unis en passant par l'Ecosse, elle revêt une dimension internationale qui dépasse les frontières des pays anglophones. Un jeune client souligne justement qu'en parlant anglais, non seulement il parle « *à la fois américain, canadien, irlandais, écossais et néo-zélandais* », mais encore il peut se faire comprendre par des individus de toutes nationalités. L'anglais est vécu comme un langage international, une sorte d'espéranto qui établit un lien entre tous ceux qui le parlent. L'anglais crée du lien social sur un mode informel. Il permet une fusion temporaire hors des conventions établies.

Selon leur envie, les clients peuvent choisir de pratiquer ou d'améliorer leur anglais (« *On parle autant anglais que français, ça c'est quelque chose que j'aime bien, c'est un bon*

exercice, c'est agréable, j'aime beaucoup ça. »), tout comme profiter d'un fond sonore étranger (« *Ça me fait plaisir d'entendre des gens qui parlent anglais. »*).

Souvent même, des clients français reconnaissent passer leur commande en anglais. En entrant au Café Oz, non seulement le décor leur donne l'impression de basculer de la France vers l'étranger, mais encore ils choisissent de s'y fondre entièrement en jouant le jeu : commander ou parler aux barmen en anglais alors qu'ils pourraient le faire en français, boire des cocktails exotiques alors qu'ils ont l'habitude d'un « Perrier rondelle », ou aller jusqu'à débusquer du vin australien alors que partout ailleurs règnent en maîtres incontestés les vins français. Cela montre que pour les clients du Café Oz, le cadre et l'ambiance de ce bar sont autre chose que la reproduction, fidèle ou infidèle, d'un bar australien à Paris. Ils leur donnent le sentiment de pouvoir chavirer d'un monde extérieur, celui des contraintes du quotidien, du jour et de la France, vers un autre, celui plus libre et plus convivial de la nuit, du temporaire et du lointain anglophone.

Au fil des entretiens, il est apparu qu'une partie non négligeable des clients avait déjà eu une expérience du monde anglo-saxon. D'eux-mêmes, ils établissent un lien entre cette expérience et leur présence au Café Oz, où ils recherchent une ambiance familière : « *J'ai vécu un an aux Etats-Unis alors tout ce qui est anglo-saxon, c'est pour moi. »* Le fait que l'on puisse choisir le Café Oz comme réminiscence d'une « expérience anglo-saxonne » confirme la force de dépaysement que recèle le Café Oz. Celle-ci est renforcée par le fait que le bar met à disposition de ses clients divers magazines anglo-saxons gratuits, comme *France USA Contacts*, « for anglophones & anglophiles ».

Alors que le Café Oz contribue à replonger une bonne partie de sa clientèle dans un univers anglais ou américain, il parvient simultanément à représenter l'Australie. C'est là une des particularités de ce bar : évoquer à la fois un monde anglo-saxon déjà connu et réaliste et une Australie inconnue et qui fait rêver. Comme pour la plupart des pays étrangers, l'Australie évoque des idées et des images plus ou moins

stéréotypées³. Les entretiens que nous avons réalisés montrent la haute cote de popularité de l'Australie pour la clientèle ; c'est un pays qui attire. Entrer dans le Café Oz, ce serait s'en rapprocher, ce serait rendre l'Australie plus accessible : « *C'est un truc que j'avais dans la tête, depuis toute petite, j'avais envie d'aller en Australie. Et... voilà, quoi, donc c'est pour ça que je suis entrée ici plutôt que dans un bar américain ou irlandais ou...* »

A l'attrait exercé par le pays, avec ses déserts et ses plages, s'ajoutent la sympathie, la jovialité et la tolérance que l'on prête à ses habitants : « *Pour moi, c'est une communauté vachement sympa, je pense, très accueillante, on a beaucoup à apprendre.* » Même si pour certains, le décor est faussement authentique et peu vraisemblable, il n'en reste pas moins particulier. Pour d'autres, il suffit de le vouloir pour le croire et alors : « *Le Café Oz ? C'est l'Australie en miniature à Paris.* »

b. Le Café Oz : un moyen de fuir le quotidien et un lieu sûr pour se distraire

Par rapport à son environnement immédiat ou culturel, le Café Oz se caractérise par plusieurs différences, que ce soit en termes de clôture de l'espace ou de structuration du temps, en plus de la coupure linguistique déjà indiquée.

L'extérieur, c'est d'abord le quartier de Châtelet - Les Halles. Tout au long de notre enquête nous avons constaté que les barmen ont toujours pris soin de baisser les rideaux sur les fenêtres, qui donnent sur la rue Saint Denis. Ce geste intervient généralement avant 22 heures, au moment où les Halles sont perçues comme « peu sûres ». La clôture rassure. Le Café Oz donne un sentiment de sécurité : « *J'aime pas trop le quartier des Halles, c'est chaud, un peu effrayant, mais là, c'est un peu comme un paradis au milieu de l'enfer quoi.* »

La structuration du temps, faite de ruptures de rythmes et de levées des contraintes, est une autre composante de cette micro-société « parallèle ». En effet, la temporalité du Café Oz s'inscrit en symétrique inversé du rythme diurne de la vie urbaine. Le temps urbain diurne est celui des impératifs

3 Mermet, G., *Francoscopie*, Paris, Larousse, 1997, p. 3

scolaires, professionnels ou commerciaux. Au Café Oz, le calme du début d'après-midi, l'ambiance chaleureuse de « l'happy hour », le vide de la période 20 heures - 21 heures et l'afflux de la nuit représentent, par leur alternance marquée, le strict envers de la vie sociale quotidienne, marquée par la routine et la répétition des rythmes. A l'heure où la majorité de la ville s'endort, le Café Oz s'éveille dans une apothéose de musique qu'il semble avoir attendu toute la journée. Les clients eux-mêmes évoquent la différence d'activité par rapport à l'extérieur : « *Disons qu'ici le soir il se passe quelque chose.* » Notre travail d'observation, et particulièrement la photographie et la technique du « point fixe »⁴, nous ont permis d'affiner les différents degrés d'affluence au cours d'une même soirée et de mettre en évidence ce caractère crescendo de la vie du bar au fur et à mesure que la nuit s'avance.

Tout au long de l'année, le temps au Café Oz est ponctué de repères festifs particuliers, véritables rites de sociabilité, et qui se veulent résolument « étrangers ». En effet, une fête, comme la soirée à thème donnée le soir de Halloween⁵, ou encore les matches de football retransmis sur grand écran, appartiennent à une culture anglo-saxonne, ou tout du moins à une culture traditionnellement non parisienne⁶.

Le Café Oz ne se différencie pas seulement par le décor, la langue, sa clôture par rapport aux Halles ou son inversion par rapport aux rythmes diurnes, mais aussi parce que c'est un lieu inclassable. Le Café Oz est bien un lieu public, mais qui entre difficilement dans une catégorie bien définie ; on remarque en

4 Cela a consisté en la prise de photographies à partir de points fixes, à différentes heures correspondant à des tranches horaires prédéterminées en fonction des degrés d'affluence. Trois jours de la semaine significatifs ont été choisis, et ce travail s'est étalé sur trois semaines.

5 Halloween, fête des morts qui serait d'origine celtique, est un exemple intéressant de fête en voie d'internationalisation. Elle renvoie autant aujourd'hui à un mode de vie d'une génération jeune à travers le monde, Halloween est même fêtée dans certains bars branchés de Guangzhou (Canton) en Chine, qu'à une tradition culturelle anglaise ou américaine, même si elle est contestée comme une « fête du diable » aux Etats-Unis par des mouvements religieux conservateurs.

6 Tout au moins au moment de notre enquête, avant la coupe du monde de football et la « mode » d'Halloween.

effet chez les enquêtés un flou dans les représentations de l'endroit, qui confirme son originalité : « *Ça se rapproche du pub, mais ça ne serait pas un pub, puisqu'il n'y a pas le côté anglais...* », « *C'est très grand mais en même temps, ça reste assez un petit coin...* ».

Les réflexions des clients laissent apparaître d'autres facteurs de singularisation du Café Oz. En effet, pour les "non-initiés" au langage anglo-saxon, l'appellation « Oz » éveille la curiosité, plus encore, l'imaginaire des clients. L'ambiguïté du nom donne lieu à des interprétations qui ajoutent une certaine surenchère de mystère à la dimension exotique du Café Oz : « *Vous connaissez l'histoire du magicien? (...). Je crois qu'ils ont voulu donner l'image d'un endroit assez spécial, assez sombre avec beaucoup d'aventures.* »

De même, l'importance attachée au bois, qui constitue l'environnement et d'une certaine manière l'ambiance, n'est pas sans évoquer le fantasme de l'authentique : « *Ca semble chaleureux et simple* ». Aussi les clients du Café Oz peuvent-ils se détacher d'un quotidien parfois pesant pour entrer dans un monde où les contraintes ne sont plus les mêmes. Selon un client, ce bar contribue à « *déstresser* ». Le Café Oz peut être ainsi perçu comme une échappatoire, un exutoire face aux tensions de la vie quotidienne. Baudelaire, poète urbain par excellence, voyait dans l'exotisme le symbole d'une société et d'un passé meilleurs.

Mais si le Café Oz paraît reconstituer la nuit un monde différent, un monde en soi, en rupture avec le modèle dominant du jour, il n'en reste pas moins un monde social avec ses règles de déplacement dans l'espace et ses codes de sociabilité.

2. La vie sociale au Café Oz : une spontanéité organisée

a. Contrôle à l'entrée, liberté et convivialité à l'intérieur

La vie sociale du Café Oz se caractérise par une spontanéité organisée. Deux pôles structurent cet espace de liberté : l'entrée contrôlée par un videur qui garantit la sécurité à partir d'une certaine heure de la nuit, et le fond de la salle avec le bar où officie le personnel, qui garantit l'anonymat.

Les videurs assurent une fonction clé pour le bon fonctionnement de l'ambiance de liberté, celle de sélectionner à l'entrée le « bon » public du « mauvais ». Même si cette sélection sociale est peu visible, elle doit rester perceptible pour rassurer la clientèle. En soirée, le nombre de clients augmentant sensiblement, le videur fait donc attention à ne pas laisser entrer les jeunes dont l'apparence laisse supposer qu'ils sont capables de troubler l'ambiance du bar.

A l'autre extrémité de l'espace, le personnel du bar travaille derrière le comptoir. Le patron qui n'est là que certains jours de la semaine ne sert pas au bar. Doté d'un contact facile, il discute avec les serveurs et les clients. Il s'attache à faire régner un climat de convivialité. La plupart du temps, il délègue son rôle de superviseur à une seconde personne qui sert au bar et qui se détache peu du reste des barmen. Les clients du Café Oz établissent difficilement une distinction entre les barmen et le patron du bar. Parmi les personnes interrogées, peu d'entre elles parlaient du « patron ». Lorsqu'elles en évoquaient la présence, elles restaient généralement très vagues : « *le type avec les cheveux rasés* » - caractéristique qui ne différencie pas le patron de son délégué puisqu'ils ont tous deux les cheveux rasés.

Si les clients ne perçoivent pas spécialement de hiérarchie sociale dans l'organisation du fonctionnement du bar, ils sont par contre sensibles à une différence fondamentale par rapport aux pratiques des cafés français, celle du « cash and carry », une habitude anglo-saxonne qui oblige le client à se déplacer lui-même vers le bar pour aller chercher et payer sa boisson avant de l'avoir consommée.

b. La relation entre barman et client : une familiarité distante qui laisse à chacun sa liberté

L'intensité des interactions entre les clients et les barmen varie partiellement en fonction de la personnalité de chacun. Certains barmen sont plus chaleureux et ouverts que d'autres. Cependant, d'une façon générale, nous avons remarqué qu'un faible degré de familiarité les unissait à leurs clients. Les barmen appellent rarement leur client par leurs prénoms par exemple. Le fait que le client soit un habitué ou un client

occasionnel ne semble pas beaucoup influencer sur son degré de familiarité avec les barmen. Une habituée qui vient tous les jours dit des barmen : « *Il y en a avec qui on parle un peu parce que, à force de venir, ils nous reconnaissent, on se reconnaît quoi. Pas d'affinité particulière, non, une connaissance* ». Les clients n'ont aucun ressentiment vis-à-vis des barmen. L'indifférence, même si parfois elle n'est pas exempte de sympathie, semble caractériser leurs relations.

Le faible degré de familiarité est en partie lié au principe du cash and carry. Les barmen restent la plupart du temps derrière le comptoir. Ainsi, les conversations entre un client et un barman ne peuvent s'établir qu'autour du comptoir, à l'écoute de tous. Il est difficile en outre pour le barman d'engager la conversation avec son client qui peut, une fois servi, s'éloigner aussitôt du comptoir. La structure du Café Oz a donc un impact sur la nature de la relation entre les barmen et les clients, créer une relation plus fonctionnelle qu'affective. Elle protège donc l'anonymat recherché par une partie des clients.

Pendant, nous avons remarqué qu'au-delà de la distance provoquée par le système de « cash and carry », le degré de familiarité entre les barmen et les clients peut varier suivant la nationalité et notamment vis-à-vis des clients australiens ou anglo-saxons. Ainsi deux Australiennes qui viennent au Café Oz depuis un mois disaient des barmen qui sont tous australiens : « *On a de la chance parce qu'on connaît les barmen et ils nous protègent, ils nous demandent si ça va et tout* ».

La différence de familiarité entre les barmen et les clients peut également s'expliquer par les différences culturelles. En effet, les normes des cultures respectives peuvent parfois se transformer en obstacles. L'exemple le plus frappant que nous ayons eu à observer est celui de l'humour : « *Oui mais un Français, il ne comprend pas ces blagues là, il ne les connaît pas. Il faut lui expliquer que c'est une blague, que c'est de l'humour australien* ». Dans le discours de certains, une ségrégation s'opère entre clients et barmen, conséquence de l'irréductibilité de l'humour français et de l'humour australien. Le Café Oz importe d'Australie non seulement sa propre organisation, mais aussi une partie de sa propre culture. C'est

peut-être la raison pour laquelle de nombreux clients opposent le Café Oz aux cafés français. En effet, la nature de la relation entre les clients et les barmen du Café Oz diffère de celle qui peut s'établir dans un café français où des liens sociaux relativement forts unissent les serveurs aux clients. Certains clients regrettent ce manque d'intimité avec les barmen. Un client venu de Marseille disait des barmen : « *Il n'y a pas trop de contact. Là, le barman fait son job, mais je crois qu'il a pas le temps d'être convivial, de s'occuper de sa clientèle, tu vois, genre : Allez laisse. Bouge pas, tu as consommé tant, je te mets la tienne [je t'offre un verre]* ». Dans les bars français, le passage d'un lieu public à un lieu semi-privé, où l'on est perçu comme un habitué, se réalise bien souvent par l'intermédiaire des serveurs qui symbolisent à la fois l'intégration sociale mais aussi la contrainte sociale liée au groupe. Ici, les barmen ne jouent pas ce rôle, ce qui permet de préserver les marges de liberté de chacun.

c. Le mouvement dans l'espace comme condition de la liberté

Quand les clients franchissent le seuil de la porte du Café Oz, ils disent se retrouver dans un lieu à part, où la vie sociale se caractérise par de nombreuses interactions et un certain degré de liberté, liberté d'occuper son temps, liberté de se déplacer.

Comme nous l'avons vu plus haut, les clients du Café Oz partagent bien souvent une même intention, qui est de faire des rencontres et si possible en anglais. En outre, même si toutes les personnes interrogées ne le disent pas explicitement, le désir d'une rencontre avec une personne du sexe opposé est souvent présent. Une partie des pratiques des clients du Café Oz est donc orientée vers la rencontre, qu'elle soit amicale ou plus sexuée, et plutôt sur un mode ponctuel, ce que favorise l'organisation de l'espace.

Le faible degré de familiarité entre les barmen et les clients, que nous avons décrit plus haut, constitue un des atouts de la vie sociale au Café Oz. Les clients peuvent se comporter comme ils le désirent, sans être trahis par une interconnaissance trop profonde avec les barmen. Les clients

peuvent adopter des stratégies de rencontre, plus libres et spontanées, qu'ils n'oseraient peut-être pas mobiliser dans un autre lieu plus conventionnel. En outre, le principe du cash and carry concourt à un relatif effacement des barmen dans la salle, ce qui limite la mise en place de règles de bienséance imposées par le personnel du fait de sa seule présence.

Certes, les individus arrivent de l'extérieur avec des normes qu'ils ont intériorisées et qui continuent de guider leur action. Ils sont même sélectionnés à l'entrée sur leur capacité apparente à respecter les normes minimales de la vie sociale du bar. Ainsi, peu de personnes passent outre le fait de consommer. Mais ici plus qu'ailleurs, les règles de sociabilité sont relativement souples et se réduisent à leur minimum : ne pas déranger l'autre. Les clients apprécient la grande souplesse des règles que leur accorde le personnel. Nombre d'individus ont souligné le fait que certains soirs on pouvait danser sur les tables. La sensation de liberté des clients est visible tous les jours de la semaine.

L'incorporation des règles de la vie sociale en dehors du bar, le contrôle des entrées et la souplesse des règles de sociabilité à l'intérieur du bar, font que les individus ne se sentent pas l'obligation d'adopter tel ou tel comportement. Ce sentiment de faible contrainte leur permet de développer des stratégies de rencontre qui sont d'autant plus aisées que l'espace est organisé pour favoriser la mobilité, les contacts collectifs mais aussi le retrait.

Photo a : Sur cette photo prise un lundi à 20h, la jeune fille a une attitude très décontractée. Le fait qu'elle allonge ses pieds sur le banc dénote un certain relâchement qu'elle n'aurait peut-être pas dans un café français. Café Oz, 1996.

d. Le jeu de la rencontre et du retrait

L'espace du Café Oz comprend deux grands espaces, l'un tourné vers la rencontre, l'autre vers le retrait ou l'isolement.

Le premier espace comprend trois sous-espaces : le bar, les tables à proximité du bar et les tables plus excentrées⁷.

Comme le comptoir est situé à la fois au fond et au cœur de l'espace du bar, il est facile d'accès et aussi plus attirant. Le bar forme un cercle autour duquel les clients peuvent s'installer. Ces derniers utilisent souvent les adjectifs « *sympa* » ou « *convivial* » pour qualifier cet espace. L'emploi de ces adjectifs traduit en fait les possibilités d'interactions que leur offre le bar : « *On est allé au comptoir parce que généralement, le comptoir c'est vachement plus convivial. Mais ça dépend, si tu as le toupet de t'installer à côté des gens et de commencer à parler* ».

Les tables à proximité du bar permettent d'établir de nombreux contacts. Ce sont de grandes tables prévues pour environ huit personnes, or la plupart des clients viennent seuls ou à deux ou trois. Ainsi, les clients qui s'assoient autour des grandes tables se retrouvent souvent à côté de personnes qui leur sont étrangères. Cette situation facilite les échanges, comme le dit une jeune étudiante de 22 ans : « *Une fois, j'étais venue avec ma sœur, on était assises à une table, on discutait toutes les deux, il y a un couple de 45-50 ans qui s'est assis, et on a discuté avec eux. C'était sympa* ».

Enfin, dans la salle se trouvent également des tables hautes sans chaises. Les clients sont debout. Ils entrent facilement en contact avec les personnes qui se déplacent pour aller chercher leurs consommations ou aller aux toilettes.

Ces trois sous-espaces en cercle, en longueur ou sans chaise, en facilitant la mobilité et le regard, concourent à créer les conditions du contact de façon souple et informelle.

Les déplacements sont nombreux au Café Oz. Le client peut rester un temps au bar après avoir commandé sa boisson, puis s'installer dans la salle. Une jeune cliente décrit son itinéraire : « *D'abord, je me suis mise au bar pour commander, ensuite,*

⁷ Voir le chapitre II dans lequel nous analyserons plus précisément l'organisation de l'espace du Café Oz.

j'ai regardé où est-ce que je serais susceptible de m'installer, je suis venue ici [table en face du bar], j'ai posé mon verre, je suis allée aux toilettes et je suis revenue prendre mon verre et je me suis installée ici [table sur le côté droit de la salle] ». Les clients n'hésitent pas à changer de table, pour un autre emplacement qui semble mieux leur convenir. La mobilité des personnes seules est encore plus forte. C'est ainsi qu'un habitué du Café Oz, qui vient toujours seul, disait : « *J'aime bien changer de place. Je change peut être deux ou trois fois de place. Selon mon envie en fait, selon qu'il y a une place qui m'attire, dans laquelle je ne suis jamais allé. Quand vous entrez dans une brasserie, vous n'êtes pas censé vous déplacer. Ici vous sentez que vous pouvez le faire, ça ajoute au niveau de la liberté, ça ajoute au plaisir du lieu lui même* ». La forte mobilité spatiale permet au client de trouver la place adéquate pour occuper son temps comme il l'entend. Le client sait que le choix d'une table n'est pas forcément définitif, il ne se sent pas cloisonné dans l'espace, il se sent libre. Cela lui ouvre des opportunités de rencontre. Un jeune cadre d'une trentaine d'années disait : « *On peut rencontrer des gens, on peut facilement lier conversation avec des gens, si tu vois quelqu'un qu'a l'air sympa, tu peux t'asseoir à côté de lui par exemple* ».

La mobilité, liée à la pratique du « cash and carry », permet à certains clients d'utiliser ce déplacement obligatoire comme une tactique de rencontre aléatoire ou improvisée. En effet, lorsqu'il change de place, le client ne se sent pas jugé par les superviseurs du lieu, ni même par les autres clients qui de toutes façons font de même. Une jeune femme qui vient tous les jours au Café Oz dit : « *Ici tu peux bouger, tu peux faire ce que tu veux. Les gens, ils sont décontractés ici. C'est pas comme les cafés français ! Là tout le monde te mate, t'es pas peinard* ». Le déplacement dans l'espace s'effectue en tout anonymat. La personne ne se sent pas visée, épiée, elle ose changer de place.

L'observation d'un couple est significative de cette liberté. Deux garçons, qui ne semblent pas connaître les lieux, entrent dans le Café Oz. Ils tournent autour du bar, cherchent une place et s'installent à une table près du bar. Ils remarquent la petite pancarte sur la table qui explique le principe du « cash and

carry ». Alors ils se lèvent et commandent au bar. Finalement ils vont rechercher leurs affaires et s'installent au bar. Ils ne connaissaient pas ce lieu. Ils ont pourtant effectué de nombreux déplacements sans qu'une impression de gêne n'émane de leur comportement. Dans des lieux plus formels, les nouveaux venus ont généralement une mobilité spatiale la plus réduite possible car ils ont peur de se faire mal voir. Au Café Oz, on ne se fait pas remarquer, celui qui change de place n'est pas un atypique, le nouveau n'est pas un intrus.

Les observations réalisées dans le bar nous ont aussi permis de remarquer que les hommes et les femmes occupent indifféremment l'espace. Les femmes n'hésitent pas à s'installer au comptoir. Les tables sont occupées aussi bien par des hommes seuls que par des femmes seules. La faible division sexuelle de l'espace autorise un homme à s'installer à côté d'une femme sans que cela ne paraisse suspect. Le fait qu'il entame une conversation semblera découler tout naturellement de cette situation de proximité. C'est ainsi qu'un homme dit : « *Ici on peut aborder des filles, je veux dire, sans qu'il y ait une tension ou quoi que ce soit* ». Les hommes se sentent plus libres d'aborder les femmes. De même une femme, en raison de la forte mobilité, ne se sent pas agressée lorsqu'un homme l'aborde et poursuivra la conversation engagée.

La liberté laissée par les barmen, l'organisation des tables et la mobilité spatiale favorisent les stratégies de rencontres. Et pourtant le Café Oz permet aussi des stratégies d'isolement ou de retrait. La force du pub est de permettre autant la fusion du collectif que le retrait plus personnel. L'espace n'oblige pas à participer à la vie de groupe.

Au Café Oz, les clients ont également la possibilité de s'isoler dans de petites alcôves confortables. Les tables intimes, excentrées du bar, sont situées sur une mezzanine et dans un petit salon. Une personne qui s'installe dans une alcôve recherche d'autres objectifs que celui de la rencontre. Un musicien d'une trentaine d'années nous disait : « *Je viens souvent ici pour écrire. J'aime avoir mon coin tranquille où j'écris, où je médite, parce que je suis musicien, artiste, compositeur, interprète. J'adore la solitude, j'aime pas être*

trop près des gens et je n'aime pas être trop éloigné des gens. Alors, c'est comme ça ».

Les stratégies d'occupation de l'espace sont cependant souvent alternatives et mobiles. Si les couples unisexes ou les personnes seules, qui sont très présentes au Café Oz, occupent alternativement les divers lieux de rencontre ou de retrait, les groupes et les couples mixtes s'installent le plus souvent à des grandes tables. De même, les habitués ne se regroupent pas tous dans un même lieu. Certes, les habitués ont des places préférées, mais ces places ne sont pas toutes localisées dans un espace précis. Les clients occupent l'espace en fonction de leur stratégie et l'espace permet une expression variée de ces stratégies.

Les clients vivent cette liberté de choix comme quelque chose de spécifique au Café Oz, liberté qu'ils ne retrouvent pas dans les cafés français, voire dans les pubs. Tout se passe comme si le sentiment de liberté et de mobilité était d'autant plus fort que l'espace est clos et protégé.

e. S'évader en respectant les normes

En créant une ambiance mi-australienne, mi anglophone, fondée sur la mobilité du « cash and carry » et l'usage de l'anglais, le Café Oz offre à ses clients la possibilité de pouvoir s'évader des contraintes du quotidien français. Il permet aux jeunes qui viennent y consommer d'expérimenter des rapports directs et libres entre sexes, entre générations ou entre cultures, suivant des stratégies alternatives de rencontre et d'isolement.

Mais cette liberté n'est possible que parce que la population qui vient au Café Oz a intériorisé une partie des normes qui fondent la vie en société. S'il y a inversion par rapport aux routines du quotidien, c'est une inversion relative, plus créative d'ordre que de désordre social.

Le succès du Café Oz ne tient donc pas tant au fait qu'il laisse toute liberté à sa population, elle est sélectionnée et structurée par un espace clos et protégé, mais bien plutôt au fait que cette population peut choisir ses propres normes sans craindre les conséquences négatives de la stigmatisation sociale, symbolisée par le café français et la peur du regard de l'autre.

II. LA CLIENTELE DU CAFE OZ, UNE POPULATION A DOMINANTE PARISIENNE, JEUNE ET ANGLOPHILE⁸

Une enquête quantitative a permis de dégager les grandes caractéristiques de la clientèle, même si celle-ci est plus diverse dans la réalité⁹. C'est une population jeune, 75% des clients ont moins de 30 ans, à dominante masculine, 56% d'hommes, parisienne à 50%, de nationalité française à près de 65%, anglophone à 80% et habituée à pratiquer plusieurs sortes de bars à 90%. C'est donc une population habituée à sortir et qui recherche plus une ambiance étrangère que française. Elle est assez libre socialement, puisque plus de 80% des personnes de l'échantillon sont célibataires, comme va le montrer l'analyse ci-dessous. Par certains côtés, ce sont des jeunes cadres urbains, des « yuppies » à la française.

1. Le Café Oz, un univers de la nuit dédié à la boisson pour une population jeune avec une forte « culture bar »

La clientèle de ce bar est en effet plutôt masculine : 56,2% d'hommes, contre 30,1% de femmes, même si 13,7% des individus n'ont pas répondu à cette question.

La population du Café Oz est jeune. Les trois-quarts de l'échantillon ont moins de 30 ans. Les moins de 23 ans sont les plus nombreux et regroupent 29,1% de la population globale. Les 23-26 ans représentent 26,8%, les 26-29 ans 19,4% et les plus de 29 ans 23,7%.

En terme professionnel, parmi les personnes actives, les employés, 21,7%, sont les plus nombreux. De leur côté les

⁸ Magdalena Jarvin, doctorante en sociologie à Paris V – Sorbonne, Dominique Desjeux.

⁹ L'enquête quantitative a été réalisée par les étudiants du Magistère de Sciences Sociales de Paris V - Sorbonne, avec le soutien pédagogique d'Olivier Martin, directeur du Magistère, en mai 1997. Les données ont été relevées sur une semaine, tous les jours et à toutes les heures, auprès de 300 personnes présentes dans le bar. Son objectif est plus de pondérer les données qualitatives de la première partie que de produire des analyses nouvelles à partir de traitements statistiques. C'est donc principalement une partie descriptive à base de tris à plat et croisés.

étudiants représentent 34,8% de la clientèle. C'est plutôt une population de classe moyenne avec un niveau de formation de type enseignement supérieur.

Les usagers sont en très grande partie célibataires, 81,6%, 10% concubins, et seuls 5% sont mariés.

Le Café Oz accueille en majorité des habitants de la capitale, 50,5%, contre 29,4% de la banlieue. Ceux qui vivent à l'étranger, 10%, sont plus représentés que ceux qui vivent en province, 8,7%.

Plus de la moitié des clients sont de nationalité française, 64,5%. Les personnes issues des pays de l'Union Européenne et des Etats-Unis représentent 18% de la population totale, avec une prédominance des originaires d'Europe du Nord : 11,7%. Plus de 80% de la clientèle parle anglais. Parmi eux 50,2% disent avoir un niveau correct et 35,1% être bilingues.

Près de la moitié, 49,5%, des personnes interrogées déclarent venir le plus souvent, à la fois en semaine et le week-end, tandis que 29,8% ne fréquentent le bar que le week-end et 15,1% seulement la semaine.

Dans la journée, peu d'enquêtés, 6%, affirment venir à l'heure du repas de midi. Les deux moments intenses sont la Happy Hour, entre 18 et 20h qui représente 26,1% des personnes, et la fin de soirée, après 22h, avec 23,4%. L'heure du dîner, comme celle du déjeuner, sont donc les moments les plus creux en terme de fréquentation. Ceci montre que le temps de la boisson et de la rencontre, qui relève ici d'une symbolique de la mobilité, ne relève ni du même espace ni de la même temporalité que celui du repas. En fonction de l'heure et du lieu, boire ou manger, il faut choisir. Le Café Oz est dédié au temps du crépuscule ou de la nuit, à celui de la boisson et du groupe d'amis.

De même, la fréquentation tout au long de la journée dépend en partie de l'âge, qui recouvre à la fois les moments de disponibilité de chacun et les revenus. Il semble qu'à midi, ce soit proportionnellement les plus âgés qui fréquentent le plus le Café Oz, et que l'après midi soit réservé aux plus jeunes. Entre la Happy Hour et 22h, la présence des plus âgés semble à nouveau dominante, et après 22h, ce sont les plus jeunes qui semblent à leur tour plus nombreux.

La fréquentation du Café Oz se répartit en trois grandes scansion temporelles, générationnelles, et rituelles. Le jour s'oppose à la nuit, comme les jeunes aux plus âgés, comme la boisson aux repas. Le jour se divise en deux moments, celui du repas de midi avec une clientèle plus âgée et l'après midi, avec la part la plus jeune de la clientèle. Le soir est réservé à la boisson. Il s'organise autour de deux pôles, celui de la Happy Hour et celui de la nuit où se mélangent les trois populations, mais où les jeunes en dessous de 30 ans et les célibataires dominent. Nuit, boisson et jeunesse constituent le symétrique inversé du jour, du repas et de l'âge adulte.

Au moment de la réalisation de l'enquête, 38,8% des personnes rencontrées n'étaient jamais venues dans le bar au cours du mois passé. Cependant 29,4% affirmaient l'avoir fréquenté une ou deux fois durant cette période, 15,1% des personnes étaient venues entre trois et six fois et 14,7% à plus de six reprises. Ces deux dernières catégories d'usagers, soit autour de 30%, correspondent en quelque sorte aux habitués du bar, ceux qui viennent entre une et deux fois par semaine.

En moyenne les clients restent entre une et deux heures (47,5%), sachant tout de même que 28,1% restent plus de deux heures. Ainsi les usagers s'installent, prennent le temps de venir dans le bar et n'y passent pas en coup de vent. Il s'agit d'une réelle activité sociale, surtout pour les plus jeunes, en dessous de 26 ans, qui passent plus de deux heures dans le bar pour un tiers d'entre eux. Au contraire, les personnes entre 26 et 29 ans et celles de plus de 29 ans restent moins de temps. Majoritairement, elles restent entre une et deux heures (57,8% et 54,5%). Le mouvement au Café Oz n'est pas seulement un produit de l'espace, il est aussi un produit du temps, entre ceux qui restent longtemps et ceux qui restent un temps limité.

Nous avons questionné les consommateurs du Café Oz sur leurs fréquentations d'autres bars, en proposant quatre catégories d'endroits : les pubs anglais / irlandais, les restaurants américains, les cafés français et les restaurants Tex Mex. Parmi les personnes interrogées, 90% vont également dans d'autres bars. Au sein de cette catégorie, 80% fréquentent régulièrement ou occasionnellement des pubs anglais ou

irlandais, 76% des cafés français, 45% des restaurants américains et 48% des établissements de type Tex Mex.

La différence de pratique qui porte sur la fréquentation d'autres bars est peu affectée par l'âge. Ainsi, les moins de 23 ans fréquentent à 94% d'autres bars que le Café Oz. Les personnes plus âgées (au-delà de 26 ans) qui se rendent également dans d'autres endroits sont 88%. La « culture bar » est donc commune à l'ensemble de la population du Café Oz.

Pour les autres lieux de fréquentation, nous constatons que les 23-26 ans possèdent une moindre tendance à aller dans les cafés français et les restaurants américains. En effet, plus d'une personne sur deux parmi les moins de 23 ans et les plus de 26 ans vont régulièrement dans des cafés français, tandis que pour les individus de 23-26 ans, cette fréquentation régulière des cafés français n'est que d'environ 40%. Elle reste encore non négligeable.

L'approche quantitative permet donc de relativiser le discours « anti café français » de la partie qualitative, en montrant que les cafés français sont largement utilisés en alternance avec les pubs anglophones. Elle montre aussi l'attrait que possède cette population pour l'univers anglo-saxon, autant pour boire que pour prendre un repas, même si le plus souvent les deux fonctions de boire et manger ne se produisent pas au même endroit.

Une majorité de clients fait le lien entre le bar et l'Australie. L'image qu'ils ont de l'Australie est plutôt positive. Ainsi, plus de 70% des personnes interrogées disent que les Australiens et leur mode de vie semblent « sympas » et environ 90% des clients souhaiteraient visiter le continent. Ce côté australien fait du Café Oz un endroit particulier par rapport aux autres bars parisiens. Cependant, un peu plus de la moitié des personnes (environ 60%) ne considèrent pas que « l'australianité » du bar soit importante. Ceci tend à confirmer que c'est plus l'univers anglophone en général que l'univers australien en particulier qui est apprécié par les clients. Mais cet univers anglophone est important, car il est une des composantes de la « culture bar » des jeunes qui fréquentent le Café Oz.

Plus d'une personne sur deux de moins de 26 ans ayant tendance à fréquenter un autre bar que le Café Oz, s'y rend de

manière habituelle. A l'opposé, nous nous apercevons que les personnes au-delà de cet âge ont moins souvent un bar habituel autre que le Café Oz. Passé 25 ans une forme de routine semble s'installer et la mobilité entre les bars diminue.

Avant 26 ans, le taux de fréquentation d'un bar habituel s'élève en moyenne à une fois ou deux fois par semaine, pour plus de la moitié des jeunes. Après, la fréquentation baisse à moins d'une fois à une fois par semaine pour les 26-29 ans. Les habitués du Café Oz sont assidus et viennent plus d'une fois, voire deux fois par semaine. Quand ils habitent hors de Paris, les clients sont plus nombreux à avoir un autre bar habituel que le Café Oz, contrairement à ceux qui habitent Paris pour qui le Café Oz reste le principal bar habituel. Ceci confirme que la population du Café Oz est constituée de personnes qui ont une forte « culture bar ».

2. Boire, écouter de la musique et faire des rencontres, les trois principales raisons d'aller au Café Oz

18,7% des personnes enquêtées ont découvert « par hasard » le Café Oz. 10,4% sont entrés pour la première fois parce que la devanture avait attiré leur curiosité. A l'inverse, la publicité faite par le Café Oz n'a eu qu'un faible impact. Elle n'a touché que 1,7% de notre population. L'emplacement du café, au cœur d'un lieu de passage pour noctambules, semble une condition importante de son succès, même si cela n'est pas suffisant pour l'expliquer puisque la suite de l'enquête montre qu'aller au Café Oz fait souvent partie d'un projet conscient et organisé, créer des liens et nouer des contacts.

Le Café Oz est situé en plein cœur des Halles, un quartier de Paris qui le soir représente un lieu de distractions, ce que confirme le fait que 51% des personnes interrogées déclarent sortir régulièrement dans ce quartier. Il existe en fait deux sortes de populations, l'une qui habite à moins de 35 minutes des Halles et l'autre à plus de 35 minutes. Les premiers, ceux qui habitent le moins loin des Halles, affirment venir dans le quartier pour d'autres raisons que celle d'aller au Café Oz. Le Café Oz n'est donc pas le but unique ou premier de leur déplacement. Il rentre dans un circuit lié à celui des activités à

faire aux Halles. Il est en partie fréquenté de façon spontanée. Parmi les seconds, ceux qui habitent le plus loin, presque une personne sur deux déclarent venir spécialement aux Halles pour aller au Café Oz. Il s'agit alors d'une pratique planifiée, d'un véritable projet d'aller au Café Oz.

En interrogeant les clients sur leurs raisons de fréquentation du Café Oz, avec trois réponses possibles, nous obtenons largement en tête : boire un verre (87%). Puis viennent comme autres grandes raisons, rencontrer des copains ou de nouvelles personnes, soit un score cumulé de près de 60%, puis écouter de la musique (34,1%). Enfin comme dernières raisons déclarées, viennent, pour regarder les gens (16,1%), pour draguer (14,7%) et pour avoir la possibilité de parler anglais (13%).

Boire est bien l'objectif premier ; mais qui apparaît autant un but en soi qu'un moyen de participer à une activité collective. Faire de nouvelles rencontres est un objectif fréquemment cité par les clients. Le Café Oz est donc utilisé comme un lieu de rendez-vous où se retrouvent des amis. Il s'agit également d'un lieu perçu comme propice aux rencontres, un endroit où plane une ambiance conviviale. Ecouter de la musique ou boire un verre apparaissent comme des activités d'accompagnement qui concourent à un objectif central, créer du lien social, participer à une forme conviviale de sociabilité. L'activité relationnelle est donc l'élément le plus stratégique du Café Oz. Elle y est une des activités les plus appréciées. La convivialité et l'accueil des barmen comptent parmi les éléments les plus fréquemment cités parmi les caractéristiques les plus appréciées. De même, 80% des personnes estiment que « les rencontres sont faciles au Café Oz ». Les relations humaines sont à la fois appréciées et recherchées en venant au Café Oz. Cet ensemble de pratiques, basé sur la recherche du contact, est commun aux deux sexes.

Au Café Oz, la musique est également un élément apprécié. 68,8% des gens disent l'aimer, contre 20,8% qui y sont indifférents et 10,2% qui ne l'aiment pas. Ce sont les clients qui viennent le plus régulièrement en groupe qui apprécient le plus la musique : ils représentent 71,4% des satisfaits, alors que ceux qui viennent seuls ou en couple ne représentent que 28%.

Ceci confirme la fonction centrale du Café Oz, produire des opportunités de lien social entre amis ou entre partenaires sexuels et créer une ambiance collective jeune sur un mode ponctuel. L'ambiance du Café Oz renvoie à un imaginaire du mouvement, du nomadisme et de l'éphémère inverse symétrique de l'ordre familial et du couple stable associés à l'imaginaire du jour, du repas et de la vie sédentaire. Le Café Oz symbolise le passage, la transition, voire la transgression dans l'ordre.

La musique, c'est aussi un niveau sonore. Concernant celui-ci, il est jugé bon à 83,6%. L'appréciation, quand elle est négative, varie en fonction des horaires habituels de fréquentation. Elle dépend probablement du taux de décibel élevé ou faible en fonction des heures et des stratégies de rencontre ou de retrait de chacun. Les critiques, très minoritaires, sont plus nombreuses chez les clients du soir : le niveau est jugé trop fort chez 15,2% des personnes venant à partir de 18h, résultat que nous ne retrouvons pas dans les tranches horaires du midi ou de l'après-midi.

Enfin, la décoration et l'aménagement jouent un rôle important dans les caractéristiques les plus appréciées du Café Oz. Les meubles en bois, la décoration des murs, la disposition du comptoir ou encore l'impression générale de vivacité des lieux, font partie des éléments qui sont tout spécialement appréciés par la clientèle. Ce sont les femmes qui apprécient le plus le décor. Parmi la population féminine, 40% ont cité la décoration comme étant un élément apprécié, tandis que parmi les hommes, seuls 25,7% y ont pensé.

Les produits comme la bière Foster's et les cocktails sont également cités parmi les éléments appréciés, et comme pour le décor, plutôt sur une base sexuelle. Les cocktails sont plus appréciés par les femmes, alors que la bière Foster's reste elle, préférentiellement choisie par les hommes (82,8% des hommes, contre 44,9% des femmes).

Conclusion

Les jeunes qui fréquentent le Café Oz ont une « culture bar », plutôt anglo-saxonne. 50% des personnes interrogées disent

avoir un niveau correct d'anglais et 35% se disent bilingue. 56% lisent des journaux et livres en anglais. 70% regardent de préférence des films en anglais. Ils sont 67% à avoir des amis avec lesquels ils communiquent en anglais. Ils voyagent dans des pays anglophones pour 67% d'entre eux. Les pratiques culturelles de la clientèle du Café Oz sont donc marquées par une forte anglophilie, même si la pratique de l'anglais n'apparaît que dans les derniers choix de motifs de fréquentation du bar, et surtout parmi les clients anglophones. Seuls 13% environ disent venir pour pratiquer cette langue. Comme « l'australiannité », le fait de parler anglais ne paraît donc pas suffisant pour expliquer le succès du Café Oz. L'anglophonie est appréciée principalement comme vecteur d'une autre symbolique, plus générale, celle du bar étranger qui permet d'échapper au moins ponctuellement aux normes et aux conventions françaises, comme l'a montré la première partie.

« L'étrangéité », en levant le contrôle social, ouvre le champ des rencontres possibles. Une culture commune, celle de la nuit, du bar, des boissons et de l'anglophonie, limite les écarts entre les attentes de chacun et de chacune, en diminuant aussi les risques d'échec ou de tension qui naissent des nouveaux contacts avec des personnes inconnues. En favorisant la mobilité dans un espace clos et sécurisé, « l'étrangéité » permet une ouverture à l'autre, dont la menace potentielle qu'il représente est limitée par l'appartenance à un même groupe social, jeune, urbain parisien et branché anglophone.

CHAPITRE II

UNE APPROCHE ETHOLOGIQUE DU CAFE OZ, DES DEPLACEMENTS A LA HAPPY HOUR, ENTRE CONSTRAINTES SPATIALES, NORMES SOCIALES ET CHOIX STRATEGIQUES¹⁰

Introduction

Les cafés et les bars ont un dénominateur commun, celui de servir des boissons. Dans un café il y a également une possibilité de manger, possibilité qui n'existe pas dans les bars. Si on se base sur nos observations, la clientèle des cafés est plus variée que celle des bars qui paraît un peu plus homogène. Cette distinction s'explique en partie par les raisons et les moments de fréquentation des deux types d'endroits.

En général les cafés ouvrent tôt, tandis que les bars ne sont accessibles qu'à partir du début de soirée. Les individus allant dans des cafés ne restent souvent qu'un moment, au moins en France. Les cafés, au moins ceux qui ne sont pas fréquentés par des habitués, sont plutôt des lieux de passage, alors que les bars sont généralement fréquentés plus longuement.

Les cafés voient passer des gens de toutes catégories sociales et de tous âges, tandis que l'emplacement géographique d'un bar, et son ambiance ou son thème, participent plus à la définition de sa population de consommateurs. Un bar nécessite d'être un minimum connu

10 Magdalena Jarvin, doctorante en sociologie à Paris V - Sorbonne. Elle travaille sur les différences culturelles entre la France et la Suède autour du thème de la sociabilité, sous la direction de Dominique Desjeux. Ce chapitre fait suite à une enquête pour un DEA à Paris V - Sorbonne, sous la direction de Jacques Goldberg, en 1997.

par ses clients avant d'y entrer, alors que les cafés sont moins catégorisés et donc plus à la portée de tout le monde. Nous mettons bien ici de côté les « bars de quartier » qui parfois ne comptent que des habitués et dans lesquels une personne inconnue des autres clients se sentirait mal à l'aise, ne faisant pas partie du groupe d'initiés que constitue la population d'habitués.

La fréquentation du Café Oz ne recouvre pas les limites entre les deux catégories présentées ci-dessus. Le nom, Café Oz, peut prêter à confusion dans la mesure où ce lieu répond à la fois aux critères d'un café et d'un bar. Il ouvre à midi. Il propose des repas chauds au déjeuner et des petits plats le soir, ce qui entre plutôt dans la définition d'un café. Cependant, quand il commence à se remplir à partir de 18 heures, à l'Happy Hour, il est rare de voir quelqu'un manger. Ceci correspond plus à la notion de bar.

Dans les pays anglo-saxons, l'équivalent des cafés et bars français sont les « pubs ». Ils répondent aux deux ensembles de critères cités ci-dessus. Mais il existe une particularité proprement anglo-saxonne, qui est le phénomène de la Happy Hour, pratique inconnue des cafés français. Il s'agit d'une tranche horaire, le début de soirée, où les consommations sont moins chères que dans la journée et le reste de la soirée, voire à moitié prix. La mise à profit de ce créneau va de pair avec une fréquentation particulière des pubs.

Ce phénomène est né en Angleterre, en milieu urbain où la journée continue domine, comparée à la France qui comprend un long arrêt pour le déjeuner. Les journées de travail s'arrêtent vers 17-18 heures. En sortant du travail, les personnes actives anglaises se retrouvent dans un bar autour d'un verre. Cela peut être avec des collègues aussi bien qu'avec des amis. Il n'est plus question de relations de travail à proprement parler. La Happy Hour se distingue des déjeuners d'affaires. Ce moment représente une coupure, une transition, entre la journée active et le moment où l'individu n'est plus soumis aux contraintes de la vie professionnelle.

En France, le phénomène Happy Hour est moins commun. Les Happy Hour sont proposées par un certain nombre de bars, surtout ceux anglo-saxons, mais les personnes actives sont peu

nombreuses à s'y retrouver en fin de journée. Cela s'explique en partie par une différence d'organisation de la journée de travail en France. Elle se termine plus tard que dans les pays anglo-saxons. De plus, les Français ont l'habitude de manger des plats cuisinés le soir, alors que les Anglais « acceptent » de dîner sur le pouce dans un pub. Bref, les habitudes culturelles ne sont pas les mêmes et la présence de personnes actives à la Happy Hour en France est encore relativement rare.

1. La Happy Hour au Café Oz

Le Café Oz propose une Happy Hour tous les jours de la semaine, entre 18 et 20 heures. C'est le moment où les déplacements des clients à l'intérieur du bar sont les plus nombreux. Rappelons que le système de commandes est le même que dans les pubs anglo-saxons, le consommateur allant lui-même chercher ses boissons au comptoir : c'est le principe du Cash and Carry, décrit dans le chapitre I.

La superficie du Café Oz est d'environ 150 m². Il existe une vingtaine de tables et chacune d'entre elles peut accueillir quatre à cinq personnes en moyenne et certaines peuvent même en accueillir jusqu'à six ou huit. Le comptoir est large, couvrant environ un tiers de l'espace total et une vingtaine de tabourets y sont à disposition. La taille de l'espace et son organisation permettent aux clients de choisir entre de nombreuses possibilités où se placer. La surface vide de tout mobilier au centre de la salle rajoute à la sensation de grandeur et de liberté de mouvement. L'observation montre que les déplacements sont effectivement nombreux. L'analyse sera donc centrée sur l'utilisation de l'espace et la manière dont les individus se déplacent à l'intérieur du Café Oz au moment de la Happy Hour, dans l'intention de comprendre l'influence de l'espace sur les comportements des clients¹¹.

11 Pour noter tous les emplacements et déplacements, une méthode cartographique a été utilisée. Un plan des lieux a été dessiné de façon schématique, représentant le positionnement de toutes les tables, du comptoir et des obstacles aux mouvements (escaliers, barrières délimitant les deux estrades). L'endroit compte ainsi plusieurs types d'espaces : le comptoir, la

salle qui est au même niveau que le comptoir, une grande estrade à côté de la fenêtre, une petite estrade à côté du comptoir et finalement la surface libre de tout mobilier (voir plan page 48). L'emplacement et les mouvements de la population ont été relevés tous les quarts d'heures. Les raisons de ce choix s'expliquent par le fait qu'un tour d'horizon complet requiert à lui seul environ dix minutes et la prise en compte des déplacements pendant chaque période d'observation allonge le travail d'environ cinq minutes. A chaque nouveau tour d'horizon une nouvelle feuille (plan des lieux) était employée.

Le nombre d'individus (380 personnes) a été relevé par observation directe. Les pourcentages utilisés ci-dessous n'ont donc pas de valeur statistique, vu la taille de l'échantillon. Ils n'ont qu'une valeur qualitative, celle de rendre plus visible la division sexuelle et générationnelle de l'espace.

L'âge et le statut ont été reconstruits par estimation par l'observateur. Il peut donc s'être glissé quelques approximations sur la tranche d'âge dans laquelle chacun semble se situer (moins de 20 ans, entre 20 et 35 ans, plus de 35 ans), ainsi que sur le statut social (étudiant, inactif, actif). D'autres critères concernant l'utilisation et la fréquentation du lieu ont également été observés directement, à savoir la formation des groupes d'individus autour des tables, les directions et les moments d'hésitation dans les déplacements. Il faut rappeler que toutes les données présentées ont été relevées pendant une semaine, du 4 au 10 juin 1997. Leur généralisation sur l'ensemble de l'année demanderait un complément d'enquête.

Au moment de la Happy Hour, la fréquence moyenne est de 54 clients. La première heure rassemble en moyenne moins de personnes (42 individus) que la seconde (66 individus). En considérant la fréquentation selon les jours de la semaine, nous notons que l'affluence la plus importante à la Happy Hour est le samedi (69 personnes) et le dimanche (62 personnes).

Il existe un certain déséquilibre du rapport homme/femme. L'enquête quantitative avait mis en évidence cette différence, à savoir 56% de clients masculins et 30% de femmes (14% des individus n'ayant pas répondu à cette question). A la Happy Hour, 60% des usagers sont des hommes, contre 40% de femmes. Les jours de forte affluence, en fin de semaine, le samedi maintient à peu près les mêmes proportions, 63% d'hommes et 37% de femmes, mais le dimanche cette différence se voit atténuée et la proportion homme/femme est presque équilibrée.

Au vu de l'observation, la majorité des clients (64%) se situerait dans la tranche d'âge des 20-35 ans, la seconde catégorie la plus représentée serait celle des moins de 20 ans (22%), les clients de plus de 35 ans (15%) étant les moins représentés.

Une majorité des clients viennent à deux (47%) ou trois (16%) au moment de la Happy Hour. Ces groupes sont aussi bien mixtes qu'homogènes, regroupant des hommes et des femmes. La troisième forme de fréquentation concerne les « solitaires », en effet 15% des clients n'étaient pas accompagnés lors des observations. Les groupes comptant quatre individus représentaient 11% de la clientèle globale et les groupes encore plus grands (cinq membres ou plus) ne dépassaient pas non plus les 11%.

2. La différenciation des espaces au Café Oz

Environ un tiers de l'espace est occupé par le comptoir qui forme un demi-cercle autour du mur du fond¹². Ces zones ont été délimitées et nommées en fonction de leur emplacement géographique dans la salle en partant du fond pour aller vers l'entrée.

Au fond, il y a le petit salon à gauche avec une petite estrade, haute de deux marches, « encastrée » dans le mur et délimitée par une balustrade. Cette zone compte un fauteuil, une table basse, une table à hauteur normale et des tabourets. Le comptoir est grand et propose une vingtaine de tabourets. Les soirs de grande affluence, nous pouvons estimer la capacité à y accueillir des personnes debout à une trentaine. A droite, du côté de l'écran, sont placées deux tables, une grande pouvant regrouper jusqu'à six ou huit personnes et une plus petite autour de laquelle peuvent s'installer environ quatre ou cinq individus. Les jours où des matchs sportifs sont diffusés, un grand écran descend sur ce mur. Toujours à droite se situe un escalier qui mène au téléphone et aux toilettes. En bas de celui-ci sont placés deux tables hautes et des tabourets.

Au milieu, entre le comptoir et l'escalier, nous trouvons encore deux tables, une petite pouvant rassembler quatre personnes et une plus longue comptant environ six places. Cette section se situe dans le passage entre la salle et l'escalier. Toujours sur la droite, le long du mur, est placée une grande table avec des bancs des deux côtés, pouvant accueillir une petite dizaine d'individus.

Par rapport à l'entrée principale, à droite et près des vestiaires est placée une table permettant à une demi-douzaine de personnes de s'asseoir. En revenant vers le centre du bar, une estrade est située entre la rangée de fenêtres donnant sur la rue St. Denis et l'ensemble de la salle. En bas de cette estrade (et donc en face du comptoir) sont placées deux grandes tables entourées de quatre bancs, dont deux accrochées à l'estrade,

¹² Cette présentation est faite depuis la perspective d'une personne située en face du comptoir, tournant le dos à la rue.

permettant à une dizaine de personnes de s'installer. Pour monter sur l'estrade, il faut passer devant une table haute comptant deux places. L'escalier de deux marches menant sur l'estrade se situe à l'opposé de la porte d'entrée principale, et donc sur la gauche, ce qui oblige les clients qui arrivent à faire le tour de l'estrade pour y accéder.

Cet espace organisé autour de l'estrade, à côté de l'entrée, compte en tout cinq tables. Il est divisé en trois parties. D'abord nous trouvons les deux petites tables pouvant chacune regrouper trois personnes, se situant le long de la balustrade et donnant sur la salle. Ensuite, sur le côté droit de l'estrade, il y a une petite table pouvant accueillir deux à trois personnes. Elle est un peu à l'écart dans la mesure où elle est située à hauteur de la porte d'entrée, ni à côté de la fenêtre, ni le long de la balustrade. Finalement nous trouvons deux tables le long des fenêtres comptant chacune cinq à six places assises.

Toujours par rapport à l'entrée, en bas de l'estrade, à côté de la sortie de secours de gauche qui reste par ailleurs ouverte en été, une petite table propose quatre places. Le long du mur de gauche sont disposées deux grandes tables pouvant accueillir cinq à six personnes chacune. Cette zone est en quelque sorte symétrique à celle en face, que nous avons appelée « droite »¹³.

3. Les places exposantes/exposées, limitrophes et en retrait

Rappelons que d'après l'enquête quantitative, les raisons principales de fréquentation sont par ordre décroissant : « boire un verre », « écouter la musique », « rencontrer des copains »,

¹³ Lors du recueil des données, les individus ont été indiqués dans l'une de ces quatorze sections : petit salon, comptoir, écran, escalier, milieu, droite, porte droite, bas estrade, table salle gauche, estrade salle, estrade porte, estrade fenêtre, porte gauche, gauche. Ceci signifie que les personnes se trouvant au milieu de la salle au moment de la réalisation du tour d'horizon ont été notées comme si elles se situaient à l'endroit où elles se rendaient. Les parcours empruntés ont été dessinés sur le plan des lieux, ce qui permet d'étudier les trajectoires les plus fréquentes et puisque le point d'arrivée a également été inscrit sur la feuille, nous pouvons étudier les chemins choisis en fonction de la motivation du déplacement.

« rencontrer de nouvelles personnes », « regarder les gens », « draguer » et « parler anglais ». La différenciation de l'espace du Café Oz va s'organiser en grande partie en fonction de ces objectifs, les espaces devenant attractifs ou répulsifs en fonction de ceux-ci, ce qu'Immelmann (1990) décrit comme une « taxie ».

Une « taxie » est un mouvement ou une réaction par rapport à une orientation spatiale. Chez les animaux, l'orientation spatiale intervient par le canal des sens les plus divers, par exemple la vue (phototaxie), le sens chimique (chimiotaxie) ou la perception de la pesanteur (géotaxie). Si la réaction est orientée vers la source stimulante, il s'agit d'une taxie positive et dans le cas contraire d'une taxie négative (Immelmann, 1990).

Nous nous intéressons ici à deux des mécanismes sous-jacents à l'orientation spatiale. D'une part la « télotaxie », signifiant une trajectoire rectiligne visant un but précis par la conservation d'une image fixe dans l'organe sensoriel. D'autre part, l'orientation peut résulter d'une comparaison simultanée des messages perçus par deux récepteurs disposés symétriquement, et si les stimulations reçues sont d'intensité différente, des pivotements orientés rectifient la trajectoire jusqu'à ce que l'équilibre soit rétabli. Il s'agit alors d'une « tropotaxie ».

Lorsque les individus entrent dans le Café Oz, ils s'orientent dans l'espace de manières différentes et le choix des places diffère selon la motivation de fréquentation du bar. Ainsi, chaque zone présente des particularités et les clients optent pour l'une d'elles en fonction de leur motivation. Nous reviendrons plus tard sur les parcours empruntés lors de l'arrivée des clients dans le bar, mais nous pouvons déjà signaler que les trajectoires ne sont pas toujours rectilignes mais souvent hésitantes et saccadées. Ceci peut s'expliquer par le fait que les individus ont besoin d'une période de reconnaissance des lieux avant de s'y installer. Chaque zone est particulière et dotée de fonctions spécifiques. Nous avons donc regroupé les places en trois grandes catégories : les places exposantes et exposées, les places limitrophes et les places en retrait.

La majorité des places dans le Café Oz sont exposantes et exposées aux regards des autres. Cependant, il en est qui le sont plus que d'autres, car elles se situent au centre de l'espace global. Malgré cet emplacement central, toutes ces zones ne favorisent pas les prises de contact directes entre clients. Nous entendons par là une communication verbale et non pas un simple échange de regards. Notre critère de regroupement est donc plus celui de la visibilité générale de certaines zones en fonction des sections que leur aptitude à favoriser des rencontres. Cependant, il existe un lien entre certaines places et le fait de faire des rencontres. Elles représentent le centre du jeu social de l'engagement ou du retrait vis-à-vis des autres.

Le comptoir est placé au centre du bar. Il est donc très visible d'où que l'on se situe dans l'espace. Les personnes qui y sont installées n'ont cependant qu'une vue partielle du reste de la salle. En effet, le comptoir ayant une forme de demi-cercle, ne permet à ses clients que de voir une partie du bar, celle de son côté du comptoir, et ce pour deux raisons. Derrière le comptoir se trouve un grand meuble allant jusqu'au plafond qui contient les boissons et les verres, ce qui empêche les clients de regarder ceux situés derrière celui-ci. De plus, un pilier sépare le comptoir en deux, ce qui couvre la vue d'une partie de la salle. Nous pouvons donc dire que les individus au comptoir ont une vue de deux-tiers de l'espace global.

Par ailleurs, le Café Oz, proposant le système du « cash and carry », invite les clients à se déplacer. Ainsi la dynamique autour du comptoir, au centre du bar, est importante. Les personnes installées à cet endroit sont donc exposées aux regards d'une grande partie de la clientèle. Elles peuvent de leur côté, si elles le désirent, se retourner pour observer les autres assis aux tables. Les membres du personnel étant tous anglophones, c'est dans cet espace que la pratique de l'anglais est la plus aisée pour les clients désirant parler cette langue. Cette zone semble donc choisie par les personnes qui souhaitent se trouver au centre du Café Oz, avoir une vue relativement large sur le reste de la salle, pouvant entrer en contact avec les personnes venant commander des boissons et parler anglais avec les serveurs.

Les deux grandes tables situées en bas de l'estrade (section « bas estrade ») sont géographiquement au centre du bar, à distance quasi-égale des deux murs des côtés. Les personnes assises dos à l'estrade ont une vue sur les deux côtés de la salle (c'est-à-dire sur les zones que nous avons appelées « gauche », « milieu » et « droite ») ainsi que sur le milieu du comptoir. Les clients assis face à l'estrade peuvent également voir les deux côtés de la salle mais ils sont dos au comptoir. Ils voient les personnes assises sur l'estrade. Etant installés au niveau du sol, ces individus sont moins exposés aux regards des autres. Cette zone se trouve néanmoins dans un endroit de passage, puisqu'il faut passer devant ces tables pour s'installer du côté gauche du comptoir ou monter sur l'estrade. Ces personnes sont donc moins exposées que celles au comptoir. Elles peuvent observer une grande partie de la salle ainsi que la dynamique autour du comptoir. La prise de contact est moins facile dans cet espace puisque les gens ne s'y arrêtent pas, sauf dans la situation où plusieurs groupes viendraient à partager une même table par manque de places ailleurs.

La section « estrade salle » compte deux petites tables et se trouve sur l'estrade (à un mètre du plancher environ). Située le long de la balustrade, elle donne une vue globale sur la salle, autant sur le comptoir que sur les côtés et le reste de l'estrade. Les individus qui y sont installés sont donc exposés aux regards des autres mais en retrait, dans la mesure où ils sont en hauteur et où l'accès à cette zone est restreinte à l'emprunt de l'escalier.

L'appellation « milieu » que nous avons choisie n'est pas tout à fait exacte, puisque cette section se trouve sur le côté droit de la salle et n'est de ce fait pas centrale comme le comptoir, le « bas estrade » et « l'estrade salle ». Cependant, elle se situe au milieu de la partie droite du Café Oz, entre le comptoir et l'escalier qui mène au téléphone et aux toilettes, ce qui en fait un endroit de passage. Les clients assis à ces tables ont une vue sur cette partie de la salle et peuvent éventuellement entrer en contact avec des personnes qui se trouvent à cette hauteur du comptoir. De plus, ils peuvent observer les personnes qui entrent dans le bar, la porte d'entrée principale étant dans la lignée de cette zone.

La grande table (section « droite ») placée le long du mur droit offre une vue sur la partie droite de la salle et sur « l'estrade salle », le « bas estrade » et les tables en face (zone appelée « gauche »). Dans la mesure où cette table est proche de la porte, elle permet également d'observer les entrées et sorties des clients. Cependant, elle est un peu en retrait puisqu'elle se trouve dans la même situation que la zone « bas estrade », offrant une vue générale mais ne favorisant pas les contacts, à moins d'un partage de la table entre différents ensembles d'individus.

Les deux grandes tables placées du côté gauche de la salle remplissent les mêmes conditions que celle placée sur la droite, en proposant un champ de vision large et se situant dans un endroit de passage. En effet, la porte de secours restant ouverte en été, les clients passent souvent par là, et c'est de ce côté que se trouve l'escalier menant à l'estrade. Les prises de contact y semblent rares.

La « table salle gauche » se trouve seule dans un lieu de passage et devient de ce fait fortement exposée et exposante. Les personnes qui la choisissent ont une vue sur une grande partie de la salle et sont facilement observables par les individus installés tout autour.

Les sept espaces ici décrits permettent ainsi aux personnes qui choisissent de s'y installer d'avoir une vue relativement générale de l'ensemble du Café Oz. En s'asseyant dans ces zones, les clients savent qu'ils seront exposés aux regards d'un grand nombre d'individus. Certaines de ces places sont plus propices aux rencontres que d'autres. Nous pouvons alors penser que les personnes qui optent pour ces sections souhaitent observer les mouvements dans le bar, les autres clients et éventuellement entrer en contact avec eux. Parmi les places exposées et exposantes, l'on peut donc choisir de rester simple spectateur ou bien de devenir acteur en engageant la conversation avec d'autres personnes.

Les places limitrophes comprennent trois sections. Leur particularité est d'avoir une moindre visibilité de la salle. Ces zones se trouvent soit à l'écart, soit dans un endroit de passage et ne facilitent pas les prises de contacts.

La zone « estrade fenêtre » regroupe deux tables qui sont posées contre la paroi vitrée donnant sur la rue St. Denis. Tout en étant en hauteur, puisque sur l'estrade, cette section ne permet pas d'observer le reste de la salle, car elle se trouve trop en retrait sur l'estrade. Elle offre cependant une bonne vue sur la rue et la vie qui s'y déroule, riche en événements. Ces tables pouvant accueillir jusqu'à cinq ou six personnes chacune, il arrive qu'elles fassent l'objet d'un partage entre groupes d'individus ne se connaissant pas.

La porte droite et la porte gauche sont deux zones symétriques. Elles se situent toutes deux à l'entrée du Café Oz. Lorsque la porte gauche est fermée, cet espace revêt le caractère d'une zone entièrement en retrait (que nous traiterons juste après). Les passages sont nombreux et permettent donc aux individus qui y sont installés d'observer les arrivées et départs. Ces tables étant placées à côté des portes, elles permettent à leurs clients de regarder dehors et ainsi de porter un plus faible intérêt à ce qui se passe dans la salle.

Ces zones donnant sur la rue offrent ainsi la possibilité aux individus de détourner leur attention de l'intérieur vers l'extérieur, et de cette façon être moins présents dans l'action du bar, tout en y étant installés. Les personnes souhaitant se trouver à la limite de deux espaces publics, l'un étant plus limité et contraignant (le bar) que l'autre (la rue), peuvent alors choisir de s'installer dans une zone limitrophe.

Le Café Oz étant peu éclairé même pendant la journée, les zones où se trouvent les places de retrait sont encore moins exposées aux regards des clients installés dans d'autres sections. Lorsque l'on entre dans le bar, les yeux mettent quelques instants à s'habituer à la lumière tamisée et il peut alors être plus difficile de distinguer les individus assis dans ces zones, que ceux installés au centre du bar.

La section du petit salon se trouve du côté gauche du comptoir sur une petite estrade, dans le renfoncement du mur. Depuis cette place on ne peut percevoir qu'une partie du comptoir et elle est donc très peu exposée aux regards de la salle. Les individus qui la choisissent ne peuvent observer que les autres clients ayant également opté pour cette section, ainsi

que les quelques individus situés à cette hauteur du comptoir. Cette zone revêt donc un caractère plutôt intime.

Dans la zone de l'écran, les deux tables situées le long du mur du fond du côté droit permettent à ses usagers de n'observer que cette partie de la salle, ainsi que l'entrée principale. Une des tables est placée assez près du comptoir, ce qui peut faciliter une prise de contact avec des individus installés à ce niveau. Lorsque l'écran est déroulé pour diffuser des événements sportifs, ces tables sont moins utilisées car elles n'offrent pas une distance suffisamment importante pour regarder l'écran. Les spectateurs se placent alors auprès du comptoir, aux tables du « milieu » ou à celles de « l'escalier ».

Les deux tables hautes se trouvant des deux côtés de l'escalier sont également du côté droit de la salle. Elles se situent dans un endroit de passage, mais sont tout de même quelque peu en retrait puisqu'elles n'offrent qu'une visibilité limitée de l'espace global. Cette zone peut être considérée à la limite de deux espaces, à savoir celui en retrait et celui exposant et exposé. En effet, une table est plus proche de la section « écran » et donc moins exposée aux regards des clients, et l'autre plutôt du côté de la table « droite » et est de ce fait plus au centre du bar. Cependant, nous avons choisi de les regrouper dans la mesure où c'est leur emplacement auprès de l'escalier et dans un endroit de passage qui les définit physiquement.

Si nous revenons à la grande estrade, nous trouvons une petite table qui n'est ni située à hauteur de la balustrade, ni au niveau de la fenêtre. « L'estrade porte » est placée du côté de la porte d'entrée principale (donc sur la droite). Nous pouvons dire qu'elle a le profil d'une place en retrait parce qu'elle est peu visible depuis la salle et lorsque l'on entre dans le Café Oz. L'entrée principale étant construite avec doubles portes formant un sas, cette table se trouve un peu cachée par le mur que représente le sas. Les personnes qui s'y installent ont une vue partielle de la salle et vers l'extérieur et semblent moins exposées aux regards que celles assises le long de la balustrade.

Ces quatre zones en retrait ont une caractéristique commune, qui est leur relativement faible exposition à l'ensemble de l'espace du Café Oz. Nous pouvons donc

suggérer que les individus choisissant de s'y installer souhaitent être à « l'abri » des regards d'une majorité de la clientèle. Cependant, cette zone se distingue de la précédente dite limitrophe, puisque ces individus semblent vouloir être présents à part entière dans le bar (contrairement à ceux tournant leur attention vers l'extérieur), mais en restant discrets et peu actifs dans la dynamique générale.

Le choix des places à l'intérieur du Café Oz varie en fonction des motivations et des stratégies de chacun. C'est pourquoi les zones sont plus ou moins attractives en fonction des stratégies visées. Ainsi, un individu souhaitant établir une communication avec de nouvelles personnes choisit plutôt une place dite exposée et exposante où les prises de contacts sont facilitées (au comptoir par exemple). Des personnes désirant au contraire observer les autres clients et la vie générale du bar optent plutôt pour une place exposée et exposante, mais qui n'engendre pas nécessairement une communication (comme en bas de l'estrade). Un couple voulant prendre un verre, tout en restant un peu à l'écart du cœur du bar, s'installera plutôt à une place en retrait (dans le petit salon par exemple). Si finalement des individus venant au Café Oz ne souhaitent pas non plus participer activement à la dynamique du bar, sans s'en retirer de la même manière que le couple cité ci-dessus, ils peuvent s'asseoir à une place limitrophe (à côté de l'une des portes par exemple).

En arrivant dans le bar avec une certaine intention, les différentes zones ne sont certainement pas perçues de la même manière par les clients. C'est pour cette raison que les places représentent des « taxies ». En effet, l'orientation spatiale dans un bar se fait par l'organe visuel (le regard) et permet ainsi aux clients de se diriger vers la place qui leur semble la plus appropriée pour répondre à leurs motivations. Ainsi, une personne sachant exactement ce qu'elle recherche se dirigera directement vers une zone précise et, selon les observations, il s'agit le plus souvent du comptoir (télotaxie). Si au contraire l'individu n'est pas tout à fait sûr du genre d'espace qu'il cherche, s'il connaît mal le bar ou s'il se trouve face à des

stimulations inattendues, il pourra hésiter plus longuement avant de s'installer (tropotaxie).

Finalement, nous pensons que dans une situation où le client sait exactement quelle zone il désire intégrer, aucune des autres n'exercera d'attrait à ses yeux. Nous proposons alors la notion d'une taxie positive ou négative par rapport aux différentes sections. Un couple souhaitant se retrouver dans une zone en retrait ne prendra pas en considération les places libres autour du comptoir ou en bas de l'estrade par exemple, et celles-ci fonctionneront comme une taxie négative, tandis que le petit salon sera une taxie positive.

4. Les divisions sexuelles et générationnelles de l'espace

Nous avons déjà mentionné la plus forte représentativité masculine (60% d'hommes et 40% de femmes). Il semble donc normal que les différentes zones aient un taux de masculinité plus élevé. Cependant, certaines sections regroupent en moyenne plus de femmes que d'hommes, tandis que d'autres rassemblent autant d'hommes que de femmes. Nous allons donc nous intéresser à la division de l'espace en fonction du critère « sexe » et tenter de comprendre les raisons de cette ségrégation parfois très marquée.

Sept espaces sont plus « virils » que les autres, à savoir, le comptoir (72% hommes et 28% femmes), l'escalier (58% hommes et 42% femmes), le milieu (75% hommes et 25% femmes), la droite (59% hommes et 41% femmes), l'estrade fenêtre (64% hommes et 36% femmes), la porte gauche (72% hommes et 28% femmes) et la gauche (57% hommes et 43% femmes).

En nous référant à la classification des différentes sections faite plus haut, nous observons ici que les places essentiellement occupées par des clients du sexe masculin sont les places exposantes et exposées (comptoir, milieu, droite et gauche), les places limitrophes (estrade fenêtre et porte gauche) et seulement une place en retrait (escalier). D'une part, les clients masculins cherchent à se trouver au coeur du bar, près du comptoir ou sur les côtés, d'où la visibilité sur l'ensemble

de la salle est bonne et le passage important. Ces places offrent la possibilité de faire de nouvelles connaissances puisqu'elles se trouvent sur le chemin menant au centre du bar ou bien se situent à proximité du comptoir. D'autre part, les hommes choisissent également des places limitrophes, à la lisière de deux espaces déterminés, où ils peuvent observer deux ensembles d'événements sans y participer eux-mêmes. Les passages sont également nombreux dans ces zones, mais ces places ne favorisent pas les rencontres dans la mesure où elles se trouvent trop à l'écart par rapport au centre du bar et donnent sur l'extérieur. Finalement, une partie des hommes s'installe aux tables en bas de l'escalier, qui se situent également dans un lieu de passage et qui sont relativement proches du comptoir.

Ces observations montrent que les hommes optent essentiellement pour des places situées dans des zones offrant une bonne vue sur les mouvements de la clientèle du bar, ou sur ceux des individus circulant à l'extérieur. D'une manière générale, les hommes cherchent ainsi à être au coeur de l'action, à voir et à être vus, ce qui constitue une de leurs motivations principales à choisir ces places.

Il existe trois zones où la gent féminine est plus représentée que la gent masculine, le petit salon (54% femmes et 46% hommes), l'estrade porte (67% femmes et 33% hommes), l'estrade salle (58% femmes et 42% hommes).

Les deux premières zones ont été décrites comme étant en retrait par rapport au reste de la salle, elles offrent plus d'intimité aux clients qui s'y installent. Elles n'exposent pas les consommateurs aux regards des autres et n'offrent pas vraiment la possibilité d'observer les mouvements dans le bar. La troisième section plutôt féminine se situe cependant dans un espace exposé et exposant, puisqu'il surplombe la salle et les consommateurs y sont moins à l'abri que dans les espaces en retrait, mais ceci n'oblige pas pour autant à une participation directe à l'action collective dans le bar.

Il existe ainsi une division au sein de la population féminine. D'une part, nous avons les femmes souhaitant rester discrètes, ne cherchant pas à participer activement à la vie du

bar et qui s'installent dans le petit salon ou sur l'estrade à côté de la porte. D'autre part, nous trouvons celles désirant observer les déplacements des individus et qui optent pour une table au bord de l'estrade donnant sur la salle. Elles sont autant observées qu'elles observent les autres, puisqu'elles sont installées en hauteur et sont de ce fait visibles et exposées. Ainsi, ces femmes désirent voir et être vues, mais n'ont peut-être pas les mêmes motivations dans le choix des places que les hommes. En effet, elles ont une vue sur l'action mais n'y participent pas elles-mêmes car sont situées trop loin du centre du bar, tandis que la majorité des places masculines se situent au coeur du bar et favorisent ainsi les prises de contact.

Il est quatre zones où les deux sexes sont équitablement représentés, l'écran (53% hommes et 47% femmes), la porte droite (51% hommes et 49% femmes), le bas estrade (49% hommes et 51% femmes), la table salle gauche (50% hommes et 50% femmes). Les sections accueillant autant d'hommes que de femmes regroupent les trois catégories de places. En effet, l'écran fait partie des places en retrait, le bas estrade et la table salle gauche des places exposées et exposantes, et la porte droite des places limitrophes. Ainsi certaines places ne répondent pas à la division sexuelle de l'espace. Ce sont d'autres facteurs qui interviennent dans le choix de ces places et notamment les âges.

Les moins de 20 ans représentent 22% de la population totale observée pendant la Happy Hour. De même que pour la variable « sexe », celle de l'âge détermine le choix des places dans le bar. En partant de l'idée que tout pourcentage supérieur à 22% concernant la présence des individus de moins de 20 ans dans certaines zones est significatif, nous en observons quatre où cette population est « sur-représentée », le comptoir (26%), la porte droite (32%), l'estrade porte (28%) et la gauche (29%).

Ces zones correspondent aux trois grands espaces définis (exposants / exposées, limitrophes et en retrait). Les moins de 20 ans pratiquent toutes les stratégies d'occupation de l'espace sans qu'une domine sur l'autre.

Les 20-35 ans sont les plus représentés (64%). Ils le sont donc également dans chacune des zones. Cependant il arrive que cet ensemble de personnes soit « sous-représenté » au comptoir (56%), au milieu (45%), à la porte droite (55%), à l'estrade porte (58%) et à la gauche (54%).

Le comptoir est une zone où la représentativité des âges s'égalise, mais la présence des 20-35 ans reste prédominante. En effet, 50% de la clientèle autour du comptoir a entre 20 et 35 ans, et les moins de 20 ans ainsi que les plus de 35 ans, représentent l'autre moitié de la population dans cette zone. Le milieu voit la classe d'âge supérieure (plus de 35 ans) s'accroître en nombre et cette zone se définit comme celle des clients plus âgés. La porte droite, l'estrade porte et la gauche comptent moins d'individus d'âge moyen, et ce au profit des plus jeunes comme nous l'avons constaté.

Certaines zones sont délaissées par la classe d'âge la plus représentée (20-35 ans) pour laisser place aux autres tranches d'âges. Ainsi une demi-douzaine de sections sont proportionnellement plus occupées par des individus de plus de 35 ans (15%) que par ceux de 20-35 ans ou de moins de 20 ans : le comptoir (19%), le milieu (39%), la droite (19%), l'estrade fenêtre (22%), la porte gauche (21%), la gauche (17%)

Il est intéressant de noter qu'aucune place en retrait ne s'avère définie comme propre à cette classe d'âge. Au contraire les plus de 35 ans choisissent essentiellement des places dans les espaces exposants et exposés et aussi dans ceux limitrophes. Les 20-35 ans cèdent ainsi leur place aux plus de 35 ans, en ce qui concerne les tables du milieu, l'estrade fenêtre, la porte gauche et les tables de gauche. En revanche, le comptoir et la table de droite sont investis de la même manière par les moins de 20 ans et les plus de 35 ans.

En prenant en considération le facteur « âge », nous constatons que son influence sur le choix des places dans le Café Oz n'est pas de la même importance que celle de la variable « sexe ». En effet, la représentativité des classes d'âge reste toujours à peu près la même, à savoir un peu plus de 60% pour les 20-35 ans, autour de 20% pour les moins de 20 ans et environ 15% pour les plus de 35 ans. Cependant certaines

zones comptent proportionnellement plus d'individus de la catégorie des moins de 20 ans (la porte droite, l'estrade porte et la gauche) ou de celle des plus de 35 ans (le milieu, la droite, l'estrade fenêtre et la porte gauche). Les zones qui n'ont pas été citées ici (petit salon, écran, escalier, bas estrade, table salle gauche et estrade salle) respectent la représentativité générale des classes d'âge dans le bar.

La majorité des clients viennent au Café Oz à la Happy Hour par ensembles de deux (47%) et forment ainsi des couples aussi bien hétérogènes qu'homogènes, mais nous ne ferons pas la différence entre ces deux formes de couples. Le second type de regroupement le plus fréquent est un groupe de trois membres (16%). Les personnes venant seules représentent 15% de la population totale. Les groupes de quatre couvrent 11% de la clientèle globale, de même que les ensembles de cinq individus ou plus (11%).

La présence de personnes seules est plus importante autour du comptoir qu'ailleurs. En effet, les clients seuls au moment de la Happy Hour représentent en moyenne 15% de la population du bar, mais 32% des personnes qui s'installent au comptoir. Par ailleurs, nous pouvons citer la « table salle gauche » comme zone accueillant essentiellement des personnes seules (67%). Ceci peut s'expliquer par le fait que cette table se situe dans un endroit de passage très exposé, elle est peu souvent choisie et lorsqu'un individu s'y installe, c'est en général en attendant l'arrivée d'une autre personne. Selon les observations, le groupe de personnes formé lorsque l(es) autre(s) arrive(nt) quitte cette zone pour en investir une autre ou sort simplement du bar. Cette place est surtout utilisée pendant une période d'attente et peut être choisie par une personne souhaitant s'asseoir seule à une table individuelle. Nous pouvons donc penser que les clients qui optent pour cette table souhaitent rester dans un lieu de passage, pouvant ainsi garder un oeil sur les allées et venues des autres et voir l'arrivée de la (les) personne(s) attendue(s).

La seconde catégorie de zones qui retient ici notre attention, concerne celles qui semblent agir comme une taxe négative sur les clients seuls, dans la mesure où la représentativité de ces

personnes y est très faible, le petit salon (4%), l'écran (3%), le milieu (5%), le bas estrade (3%), la gauche (4%).

Les deux premières zones font partie des places en retrait et nous verrons que ce sont plutôt des groupes de taille moyenne qui s'y installent. Les trois autres sections sont exposées et exposantes et accueillent également des groupes de plusieurs individus. En partant de l'hypothèse que les clients seuls viennent en partie dans l'intention de faire de nouvelles rencontres, nous suggérons que ces zones sont peu choisies par eux, dans la mesure où elles n'offrent pas de facilités particulières pour les prises de contact. Cela explique la concentration d'individus seuls au comptoir, celui-ci étant un endroit propice aux rencontres puisque les passages y sont nombreux et les clients y marquent un arrêt le temps de commander leurs boissons. De plus, cet espace est ouvert à tout le monde, tandis qu'une table peut facilement sembler appropriée par un groupe de personnes déjà installées. Ainsi les grandes tables et les places en retrait semblent moins choisies par les clients venant seuls au Café Oz.

Les ensembles de deux ou trois individus sont plus nombreux que toute autre forme de regroupement durant la Happy Hour (47% et 16%). Bien que le groupe le plus commun soit le binôme, dans certaines zones les groupes de trois personnes sont plus fréquents : le milieu (groupes de deux : 29% et groupes de trois : 36%) et la droite (groupes de deux : 20% et groupes de trois : 27%)

Ces deux zones accueillent des groupes de plus de deux personnes, ce qui confirme en partie l'hypothèse avancée concernant les individus seuls (un client solitaire ne s'installe pas à une de ces grandes tables, notamment celle du milieu).

Les groupes de quatre (11%), cinq ou plus de cinq individus (11%) représentent en moyenne 22% de la population totale. Les zones accueillant ces grands groupes sont les suivantes : le petit salon (35%), le milieu (31%), la droite (43%), le bas estrade (45%).

La première remarque à faire concerne le petit salon. Nous aurions pu croire que cette zone était plus usitée par les couples et les petits groupes souhaitant retrouver une certaine intimité, mais nous nous rendons compte que cette zone est l'une de

celles accueillant les groupes les plus grands. Cette découverte ne contredit cependant pas l'hypothèse que cet espace en retrait offre une ambiance particulière et des groupes composés de quatre, cinq et plus de cinq personnes peuvent également chercher ce côté réservé. Si nous nous rappelons des zones évitées par les clients seuls, nous en retrouvons certaines parmi celles choisies par les grands groupes (petit salon, milieu, bas estrade). Ceci confirme l'idée que certaines places sont plus choisies par les grands groupes que par des individus seuls ou des couples (souvenons-nous également du milieu et de la droite qui accueillent des groupes de trois personnes plutôt que des binômes).

En ce qui concerne le sexe des consommateurs, nous avons noté une prédominance masculine dans la plupart des sections, et que seules trois zones comptent une majorité de femmes. Deux de ces sections féminines sont des places en retrait, tandis que la troisième propose une vue globale sur la salle tout en permettant à ses usagers de rester plus passifs dans la vie du bar. Nous pouvons donc en conclure que la population féminine se résume en une présence discrète et plutôt passive, tandis que celle masculine investit plus le bar en choisissant de s'installer à des places stratégiques où le passage est important et la prise de contact souvent plus aisée.

En nous intéressant à la représentativité des classes d'âge, nous devons d'abord signaler la majorité des 20-35 ans à la Happy Hour. Cependant, il faut remarquer la sur-représentation des deux autres classes d'âges au sein de certaines zones, qui se situent essentiellement à la périphérie de la salle. En effet, les places au centre et au fond du bar sont surtout occupées par les 20-35 ans et nous avons ainsi l'impression que les autres clients ne « s'avancent » pas autant dans l'espace global, sauf pour s'installer au comptoir. Ce dernier offre par ailleurs la possibilité aux trois classes d'âge de se mélanger, ce qui en fait un espace plus hétérogène et certainement moins catégorisé que les autres.

Finalement, en traitant la variable seul ou accompagné, nous observons une majorité de binômes dans le Café Oz à ce moment de la journée. Les clients seuls s'installent surtout au

comptoir et semblent rejeter certaines zones. Nous nous apercevons que les espaces évités comptent de grandes tables et se situent en général au centre, se présentant ainsi comme des places exposantes et exposées. La raison de cet évitement peut s'interpréter comme une volonté de ne pas s'exposer tout seul dans le bar. Une personne peut se sentir plus mal à l'aise si elle se trouve seule au centre de l'espace et ainsi au croisement des regards et des passants. Les groupes de trois individus ou plus semblent plus volontiers choisir ces tables, ce qui s'explique par des raisons pratiques (place suffisante pour l'ensemble des personnes).

Ainsi nous observons une influence de ces trois facteurs sur le choix des places et donc sur la division de l'espace. Les clients ne s'installent pas purement au hasard lorsqu'ils entrent dans le bar, mais se soumettent bien à une organisation sociale de l'espace. Le Café Oz propose une structure de l'espace à sa clientèle avec tables et tabourets, estrades et escaliers, celle-ci réinterprète l'espace en fonction des structures sociales qui l'organise implicitement, l'âge, le sexe et le couple.

La majorité est composée d'hommes entre 20 et 35 ans et il semble qu'ils aient délimité, voire décidé de l'espace à partir de leur présence prédominante. Suite à cela, les autres catégories de clients ont organisé le reste de la salle en fonction de leurs motivations (rester en retrait ou participer à l'action) et de leurs contraintes matérielles (nombre de membres d'un groupe et places autour d'une table). Cette structure informelle explique que l'espace s'organise en zones taxies négatives ou taxies positives en fonction de son groupe d'appartenance implicite.

Une personne connaissant le bar et son organisation sous-jacente saura que son choix de place est sous contrainte d'une règle implicite. Son choix variera en fonction des objectifs qu'elle s'est fixés en venant au bar.

Par contre, un individu venant au Café Oz pour la première fois ne se rend pas forcément compte de cette structuration de l'espace et s'installe donc un peu « n'importe où ». Cela ne provoquera évidemment aucun incident, mais l'individu en question remarquera éventuellement son « erreur » et pourra ensuite s'ajuster aux règles lors de sa prochaine visite. Il

apprend la norme de groupe, même si cet apprentissage est peu conscient ou volontaire.

Ceci montre que même dans un lieu apparemment libre comme un bar de nuit, il existe des règles informelles qui organisent tacitement l'espace et les relations dans cet espace. Mais ces règles n'empêchent pas les stratégies de base d'engagement ou de retrait dans le jeu social de la rencontre ou de l'isolement. Les acteurs sont à la fois produits et producteurs de l'espace social.

5. Comment l'espace physique organise la dynamique des interactions sociales

Nous venons de constater que l'espace dans le Café Oz, vu sous un angle statique, est soumis à une organisation sociale implicite, comme dans tout système social. Nous allons maintenant l'observer sous un angle dynamique, celui de son lien avec les interactions entre clients.

Quand les clients entrent dans le bar, ils choisissent une place, mais les occupants ne cherchent pas à la défendre de manière agressive contre l'intrusion de tout autre client. Il est même fréquent que deux groupes d'individus partagent une même table, ce qui montre que le choix de s'installer à une place n'équivaut pas à en limiter l'accès à toute personne extérieure au groupe.

Photo A : Illustration du partage des places entre individus n'appartenant pas à un même groupe. Nous apercevons deux tables que trois ensembles de personnes occupent en même temps. La délimitation entre ces groupes se traduit ici par la position des individus : dos tournés et directions opposées des bustes. Café Oz, printemps 1997 (photo M. Jarvin).

L'espace du Café Oz présente un caractère particulièrement fixe et stable dans la mesure où toutes les tables sont en bois et donc peu aisées à déplacer. Certaines zones ont des traits géographiquement prononcés, comme par exemple l'estrade ou le petit salon qui sont en hauteur et délimités par une balustrade, et il devient difficile de déplacer des pièces du mobilier d'un de ces endroits dans un autre.

Et pourtant cet espace possède une certaine flexibilité. Nous supposons que les clients connaissant le Café Oz et donc l'organisation sociale qui régit son espace, vont à la fois respecter les « normes » dans leur choix d'une zone, et le faire en fonction de leurs objectifs. Les clients « novices » au contraire ne seront pas conscients de ce partage de l'espace et peuvent ainsi « enfreindre » les normes implicites de sa structuration. Nous observons dans ce cas un remaniement de l'espace, puisque les individus ne sont pas forcément installés à la place qui leur est désignée par l'organisation du lieu. Les frontières et les emplacements réservés à chaque groupe sont donc mobiles du fait du mélange de population entre les anciens et les nouveaux clients. De plus, il arrive que des tabourets soient déplacés. C'est une des formes minimales de mobilité spatiale des éléments matériels par les clients.

La mobilité spatiale varie aussi en fonction des trois zones décrites plus haut et des objectifs de chacun. Les places exposantes et exposées se situent dans des lieux de passage et de bonne visibilité. Elle ne se cachent derrière aucun obstacle. Elle peuvent être en hauteur. Les individus qui choisissent de s'y installer connaissent ces particularités, ou les repèrent vite, et ne ressentent probablement pas cette ouverture sur le reste de la salle comme un inconvénient. Leur motivation de fréquentation du bar est peut-être justement d'observer le monde et de faire quelques rencontres, ce à quoi se prêtent ces places.

Pour les clients, il est possible d'observer la présence des individus installés à ces places sans devoir s'en approcher, la visibilité étant bonne et il en est de même pour ces individus souhaitant observer le reste de la clientèle se trouvant dans le bar à ce moment. Ces places sont ouvertes, autant aux regards qu'aux approches éventuelles. Elles sont essentiellement limitées par la surface occupée par la table et les tabourets qui l'entourent et il n'existe pas de signes matériels, visuels, concrets autres pour délimiter cet espace.

Les places limitrophes se trouvent à la limite de deux espaces, entre le Café Oz et la rue. Les zones participant à cette catégorie sont forcément situées près des fenêtres ou des portes, permettant à ses usagers de regarder dehors. Les individus souhaitant être présents dans le bar et en même temps observer les mouvements à l'extérieur, peuvent choisir ces places et leur attention ne semble donc que partiellement tournée vers l'action à l'intérieur du bar. Ces places ne sont ni plus ni moins marquées que celles citées ci-dessus (se délimitant par la place occupée par la table, les tabourets et le mur longeant un des côtés), mais nous pouvons penser que l'attitude adoptée par ces clients signale une restriction des approches de la part des étrangers.

Ainsi le choix de s'installer à une table se situant dans un espace limitrophe communique le désir de rester en-dehors de la vie du cœur du bar, tandis que le choix d'une place exposante et exposée met en avant la volonté de participer à l'action générale.

Les places en retrait sont au fond du bar. Leur difficile perception depuis la porte d'entrée et le peu de lumière les éclairant, leur fournissent l'apparence d'un espace retiré et à l'écart. De plus ces tables ne longent pas un seul mur mais parfois deux, ou se situent entre un mur et le comptoir, entre un mur et une balustrade. Les clients qui optent pour ces zones ne souhaitent a priori ni observer les autres, ni participer à l'action commune et se retirent donc physiquement du centre du bar. Les prises de contact pouvant éventuellement avoir lieu sont celles entre individus partageant une même zone en retrait, mais probablement pas avec une personne extérieure à celle-ci.

Ces places sont également à la périphérie du bar, mais s'orientent plutôt vers le fond. Elles ne se situent aucunement dans un lieu de passage et les personnes allant dans cette direction ont un but précis (trouver une place ou chercher une personne). Les déplacements se limitent à certaines surfaces du bar et n'entrent pas dans des espaces comme celui des places en retrait. La délimitation de ces zones semble donc un peu plus étendue que la seule place occupée par la table et les tabourets.

Ainsi les différentes places comportent toutes des marques de délimitation mais à des degrés variés. La fonctionnalité des places limitrophes peut se lire à travers leur emplacement dans le bar (permettant de regarder dehors) et leurs limites se dessinent à l'endroit où s'arrête cette fonctionnalité (en bout de table où la visibilité diminue). Les places en retrait semblent couvrir une superficie plus large que les bords des tables. En effet, la fonctionnalité de ces zones est d'être à l'écart et c'est donc l'ensemble de l'espace se situant au fond du bar et qui entoure ces tables qui définit le marquage des places en retrait. En ce qui concerne les places exposées et exposantes, la limite se définit en quelque sorte en opposition aux deux autres. Dans la mesure où ces places se trouvent dans des lieux de passage et ne sont mises à l'écart par aucune barrière matérielle, l'accès y est libre et il devient de ce fait plus difficile de parler d'un espace qui lui serait propre. Cette zone commence à l'endroit où elle rencontre la frontière des deux autres.

Les places peuvent ainsi se définir par rapport à deux critères essentiels. Le premier est l'emplacement géographique de la place dans le bar, le second sa fonctionnalité, son usage par rapport au retrait ou à la rencontre, qui favorisent certains comportements plutôt que d'autres. Ces deux critères se rejoignent évidemment et rendent davantage visible la particularité d'un espace et la population de clients pouvant s'y installer. Le choix d'une place est régulé par sa structure implicite. Le marquage des places permet ainsi le maintien de l'organisation sociale de l'espace.

6. Mobilités et déplacements

Deux types de déplacements ont été relevés ; le premier concerne les individus entrant dans le bar et cherchant une place pour s'installer et le second celui des personnes déjà installées qui se dirigent vers le comptoir pour commander à boire. La Happy Hour propose des boissons à moitié prix, ce qui incite évidemment les clients à en consommer un certain nombre, et le système anglo-saxon du bar demande aux clients de venir chercher eux-mêmes leurs boissons au comptoir. Ces deux facteurs ont pour conséquence une grande mobilité au sein du Café Oz.

a. Le parcours entre la porte d'entrée et la table : entre l'attente et l'intégration

En introduisant la notion de « taxie », nous avons signalé la différence entre les déplacements rectilignes et ceux plus hésitants, en direction de la source stimulante. Selon les observations, il a été possible de distinguer plusieurs comportements chez les clients lorsqu'ils entrent dans le bar. Certains vont « droit au but », semblant déjà connaître les lieux et l'emplacement des amis qu'ils cherchent, tandis que d'autres avancent d'un pas plus lent, regardent autour d'eux et mettent de ce fait plus de temps à choisir une table et à finalement s'y installer.

Les trajectoires directes concernent les clients qui connaissent l'aménagement de l'espace. Ils ne montrent aucun signe de surprise en entrant dans le local. Dans le cas où ils sont seuls, ils se dirigent vers une place libre qui leur semble attrayante en fonction de leurs objectifs de fréquentation et de l'organisation sociale des places. Si des personnes habituées arrivent accompagnées, il est des places où elles s'installent régulièrement et elles n'ont de ce fait pas besoin de se consulter longuement pour arrêter leur choix.

Les individus se guidant essentiellement grâce aux organes visuel et auditif vont repérer le chemin menant à la place choisie et éviter les obstacles au déplacement. Il s'agit donc de prendre en compte l'emplacement des meubles et des clients

pouvant se trouver dans l'espace où l'individu prévoit de passer. A ce moment, un échange de regards peut devenir nécessaire entre les acteurs, indiquant à l'autre l'intention des mouvements et ce dans le but d'éviter une collision. Erving Goffman (1973) a nommé ces attitudes en traitant des hommes, comme « unités véhiculaires ».

L'individu peut également se guider grâce aux émissions sonores dans l'espace. Prenons l'exemple d'une personne qui se dirige dans une direction précise sans noter la présence d'un ami à l'autre bout de la salle, ce dernier l'appelle pour capter son attention et la personne en question change alors sa trajectoire pour venir saluer son ami.

Les trajectoires hésitantes concernent essentiellement les individus qui ne connaissent pas l'aménagement de l'espace et qui ont de ce fait besoin d'un temps de reconnaissance des lieux lorsqu'ils entrent dans le bar. Les personnes marquent un temps d'arrêt juste après être entrées dans le local, à hauteur de la zone droite lorsqu'elles empruntent l'entrée principale. Si l'entrée se fait de l'autre côté de la salle, les individus s'avancent jusqu'à hauteur du bas estrade.

Deux explications sont possibles quant au choix de l'endroit où s'arrêtent les clients pour observer la salle, dénombrer les places restantes et voir lesquelles pourront être choisies. La première explication est d'ordre pratique, ces deux lieux (à hauteur de la droite ou du bas estrade) sont relativement centraux et offrent ainsi une bonne vue sur l'ensemble de la salle. Les individus peuvent donc faire un tour d'horizon (un « balayage visuel » selon les termes de Goffman) et recueillir l'information nécessaire pour choisir une place.

La seconde explication prend en considération la notion de délimitation des places ; s'arrêter dans ces lieux signifie que la personne n'empiète sur aucune place précise, mais reste dans un lieu de passage. Du côté de l'entrée principale, l'endroit où est marquée la pause se trouve à la limite de trois zones (porte droite, droite et milieu). Du côté gauche, l'arrêt se fait entre la zone gauche, le bas estrade et la table salle gauche.

Dans les deux cas de figure, l'individu reste à l'intersection de ces zones et ne donne pas l'impression de s'introduire dans

un espace occupé par d'autres clients. Le fait de s'arrêter dans ces endroits place certes l'individu dans la ligne de mire de certains clients déjà installés, mais le stationnement au carrefour de plusieurs zones peut procurer à l'individu un sentiment de ne pas être si seul et exposé que cela. Dans la mesure où le bar est construit sur plusieurs niveaux, les tables orientées dans différentes directions et le comptoir construit en demi-cercle, l'individu qui entre n'est pas confronté à une rangée de personnes qui l'observent de face. Ainsi la personne arrivant n'éprouve pas nécessairement un sentiment de gêne devant l'ensemble de la clientèle, puisqu'elle peut se fondre dans le décor et ne se voit pas obligée d'affronter l'attention de tous les individus présents dans le bar dès les premiers instants. Les individus qui ne savent pas encore où s'installer peuvent de cette façon rester dans ces lieux transitoires, entre plusieurs places, le temps de faire connaissance avec l'organisation de l'espace et évaluer les particularités des différentes zones.

Après les personnes qui s'arrêtent à proximité de l'entrée, nous trouvons celles qui s'avancent plus loin dans l'espace, qui se rapprochent plus du cœur du bar. Ainsi il est des individus qui entrent et montent directement jusqu'à hauteur du comptoir, avant de regarder le reste de la salle. Ce comportement peut s'interpréter comme une volonté d'intégrer tout de suite une zone, celle du comptoir, qui reste par définition ouverte à tous. Les personnes qui s'installent dans cette zone cherchent un sentiment d'appartenance à la clientèle du bar.

Il existe donc deux stratégies adoptées par les personnes qui entrent dans le bar, sans savoir à l'avance où elles vont s'installer. D'une part nous trouvons celles qui préfèrent rester en retrait et ne pas s'avancer vers le centre du bar. De l'autre côté nous avons le cas de figure contraire, où l'intégration directe dans une zone offre un sentiment de sécurité à l'individu.

Il faut également signaler la différence de comportement parmi les individus qui ont une attitude empreinte d'hésitation, entre ceux qui viennent seuls, à deux ou en groupe. Il semble qu'une personne seule ou un couple cherche plus ce refuge au sein d'une zone, qu'un groupe qui stationne plus souvent au

milieu de la salle en cherchant une place. La présence d'un groupe d'appartenance procure ainsi à l'individu un sentiment de sécurité qui lui permet de s'arrêter à un endroit exposé sans se sentir mal à l'aise. Les personnes qui s'avancent pour trouver une place semblent éviter un trop grand rapprochement des tables où des personnes sont déjà assises. L'exemple le plus flagrant concerne l'estrade et le petit salon ; si un individu arrive seul et cherche des amis, il ne montera pas dans l'un de ces deux espaces, mais se limitera à tendre le cou pour regarder s'il n'y reconnaît pas ses compagnons. Cela constitue une bonne illustration de la perception de la limitation des places et du respect de celles-ci par les personnes qui n'en font pas (encore) partie.

Il est également des individus qui s'installent à une table puis changent assez rapidement. Ce comportement peut être le résultat d'une hésitation qui a voulu être dissimulée. Ainsi, une personne ou un couple choisissent une place qu'ils avaient repérée dès leur entrée dans le bar, mais une fois assis ils prennent le temps d'observer l'ensemble de la salle et se rendent compte qu'une autre place leur conviendrait mieux, ou répondrait mieux à leur demande (motivation de fréquentation). Ils vont donc se relever et changer de table, ou peut-être même de zone. Cela a été observé à quelques reprises et ce comportement concerne plutôt les petits groupes de deux à trois personnes. Les personnes seules le font rarement et si elles attendent l'arrivée d'un(e) ami(e), le changement de place se fera lorsque le binôme ou le groupe sera complet. Les groupes comptant un grand nombre de membres n'ont pas non plus cette tendance à changer de place, mais la raison ici semble être le problème pratique que cela pose. En effet, il est plus difficile de trouver une place pouvant accueillir un grand groupe (cinq personnes et plus) et le nombre de ces tables est limité. Ainsi les options sont moins grandes et la première décision subsiste généralement.

Finalement nous avons observé des personnes qui entrent et repartent aussitôt, mais quelques variations sont néanmoins à relever ; soit la personne entre, s'avance un peu vers le milieu de la salle, regarde, puis sort par la même porte. D'autres arrivent d'un côté, marchent le long du bas estrade en

observant la salle et les clients, puis sortent par l'autre porte. Ces dernières sont parfois seules mais ne semblent pas mal à l'aise pour autant, comme nous l'avons suggéré plus haut. Le fait de passer sans avoir l'intention de rester peut procurer à l'individu un plus fort sentiment de sécurité. Ne cherchant pas à s'intégrer, mais juste à faire un balayage visuel rapide, la personne ne se doit pas forcément de faire attention au reste de la clientèle et n'emploie donc pas une stratégie particulière pour entrer dans le bar.

Ainsi, les parcours empruntés par les clients entrant dans le bar varient. L'élément reliant ces différents comportements peut se lire au niveau de la recherche d'un sentiment de sécurité, se trouvant auprès des pairs (membres du même groupe) ou auprès des individus installés dans certaines zones. Certains veulent intégrer une place tout de suite, tandis que d'autres préfèrent rester en-dehors de tout espace déjà approprié.

b. Le parcours choisi pour atteindre le comptoir

Le principe du « cash and carry » oblige les individus à se déplacer et il se crée de cette façon une certaine dynamique de l'espace. Nous avons choisi de ne traiter que des déplacements en vue d'atteindre le comptoir, car ceux ayant pour but de rejoindre le téléphone ou les toilettes sont moins intéressants dans la mesure où les individus ont peu de choix quant au chemin à emprunter. De même pour les sorties du bar, il n'existe que deux sorties possibles et encore moins de variations dans les manières d'accéder aux portes.

Le chemin choisi pour se déplacer de la table au comptoir peut être le plus court, mais pas uniquement. Le choix du trajet le plus court s'explique tout d'abord par des raisons pratiques, l'individu souhaitant fournir le moins d'efforts possible pour cette tâche. Une autre explication renvoie à l'idée de recherche d'un sentiment de sécurité : atteindre le comptoir le plus rapidement possible évite à la personne de s'exposer aux regards des autres clients installés sur son chemin, en se trouvant entre deux zones.

Ainsi le trajet séparant le comptoir de la table peut être représenté comme un « no man's land », un lieu de passage, où

l'individu n'appartient plus à aucune zone. Ce statut solitaire peut alors lui procurer un sentiment d'insécurité. Cependant, nous pouvons nous demander si les personnes se déplaçant pour atteindre le comptoir, et celles qui viennent d'arriver et cherchent une place, ne sont pas confrontées à des situations différentes quant au sentiment d'insécurité. Les premières sont en quelque sorte plus intégrées dans le bar puisqu'elles sont déjà installées à une table et ont donc investi l'espace. Dans ce sens, elles appartiennent plus à l'ensemble que les secondes, qui ne détiennent que le statut de « passant ». Une fois installées, ces dernières font également partie de la population ayant choisi de fréquenter le Café Oz et deviennent alors membres du groupe élargi.

Certains clients n'empruntent pas le chemin le plus court pour atteindre le comptoir, mais en font le tour et s'éloignent de cette façon de leur place initiale. Deux explications majeures à ce comportement sont possibles ; dans un premier temps cet allongement du parcours peut se traduire comme la recherche d'une place au comptoir où l'affluence est moins importante. En effet, la clientèle du comptoir s'installe généralement tout au long de celui-ci et il reste néanmoins des places libres aux deux extrémités du meuble, mais les serveurs se concentrent plutôt vers son milieu puisque c'est à cet endroit que se font les mélanges de cocktails et la préparation des verres. Il devient alors plus difficile pour le client d'attraper l'attention des membres du personnel pour passer la commande. L'individu cherche donc une place relativement centrale autour du comptoir, ce qui l'oblige parfois à en faire le tour. Les serveurs étant toujours occupés à préparer des boissons, le consommateur s'installe au comptoir de façon à approcher le serveur le plus possible. Cela signifie qu'il se place en face du serveur qui travaille derrière le comptoir, mais comme il est déjà occupé il ne peut pas encore prendre la commande. A ce moment, soit le client choisit d'attendre le serveur à cet endroit précis, soit il le suit et se place à côté de la personne ayant commandé avant lui. Ainsi, nous notons souvent que les personnes debout en attente de commander se retrouvent en petits groupes, ce qui a pour effet une concentration de la demande pour le serveur. Rejoindre ce

groupe de commanditaires demande parfois à l'individu de faire le tour du comptoir et de s'éloigner de sa table, ce qui lui offre une occasion légitime de circuler dans le bar et d'observer les autres clients. Si la personne est installée à une place où elle n'a qu'une vision partielle de l'espace, ceci lui permet de prendre conscience de ce qui se passe de l'autre côté de la salle et de découvrir le visage des individus qui y sont installés.

Une fois accoudé au comptoir en attendant de commander, l'individu a la possibilité d'engager la conversation avec une autre personne et ainsi de faire des nouvelles connaissances. Si pour une raison quelconque il avait décidé de s'installer dans une zone ne favorisant pas les prises de contacts, le changement de place permet également de changer d'attitude, de se montrer plus ouvert vers les autres que dans les espaces plus réservés. La volonté de découvrir un nouvel espace et de nouvelles personnes peut donc constituer une autre raison pour emprunter un chemin plus long que « nécessaire » pour atteindre le comptoir.

Les déplacements étudiés dans le Café Oz sont donc de deux ordres, le premier concerne les personnes qui entrent dans le bar et le second celles qui quittent leurs tables pour rejoindre le comptoir. A l'intérieur de ces comportements, il existe des variations en fonction des individus et de leurs intentions de déplacement. Les attitudes des clients semblent fortement influencées par leur environnement physique et matériel, mais également par la présence d'autres individus. En effet, nous avons remarqué que de nombreuses personnes, si ce n'est la majorité, prennent en considération le regard des autres pour décider de leurs actes, et il semble que les individus usent de l'espace de façon à mieux « affronter » l'attention portée par les autres clients à leur égard. Ainsi ils peuvent choisir de rester en retrait ou de rapidement intégrer un ensemble, pour ne pas paraître seuls et indécis.

Erving Goffman (1973) a situé cette catégorie de comportements dans les « unités participatives » en expliquant que certains individus ne souhaitent pas être perçus comme étant seuls, mais accompagnés. D'une façon générale, il serait

plus rassurant de sortir accompagné, puisque cela offre une garantie de sécurité en cas d'incident, et la démonstration d'une amitié peut donner une impression positive de la personne aux yeux des autres.

L'étude de la mobilité au sein du Café Oz a donc permis de rendre compte de l'influence des congénères sur l'utilisation faite de l'espace. Par ailleurs, cela a également rendu possible la mise en lumière de la délimitation des zones. Les déplacements permettent aux individus de prendre conscience des différentes places et c'est en les frôlant ou en les intégrant qu'ils en ressentent mieux les limites.

Les personnes entrant dans le bar semblent parfois mal à l'aise, car elles s'exposent aux regards de nombreux clients. Cela peut s'expliquer par le fait que les nouveaux venus n'osent pas regarder ceux qui déjà sont installés dans le bar, ce qui leur confère un statut hiérarchiquement supérieur. C'est l'ancienneté dans l'espace qui permet d'adopter une attitude de dominant et ainsi de regarder librement les arrivants. De plus, les individus qui ne sont pas encore assis n'ont investi aucune place et n'ont pas encore l'appui d'une telle instance, ce qui peut renforcer leur sentiment d'insécurité face aux autres.

En conclusion, nous proposons donc l'idée que les déplacements animent l'organisation sociale dans l'espace, dans le sens où elle est rendue plus vivante et dynamique. Les zones et les relations hiérarchiques deviennent plus visibles, mais n'entraînent pas de comportements d'agression. Ce lieu reste public, l'appropriation d'un espace n'est que ponctuelle et ne fournit aucune garantie de son respect. Si les limites d'une place venaient à être enfreintes, il n'est rien d'autre que le client puisse faire que de la quitter, en cas de désagrément.

Photo B : Café Oz, printemps 1997 (photo M. Jarvin).

Ce premier cliché a été pris un soir de semaine et nous y distinguons trois zones (le comptoir, le milieu et l'écran). Ces places apparaissent distinctement et il est relativement aisé de voir qui y est installé lorsque l'on entre dans le bar. Le second cliché a été pris un samedi soir de grande affluence. A ce moment, les clients n'investissent plus une zone spécifique, mais le bar dans son ensemble, et on perd la notion de délimitation des places. Le sentiment de malaise que pouvaient éprouver les clients en entrant dans un bar moins peuplé s'efface, et on fonde dans la masse.

Photo C : Café Oz, printemps 1997 (photo M. Jarvin).

Conclusion

Ce travail a visé à démontrer quatre points essentiels. Après avoir opéré une division a priori de l'espace, nous avons constaté que les zones présentent des particularités, autant à un niveau géographique (emplacement dans l'espace) qu'au niveau fonctionnel (spécificités des places permettant la prise de contact, l'observation ou l'intimité). Selon les objectifs de fréquentation, ces places sont plus ou moins attractives aux yeux des clients.

L'espace fait l'objet d'une organisation sociale dans la mesure où la structure du groupe d'utilisateurs peut se lire dans son occupation de l'espace. Le choix des places répond ainsi à trois critères, entre autres, à savoir l'âge, le sexe et le fait de venir seul ou accompagné. La notion de délimitation des places a été introduite pour signifier que les marqueurs sont en quelque sorte compris dans les meubles mêmes, puisque la fonctionnalité d'une place en déduit ses limites et ces zones deviennent davantage visibles lors des déplacements dans le bar. Ainsi le passage entre deux espaces semble ôter le sentiment de sécurité que procurait l'installation à une table chez certains, et l'utilisation de l'espace est alors partiellement faite en fonction de la présence d'autres individus.

Le Café Oz étant un bar australien, nous aurions pu penser que l'espace qu'il propose serait empreint culturellement et donc très différent des espaces français du même genre. L'organisation générale du lieu est effectivement différente de celle des bars français, l'aménagement des places est également autre, ce qui aurait pu engendrer des comportements différents. Or, le partage de l'espace ne semble pas spécifiquement australien, et s'opère notamment selon des valeurs prépondérantes dans notre culture (les femmes plutôt en retrait et les non habitués en périphérie, par exemple).

Nous pouvons constater que l'utilisation de l'espace traduit l'existence d'un ensemble de normes de comportements qui a peut-être trait à une hiérarchie au sein de la clientèle. Celle-ci peut se lire à travers l'ancienneté de fréquentation, l'appartenance à une classe d'âge et de sexe. Le choix d'une

place et les déplacements à l'intérieur de l'espace global se font également en considérant cet ordre de positions. Cependant, il est un endroit dans le bar où les différences de statut sont moins visibles, il s'agit bien du comptoir. Ce lieu central accueille des individus appartenant à des catégories de clients différentes et se présente ainsi comme un « melting pot ». Ceci s'explique évidemment par le fait que tout le monde doit passer par le comptoir pour commander, mais les personnes qui choisissent de s'y installer sont également très variées.

CHAPITRE III

LA PHOTOGRAPHIE COMME MÉTHODOLOGIE APPLIQUÉE A L'ÉTUDE DES BARS¹⁴

Dans le domaine de l'anthropologie urbaine, l'étude de notre propre société mène souvent à percevoir différemment des lieux qui nous semblent au premier abord, très familiers. Les nombreux espaces publics de la ville vécus au quotidien composent des décors dont « l'habitude visuelle » nous en fait oublier les détails, leur « réalité » parfois. La traversée *pressée* ou les voyages au long de ses propres pensées ne nous interrogent guère ou superficiellement sur ces individus multiples, croisés en ville, sur leur manière de partager ces mêmes espaces. « La ville ne se laisse pas étreindre physiquement et ne se donne à voir qu'en façade, car elle est composée d'humains nombreux entassés dans des maisons hautes et resserrées, et affairés à la même seconde à des activités diverses dont les unes se passent derrière les murs quand les autres se dissolvent dans le déplacement incessant des voitures et des piétons ; rôles interchangeable qui, un instant plus tard, auront déjà changé ». (Colette Pétonnet, 1987 : 247-248).

Parfois, un événement exceptionnel (élévation de la voix, discordes, accident de parcours, pannes de métro...) pourra questionner, interloquer, stopper, dévier le citoyen dans son cheminement. Le café représente un espace spécifique au centre

14 –Sylvaine Conord, [anthropologue-photographe](#), chargée de cours en sociologie et doctorante (sous la direction du Professeur Carmen Bernand) à l'Université Paris X-Nanterre, membre-stagiaire du Laboratoire d'Anthropologie Urbaine (CNRS), tutrice en ethno-photographie à l'Université Paris V-Sorbonne (dans le cadre du Magistère de sciences sociales appliquées -aux relations interculturelles).

de ces flux urbains..., presque toujours un temps d'arrêt, même si ce *temps-là* est vécu de manière très diversifiée.

1. Le café : un espace urbain particulier

Avant de m'y retrouver en position de photographe-anthropologue, j'ai toujours fréquenté quotidiennement les cafés de Paris et de sa banlieue. A l'étranger, je cherche systématiquement des lieux similaires, ou de remplacement quand ils n'existent pas : petits restaurants offrant à boire, buvettes dans les parcs ou sur les trottoirs, terrasses, lieux de gastronomie italienne pour trouver du « bon café ». L'habitude conditionnée de l'irremplaçable « express » peut bien sûr influencer sur le besoin et la régularité de la fréquentation des lieux où cette boisson est consommable. Mais au-delà, « *pousser la porte* » d'un café nous fait entrer dans un monde plus intime¹⁵, en rupture partielle ou totale avec celui que nous quittons (la rue, « l'extérieur ») pour nous « pauser ».

En comparaison avec mes pratiques de passages ou de rendez-vous amicaux, l'exploration de type anthropologique ne pouvait qu'apporter un regard nouveau sur ces lieux de la ville. En effet, celle-ci nécessite une présence à long terme dans un même café, répétée sur plusieurs mois, pour une observation minutieuse des moindres détails, des attitudes, des décors (leurs significations et leurs changements), des ambiances et dynamiques collectives à différentes heures de la journée. L'écoute des conversations, des paroles et... des silences, devient attentive, concentrée, la connaissance des problèmes intimes liés à l'alcoolisme, la solitude, la maladie, le chômage..., plus approfondie, la rencontre de clientèles, plus diversifiée, la participation aux divers modes de sociabilité (des jeux de cartes aux causeries de comptoirs), plus active : une

15 -Anne Steiner l'explique, par exemple, à propos d'un café de Belleville où certaines clientes « définissent le café comme une extension du domicile, comme un espace plus vaste et plus neutre que la maison qui leur permet de se retrouver nombreuses pour discuter. » p. 23 de « Les cafés de Belleville », sept. 1993, in la revue *Hommes et migrations*, n°1168, Paris, pp. 20-25.

disponibilité totale qui inéluctablement diffère du comportement et du regard d'une cliente ordinaire.

A la suite des premières expériences de terrain, il apparaît que les caractéristiques propres au café-bar forment un ensemble de réalités entremêlées, parfois paradoxales et surtout en perpétuel mouvement, au gré des va-et-vient. L'espace-café se situe entre l'espace public et l'espace privé, l'individu et le collectif, l'anonymat et la sociabilité, les auto-mises en scène et les trajectoires de vie, les problèmes sociaux exprimés (verbalement ou corporellement) et leur dépassement, le « festif » et le repli, le jour et la nuit, etc... « C'est un espace-tampon entre le foyer (où les hommes sont des pères, époux, fils) et l'espace public (où ils sont des citoyens, des travailleurs). Un lieu où l'on peut déposer chaque jour avant de les regagner, les charges et les tensions de ces deux univers » (Hélène Dufour, 1989).

De plus, d'un quartier à l'autre, d'une rue à l'autre et surtout d'un café à l'autre, se dégage « un espace de sociabilité privilégié » (Anne Steiner, 1993) et diversifié, lié à de nombreux éléments interagissant (clientèles, lieu d'ancrage, activités offertes, espace, personnalité du patron etc...) : un *monde-en-soi* en quelque sorte.

En conséquence, l'approche de cette complexité devenue terrain de recherche nécessite une réflexion à propos des moyens méthodologiques à mettre en oeuvre. Accompagnant des techniques d'investigation qualitatives (entretiens, observation informelle), la photo-ethnographie peut constituer une méthode complémentaire de recueil d'informations et de leur analyse.

La plupart des expériences qui m'ont conduite à utiliser mon appareil photo dans des espaces-café concernaient à l'origine des travaux pour lesquels la partie « photo-anthropologique » était distincte de la partie entretiens et du travail de rédaction, en raison d'une situation de collaboration¹⁶ ou de conditions de travail spécifiques¹⁷.

16 En ce qui concerne les photographies des cafés de Belleville, Anne Steiner, Maître de conférences en sociologie (Université Paris X) est à la direction et à l'origine de deux recherches : l'une, réalisée dans le cadre d'un

Cette approche photographique, même dissociée de la réalisation des entretiens formels, doit se dérouler sur un long terme et rester ainsi très proche des caractéristiques d'une démarche anthropologique puisque dans ces cas de figure elle y est fortement liée.

Pour une meilleure compréhension du milieu étudié et une immersion progressive dans les ambiances particulières inhérentes à chaque café, l'anthropologue en position de photographe doit procéder à des premières observations informelles en « simple » client. Puis, peu à peu, les premières discussions, prises de contacts, identification de sa position d'universitaire, lui permettent de prendre une part plus active par le début des prises de vues. L'enregistrement visuel n'est pas simple dans ces milieux où l'anonymat pour diverses raisons est souvent recherché (relations avec le, la conjoint(e), consommations alcoolisées, pratiques des jeux, etc...) : une connaissance réciproque et une observation en partie participante sont donc nécessaires.

Les retranscriptions sur un carnet de bord des diverses étapes de l'évolution de la recherche relatives à la relation au terrain aident l'observateur-photographe à se repérer de manière spatiale, temporelle et humaine.

Évidemment, les mêmes logiques peuvent être mises en oeuvre dans une situation de recherche où les enregistrements

enseignement de méthodologie avec des étudiants de sociologie dont rend compte un livre-mémoire (exposé dans le cadre de l'exposition *Belleville-Belleville* à la Maison de la Villette en 1993) et l'autre, financée par l'IREB (Institut de Recherches sur les Boissons), 1997-1998. Dans les deux cas, j'étais chargée de réaliser un travail photographique à long terme à propos d'un choix de cafés déterminés au début des études.

17- Le travail photographique réalisé dans le « Café Oz, The Australian bar » (1996/1997) est à l'initiative de Dominique Desjeux, Professeur en anthropologie sociale et culturelle (Université Paris V) et responsable des relations extérieures du Magistère Sciences sociales appliquées aux relations interculturelles, avec l'aide d'Isabelle Favre, sociologue, et la complicité de Jimson Bienenstock, Directeur de l'établissement. Commencé dans le cadre d'un enseignement en photo-ethnographie que j'assurais dans le cadre du Magistère, il fut prolongé par la demande de J. Bienenstock devenu commanditaire, et aboutit à une exposition dans l'espace même de ce vaste café des Halles.

verbaux et visuels seraient réalisés simultanément par le ou les mêmes chercheurs. L'observation photographique du café « *La Vieilleuse* » (Belleville, 1993¹⁸) m'a amenée, deux ans après, à choisir ce lieu et une population particulière, les femmes d'origine juive tunisienne, le fréquentant, comme point de départ de mon travail de préparation de thèse¹⁹. J'allais vivre ainsi toutes les relations de terrain dans un contexte différent, celui de l'étudiante « seule », dont l'objet de travail central devenait l'apport de la photographie en anthropologie.

2. L'image-de-soi et l'auto-mise en scène

L'utilisation de l'appareil photo sur un terrain touche à un problème lié à toute transmission, partielle ou approfondie, verbale ou visuelle, d'un individu envers un témoin quel qu'il soit : la question de *l'image-de-soi*.

Évoquer des moments de sa vie, futiles ou fondamentaux, confier des perceptions, des idées ou des pratiques du quotidien, dépassent souvent le cadre de la conversation cordiale ; d'autant plus, lorsqu'il s'agit de s'adresser à un anthropologue dont le travail consiste à mémoriser ces paroles dans leur première expression. Malgré l'anonymat assuré par le chercheur, il reste cette impression, parfois inquiétante, du don d'une part intime « *arrachée à soi* » et destinée à rejoindre le domaine public, remaniée, interprétée, dévoilée.

Le procédé photographique consistant à fixer une image statique d'une pose, d'un instant, d'une expression, renforce cette crainte. Dans ce cas, le *dévoilement* prend la forme d'un visage reconnaissable par tous (et pas forcément par le sujet photographié comme « *Lui* »-même), délimité par un cadre illimité dans sa pérennité.

Cette impression engendre diverses attitudes oscillant d'un extrême à l'autre, de la méfiance à la volontaire mise en scène.

18 Cf note ci-dessus.

19 Thèse de Doctorat en sociologie en cours, sous la direction du Professeur Carmen Bernand, à l'Université Paris X-Nanterre, dont le titre est : « *L'apport de la photographie en anthropologie : application à l'étude de femmes juives tunisiennes fréquentant Belleville (Paris, XIX^{ème} arrt).* »

L'espace-café crée un contexte, un climat spécifiques, favorables à une mise en scène du client, qu'elle soit discrète ou recherchée, solitaire ou collective : elle est parfois accentuée, relâchée, « déviée » par la consommation d'alcool.

Les attitudes des consommateurs autour du comptoir sont souvent les plus représentatives d'une certaine théâtralité qu'un face à face avec l'objectif photo va amplifier. Le corps est libre de ses mouvements et repose, appuyé au « zinc ». La prose s'y déverse facilement, les gestes « parlent », les regards s'attardent, la proximité physique rapproche : les interlocuteurs anonymes ou « célèbres » (les « grands habitués ») sont présents, spectateurs plus ou moins attentifs.

Il est difficile, sans talent littéraire, de décrire dans leurs moindres détails, les mouvements, les significations de ces moments où le visuel interfère avec le discours, où le corps apporte ses propres mots, où le comportement peut être tout aussi silencieux que démonstratif. La prise de vues permet d'enregistrer instantanément un ensemble d'éléments descriptifs relatifs à ce langage non verbal.

Photo N°1 : Activités distinctes : l'un à droite (d'origine juive tunisienne), concentré sur son journal de tiercé pour choisir des numéros à parier ; l'autre à gauche (d'origine marocaine), passe un long moment à boire un café au lait servi dans un verre. Ce dernier me demandera plus tard (en échange de son autorisation pour les prises de vues), de lui écrire un grand nombre de cartes postales destinées au patron d'un bar d'une autre ville française quittée récemment, à une responsable d'office HLM, etc..., transformant un moment le comptoir en bureau d'écrivain public. Café « *Chez Freddy* », Belleville, 1997. (photo S. Conord)

Parmi les *séquences* des scènes de bar variées et mouvementées, les images fixées d'instant choisis constituent un support de lecture et d'interprétation pour le chercheur et les personnes observées. En effet les photos développées et montrées sur le terrain sont sujettes aux critiques et commentaires des personnes photographiées face aux reflets de leur image qui ne sont pas ceux réfléchis par un miroir.

Photo n°2 : Café « *Chez Fabien et David* », Belleville, 1997. (photo S. Conord)

Le regard du photographe est subjectif²⁰, comme l'est celui du sujet posant et jugeant les images produites, ou celui de l'anthropologue observant, interrogeant, notant, choisissant (consciemment ou non) les informations à mémoriser. La photographie apporte un support de réflexion supplémentaire à la compréhension de ces croisements de regards.

En tous lieux, la présence d'un observateur identifié (qu'il soit ou non muni d'un appareil photo), provoque nécessairement des changements d'attitudes et renforcés dans le cadre d'un café, monde mi-clos. En anthropologie visuelle cinématographique le terme de *profilmie* est défini comme « toute forme spontanée de comportement ou d'auto-mise en scène suscitée chez les personnes filmées, par la présence de la caméra. »²¹ Ce principe est tout à fait applicable en anthropologie visuelle photographique ; de nombreuses situations observées sur différents terrains l'ont confirmé. Du sourire automatique à l'ajustement, les clients composent parfois devant le photographe des auto-mises en scène entraînées par diverses motivations. Les réflexes profondément ancrés de la photo de famille, du souvenir, amènent à composer des images détachées du contexte de *l'espace public café* (cf photo n°3).

20- Cf Sylvaine Conord, « *L'image photographique, un outil de recherche aux multiples fonctions en anthropologie* », à paraître .

21 Claudine de France, *Cinéma et anthropologie*, lexique p. 373, 1982, Paris, éd. de la Maison des Sciences de l'Homme, 400 p.

La volonté, dans ce cas, est souvent de s'approprier en quelque sorte l'observateur, pour lui attribuer un rôle de photographe de quartier, agissant au-delà des limites spatiales habituelles de prises de vue (studio, événements familiaux, cérémonies religieuses).

L'anthropologue-photographe devient de circonstance. La famille, un groupe d'amis sont réunis là : par la photo l'instant deviendra « éternel », ou plus modestement, se prolongera par une image conservée.

Photo n°3 : Formation spontanée de l'essaim familial au Café. « *Chez Fabien et David* », Belleville, 1993. (photo S. Conord)

Photo n°4 : Trois amis acceptent la prise d'images et posent, à la condition qu'un exemplaire de la photo leur soit donné en retour. Café « *Chez Fabien et David* », Belleville, 1993. (photo S. Conord)

Si les auto-mises en scène volontaires sont une manière de créer une mise en relation qui pourra se prolonger par d'autres types de photos prises en situation plus spontanée ou des entretiens, elles peuvent aussi gêner le photographe. Certains acteurs s'exhibent de multiples façons devant l'objectif photo interrogeant l'observateur sur l'attitude à adopter.

Photo N°5 : « Le garde-à-vous ». L'individu de droite a « l'habitude des journalistes » : il est fier de poser (selon ses choix), et de raconter comment, lors d'anciennes manifestations à Belleville, il est « passé à la télé ». Il fut très déçu lorsque je lui expliquai la destination de ces photos ; il espérait une publication dans un journal de presse quotidienne à grande diffusion.

Le désir d'auto-représentation est ici très fort. Il peut constituer aussi bien un biais, qu'un élément d'analyse sur l'idée de valeur attribuée par le sujet photographié à son image et à lui-même. Café « *Chez Freddy* », Belleville, 1997. (photo S. Conord)

Car, parfois, ces attitudes sont liées à une importante consommation de boissons alcoolisées, qui donne une aisance à ces acteurs improvisés.

Photo N°6 : « Clin d’œil », Pose rapide et spontanée un soir de grande fréquentation au « *Café Oz, The Australian bar* ». Quartier des Halles, 1996. (photo S. Conord)

L’image que ces derniers veulent offrir d’eux-mêmes sous l’emprise de l’alcool est propre à ces instants et à ces lieux ; selon les choix de cadrage subjectifs du photographe, elle peut paraître un autre jour dévalorisante pour les individus photographiés. Quand l’individu redevient plus sobre, l’image de soi n’est plus la même et de toute façon le sujet n’en fait pas le don de la même manière.

Mais par ailleurs, certaines situations peuvent dériver vers une réelle violence symbolique ressentie mutuellement par l’observateur et les consommateurs. Dans les cafés de Belleville ou d’autres lieux d’investigations²², mon appareil photo et moi-même, par notre simple présence même passive, ou, à l’écart des personnes exprimant un refus explicite vis-à-vis de mon travail (je demande toujours un accord pour la prise ou l’utilisation de photos), provoquions parfois des éclats de voix ou de grands gestes de protestations à notre rencontre. Le dialogue s’avérait souvent impossible en raison d’états d’ivresse importants ou de personnalités blessées, s’excluant de toute volonté de communiquer.

Dans ces cas de figure, l’anthropologue peut, aux yeux de certains, évoquer un monde qu’ils rejettent : celui du pouvoir économique, moral ou symbolique lié aux représentations de l’enquêteur, du *flic*, du journaliste, du photographe, et quelquefois du « *prof* » ou du scientifique (« *celui qui croit*

22 Cf. S. Conord, « *Les mal-logés de la place de la Réunion. Etude ethnographique et d’anthropologie visuelle* », Maîtrise de sociologie, 1991, sous la direction de Carmen Bernand et Renée Vigneron, Université Paris X-Nanterre.

savoir... »). Cette personne est aussi celle qui va voler leur image ou leurs mots « *pour les exploiter* » (le même problème peut se poser avec un magnétophone ou un carnet de notes). Ces réactions sont dues à des trajectoires de vie difficiles, jalonnées d'échecs personnels, scolaires, professionnels, affectifs ou familiaux.

Peu importeront les essais d'explications, ce processus d'identification suffit à percevoir la présence du chercheur et son activité comme une agressivité, voire, un viol de leur personne mais aussi de « leur Lieu » vécu comme un territoire (décrit comme « *mon quartier où j'habite depuis 10 ans* » ou « *depuis toujours* », « *mon café* », « *ma rue* »). Je deviens *l'étrangère*, et ressens réciproquement une violence (jusqu'à maintenant verbale) face à ce déferlement de paroles ou d'exclamations souvent menaçantes.

Photo N°7 : Les problématiques liées aux consommations d'alcool (sociabilité particulière, expression de problèmes sociaux ou individuels, dépendance, etc...), sont inévitables dans le cadre d'investigations des cafés-bars. Comment les représenter ? Cette photographie est-elle souhaitable et utile ? Café « *Le bar des studios* », Belleville, 1993. (photo S. Conord).

L'anthropologue bénéficie quelquefois de « protections » de la part d'habitues, du patron (plus rarement²³), ou..., décide de s'esquiver pour revenir plus tard lors de moments plus calmes.

On perçoit là l'importance d'utiliser toujours la photographie en sciences humaines comme un complément aux techniques classiques d'investigation et de transmission de la recherche et non comme matériau unique.

L'image par un « accès direct » apportera un effet médiatique plus qu'anthropologique. La photo (n°7) de cet homme privé de ses mots ne nous informe en rien sur sa trajectoire sociale et sa manière même de vivre l'instant photographié (à l'extrême, peut-être dort-il après une journée harassante de travail et un simple apéritif !...).

Le problème est aussi d'ordre déontologique, le chercheur s'attache à ne pas dévier ou déformer le sens de ce qu'il observe ou retient. Il doit donc « *contextualiser* » sa photo dans la présentation de ses résultats, comme il le ferait pour un entretien. Divers moyens sont à sa disposition : replacer la photo au cœur d'un entretien, la légèrer en détails sur la situation de prise de vue (lieu, date, informations diverses à

23 Hélène Dufour souligne (1989) que : « (...) une certaine tolérance s'exerce à l'égard des buveurs « sans contrôle » appartenant à la collectivité et que d'autres liens que ceux du comptoir attachent aux autres. Dans ce cas l'ivresse est prise en charge par le groupe comme le sont dans d'autres domaines, certains défauts acceptés. »

propos du sujet photographié), la positionner aux côtés d'une série d'images complémentaires ou d'un passage du carnet de terrain, etc...

L'image de soi dans ces lieux serait plus fragile encore que dans certains espaces urbains. Plusieurs clients (es) fréquentent le café « incognito », peut-être comme la rue anonyme, « pour se délivrer ainsi du poids des rôles assumés » (Colette Pétonnet, 1982 : 249). Un individu joueur de rami-poker me fait promettre de ne pas le « *prendre* » (alors que je lui tournais le dos) : « *Je suis recherché* », me dit-il, « *par ma femme* »...

Boire quelques verres entre copains, jouer de l'argent aux cartes (cf. photo n°8) ou au tiercé, s'échapper un moment d'une responsabilité ministérielle (Café Oz, 1996), parler des amants entre amies : pour diverses raisons, le refus même de la prise de vues ou les réticences intéressent l'anthropologue par ce dialogue naissant, la production de discours autour de ces lieux devenus alors ceux du *secret*.

Photo n°8 : De rares joueurs de cartes (rami-pocker) dans un café de Belleville ayant donné l'autorisation d'une prise de vues ; les conjointes sont dans la majorité des cas tenues à l'écart de ces rendez-vous quotidiens où de petites sommes d'argent sont parfois jouées. Café « *Chez Freddy* », Belleville, 1997. (photo S. Conord)

La façon d'appréhender ces rapports, de les vivre dans l'instant et la continuité, correspond aussi à la manière dont le chercheur se situe et trouve une place sur son terrain ; ce type d'échanges est révélateur d'une dimension symbolique forte, relative à tout type de *représentation* visuelle.

3. Le statut de l'anthropologue-photographe

Echange symbolique, la photographie est aussi échange matériel.

L'image fait l'objet parfois de véritables négociations liées au nombre de photos données en retour, à la question des droits d'auteurs, de son don (dépendant des financements de la recherche et du nombre de sujets) ou de sa vente. Elle prend alors valeur économique, par l'évaluation d'un prix (relatif aux frais) et les débats autour de son utilisation future.

L'image (le support visuel en général) a intégré notre société occidentale depuis la fin du siècle dernier et aisément conquis notre quotidien par les usages sociaux²⁴ d'une part, et *marchands-médiatiques* d'autre part. Les publications ou expositions dans le domaine des sciences humaines sont considérées à la même échelle que celles du domaine

24 Cf. Pierre Bourdieu, *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Les éditions de Minuit, p.363.

publicitaire ou journalistique : les conditions de diffusion d'ordre quantitatif aussi bien que matériel sont pourtant peu comparables... L'idée même d'étude universitaire sera différemment interprétée d'un milieu à un autre : assez bien comprise au « *Café Oz* », elle restera toujours très abstraite à « *La Vielleuse* » malgré quatre années de terrain. Les interprétations sont confuses sans réellement poser problème aux personnes les exprimant : la préparation d'un doctorat en sociologie sera exprimée comme un devenir dans le domaine de la médecine, la prise de vues comme les pratiques d'une journaliste.

Le travail au Café Oz présentait d'autres difficultés : entre une position d'anthropologue-photographe prenant des images dans le cadre d'un travail universitaire, d'enseignante en ethnophoto guidant des étudiants sur place, et finalement de photographe professionnelle engagée par le directeur de l'établissement, il n'est pas évident, dans ce cas, d'expliquer clairement sa situation et donc le « statut » de ses photos.

L'exposition sur les lieux-mêmes offerte par Jimson Bienstock prolongeait le travail professionnel, par la présentation et la mise en vente d'une sélection de photographies noir et blanc réalisées dans le café lors d'une soirée spéciale vernissage. Cette occasion appuyait cette ambiguïté, mais finalement pouvait aussi être considérée comme une manière de transmettre et de partager les résultats d'un travail de recherche.

Ces questionnements sont au coeur d'un débat important dont je n'ai pas les réponses fermes et définitives : ils sont liés d'une part, à la gestion aussi bien humaine que matérielle de la recherche, et d'autre part, au statut de la photographie dans le domaine des sciences humaines, deux points pouvant intervenir dans les pratiques des chercheurs et influencer sur leurs résultats.

Les moyens de la recherche scientifique permettent difficilement d'assumer la totalité des frais et la rémunération d'un travail photo professionnel, qu'il soit personnel ou commandé à un photographe extérieur dont c'est le métier²⁵.

25 — Situation apparemment assez courante d'après la 1ère biennale « *Photographie et ethnologie* » (à Forcalquier et au prieuré de Salagon, Alpes

Les options « professionnelle » ou esthétique ne sont pas obligatoires pour un travail ethnologique, toutefois certaines conditions de prises de vues (tels les cafés) nécessitent des connaissances techniques ou du moins un matériel plus élaboré. Par exemple le fait de ne pas utiliser le flash dans des situations pourtant sombres²⁶, favorise la relation avec les acteurs, améliore la prise de vue, « adoucit » la position d'observateur armé ..., d'un appareil photo.

Les conditions de travail du Café Oz permettent une situation intermédiaire qui pourrait être celle du partenariat. Ce fut l'occasion d'un réel enrichissement et l'ouverture vers de nouvelles formes de travail, dont le confort n'enlevait en rien la liberté totale dans mes pratiques d'approche d'anthropologie visuelle.

En ce qui concerne les sujets photographiés, la situation pouvait être difficile à expliquer à propos de la « *vente de mon image..., qui, à moi, ne me rapporte rien* » (polémique rencontrée à Belleville dont cet extrait d'entretien est tiré) ; mais cette interrogation est aussi liée aux milieux auxquels le photographe s'adresse : dans le cas d'un bar de jeunes des Halles, elle devient plutôt prétexte à communication.

La fonction d'encadrement des étudiants provoquait aussi des discussions avec la clientèle ; elle m'apportait personnellement un regard neuf sur la pratique ethno-photo, par leurs interrogations et la pratique des lieux (plus fréquente que la mienne)²⁷.

de Haute Provence, Association Alpes de Lumière) d'octobre 1997, dont le thème était centré autour d'une réflexion à propos de ce type de collaboration (ethnologue et photographe professionnel).

26 C'est le cas des photos présentées ici, à l'exception de celles des « événements ».

27 Comme leurs initiatives qui consistaient à enregistrer une image durant plusieurs jours et horaires différents, postés au même endroit dans le café, afin d'observer les mouvements des clientèles, les fréquentations et sociabilités, (cf. chapitre I) ; ou celle de réaliser des croquis détaillés des allées et venues (cf. chapitre II) dans le café.

4. Création « d'événements » et dynamiques collectives

L'anthropologue-photographe joue un rôle plus proche des représentations sociales communes (liées aux pratiques journalistiques du reportage photo) lorsqu'il donne l'impression de « couvrir » les événements autour de manifestations organisées de manière ponctuelle.

L'objectif de celles-ci est double : attirer un nombre important de clients et donner au café une réputation, une image qui le différenciera des autres.

Le Café Oz organise par exemple des retransmissions en direct de matchs de rugby, projetées sur un « écran géant » placé dans le café près du comptoir. Un certain type de clientèle se déplace expressément pour ces rencontres et ces clients vivent les émotions ensemble, très attentifs, trinquant et hurlant de joie, leur pinte de bière à la main, au premier essai marqué (cf. photos n°9 et 10).

Photo n°9 : Les spectateurs en arrêt, inquiets, le souffle coupé dans un moment de suspense. *Café Oz*, devant la retransmission d'un match de rugby sur un grand écran. (photo S. Conord)

Photo n°10 : « ESSAI ! »... Devant l'écran, la joie partagée par les supporters explose ; le clan adverse reste silencieux. *Café Oz*, quartier des Halles, 1996. (photo S. Conord)

Par ailleurs, des soirées conçues comme des spectacles (cf. photos n°11 et 12) dont les acteurs et producteurs sont des employés quotidiens du bar, sont préparées minutieusement.

L'heure n'est pas alors aux entretiens pris dans le quotidien, mais bien au festif. La prise de vues marque, mémorise ces instants d'exception qui transforment le café et son décor dans ses moindres détails.

Photo n°11 : Soirée « Funky Thang » au Café Oz, pour marquer le jour d'Halloween sans le fêter directement (car cette fête n'est pas australienne). Un spectacle sixties (création John) met en scène sur le bar des danseurs hippies. *Café Oz, The Australian bar*, quartier des Halles, 1996. (photo S. Conord)

Par certains événements, les effets, créés par la musique (souvent techno), l'éclairage, les décors des murs²⁸, les danses, les gardiens des lieux à l'entrée, métamorphosent le lieu, lui donnant l'aspect d'un club privé, d'une « boîte de nuit ».

Photo n°12 : Soirée « Funky Thang » : les acteurs du café devenus ceux du spectacle sixties (créé par l'un d'entre eux : John) lance de la « poudre blanche » (fausse bien sûr !) sur les spectateurs qui se contenteront de leurs quelques « demis ». *Café Oz, The australian bar*, quartier des Halles, 1996. (photo S. Conord)

Le mot « boîte » retrace bien l'impression d'enfermement que peut ressentir alors l'anthropologue devenu photographe durant ces soirées. Un décalage peut apparaître entre d'une

28 Par exemple, pour la soirée Sub Zéro, célébrant la sortie d'un nouveau soda alcoolisé, le bar fut complètement emballé de plastique noir et blanc aux couleurs de la bouteille de cette boisson.

part, cet individu - le chercheur -, habillé différemment, un sac sur le dos (le matériel), ne buvant pas, sérieux finalement (lorsqu'il est concentré derrière son appareil photo), et d'autre part, une foule anonyme et grouillante, en fête, en feu.

Photo n°13 : Le bar entre en effervescence : connivences, rencontres, flots de cocktails et bières... Le choix technique d'une prise de vues avec vitesse lente et flash crée un certain flou de l'action et permet ainsi de rendre compte de cette ambiance mouvementée. Soirée « Subzero » (création John) au *Café Oz*, quartier des Halles, 1996. (photo S. Conord)

Je n'ai pas connu ces terrains étrangers et lointains des premiers anthropologues, mais je m'interroge sur ce sentiment d'isolement et de forte distanciation pouvant nous surprendre

sur ces terrains contemporains pourtant proches de nous. Si proches que j'ai pu les vivre pleinement et très différemment en tant que cliente. L'appareil photo, comme la position d'observatrice, placent l'individu en retrait.

La photographie, représentation d'une réalité se déroulant devant l'objectif, ne fait pas toujours part de ce qui peut se passer derrière l'appareil, dans l'esprit de l'opérateur. Seul le commentaire, ou un passage du carnet de terrain retranscrit aux côtés de la photographie, permettent d'appréhender le subjectif du photographe ainsi que des informations complémentaires et parfois essentielles. Cet aspect est lié à la démarche même de l'anthropologie, par laquelle un chercheur recueille et communique un maximum d'informations aux sources diverses, afin de mieux transmettre son analyse d'une réalité donnée.

Photo n°14 : La grande concentration, une certaine tension, portent ces joueurs d'échecs vers une bulle silencieuse coupée

du reste du café. *Café Oz*, le dimanche après-midi, 1997. (photo S. Conord)

L'anthropologue contemporain est acteur du monde qu'il étudie et participant de son terrain. Les regards se croisent, parfois s'entremêlent ou au contraire se dissocient, mais finalement, ces mouvements sont inéluctables : ils ressemblent à ceux de la Ville, de la vie.

5. Le café au quotidien

Espace ouvert, le café est aussi un lieu intérieur, parfois intimiste.

Photo n°15 : Le rendez-vous amoureux fait oublier les présences environnantes. « *Café Oz* », quartier des Halles, 1997, un dimanche. (photo S. Conord)

L'anthropologue-photographe perturbe parfois ces moments : le bouillonnement de vives conversations ou le calme de confidences feutrées, les temps de silence du solitaire au comptoir... La fréquentation répétée de l'établissement lui permet d'en comprendre les rythmes et les habitudes ; le temps du déjeuner - l'activité restauration prime, l'ambiance devient parfois familiale -, les soirs souvent très actifs - le lieu reprend sa fonction de bar -, les après-midi dominicaux souvent plus calmes.

Photo n°16 : La rue et le café. Deux mondes en coexistence et en interaction. Passants et clients s'observent mutuellement ; certains s'exposent volontairement. *Café Oz*, quartier des Halles, 1997. (photo S. Conord)

Certains ont choisi de s'installer près de la vitrine (cf. photo n°16), cet œil vers l'extérieur qui espère peut-être en rencontrer un autre. La rue Saint Denis (où est situé l'établissement) connaît des mouvements constants jour et nuit : des lumières artificielles puissantes, parfois rouges ou clignotantes, contrastent avec celles, chaudes du, Café Oz.

Le temps quotidien d'un café se déroule inlassablement et l'anthropologue-photographe ne peut se lasser d'observer cet espace aussi diversifié que le sont les clientèles, les « patrons », les ambiances collectives et les différentes lumières de la journée et du soir l'éclairant.

L'appareil photo permet de capter cette multiplicité dans l'instantanéité du déclic ; le temps de l'anthropologie consacré à l'observation informelle, aux relations avec les consommateurs, employés, patrons, aux entretiens et à l'analyse de tous les matériaux recueillis, constitue parallèlement une approche à long terme.

Les méthodes d'investigations visuelles complémentaires sont ainsi bien adaptées à l'espace-café, aussi bien d'un point de vue temporel qu'humain : les flux d'activités et de populations sont en constants changements, mouvements partagés entre des espaces-temps courts et prolongés. Afin de les comprendre et de les mémoriser, l'anthropologue peut à la fois se « fondre » dans ce paysage urbain en constante variation regardant, attablé comme un simple client, ou se distinguer par des pratiques identifiables comme celles d'observateur, de photographe.

L'espace public-café constitue un terrain de recherche anthropologique intéressant, représentant pour le chercheur comme pour le client, habitué ou de passage, un lieu peuplé d'observants-observés, volontaires ou inconscients, anonymes ou en recherche de sociabilité²⁹.

29 Je remercie Carmen Bernand, le Laboratoire d'Anthropologie Urbaine/CNRS, Anne Steiner, Dominique Desjeux, Sophie Taponier, l'IREB, Jimson Bienenstock, et toutes les personnes rencontrées sur les terrains, pour leur soutien respectif au développement de ces approches photo-anthropologiques, Anne Monjaret et Suzanne Conord pour leurs conseils à la relecture de cet article.

Éléments bibliographiques :

Alekan Henri, 1996 (nouvelle édition), *Des lumières et des ombres*, Paris.

Barthes Roland, 1980, *La chambre claire*, Paris, co-éd. Gallimard-Le Seuil, Paris, coll. Cahiers du cinéma.

Becker Howard S., 1986, « Photography and sociology », in *Doing things together: selected papers*, by Becker Howard S., Evanston Illinois, Northwestern University Press, pp.221-271.

Bonnin Philippe, 1989, « Imaginations intérieures: la photographie d'intérieurs comme méthode », in *Informations sur les sciences sociales*, vol 28, n°1.

Boyer Marie-France, Morin Eric (photos), 1994, *Le goût des cafés*, Paris, éd. Thomas Budson.

Cafés, bistrots et compagnie, 1977, exposition itinérante n°4 du CCI (Centre national d'art et de culture Georges Pompidou), Paris, éd. du CCI.

Collier John, Jr., and Collier Malcom, (Foreword by Hall, Edward T.), 1986 (1ère publication par Holt, Rinehart and Winston, 1967) *Visual anthropology : Photography as a research method*, éd. by the University of New Mexico Press, revised and expanded edition.

Conord Sylvaine, (à paraître) « L'image photographique, un outil de recherche aux multiples fonctions en anthropologie », revue *Champs visuels*, Paris, éd. L'Harmattan.

Conord Sylvaine, 1993, « A propos des mal-logés de la place de la Réunion, Paris xxème », présentation et photographies, in *L'avenir en banlieue. Banlieues riches, banlieues pauvres*, Paris, éd. Fédération des oeuvres laïques des Hauts de Seine, coll. Idées en Seine, pp.33-36.

Conord Sylvaine, 1998, « Mémoire visuelle, mémoire vive, d'un groupe de femmes juives tunisiennes fréquentant Belleville », présentation et photographies, in *Le Belleville des juifs tunisiens*, par Simon Patrick et Tapia Claude, Paris, éd. Autrement, coll. Français d'ailleurs, peuple d'ici, pp. 128-140.

Depaule Jean-Charles, 1994, « Questions d'angle. A propos de photographies d'intérieur », in la revue *Xoana* n°4, Paris, éd. Jean-Michel Place, pp.119-133.

Dufour Hélène, oct. 1989, « Cafés des hommes en Provence », in *Terrain* n°13 « Boire », Paris, pp. 81-86.

France Claudine de, 1982, *Cinéma et anthropologie*, Paris, éd. de la Maison des sciences de l'homme.

Freund Gisèle, 1974, *Photographie et société*, Paris, éd. du Seuil, coll. Points.

Garrigues Emmanuel, 1991, « Le savoir anthropologique de la photographie », in la revue *L'ethnographie*, n°109, n° spécial *Ethnographie et photographie* (réuni et présenté par E. Garrigues), Paris, éd. par la Société d'ethnographie de Paris, pp.16-54.

Giraud Robert, « Bistrots », 1960, photos et commentaires de Robert Doisneau, in *Le Point*, revue artistique et littéraire, t.LVII.

Harper Douglas, 1988, « Visual sociology. Expanding sociological vision », in la revue *The american sociologist*, pp. 54-70.

Mead Margaret, et Bateson Gregory, 1942, *Balinese character, a photographic analysis*, éd. spécial publication de l'Académie des sciences de New York, vol II, 759 photos, Wilbur G. Valentine editor.

Morier Françoise (sous la direction de), 1994, *Belleville, Belleville. Visages d'une planète*, Paris, éditions Créaphis.

Papinot Christian, 1992, « Vers une pratique photographique participante ? », in le *Journal des anthropologues* n°49, Montrouge, AFA (Association Française des Anthropologues), pp.151-158.

Peroni Michel, et Roux Jacques, (coordonné par), 1996, *Le travail photographié*, Paris, publications de l'université de Saint Etienne, CNRS édition.

Pétonnet Colette, 1987, « Variations sur le bruit sourd d'un mouvement continu », in *Chemins de la ville. Enquêtes ethnologiques* (ouvrage collectif sous la direction de Jacques Gutwirth et Colette Pétonnet), éd. CTHS, pp.247-258.

Piette Albert, 1992, « La photographie comme mode de connaissance anthropologique », in la revue *Terrain* n°18, Paris, p. 131.

Ronis Willy, 1984, *Belleville-Ménilmontant*, livre de photographies, Paris, Les éditions Arthaud.

Steiner Anne, sept. 1993, « Les cafés de Belleville », in *Hommes et migrations* n°1168, Paris, pp. 20-25.

Terrenoire Jean-Paul, 1985, « Images et sciences sociales : l'objet et l'outil », in *Revue française de sociologie* XXVI-3, Paris, pp. 509-527.

CHAPITRE IV

LA SOCIABILITE DANS LES BARS DE NUIT : UN ENSEMBLE DE PRATIQUES RITUALISEES PARTICIPANT A LA PERIODE DE LA JEUNESSE³⁰

Introduction

Après nous être intéressés spécifiquement au Café Oz, nous élargissons maintenant le champ d'étude à la fréquentation des bars de la capitale par une population ayant entre 20 et 30 ans, pendant une tranche horaire qui s'étend du début de soirée (20 heures environ) au petit matin (05 heures environ). Ce chapitre vise ainsi à étudier les modes de sociabilité des jeunes dans les bars de nuit parisiens.

Les bars de nuit sont considérés comme des lieux de rencontres. Ils regroupent des individus au sein d'un espace restreint et se présentent de ce fait comme un endroit public qui facilite les prises de contact. Leurs clientèles sont relativement homogènes au niveau de l'âge et de l'appartenance à un milieu social.

La fréquentation du milieu de la nuit est communément perçue comme étant désorganisée, dans la mesure où les bars de nuit se présentent comme des « défouloirs » où les gens se côtoient librement, avec peu de codes à respecter. Cette perception s'opposerait à celle de la vie diurne, la dernière étant soumise à une importante réglementation des comportements.

Cependant nous constatons que l'espace-temps particulier que constituent les bars de nuit est également régi par un ensemble de règles de comportements qu'il ne faut pas

30 Magdalena Jarvin. Ce chapitre fait suite à une enquête pour un DEA à Paris V – Sorbonne, sous la direction de Dominique Desjeux, en 1997.

enfreindre, mais qui ne sont pas explicites. Ces codes sont rarement élaborés par la population globale, mais bien par celle constituant les clients des bars de nuit, ici les jeunes.

1. La jeunesse, des groupes à la recherche de nouvelles sociabilités

Pour Olivier Galland (1991), la notion de « jeunesse » décrit une situation sociale particulière à la société occidentale contemporaine. Il s'agit d'une période de transition entre deux états, deux statuts sociaux. D'une façon schématique, la première situation est celle de l'individu habitant chez ses parents et qui est généralement encore étudiant, et la seconde celle de l'installation individuelle ou avec quelqu'un, à la fin des études et / ou lors de l'entrée dans la vie active. La classe d'âge la plus concernée serait celle des 20-30 ans.

L'auteur avance trois raisons à l'apparition de cette nouvelle période de la vie, à savoir une scolarisation prolongée, une maîtrise de la fécondité et une augmentation du chômage et du travail précaire. Evidemment il existe des cas de personnes ayant quitté le domicile parental avant cet âge pour des raisons diverses (déménagement pour faire des études ailleurs³⁰, problèmes au sein de la famille par exemple³¹), de même que certains quitteront la maison familiale plus tard (en raison de problèmes financiers par exemple), ou parce que certains individus n'ont pas le désir de s'installer durablement (dans un lieu ou dans une situation professionnelle, amoureuse, etc.).

a. La jeunesse : une période de transition entre nomadisme et sédentarisation

Nous partons de l'hypothèse que cette période transitoire, lorsqu'elle a lieu, prend une allure de « nomadisme »³², d'un moment d'instabilité entre deux pôles de sédentarisation. Il

30 Cf. sur le déménagement, la mobilité et les rites, Dominique Desjeux, Anne Monjaret, Sophie Taponier (1998).

31 Sur l'évolution de la famille et son rôle dans la construction identitaire voir, François de Singly (1996).

32 Cf. sur le nomadisme Pierre de Lagarde (1997) ; Michel Maffesoli (1997).

s'agirait d'une situation où un certain nombre de remises en question peuvent être opérées dans la conscience de l'individu. En s'installant hors du domicile parental, les schémas traditionnels de comportement se modifient dans la mesure où l'individu se trouve dans un nouveau contexte spatial et situationnel. Ainsi il va créer des habitudes, adaptées à sa nouvelle situation. Ce qui est ici nommé « habitudes » regroupe un certain nombre de comportements, dont un en particulier fera l'objet de cette étude : les nouvelles formes de sociabilité.

La sociabilité est un mécanisme social qui désigne les formes de la relation aux autres. Pendant la période de la jeunesse, la sociabilité prend des formes qui lui sont particulières. En effet, ayant quitté le foyer parental, ou tentant de s'en émanciper, la sociabilité de l'individu évolue et se transforme.

En général, un groupe d'amis s'est construit lors de la fréquentation de l'école, mais après la fin du lycée les projets des étudiants varient et provoquent éventuellement une dispersion des membres du groupe. De la même manière, des jeunes, en quittant le domicile parental, connaissent un affaiblissement de l'intensité des liens avec leur famille. Dans les deux cas, le changement est d'autant plus important qu'il implique un éloignement géographique.

Ces groupes primaires se décomposant quelque peu, l'individu ressentira le besoin de recréer un réseau de relations, se traduisant par une nouvelle forme de sociabilité. Par quels moyens pourrait-elle s'opérer ? Dans un premier temps à travers les activités quotidiennes, dans le domaine professionnel (collègues de bureau) ou dans le cadre des études (amis d'université ou d'école supérieure). Cependant, il existe d'autres lieux et occasions pour faire des rencontres, comme par exemple la participation à des activités culturelles ou sportives, ou lors des sorties (dans des bars et boîtes de nuit). Le travail ici présenté se limitera à l'étude des nouvelles formes de sociabilité qui se déploient dans les bars de nuit parisiens.

b. Les rites

La notion de rite cherche ici à décrire le moment de passage entre deux statuts sociaux, celui lié à l'adolescence et celui lié à l'âge adulte, même si la frontière entre ces étapes du cycle de vie ne sont pas toujours simples à repérer ou à distinguer aujourd'hui³³. Les sorties dans les bars de nuits parisiens ne constituent pas à elles seules un rite de passage dans le sens classique du terme, mais se présentent plutôt comme un ensemble de pratiques ritualisées pendant cette période de la vie, et deviennent de ce fait un analyseur de la sociabilité pendant la jeunesse.

Procédons néanmoins à une brève description des rites de passage dans les sociétés dites traditionnelles, pour mieux comprendre ce en quoi ils ressemblent et se distinguent du phénomène ici étudié. Dans les sociétés dites traditionnelles, les rites de passage concernent les adolescents ayant atteint la puberté³⁴. Ils font alors l'apprentissage d'un certain nombre de savoirs, ayant pour but une préparation au statut « adulte ».

Le contenu de ces rites initiatiques diffère selon les sexes car ils ne remplissent pas les mêmes fonctions. Une jeune fille recevra un enseignement plus individualisé qu'un garçon. Ce dernier intégrera une « cohorte » (classe d'âge) et sera confronté à des épreuves collectives. La ségrégation sexuelle dont font l'objet les jeunes s'explique par la différence de leurs rôles sociaux futurs et leurs apprentissages ne sont donc pas les mêmes.

Schématiquement, ces rites ont lieu lorsque l'individu a atteint une maturité sexuelle et physiologique, et ont pour fonction essentielle l'intégration au monde « adulte » avec les tâches et responsabilités que cela comprend. « Puberty rites are a widespread cultural training or testing period and ceremony for inducting adolescents into adulthood »³⁵.

33 Cf. Philippe Cabin (éd.), 1999, « L'individu en quête de soi », Sciences Humaines n°91, pp. 19-35.

34 La description qui va suivre est inspirée de G. Weisfeld (1997).

35 « Les rites de puberté sont une période de formation culturelle ou de mise à l'épreuve et de cérémonies largement répandues pour encourager les adolescents à atteindre un statut adulte » (traduction M.J.).

La première définition des rites de passage traditionnels a été donnée par Arnold van Gennep. Les rites comprennent trois phases (Rivière, 1995, p22) : une séparation et rupture d'avec le monde profane ; une marginalisation dans un lieu sacré et une formation à un nouveau mode d'être ; une résurrection symbolique et une agrégation solennelle dans la communauté, avec un statut supérieur.

Les individus faisant l'expérience de ces rites de passage sont soumis à de nombreux interdits (alimentaires et sexuels) et pris en charge par d'anciens initiés, servant d'instructeurs. Après avoir connu une mort symbolique, marquant une rupture avec le passé (stade enfant), ces individus sont mis à l'écart du reste de la société et initiés à un savoir spécifique sur leur culture (mythes, langage, coutumes). Ils apprennent des rites particuliers par des épreuves de courage et d'habileté, qui les soumettent au respect d'un code moral religieux. Leur changement de statut (d'enfant à adulte) se manifeste ensuite à l'occasion de grandes fêtes avec tous les membres de la société, où ils acquièrent un nouveau nom, des scarifications, des parures propres aux nouveaux initiés.

Dans notre société, il n'existe pas de rites de passage aussi clairement définis que ceux cités ci-dessus. Des épreuves comme le baccalauréat ou le service militaire par exemple, peuvent être en partie considérées comme des rites de passage, mais qui ne touchent que certains individus. De même, des expériences comme la première ivresse, la première cigarette ou le premier rapport sexuel peuvent être considérées comme initiatiques au statut adulte, mais ces actes n'engendrent pas non plus un changement de statut avec un accompagnement institutionnel officiels. Ils relèvent plutôt de micro-rites du quotidien dont l'accumulation peut produire une aide au passage (cf. D. Desjeux et alii, 1998).

Pour ces raisons, nous avançons l'idée qu'un plus grand nombre d'expériences devient nécessaire pour permettre l'évolution sociale des individus. Ce sont des pratiques ritualisées qui se déroulent pendant la jeunesse (20-30 ans), période pouvant représenter sur le long terme, le passage entre deux statuts sociaux. Le passage d'un statut à un autre n'a de

ce fait pas lieu en un espace temps limité et ponctuel, mais au contraire sur une période plus longue, comprenant un certain nombre de conduites et d'attitudes associées à des micro-rites réalisés dans des contextes variés.

Ces expériences, vécues à un niveau individuel et collectif, ont parfois l'aspect d'une remise en cause des normes sociales. Contrairement aux rites dits traditionnels, prescrivant une formation directe aux règles régissant la société, ceux dits modernes se présentent comme une opposition ou une inversion à ces mêmes règles³⁶. Cependant, cette opposition peut avoir pour effet une soumission aux normes sur le long terme et dans ce cas, c'est en les déstabilisant, en les désorganisant, que les individus prennent conscience de leur légitimité et s'y conforment par la suite.

Il existe donc un certain nombre de différences entre les rites de passage des sociétés dites traditionnelles et ceux des sociétés dites modernes, mais ils semblent néanmoins remplir une même fonction, qui est celle d'une initiation et une préparation au « statut adulte ». Mais les mises en œuvre de ces rites sont en quelque sorte opposées. Ils favorisent l'intégration des normes sociales les uns, « traditionnels », par un apprentissage systématique et encadré, les autres, « modernes », par une mise à l'épreuve des limites individuelles et sociales à ne pas dépasser ou au contraire vis-à-vis de la transgression de ces mêmes normes sociales.

Les rites de passage dans les sociétés dites traditionnelles sont très liés au sacré et à un encadrement institutionnel. Les rites institutionnels et religieux dans les sociétés occidentales ont moins d'importance aujourd'hui. Les rites entraînent une faible mobilisation du sacré, à l'exception des pratiques religieuses comme le baptême ou le mariage pour les chrétiens. Ces comportements se définissent plus comme des pratiques ritualisées socialement, que comme des rites sacrés. Ils correspondent soit à des rites d'interaction, ceux qui sont

36 Sur l'inversion pendant la période de la jeunesse, cf. le travail de recherche en cours de finition d'Isabelle Garabuau-Moussaoui sur les pratiques culinaires des jeunes (doctorat à Paris V - Sorbonne, sous la direction de D. Desjeux).

décrits par Goffman et que nous reprendrons ci-dessous, soit à des micro-rites dont l'accumulation permet le passage d'un statut à un autre.

Nous ne considérons donc pas que ces pratiques sont des rites de passage pour les jeunes qui en font l'expérience, mais qu'il est plutôt question de comportements ritualisés, structurés socialement et non pas sacrés (dans le sens d'une croyance magique ou religieuse). Ceci n'exclut pas la ressemblance entre la marginalisation des individus lors d'un rite de passage dit traditionnel et la fréquentation des bars de nuit des jeunes occidentaux, malgré leur différence de fonctionnalité.

c. La « génération X »

L'appellation « Génération X » vient du roman d'un auteur canadien, Douglas Coupland (1991), dans lequel il décrit les conditions de vie de la jeunesse nord-américaine actuelle. Nous suggérons que ses observations s'appliquent aux jeunes du vieux continent également. Bien que nous partions d'un postulat qui est que bien souvent la jeunesse, en fonction des époques ou des cultures, joue à la fois un rôle de contestation et de pérennisation de l'ordre social³⁷, la jeunesse actuelle présente cependant certaines particularités.

En effet, son « manque de repères » supposé causé par une crise mondiale, une explosion des moyens de communication, une « éducation libérale » et une absence d'idéologie commune, favoriserait l'éclatement de cette classe d'âge en groupuscules, ainsi que la naissance d'un grand nombre de tendances (de mode, de musique, de revendications, etc.). Ceci pourrait expliquer la difficulté à nommer cette génération, d'où le « X ». Le sentiment d'impuissance que semblent éprouver ces individus face à l'avenir contribuerait alors à leurs conduites teintées d'une opposition sourde. Contrairement à la génération de leurs parents, les jeunes d'aujourd'hui paraissent moins mobilisés, ne menant pas de lutte commune contre une cause définie dans la mesure où leurs peurs sont essentiellement fondées sur l'incertitude face à l'avenir, et non

37 Cf. la recherche de Ivan Vangu Ngimbi sur la contestation politique de la jeunesse au Zaïre au moment des funérailles familiales (1997).

pas sur la menace d'une guerre comme dans les années 60 par exemple.

Alors que reste-t-il à ces jeunes ? Quels mouvements contestataires peuvent-ils mener ? Quelles valeurs renverser qui ne l'ont pas encore été par leurs parents ? Ces derniers ont entre autres favorisé l'émancipation féminine et leurs enfants la poursuivent. Les parents ont inventé l'ordinateur et leurs enfants ont de ce fait accès à un monde virtuel et la possibilité de communiquer avec des individus se trouvant à l'autre bout du monde. Les parents ont connu le « sexe, drugs and rock'n roll » et leurs enfants sont confrontés au SIDA, aux drogues de laboratoire et à la musique « industrielle » (mouvement techno). Les parents étaient à Woodstock et leurs enfants fréquentent les « raves ». Les parents ont connu la solidarité et leurs enfants l'exclusion.

Les rapports des jeunes avec leurs parents constituent un élément de différence fondamental entre les deux générations. Jean-Paul Dubois (1993), auteur d'un article traitant du phénomène Génération X, pense que les « boomers » avaient une relation « traditionnelle » avec leurs aînés, dans le sens où ces derniers représentent l'autorité et la norme. Les jeunes d'aujourd'hui ne reçoivent pas toujours cet appui de leurs parents qui ne jouent pas leur rôle d'instructeur et de guide dans la vie de leurs enfants. En effet, un idéal de jeunesse est de plus en plus valorisé, ce qui ôte aux aînés leur pouvoir symbolique.

Deux conséquences peuvent en découler, une limitation de l'attrait vers le statut adulte, mais aussi la difficulté d'y parvenir, les parents n'en indiquant pas toujours le chemin. La Génération X connaît donc une difficulté lors de la construction d'une identité individuelle, mais aussi sociale. Incertains face à l'avenir et ne sachant pas toujours quelle direction prendre, ces individus manquent de repères et cherchent alors à s'imposer des limites, en défiant celles du possible.

Les sentiments des membres de la jeunesse actuelle se traduisant souvent par la musique, le groupe de rap français NTM, entre autres, exprime la haine et le désespoir de sa génération et revendique une plus grande reconnaissance des

dirigeants du pays, qui ne leur accorderaient pas suffisamment d'attention : « *Où sont nos repères ? Qui sont nos modèles ? ; De toute une jeunesse vous avez brûlé les ailes ; Brisé les rêves, tari la sève de l'espérance* »³⁸.

Cet extrait souligne l'idée que la Génération X se sent délaissée par toute autorité, ayant peu ou pas de modèles à suivre, ce qui engendrerait une haine chez certains, un désespoir chez d'autres. Il revient alors à chacun de construire ses propres repères et c'est pendant la période de la jeunesse que cette opération a lieu.

Cette période de la vie constitue de ce fait une phase transitoire entre deux statuts établis, mais ne se présente pas uniquement comme une attente inquiétante et indéfinie. Pendant ce moment de transition, les individus vont au contraire faire l'expérience d'un nouveau mode de vie, de nouvelles habitudes et conduites soumises à certaines contraintes, mais qui ne sont pas les mêmes que celles de la société élargie. En effet, ils produisent un ensemble de normes, propres à leur situation. L'ordre social est remis en cause et mis à l'épreuve, mais nous verrons qu'il est malgré tout en partie respecté et reproduit. C'est en s'opposant que les individus prennent mieux conscience des règles, et une majorité d'entre eux finissent par les adopter entièrement.

2. Les formes de la sociabilité amicale

Chaque être social est en contact avec d'autres et c'est cette coexistence et les échanges qui en découlent qui définissent la sociabilité. La sociabilité se réalise ainsi lors d'une co-présence d'individus à travers leur échange, essentiellement verbal.

Il existe plusieurs formes de sociabilité pendant la période de la jeunesse, mais nous nous limiterons ici à l'étude de celle qui se fait avec les amis de longue date et celle avec des personnes rencontrées dans les bars. Elles ne sont pas du même ordre, la première unissant des individus déjà proches et la seconde rapprochant des personnes qui se plaisent à première

³⁸ Extrait de « Qu'est-ce qu'on attend » de Supreme NTM, album : Paris sous les bombes, 1995.

vue et qui souhaitent établir un contact. Ces échanges ne se déroulent pas toujours dans les mêmes lieux, les retrouvailles entre amis pouvant se faire à domicile et parfois à l'extérieur, tandis que les rencontres de nouvelles personnes s'opèrent essentiellement dans les bars.

Les rapports avec des amis connus depuis plusieurs années ne sont pas les mêmes qu'avec les personnes récemment rencontrées. En effet, avoir vécu des expériences communes, de même qu'avoir vu ses amis évoluer et changer au fil du temps, peut favoriser un rapprochement entre les individus. On connaît l'histoire de l'autre, ses bonnes et mauvaises aventures, ses humeurs, sa situation générale. Les relations qui en résultent seront alors basées sur la confiance, la sincérité, la réciprocité.

a. La constitution des groupes d'amis

Parmi les personnes rencontrées dans le cadre de cette enquête³⁹, certaines ont un groupe d'amis qui s'est formé à l'époque où elles étaient encore au lycée, tandis que d'autres fréquentent des personnes rencontrées plus tardivement dans la vie, le groupe « des années lycée » s'étant dissout.

Les individus ayant déménagé depuis leur entrée dans la période de la jeunesse ont parfois eu du mal à entretenir les contacts avec les amis d'enfance ou d'adolescence, mais une séparation ne met pas forcément en péril une vraie relation d'amitié : « *Mes amis les plus proches je les ai rencontrés dans le village où j'habitais en Suisse. Je les ai connus au lycée. On s'appelle tous les mois, tous les deux mois et chaque fois que je retourne en Suisse je les vois tous, j'essaye d'en faire la tournée pour les voir tous.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse). L'intensité de ces relations pourrait s'expliquer par des événements vécus ensemble ayant eu une force unificatrice, comme des soirées ou des vacances passées ensemble pendant l'adolescence.

Les affinités avec des individus connus au lycée peuvent également se lire à travers la similitude des situations. Une

39 L'étude a été réalisée auprès de 25 personnes ayant entre 20 et 30 ans, rencontrées au Café Oz.

personne étrangère ayant eu une scolarité aux côtés d'autres étrangers recherchera par la suite ce même cadre de sociabilité : *« J'ai connu mes amis actuels au lycée, qu'au lycée quasiment et après par extension, des amis de gens que j'ai connus au lycée, très peu de gens rencontrés au hasard, pas de gens du tout rencontrés à la fac. Ils ne sont pas différents en général de ceux que j'ai rencontrés au lycée, mis à part le fait peut-être que ce sont des Franco-français. Cela joue, toutes les personnes avec qui je me sens bien sont des gens qui ne sont pas Français. »* (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Mis à part les affinités individuelles, un passé commun semble donc contribuer au maintien de ces relations dans le temps. Les amis sont des êtres proches qui vont parfois jusqu'à remplacer l'absence de la famille d'origine quittée, mais lors de l'entrée dans la vie « adulte », le groupe d'amis tend parfois à se dissoudre.

b. L'importance accordée aux amis pendant la jeunesse

Lorsque les personnes rencontrées ont évoqué les individus qu'elles fréquentaient, elles n'ont pas manqué de souligner la différence de nature des relations entretenues. Ainsi, les amis proches se distinguent des connaissances. Le groupe d'amis pouvant se dissoudre à la fin de la période scolaire, certains individus gardent néanmoins des contacts avec leurs amis, mais sans pouvoir les revoir fréquemment. S'il s'agit d'un ami proche, cette séparation n'endommage pas la relation, tandis qu'une connaissance faite plus récemment a justement besoin d'un entretien régulier pour subsister : *« Les gens qu'on rencontre comme ça tu ne restes pas régulièrement en contact avec eux, tu perds contact, alors que mes amis du lycée, E. par exemple, je ne l'ai pas appelé pendant trois ans et ça ne change rien, C. est aux Etats-Unis, elle revient, ça ne change rien c'est comme avant, on peut compter sur eux. »* (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Un bon ami est une personne qui comprend l'autre, qui le connaît et l'accepte tel qu'il est. De plus, il est toujours là pour aider l'autre en cas de besoin, tandis qu'une connaissance ne fait pas autant d'efforts : *« Il y a les connaissances et les amis.*

Un ami c'est quelqu'un sur qui tu peux compter si t'as un problème. Là j'ai des entretiens à Paris, si je n'avais pas d'amis je serais obligé de prendre un hôtel, ils me logent autant de temps que je veux. Ils savent qu'eux, pareil, s'il y a quelque chose je serai là. C'est pour ça, on n'a pas beaucoup d'amis dans la vie. » (Daniel, 25 ans, Français).

La famille d'origine apporte généralement le soutien moral nécessaire aux enfants. Lorsqu'ils s'émanent du foyer parental, un grand nombre de ces individus ayant encore besoin d'être entourés, se tournent alors vers leurs amis. Ces derniers servent de support, ils sont là pour l'entraide, on peut toujours compter sur eux et ce groupe de pairs peut même aller jusqu'à remplacer la famille d'origine pour certains.

La période de la jeunesse constituant une phase transitoire entre deux statuts établis, l'individu souhaite parfois se défaire des liens parentaux pour pouvoir expérimenter de lui-même, avoir de nouvelles conduites et un nouveau mode de vie, tenter de voler de ses propres ailes en quelque sorte. Etant encore « novice » et manquant parfois d'assurance, il peut trouver un soutien auprès de ses amis. Le passage du groupe familial à celui des pairs peut donc s'expliquer par un besoin de réconfort.

Cette volonté de regroupement entre pairs peut être rapprochée du phénomène de rite de passage des sociétés dites traditionnelles. En effet, ces expériences se font en compagnie d'autres individus du même âge, se trouvant dans la même situation et les découvertes se font ensemble, sont partagées par des personnes qui se posent les mêmes questions, qui ont les mêmes incertitudes. Il devient donc nécessaire d'être entouré par des proches, des personnes qui se comprennent et s'entraident, pour mieux vivre la prise de risque engendrée par l'expérimentation d'un nouveau mode de vie. Les individus ne désirent plus être guidés par leurs aînés, leur indiquant certains chemins et en déconseillant d'autres, mais plutôt les découvrir par eux-mêmes et entre pairs.

Les amis peuvent également connaître une autre forme d'éloignement lorsqu'ils entrent dans l'étape suivante de la vie. En effet, un individu ayant un travail stable, des contraintes horaires, une relation amoureuse durable et éventuellement des

enfants, a moins de temps à consacrer aux sorties entre amis. Les personnes n'étant pas encore soumises aux contraintes professionnelles ou matrimoniales prévoient de ne pas être éloignées ou séparées de leurs amis plus tard, et le maintien du contact avec les amis semble réaliste à condition que les autres membres du groupe le souhaitent également : « *Plus tard j'aimerais bien avoir un groupe d'amis avec qui je ferais des choses, sortir, manger chez les uns ou les autres, partir en vacances, garder ce côté-là. Je pense que c'est possible même si on a une famille, ce n'est pas inconciliable, c'est une question de répartir le temps entre les différents intérêts qu'on a. C'est tout à fait conciliable, enfin il faut aussi trouver des personnes qui considèrent aussi que c'est conciliable.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

L'entrée dans la vie professionnelle et / ou conjugale se présente alors comme un moment où les individus peuvent se rendre compte s'ils ont de vrais amis ou non. Continuer à voir quelqu'un malgré des obligations signifierait ainsi une bonne relation d'amitié : « *C'est là justement que tu vois si c'est un bon ami ou pas, c'étaient mes amis avant, je comprends tout à fait qu'ils ont leurs enfants, leurs femmes, qu'ils ont moins de temps à me consacrer, mais bon, quand je les vois je suis content de les voir et je passe un bon moment avec eux, ça reste des amis.* » (Stéphane, 32 ans, Français).

Ces jeunes ressentent le besoin de la présence du groupe de pairs et imaginent difficilement s'en éloigner un jour. Cependant, des individus soumis à certaines contraintes (professionnelles ou matrimoniales) doivent parfois admettre un fait qu'ils avaient peut-être nié quelques années auparavant. La « famille » constituée pendant la période de la jeunesse se voit à son tour remplacée par le nouveau ménage fondé par les individus lorsqu'ils s'installent durablement.

c. Les modes de sorties des groupes d'amis

Connaissant la manière dont les groupes d'amis ont pu se former, ainsi que l'importance qu'il leur est accordée pendant la jeunesse, nous allons maintenant aborder les formes de sociabilité qui en résultent. Les individus étant occupés en journée, les retrouvailles se font après les activités

quotidiennes, dans un bar, dans un restaurant ou au domicile de quelqu'un.

La majeure partie du temps, la décision de sortir se prend la journée même, à la dernière minute. Le rendez-vous peut être donné dans un bar ou au contraire chez l'un d'entre eux, cette dernière possibilité permettant de prendre une décision commune quant à l'endroit de sortie ultérieure : « *Peut-être qu'on se retrouve ici parce qu'on n'a pas encore décidé de l'endroit où on va, parce qu'on ne sait pas combien on sera, parce qu'on est mal organisé, à tous les coups il y en a encore un qui attend un coup de fil, qui va en passer un encore, alors on se retrouve et on décide plus tard dès qu'on a des nouvelles de tout le monde.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Cependant, les retrouvailles avec des personnes pas vues depuis longtemps, les dîners organisés à domicile ou au restaurant, les occasions de fête particulières, font l'objet d'une certaine prévision : « *De temps en temps quand on fait un dîner chez soi on a envie de réunir un certain nombre de personnes donc on téléphone à l'avance pour voir si tout le monde est joignable, si tout le monde est là, ce sont les gens qui sont là qui sont importants, ce n'est pas le fait de sortir qui est important. Pareil au restau parce qu'il faut décider à quel endroit on va, pour savoir s'il faut réserver ou pas.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Certains vont donc se réunir au domicile de l'un des membres du groupe, soit pour décider de la suite de la soirée, soit pour y dîner. Le choix de dîner à domicile peut être motivé par le coût des sorties ou par le fait que l'atmosphère y est plus calme et détendue. Inviter des amis chez soi laisserait plus de liberté d'action aux individus, tandis que dans les bars le regard des autres clients peut devenir oppressant : « *Je préfère largement rester chez moi et inviter des gens et faire la fête chez moi, ou chez quelqu'un, que d'aller dans un bar ou une boîte. Parce que tu as plus de liberté de faire ce que tu as envie de faire. Enfin, ce que je reproche aux sorties en général, c'est le jugement des autres que tu ne connais pas. Souvent dans un bar, enfin c'est rare de tomber dans un bar où tu fais ce que tu veux, ou personne te juge pour ce que tu fais, pour ce que tu portes, pour qui tu fréquentes et c'est ce que je reproche aux*

bars parisiens, c'est le regard qu'ont les autres sur toi, tu peux pas faire tranquillement ce que tu veux. » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Après avoir mangé, certains souhaitent sortir dans un bar. Ceci serait motivé par la volonté de voir d'autres gens et éventuellement faire de nouvelles connaissances : « *Pourquoi on sort après avoir mangé? Pour tâter l'ambiance nocturne, boire un coup, puis on a envie de sortir, je suis avec des potes aussi pour pouvoir mieux sortir, ils sont célibataires aussi donc c'est vrai que ça permet de discuter avec de jolies filles. » (Jean, 27 ans, d'origine irlandaise).*

La pratique de la tournée des bars semble habituelle pour certains et occasionnelle pour d'autres. Elle consiste en un déplacement de bar en bar et ce parfois toute la nuit. Cela permet aux individus de découvrir plusieurs endroits avec des ambiances différentes et cela peut donner un nouvel élan aux participants : « *Si on part dans un autre bar on sait qu'on va être reparti pour encore une tournée, on reprend un petit peu du goût de sortir, cette excitation est ranimée donc on continue à consommer, enfin on reprend le processus à zéro. » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).* Cependant cette pratique présente également des contraintes, de déplacement et de coût.

Après une soirée passée en compagnie de leurs amis dans un ou plusieurs bars, certains préfèrent aller en boîte de nuit, ou rentrer chez eux pour trouver le sommeil, tandis que d'autres continuent la soirée ensemble au domicile de l'un d'eux. Il y aurait ainsi un retour à la case départ, permettant aux personnes de retrouver l'ambiance plus intime qu'il pouvait y avoir avant la sortie dans les bars, et de terminer la soirée de manière progressive : « *Disons que quand on se dit à un moment 'bon on s'en va, on part', on va beaucoup plus chez quelqu'un si les gens n'ont pas envie de rentrer chez eux, on va plus souvent chez les gens que dans un autre bar. Peut-être qu'on a envie de retrouver l'intimité, en fin de soirée on discute, il y a des discussions plus intéressantes, plus profondes ou plus intimes, personnelles et on a envie de retrouver ce contexte-là, matériellement, autour de soi. » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).*

D'une manière générale, nous observons un mouvement important. En effet, ces individus se déplacent lors de leurs rencontres et semblent rarement rester dans un endroit fixe. Le désir de changer de lieu de fréquentation (du domicile au bar), la volonté d'évoluer pendant la nuit (de bar en bar) pour finalement se retrouver chez quelqu'un, traduisent une mise à l'épreuve des capacités individuelles et groupales. Le mouvement perpétuel et incessant souligne la curiosité, la recherche de nouvelles expériences passant par la rencontre de nouvelles personnes, la découverte d'ambiances variées. Les individus défient leurs limites physiques (fatigue), parfois financières (prix élevé des sorties) et le groupe partage une expérience commune, ayant pour effet un rapprochement, un renforcement de la cohésion intragroupale.

Il semble alors que la dynamique des sorties se traduise comme un refus du vieillissement, symbolisé par la stagnation et le manque de changement. Ainsi une personne se reprochait de ne pas fréquenter plusieurs bars, d'être habituée à un endroit et de ne pas chercher à en découvrir d'autres : *« Il m'arrive de me dire qu'il faudrait voir autre chose. Ici (le Café Oz) je suis connu, je les connais alors pourquoi chercher autre chose ? Mais il faudrait. Il faudrait que je change, que je sois un peu curieux, pour ne pas avoir l'impression de stagner peut-être, pour sortir de la routine. Quand on devient habitué, c'est qu'on se fait vieux. Essayer de se motiver à sortir des rails. »* (Pierre, 26 ans, Français).

En plus du rôle de « substitut » à la famille d'origine quittée, le groupe de pairs revêt ainsi une signification d'autant plus importante qu'il partage des pratiques de sorties communes, et les membres qui le constituent créent ensemble l'opposition face aux normes prescrivant un mode de vie diurne et non pas nocturne.

d. La recherche d'une ambiance favorisant les rencontres dans les bars

Les personnes rencontrées ont exprimé une volonté d'être entourées par des individus similaires au sens large (même tranche d'âge), mais à l'intérieur de cette homogénéité existent malgré tout des différences : de statut (étudiant / actif) et

d'origine (nationalité, culture). Il est nécessaire de souligner ici qu'une partie de la population étudiée a des origines étrangères et elle fréquente le Café Oz, bar accueillant beaucoup d'étrangers, ce qui pourrait expliquer son ouverture face à l'inconnu, son désir de rencontrer des individus d'horizons divers.

La première question posée lors des entretiens individuels était la même pour tous, à savoir « Qu'est-ce qu'un bon bar pour toi ? ». Les réponses données étaient à peu de choses près toujours les mêmes et tentaient de décrire la notion d'ambiance. Dans les critères d'un bon bar entre le rapport à autrui. Un bar apprécié accueille des personnes avec lesquelles les conversations s'engagent facilement, ce qui sous-entend que tout le monde soit ouvert et réceptif. Une bonne ambiance pourrait ainsi être décrite comme « intime », dans le sens d'un rapprochement entre les individus, qui s'opposerait aux bars où les clients se dévisagent : « *C'est un petit bar, intime, j'aime bien les petits bars avec une ambiance intime. Intime mais ouvert, il n'y a pas de voyeurisme, des gens qui viennent qui disent 'regarde comment elle est habillée' tout ça, mais où tu rencontres des gens.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

L'attraction vers les bars fréquentés par des étrangers est forte car il semblerait qu'une clientèle d'origine étrangère soit plus vivante et plus « ouverte » que les Français : « *La relation aux étrangers est assez sympa. En général ils sont là vraiment pour s'amuser, ils sont là un peu en vacances, donc il y a un côté où les gens se lâchent bien, ils sont détendus, ils sont sympas. Les Français sont un peu plus coincés, c'est peut-être dans la mentalité de chez nous, en général je trouve que les étrangers se lâchent plus, sont plus dans la fête.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

La musique a également été citée comme facteur constitutif d'une bonne ambiance, dans la mesure où elle entre dans la définition de « faire la fête ». De plus, le contact peut être facilité lorsque les gens dansent : « *Il y a des bars dans lesquels tu danses, tu t'éclates un peu, il y a des contacts qui se font avec les gens qui sont un peu comme toi. Le contact se fait assez naturellement en dansant.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

Par ailleurs, le personnel doit être accueillant puisque cela participe à l'ambiance générale du bar : « *Cela dépend aussi des gens qui fréquentent l'endroit, surtout accueillant au niveau du personnel, je trouve que c'est vraiment important. Pour ça ils doivent être amicaux. Cela se traduit par la bonne humeur, le sourire, la dynamique.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

A ce stade de la vie, les individus n'ont pas toujours de grands budgets et cherchent des bars où le prix des consommations n'est pas trop élevé. Le facteur « boissons pas trop chères » influe sur l'ambiance dans le sens où des prix peu élevés permettent aux gens de consommer plus, ce qui aura pour conséquence une amélioration de la communication. Ce critère entre donc également dans la définition d'un bon bar.

Finalement, l'aménagement du bar a été cité comme élément constitutif de l'ambiance. L'originalité de la décoration est appréciée et depuis peu apparaissent les « bars à thèmes », dont la décoration répond à un certain genre (Latino, Australien...) : « *Une bonne ambiance c'est une décoration agréable, un environnement harmonieux, peut-être une certaine originalité, par exemple des bars à thèmes.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Les principaux éléments participant à la définition d'un bon bar sont donc variés et semblent avoir peu de liens directs entre eux, ce qui rend complexe la description de la notion d'ambiance. Celle-ci est pourtant essentielle pour qu'un bar soit apprécié et attire des clients. Les éléments constitutifs de l'ambiance formeraient donc un tout et la contribution de chacune des parties à l'ensemble devient difficile à déterminer.

e. La notion d'ambiance comme facteur constitutif de la sociabilité

Michel Maffesoli (1988) présente l'hypothèse d'un processus de désindividualisation dans les sociétés de masse. Les individus se regroupent donc en « tribus » dans lesquelles chaque personne a un rôle à jouer, mais ces formations ne sont pas stables. L'élément liant temporairement ces personnages entre eux serait la communauté émotionnelle, ce qui participe à la définition du « paradigme esthétique » élaboré par l'auteur,

dans le sens d'éprouver et sentir en commun. Chaque individu présente de multiples facettes - ce qui rejoint l'idée de « persona », du masque changeant - pouvant ainsi être intégré dans différentes situations. Ces scènes sont jouées à plusieurs et c'est cette capacité d'éprouver en commun qui les rend possibles.

C'est dans cette perspective qu'entre la notion d'ambiance. Selon cet auteur, la « distinction » était peut-être une notion qui s'appliquait à la Modernité, mais qui n'est plus adéquate pour décrire les diverses formes d'agrégation sociales qui apparaissent maintenant. En effet, « celles-ci ont des contours indéfinis : le sexe, l'apparence, les modes de vie, voire l'idéologie sont de plus en plus qualifiés en des termes ('trans...', 'méta...') qui dépassent la logique identitaire et / ou binaire. Celle-ci va s'exprimer dans une succession d'ambiances, de sentiments, d'émotions. Il est par exemple intéressant de noter que ce à quoi renvoie la notion de *Stimmung* (atmosphère) propre au romantisme allemand, sert de plus en plus, d'une part pour décrire les rapports qui règnent à l'intérieur des micro-groupes sociaux, d'autre part pour spécifier la nouvelle manière dont ces groupes se situent dans leur environnement spatial (écologie, habitat, quartier). De même l'utilisation constante du terme anglais *feeling* dans le cadre des relations interpersonnelles mérite attention ; il servira de critère pour mesurer la qualité des échanges, pour décider de leur poursuite ou du degré de leur approfondissement. » (1988, p.23).

C'est donc bien la relation interindividuelle qui se situe au centre de la notion d'ambiance d'un bon bar, tel qu'il a été décrit par les enquêtés, puisqu'une prise de contact et une communication aisées favorisent la sociabilité.

3. Comment prendre contact

Les sorties dans les bars de nuit sont en partie motivées par la volonté de faire de nouvelles connaissances, mais il existe cependant une différence essentielle entre les deux formes de sociabilité ici étudiées, qui a trait à la nature des relations interindividuelles. En effet, les amis de longue date cherchent à

approfondir leurs rapports en vivant des expériences communes, tandis que les individus se rencontrant pour la première fois tentent d'établir des contacts. Les relations amicales anciennes ont été définies comme honnêtes et sincères alors que les approches dans les bars se présentent plutôt comme superficielles et comme un jeu de séduction.

a. Le désir de faire de nouvelles connaissances

De nombreux individus fréquentent les bars parce qu'ils sont considérés comme des lieux de rencontre. Il s'est avéré très difficile de définir la nature de ces échanges, à savoir s'il s'agissait d'une simple volonté d'apprendre à connaître d'autres personnes, ou s'il était seulement question de séduction. De toute manière, les deux semblent aller de pair, l'un pouvant entraîner l'autre, mais nous nous limiterons ici aux rencontres « sans arrière pensée », les individus rencontrés n'employant pas le terme « drague ».

La volonté de rencontrer de nouvelles personnes peut dans un premier temps être expliquée par le désir d'apprendre, d'être confronté à des individus de cultures étrangères par exemple. De plus, des intérêts communs favorisent éventuellement des rencontres ultérieures : « *Je propose d'échanger les numéros ou de se revoir quand je sens que ça se passe bien, ça je le sens quand j'ai un bon feeling avec la personne, quand l'échange est intéressant, quand la personne me plaît, qu'elle est sympathique.* » (Stéphane, 32 ans, Français).

Cependant, il arrive que les retrouvailles avec une personne rencontrée un soir dans un bar montrent que l'échange n'est finalement pas aussi intéressant que prévu. La surprise que peut engendrer la rencontre d'une personne connue peu de temps auparavant, peut s'expliquer par la superficialité des propos tenus lors de la première prise de contact un soir dans un bar. Les échanges avec certains clients peuvent être divertissants et permettre de passer une bonne soirée, mais n'auraient pas toujours de suite : « *Dans un bar je crois que je ne recherche pas grand chose, je n'attends pas grand chose, c'est une question de sympathie, je ne cherche pas à rencontrer quelqu'un qui m'apporte quelque chose pour toute ma vie, je*

cherche à passer un bon moment, même si c'est un petit moment. Un bon moment, c'est de discuter de tout et de rien, de rigoler, c'est vrai que ça fait plaisir de rencontrer quelqu'un qui a de l'humour, qui te raconte une bonne blague et de rigoler pendant un moment, mais je ne pense pas rechercher quelque chose de particulier. Cela ne m'est jamais arrivé de les revoir après. » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande). Les connaissances de bar sont ainsi souvent qualifiées de superficielles, certains préféreront pour cette raison rester au sein de leur groupe d'amis déjà constitué et cette attitude rend difficile la prise de contact dans les bars.

b. Les obstacles à la prise de contact dans les bars

La difficulté de la prise de contact dans les bars se situe à deux niveaux. Dans un premier temps, les personnes habitant à Paris reprochent souvent à leur entourage d'être peu ouvert et communicatif, ce qui rendrait rares les prises de contacts débouchant sur une relation d'amitié durable et sincère. De plus, de nombreux individus sortent en groupes et montrent alors peu d'ouverture vers l'extérieur.

Qu'elles viennent seules ou à plusieurs, certaines personnes sont toujours ouvertes aux autres et montrent leur volonté de faire de nouvelles connaissances. Cependant, il existe des facteurs qui rendent cette entreprise difficile. Ainsi, l'agencement du bar peut influencer sur les conduites des clients, et un bar proposant un grand nombre de places assises autour de tables diminuerait la possibilité des rencontres entre individus : « *Il y a quand même beaucoup de tables donc c'est plus des petits groupes qui viennent et qui se connaissent déjà, ils sont assis dans leur coin, c'est peut-être un peu plus dur de venir discuter.* » (Jean, 27 ans, d'origine irlandaise). Les personnes sortant en groupe cherchent à découvrir une ambiance, une population nocturne et sont parfois motivées par le désir de faire de nouvelles rencontres. Mais malgré une baisse de l'intensité des échanges intragroupaux lors des sorties (phénomène sur lequel nous reviendrons plus loin), une ouverture vers l'extérieur n'en résulte pas forcément pour autant. Même si les individus sont conscients de leur attitude peu extravertie, ils estimeront également que les personnes

extérieures ne font pas toujours le pas pour aborder un groupe déjà constitué : « *Plus on est au départ, moins on intègre de personnes je pense. A mon avis ce n'est pas dû à nous, c'est dû aux autres. Les gens ont peur peut-être de s'intégrer dans un groupe existant, où les gens ont déjà des connaissances, des liens.* » (Pierre, 26 ans, Français).

La manière d'aborder un groupe déjà constitué peut se traduire par un échange de regards ou une communication verbale. Mais le groupe concerné fait d'abord l'objet d'une observation et d'une évaluation, l'individu extérieur se demandant s'il souhaite (ou ose) chercher à s'y intégrer : « *Parfois je demande directement 'je peux venir avec vous' ou parfois je rigole un peu avant et je demande après, mais parfois je sens quand il y a quatre ou cinq personnes, à la façon dont ils parlent, ils rigolent entre eux tout ça, il y a des gens qui te semblent plus ouverts. Les signes qui me disent que c'est bon c'est peut-être le regard, les propos, ce qu'ils disent. Il y a aussi la tenue, l'habillement, il y a des looks qui me font peur, ce sera trop hyper branché, ce sera un anneau dans la lèvre, des godasses fluos, excentrique quoi.* » (Stéphane, 32 ans, Français).

Nous pouvons ici nous interroger sur les raisons de cette fermeture des groupes et leur réticence à intégrer des personnes extérieures. Erving Goffman propose l'idée qu'un groupe d'acteurs se trouvant dans un contexte social, c'est-à-dire en face d'un ensemble d'individus jouant le rôle de public, adoptera des attitudes qui rendent difficile l'introduction de personnes extérieures dans leur espace d'échanges. « On constate souvent une division en région postérieure, où l'on prépare la représentation d'une routine, et en région antérieure, où l'on donne la représentation. L'accès à ces régions est contrôlé en vue d'empêcher le public de regarder dans les coulisses et d'empêcher les personnes extérieures à l'interaction de s'introduire dans une représentation qui ne les concerne pas. » (Goffman, 1973a, p.225).

Comme nous l'avons noté lors de la description des itinéraires de sorties des groupes d'amis, la fréquentation d'un bar après un dîner à domicile a pour motivation l'envie de « prendre un bain de foule », mais pas systématiquement celle

d'une rencontre de nouvelles personnes. Un groupe d'amis a une histoire commune, des habitudes et des règles de conduites qui lui sont propres, pouvant ainsi correspondre à ce qu'Erving Goffman appelle « la région postérieure », et le moment passé dans le bar est l'occasion de la « représentation », de la mise en scène des liens les unissant.

Ceci semble se vérifier si nous nous rappelons l'habitude de certains de finir la soirée au domicile de l'un des membres du groupe, cet espace permettant aux individus d'avoir des conversations plus intimes, de redevenir eux-mêmes et de ne plus devoir penser à la prestation qu'ils doivent fournir. Le changement d'attitude qui s'opère entre l'espace privé (le domicile) et l'espace public (le bar) s'explique donc par la présence d'un public, constitué par les autres clients. L'intégration d'une personne extérieure au sein d'un groupe d'amis déjà constitué semble donc difficile, dans la mesure où les membres de « l'équipe » ne souhaitent pas que cette autre personne pénètre dans les « coulisses » de leur représentation, entendons par là les règles qui régissent leurs interactions (élaborées au fil du temps de leur amitié).

Il existe donc deux contraintes majeures à la prise de contact avec des individus dans les bars ayant pour motivation la création de relations amicales, la première étant la superficialité de certaines personnes, la seconde celle du phénomène de groupe. Nous pouvons penser que les deux sont liés, les personnes appartenant à un groupe d'amis ne souhaitent pas toujours faire de nouvelles rencontres et adoptent ainsi une attitude dite superficielle.

D'autre part, la fréquentation des bars se déroule dans un contexte particulier - le milieu de la nuit - , qui peut se définir comme un théâtre et présente une véritable mise en scène des acteurs sociaux, leur ôtant spontanéité et sincérité (nous y reviendrons plus loin). Il semble donc difficile d'y établir des liens pouvant déboucher sur une relation d'amitié, mais les bars constituent cependant l'endroit idéal pour une autre forme de sociabilité entre des personnes qui ne se connaissent pas, la « drague ».

4. La « drague » dans les bars

La définition exacte de cette forme de sociabilité s'avère difficile dans la mesure où peu de personnes disent explicitement la pratiquer. A la question de savoir si la « drague » était fréquente dans les bars, la première réponse donnée était souvent « *je ne sais pas, je ne drague pas* ». Cependant, tout le monde s'est finalement montré capable d'en parler.

Nous pensons donc qu'il existe une volonté d'approcher les autres dans le but de les connaître et surtout de les revoir, mais que l'expression « drague » est trop forte ou trop connotée de façon négative. Il semble que ce soit la manière dont cette prise de contact est effectuée qui prête à confusion. Hors de toute situation d'entretien formel, il a ainsi été indiqué que le terme « drague » définissait plutôt des situations que l'on retrouve dans les films des « Bronzés » par exemple, où le manque de finesse et de subtilité caractérisent les approches. Dans les bars cependant, l'établissement d'un contact avec un individu du sexe opposé s'effectuerait la plupart du temps de façon moins explicite, se présentant plutôt comme un intérêt porté à la personne.

Les individus faisant l'objet de telles approches, essentiellement des femmes, sont néanmoins conscients de ce phénomène et se rendent rapidement compte de l'ambiguïté de la situation. Cette ambiguïté est donc le jeu de séduction qui sous-tend la rencontre, et certains s'y prêtent alors que d'autres le rejettent. Nous entendons par « drague » une approche n'ayant pas pour simple motivation la connaissance de l'autre et l'établissement d'un lien d'amitié avec lui, mais plutôt la volonté de fonder une relation amoureuse : « Plus si affinités ». Par ailleurs, cette pratique tend à préserver les rôles sexuels traditionnels. Ainsi, la femme est la majeure partie du temps abordée par l'homme et rarement le contraire.

Les occasions de « drague » sont fréquentes dans les bars, mais le premier pas vers l'autre peut être difficile à franchir. Dans la mesure où l'approche ne doit pas être trop évidente, trop directe, voire trop vulgaire, les individus qui s'y prêtent

trouvent des méthodes plus subtiles. Cette forme de sociabilité se présente donc plutôt comme un jeu (de séduction).

Il n'existe pas de méthode précise pour approcher une personne inconnue, ce qui laisse libre cours à l'improvisation. Certains seront plus inventifs, d'autres plus directs, mais dans tous les cas de figure, la réponse peut être un refus explicite : *« Il y en a un qui est venu me voir et qui m'a dit 'si je vous dérange dites-le moi tout de suite' et je lui ai dit 'franchement j'ai envie de rester seule' et j'ai vu le type partir avec une tête, je crois qu'il n'a jamais été aussi vexé de sa vie. Il me l'a demandé, alors pour moi, à partir du moment où il pose la question, il doit s'attendre à toutes les réponses. »* (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

L'apparence physique et l'attitude générale font partie des premiers critères de jugement de la personne venant aborder l'autre. De plus, il semble que les individus soient plus ou moins ouverts à ces approches selon l'humeur du moment : *« Cela dépend de mon humeur et de la tête de la personne et de la façon dont il le fait. Si c'est quelqu'un qui va me regarder et dire 'on s'est pas déjà vu quelque part', pour moi déjà c'est le pauvre con qui n'a rien d'autre à foutre et ça me plaît pas, donc je peux être assez agressive. Et puis ça dépend de l'humeur, quand tu es de bonne humeur et tout ça tu te sens bien, ça fait plaisir, c'est plus engageant, ça dépend des critères physiques aussi, s'il est moche, ça me fait chier de me faire draguer par un mec moche, tu lui laisses aucune chance, c'est un jeu. »* (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Un autre critère d'évaluation est son comportement général dans le bar. Si l'autre se montre ouvert et communicatif, si en plus il a des connaissances communes avec la personne abordée, l'approche est facilitée : *« J'ai un critère de comportement devant le bar. Il y a des personnes qui ont envie de s'amuser, ça se voit à leur visage, ou qui sont seules finalement, ou qui parlent avec des connaissances à moi, ça peut m'arriver, à partir de ce moment j'ai tout de suite un repère, sinon j'ai vu des gens s'affaler sur le bar, des gens trop directs aussi, ça je supporte pas, je m'arrête directement, j'y vais pas parce que je sais que pour arrêter leur jeu ça va être tout un cirque. »* (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Une stratégie féminine pour limiter les avances de certains consiste en une explication claire et directe qu'elles ne souhaitent pas aller au-delà de la discussion. D'autres optent pour une méthode plus douce en répondant brièvement aux questions posées et en continuant à parler avec la personne avec qui elles étaient déjà. Certaines femmes abordées expliquent qu'elles ont déjà un partenaire, mais cette réponse semble parfois insuffisante : « *Ma limite, c'est souvent quand tu dis que t'as un copain et que le mec dit genre 'je suis pas jaloux', ça pour moi, c'est fini. C'est vraiment au niveau de la lourdeur, le mec qui va insister, tu as beau lui dire non il ne comprend pas.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande). La manière la plus directe de montrer son manque d'intérêt est donc de se détourner de la personne ou de partir ailleurs.

Selon les témoignages des femmes rencontrées, de nombreux hommes demandent leur numéro de téléphone dans le but de les rappeler et les revoir. Le choix d'accepter ou non de le faire est motivé par les critères d'évaluation cités précédemment. Cependant un autre facteur, qu'est le risque que cela peut comprendre, semble être pris en compte. Une rencontre faite un soir dans un bar avec une personne inconnue ne présente pas de « garanties », dans le sens où les personnes ne savent pas à qui elles ont à faire. Ne pas laisser son numéro est ainsi une façon de gérer l'incertitude : « *Parce que tu ne le connais pas, alors tu ne sais pas trop et puis tu ne sais pas trop qui c'est, moi ça me fait peur, ce n'est pas rassurant parce qu'après si tu tombes sur un fou dingue qui t'appelle tous les jours, trois fois par jour ou qui te poursuit dans la rue, c'est pour éviter plein de choses. C'est vraiment rentrer dans ton intimité et tu n'as pas forcément envie, aussi rapidement non, si tu croises la personne deux, trois fois et qu'il y a un bon contact à chaque fois, bon ben là oui.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Les étapes de la « drague » répondent ainsi à un ensemble de stratégies (d'approche, d'accueil et de rejet) qui s'organisent d'une certaine manière. Erving Goffman (1973b) propose d'étudier les individus dans l'interaction sous forme d'unités. La première, l'unité véhiculaire, entend qu'ils se déplacent selon des codes de circulation et la seconde, l'unité de

participation, concerne l'état d'être « seul » ou « avec » lors d'une manifestation sociale. C'est la dernière qui nous intéressera plus particulièrement dans le cas de la « drague ». Une personne seule est un groupe d'un, et donc une personne « avec » un groupe de plusieurs, dont les membres sont perçus comme étant « ensemble ».

Deux caractéristiques essentielles distinguent ces unités interactionnelles. D'abord, des personnes ensemble peuvent compter sur une certaine protection mutuelle, une sécurité que l'individu seul n'a pas. De plus, si les individus seuls agissent de manière surprenante ou douteuse, ils seront jugés plus durement que s'ils étaient avec d'autres personnes, dans la mesure où « les excentricités de quelqu'un que d'autres personnes accompagnent volontairement et, semble-t-il, avec un certain plaisir ne sauraient trahir une extrême aberration » (Goffman, 1973b, p.35). Les unités de participation fournissent par ailleurs certaines informations sur les individus : en effet, un individu seul pourra être jugé comme étant incapable de s'entourer d'amis et des personnes ensemble risquent d'être évaluées en fonction de leur compagnie.

Dans le cas de la « drague », nous pouvons penser que ces considérations entrent en jeu. Ainsi, une personne se trouvant seule pourra d'un côté favoriser la prise de contact, mais si elle a des comportements inhabituels, cela aura un effet inverse. De la même manière, un individu en abordant un autre pourra être évalué selon sa situation solitaire, ou au contraire en fonction de son groupe d'amis, aussi bien de manière positive que négative. Si nous repensons au risque encouru en laissant son numéro de téléphone à une personne rencontrée le soir même dans un bar, l'incertitude que présente cette situation pourra être amoindrie si « l'offrant » connaît les amis ou fréquentations du « bénéficiaire ». Le premier aura donc des repères, un moyen de savoir à qui il a à faire en ouvrant une porte dans sa vie privée, tandis qu'une personne seule peut cacher des traits de caractère qui ne seront pas appréciés, passer sous silence une situation ou des éléments qui pourront effrayer l'autre.

Dans une situation de « drague » indésirable, nous avons constaté que certains préfèrent se détourner de l'autre ou partir

en prétextant un rendez-vous par exemple. Cette attitude rejoint l'idée de la représentation de l'individu seul et nous pouvons l'illustrer par deux cas de figure ; le premier concerne les personnes réellement accompagnées ne souhaitant pas entamer une conversation avec un individu ne faisant pas partie de leur groupe. L'individu « dragué » souligne alors la présence du groupe et limite de ce fait l'approche. Dans le cas d'une personne seule faisant l'objet d'une situation de « drague » peu souhaitée, elle corrigera son apparence solitaire en faisant référence à un groupe d'amis virtuel ou à un rendez-vous inventé. Cette conduite peut être accompagnée de comportements renforçant le mensonge. « C'est ainsi que des personnes seules qui ne désirent pas qu'on les considère comme telles peuvent démontrer tacitement et en paroles qu'elles attendent une arrivée imminente, tout comme, par ailleurs, les personnes qui éprouvent un extrême déplaisir à être avec certaines gens peuvent le dissimuler par ce moyen » (Goffman, 1973b, p.37).

La « drague » se présente donc comme un jeu mobilisant des acteurs et des stratégies. C'est ainsi que cette forme de sociabilité dans les bars peut aboutir à une relation plus ou moins durable, la majeure partie des hommes rencontrés ayant eu des liaisons avec des femmes connues dans des bars. Certaines approches connaissent le succès, tandis que d'autres se voient rejetées. Les femmes quant à elles semblent participer de façon plus indirecte à ce jeu, dans la mesure où elles font souvent l'objet d'une demande, mais la formulent rarement directement elles-mêmes.

La prise de contact avec un individu du sexe opposé passe par deux stades, le premier étant le contact oculaire, le second l'échange verbal direct et c'est à ce niveau que nous pouvons distinguer une différence de pratique. Il semblerait que la plupart des femmes, lorsqu'elles veulent établir la communication avec un homme, se limitent au premier stade, et les hommes assurent ensuite la rencontre directe. Ainsi les femmes pourront amorcer le processus, mais il reviendra aux hommes de le conclure. Une femme peut montrer l'intérêt qu'elle porte à un homme à travers son regard. Cependant il est rare qu'elle aille vers lui, sauf si elle a trop bu et laisse alors

tomber les inhibitions habituelles : « *Je ne vais pas accoster quelqu'un ou alors c'est que j'ai vraiment trop bu, là toutes les règles tombent, tous les trucs, tout tombe, mais c'est vraiment très très rare. Tu fais en sorte que lui vienne vers toi, mais en tant que nana je ne branche pas, enfin je ne drague pas directement, parce que tout est indirect quand ça se fait.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique). Certains hommes jouent également à ce jeu de regards, en dénonçant la vulgarité des approches trop directes : « *Je ne suis pas un dragueur, je pense que flirter peut être très érotique si c'est timide et dans ce cas je trouve que c'est vraiment attirant, mais si la drague devient trop forte, si c'est visible par tout le monde, si c'est vulgaire, ça ne m'attire pas.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).

Si une femme adopte une stratégie habituellement réservée aux hommes, dans le sens d'une approche directe, elle peut être perçue négativement par son entourage. Non seulement elle ne doit pas adopter certaines conduites, mais en plus elle ne devrait pas fréquenter les bars sans être accompagnée : « *On m'a déjà reproché de venir seule, de dire 'vous venez seule, qu'est ce que vous faites dans un endroit pareil', je réponds que j'ai envie de passer du bon temps, que je sois seule ou accompagnée j'y vais, si j'ai envie de passer du bon temps je ne vais pas attendre les autres.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Les personnes citées ci-dessus ont employé les termes « règles » et « normes sociales » pour désigner les attitudes que doivent adopter les individus des deux sexes en situation de « drague ». Ceci signale la survivance et la perpétuation de certaines valeurs traditionnelles dans notre société quant à la prise de contact motivée par certains désirs. Pour l'établissement des liens amicaux nous n'avons pas relevé cette distinction sexuelle et elle concerne donc essentiellement les approches sous-tendues par un jeu de séduction. Une femme ne respectant pas les cadres de comportement qui lui sont prescrits socialement est parfois traitée de « nympho », terme fort qui renvoie à une transgression des normes.

Nous pouvons à nouveau faire référence à « l'unité de participation » d'Erving Goffman, au sens où une femme seule ne souhaitant pas faire l'objet d'une désignation négative peut

adopter une conduite d'individu accompagné, de manière à faire croire à son entourage qu'elle attend quelqu'un par exemple. Cependant, d'autres ne veulent plus respecter l'attribution traditionnelle des rôles sexuels et sortent donc seules dans les bars, malgré les réactions d'étonnement de certains clients.

Conclusion : les bars de nuit, une sociabilité à plusieurs vitesses

Nous avons distingué deux grands modes de sociabilité pendant cette période de la vie ; le premier concerne les relations avec les amis de longue date et le second les rencontres avec des personnes inconnues dans les bars.

Les rapports avec les amis sont définis comme sans risque, tandis que les échanges avec des individus récemment rencontrés sont marqués par l'incertitude.

Une première sociabilité est donc fondée sur l'anonymat. En effet, les bars sont des lieux publics et accueillent de ce fait toute personne souhaitant les fréquenter. Ainsi des individus se retrouvent dans un même lieu, sans se connaître au préalable. Il en résulte un certain anonymat, ayant deux conséquences.

D'une part, l'anonymat des lieux publics permet aux individus une relative liberté de comportement et d'attitude envers les autres. Personne ne connaît ni la situation actuelle, ni le passé de son voisin de comptoir, ce qui laisse aux individus le choix de leur représentation. Ils peuvent ainsi adopter un rôle et faire semblant d'être quelqu'un d'autre que leur personnage quotidien.

D'autre part, cette possible improvisation et création de personnage engendre une incertitude et un manque de repères dans la définition de l'autre. Ne sachant rien de leur interlocuteur, les individus ont plus de mal à se dévoiler, à s'ouvrir, de tenir des propos et émettre des jugements sincères, ce qui est interprété comme une attitude superficielle.

Pour cette raison, il semble que des attitudes ou actes directs, dans une situation de « drague » par exemple, peuvent provoquer un malaise, l'autre considérant cette approche comme une violation de son espace intime et privé, n'étant pas

habitué à un contact franc avec des intentions explicites. Les individus semblent donc vouloir maintenir une certaine distance face aux personnes rencontrées dans un lieu public.

Une deuxième sociabilité est fondée sur le groupe d'amis. Le groupe d'amis de longue date peut être considéré comme une famille de substitution, les expériences communes les rapprochent et renforcent la cohésion intragroupale. Ils se retrouvent de façon plus ou moins régulière selon leurs situations géographique, professionnelle et matrimoniale, organisent des rencontres à domicile et sortent dans les bars ensemble.

Cependant, ils sont moins ouverts lorsqu'ils sortent à plusieurs et intègrent difficilement des personnes extérieures. Les individus fréquentant les bars dans l'intention de faire de nouvelles connaissances se voient donc souvent confrontés à la difficulté de nouer de nouveaux liens, qu'ils soient d'amitié ou « d'affinité », un grand nombre de personnes sortant en groupe.

Le groupe d'amis proches semble offrir un soutien à ses membres, à ceux qui font des expériences pendant cette période de la vie. Il remplace de cette manière le groupe d'aînés qui traditionnellement encadrerait l'entrée dans la vie « adulte ». Un individu reçoit le support de son groupe de pairs et celui-ci jouera un rôle important durant cette phase de transition. Ce sentiment de sécurité facilitera une mise à l'épreuve des normes sociales et des capacités individuelles. En effet, il semble que les approches dans les bars ne soient pas réellement, ou rarement, motivées par le désir de fonder une relation durable, et si cette dernière devient stable et se poursuit dans le temps, elle représente l'exception qui confirme la règle (qui ne suppose pas nécessairement une évolution de ce type de liens). Les individus pratiquent alors le jeu de la séduction et mettent ainsi à l'épreuve leurs capacités à plaire, leurs potentiels à socialiser, à s'entretenir avec des personnes qu'ils ne connaissent pas. L'incertitude de ces situations de rencontres est palliée par l'appartenance à un groupe d'amis proches, sur qui les individus peuvent compter, sentiment d'autant plus renforcé que les membres vivent des expériences communes qui les unissent davantage.

Une seconde interprétation possible de la mise à l'épreuve individuelle lors de la socialisation dans les bars est l'idée d'une exogamie, c'est-à-dire de liens « amoureux » en dehors de son groupe d'appartenance. Ces endroits se présentant comme des lieux de rencontres, certains individus souhaitent élargir leur cercle de connaissances, parfois dans l'espoir de rencontrer une personne du sexe opposée.

Mais encore une fois, aucun résultat n'est garanti et ce peut-être à cause de l'incertitude, l'absence de critères de jugement fondés sur la personnalité de l'autre. Si la première rencontre fait naître une curiosité, les individus cherchent à se revoir, tentent d'apprendre à mieux se connaître et finiront peut-être par établir une relation, autre qu'amicale. La sociabilité du bar de nuit renforcerait l'esprit d'ouverture, la recherche de nouveauté et la curiosité, comme nous l'avons déjà remarqué en étudiant la pratique de la tournée des bars.

L'exogamie est cependant tempérée par une certaine proximité sociale de fait puisque les personnes qui se rencontrent dans un bar ont ceci en commun d'avoir choisi de fréquenter le même endroit et ont de ce fait des caractéristiques communes les rapprochant a priori. Cette proximité et cette sécurité, déjà signalées dans le premier chapitre, favorisent une expérimentation individuelle des rencontres. Elles permettent aux personnes de défier leur inhibitions face aux étrangers, ici, dans le sens d'inconnus et non pas d'une différence de nationalité.

Finalement, nous pouvons suggérer que l'instabilité des formes de sociabilité dans les bars avec des personnes inconnues s'oppose en quelque sorte aux normes de sociabilité qui prescrivent plutôt des rencontres entre personnes se trouvant dans des situations similaires, fréquentant un cercle défini et établi.

Le nomadisme des membres de la jeunesse défie alors l'attitude sédentaire des « adultes ». Ils adoptent ainsi des comportements particuliers par rapport à une certaine partie de la population, inversent les valeurs et les mettent de ce fait à l'épreuve. Cependant, ils préservent certaines règles, comme la division sexuelle dans les situations de « drague ». En ce sens,

nous confirmons l'idée selon laquelle la jeunesse conteste tout en permettant le maintien de l'ordre social.

5. Les fonctions sociales des bars de nuit

Les bars sont fréquentés par un grand nombre de personnes, mais nous nous limiterons ici à ceux dont la clientèle fait partie de notre population d'étude, les 20-30 ans. Le moment de fréquentation auquel nous nous intéresserons est surtout celui de la nuit, à partir de 20 heures environ jusqu'au petit matin. L'usage des bars pendant la journée sera également abordé, mais seulement en ce qu'il présente comme différences avec la fréquentation des bars la nuit.

a. L'apprentissage des sorties pendant l'adolescence

L'apprentissage des sorties pendant l'enfance n'explique que partiellement les conduites ultérieures. Le terme « apprentissage » est ici employé pour souligner le fait que la manière dont se pratiquent les sorties n'est pas spontanée, mais bien construite socialement. En effet, les habitudes de sorties (occasions, lieux choisis, etc.) diffèrent selon le statut social et culturel des individus.

Les premières expériences permettent d'intégrer des schémas de sorties, indiquant les normes de cette pratique et celles-ci seront essentiellement établies en fonction de l'origine des parents et de leurs habitudes de sorties. Par « sorties » nous entendons une certaine catégorie d'activités hors du domicile ; pendant l'enfance les sorties avec les parents semblent majoritairement avoir trait à la consommation, surtout de nourriture, mais sont parfois aussi liées à une célébration ou une occasion de fête.

La majorité des personnes rencontrées ont participé aux sorties de leurs parents pendant leur enfance. Elles étaient familiales ou se faisaient parfois avec des individus extérieurs à la famille, les amis des parents et parfois leurs enfants. Lorsque les enfants ont atteint l'âge de l'adolescence, ils ont commencé à sortir avec leurs amis, souvent sans leurs parents, et ont alors eu l'occasion d'expérimenter cette pratique par eux-mêmes (Desjeux et *alii*, 1994). Il faut ici noter que c'est lors de ces

sorties que les premières expériences de l'alcool sont faites, ce qui les différencie des sorties avec les parents.

Les attitudes des parents ont été différentes face aux premières sorties de leurs enfants, certains parents laissant plus de libertés tandis que d'autres s'investissaient plus dans la vie sociale de leurs enfants. Une fois émancipés du foyer parental, ces individus devenus plus libres de choisir leur nouveau mode de sorties reproduisent les habitudes de leurs parents lorsque celles-ci leur avaient plu.

Si par contre elles ont été modifiées, c'est parce que le mode de vie général des parents n'était pas le même que celui des enfants et ce changement n'est pas nécessairement teinté de révolte, mais simplement d'une volonté de mener une autre vie.

Les nouveaux modes de sorties, n'ayant plus une valeur d'opposition à l'ordre familial, seront plutôt vécus comme un nouveau rapport au temps, puisque celui-ci est géré plus librement. Le temps sera ainsi investi d'une autre manière. Les bars jouent un rôle dans cette réorganisation. Ils pourront même jouer le rôle d'un « second domicile ».

b. La réinterprétation des bars par la fidélisation

Si l'ambiance d'un bar est appréciée, les individus y reviennent et le conseillent à leurs amis. Nous assistons ainsi à un phénomène de fidélisation de la clientèle. En devenant un « habitué », l'individu est connu dans le bar, les membres du personnel le reconnaissent et ont probablement plus d'échanges avec lui qu'avec le reste de la clientèle.

D'autre part, ce client pourra avoir une vision particulière du bar dans la mesure où il peut observer les autres d'un œil « averti », les reconnaissant et sachant qui d'autre est habitué et qui ne l'est pas. Une distinction de la clientèle a été opérée dans l'étude de Brady's Bar (bar d'étudiants à Oakland, États-Unis), menée par Brenda J. Mann et James P. Spradley (1975). Les membres de son personnel observaient une différence entre les « regulars » et les « people off the street »⁴⁰. Au sein de ces grandes catégories s'en dessinaient de plus fines, mais nous ne

40 « Regulars » = habitués et « people off the street » = gens de passage (traduction M.J).

retiendrons que ces deux-là pour souligner l'existence d'une différence entre les clients d'un même bar, du point de vue des employés, mais également des clients.

Quelle que soit l'intensité de fréquentation d'un bar, les individus semblent s'investir plus ou moins dans la vie de celui-ci. Ainsi, le sentiment de bien-être éprouvé dans certains bars leur permet parfois de considérer ces lieux, pourtant publics, comme un second domicile. Cette sensation se traduit dans les rapports avec les serveurs et le respect de normes de comportement implicites.

c. Entre serveur et client : une relation d'interdépendance

L'accueil du personnel d'un bar participant à la bonne ambiance de celui-ci, les rapports entre serveur et client sont déterminants et ce, pas seulement pour le bon fonctionnement du bar, mais également pour le consommateur cherchant souvent à « s'approprier » le bar et le considérer comme un second domicile.

A première vue, il n'existe pas de rapport hiérarchique entre les serveurs et les clients d'un bar, puisqu'il est ici question d'un échange de services. Mais c'est malgré tout le serveur qui « mène la cadence » puisqu'il a le droit de ne pas servir des clients en état d'ébriété par exemple : « *Le barman va essayer de lier une relation d'amitié tout en gardant une certaine distance, 'tu es le client et je suis le barman'. Je crois qu'il a un peu une position de supériorité, parce que c'est lui qui mène le jeu, qui mène la cadence et s'il veut s'arrêter, ça s'arrête.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Un personnel qui se montre ouvert, accordant de l'intérêt à ses clients, favorise leur fidélisation. Si au contraire les serveurs sont désagréables, les consommateurs n'auront pas envie de rester et encore moins de revenir. Il faut noter ici le rapport de pouvoir qui sous-tend la relation entre les serveurs et les clients. Dans un premier temps, il s'agit d'un échange entre les deux acteurs, d'un service monnayé et les individus en présence sont interdépendants. Cependant chacun a une marge de manœuvre qui lui est propre : si le barman ne veut pas servir le client il a le droit de ne pas le faire, tout comme le client peut changer de bar s'il est insatisfait des prestations du

serveur. C'est donc cette situation d'incertitude quant à l'attitude adoptée par l'autre acteur qui influence leurs actions.

Un bar ne pouvant pas fonctionner sans clientèle, s'efforce donc d'être accueillant et chaleureux avec les personnes qui le fréquentent. Les clients quant à eux, sont libres de choisir l'endroit où ils passeront leurs soirées, mais nombre d'entre eux souhaitent connaître plus particulièrement un bar et ses serveurs. Ils cherchent donc à se rapprocher du personnel et ce, pas uniquement dans un but intéressé, avoir des consommations gratuites. En effet, le fait d'être connu et reconnu dans un bar confère un statut particulier, celui d'habitué, à ces clients, qui leur procure un sentiment agréable et souvent recherché.

On peut remarquer que les habitués s'installent au comptoir. Cette place les rapproche du cœur du bar, puisque c'est ici que travaillent les serveurs. Le client peut donc suivre tous leurs mouvements, regarder la manière dont ils préparent les consommations et leurs échanges avec les autres clients. Lorsque le personnel a un moment libre, la conversation peut s'engager avec les individus installés au comptoir. Au départ, les discussions restent généralement superficielles, mais avec le temps elles peuvent aborder des sujets plus personnels. Les serveurs peuvent alors devenir des personnes à qui les clients livrent leurs pensées et soucis. La relation change quelque peu de celle habituelle, où le barman sert et le client paye sa consommation. Cependant, le rôle que doit parfois endosser le serveur peut être pesant dans la mesure où certains clients leur livrent leurs problèmes et attendent un soutien moral en retour. Le serveur peut accepter de jouer le jeu avec une ou deux personnes, mais peut difficilement s'investir dans la vie de trop d'individus. Certains vont même jusqu'à se retrouver en dehors du bar et les rapports changent alors de nature. En effet, une fois disparu le comptoir qui les séparait en attribuant à chacun un rôle, les individus se situent sur un même niveau et peuvent établir des rapports d'amitié. Etre habitué dans un bar offre ainsi la possibilité de parler à quelqu'un de ses problèmes, mais aussi de lier amitié. Ces rapports avec le personnel se situent à un niveau plutôt individuel.

D'un point de vue plus social, ce statut semble recherché par certaines personnes dans la mesure où il leur procure un sentiment de plaisir mais surtout une impression « d'importance », face aux autres clients du bar : « *Cela fait plaisir d'être reconnue dans un bar, ça donne peut-être une petite importance ou quelque chose, c'est agréable. C'est par rapport aux autres évidemment, c'est vrai, tout le monde aime se montrer un petit peu je pense.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande). Mais ce statut présente des contraintes également ; lorsqu'une personne est connue dans un endroit, elle a moins de liberté d'action dans la mesure où les individus la connaissant s'attendent à la voir se comporter d'une certaine manière. Elle peut donc plus difficilement changer d'attitude et se laisser aller d'une façon « inhabituelle ».

La satisfaction d'avoir atteint le statut d'habitué peut donc se lire à un niveau personnel (des connaissances en plus), ou encore comme une impression « d'être quelqu'un » dans un lieu ouvert et exposé au regard de tous. Mais ne s'agirait-il pas aussi d'une volonté d'agrandir son espace personnel, en l'élargissant du domicile à un endroit public ?

En abordant le thème de la sécurité dans les bars, une personne a défini ce sentiment à un niveau plus individuel en expliquant que cette sensation ressemblait à celle « d'être un peu chez soi » : « *Je ne pense pas que ce soit forcément sécurité - peur de se faire agresser ou des choses comme ça, c'est plus sécurité dans le sens de se sentir chez soi, parce que chez soi on se sent bien, parce qu'on connaît les moindres petits repères, les moindres petits recoins, parce qu'on connaît tous les bruits.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

La volonté de s'approprier un nouveau lieu pourrait ainsi motiver certains individus à devenir habitués dans un bar. Maîtres de leurs faits et gestes chez eux, les individus endossant le rôle de client de bar doivent malgré tout se soumettre à certaines contraintes, et l'hypothèse d'une appropriation semble en partie confirmée en prenant en considération la représentation des interdits dans les bars. En effet, les clients vont parfois s'imposer des règles de comportement et ne se permettront pas tout débordement, non

pas sous prétexte d'être dans un lieu public, mais bien parce qu'ils se sentent appartenir au bar.

d. Les contraintes des bars : des normes à respecter

Etant des lieux ouverts à tous, les bars n'offrent cependant pas une entière liberté de comportement à leur clientèle. La plupart des limites sont imposées par les clients eux-mêmes, mais le responsable doit également surveiller leurs actes.

Il a été demandé aux clients rencontrés s'ils avaient connaissance des comportements interdits dans les bars. Aucune règle n'étant affichée nulle part, ils ont donc signalé les attitudes qu'ils considéraient inadmissibles. Certains se réfèrent au droit juridique en estimant que tout comportement légal est acceptable dans un bar. D'autres évoquent des attitudes ou comportements peu conseillés dans un bar, ayant plus trait à un respect des autres consommateurs. Une personne mentionne l'idée d'un « accord tacite » grâce auquel les individus savent ce qu'ils peuvent faire ou non : « *Pour moi, pour chacun il y a, sans qu'on lui dise, un accord tacite, un accord social qui fait que dans un bar, quoiqu'il y a peut-être des bars branchés machin où tu sais que tu peux faire telle ou telle chose, mais il y a des limites à ne pas franchir.* » (Stéphane, 32 ans, Français).

Dans la mesure où aucune indication n'est affichée, les individus ressentent donc par eux-mêmes les limites et s'adaptent au style du bar. Ne possédant aucune information précise quant à l'interdiction de certains faits et gestes, les individus supposent l'inacceptabilité de certaines attitudes. Ils disent « s'adapter à l'ambiance du bar » mais tiennent également compte des faits interdits par la loi, comme l'usage du cannabis (en particulier en public).

Nous étions partis de l'hypothèse selon laquelle le désir d'appropriation d'un lieu influait sur les comportements des clients. Ainsi, si une personne se sent chez elle, elle n'a a priori pas de « gestes destructeurs » (lancer des verres, embêter les gens etc.). Même si ce type d'endroit peut engendrer des attitudes considérées hors normes par ailleurs (vivre la nuit, consommer de l'alcool de manière excessive), leur fréquentation présuppose certaines règles quant à la tenue de

ses clients. Il arrive malgré tout que certaines personnes aient des comportements « inadmissibles » et c'est alors qu'interviennent le responsable du bar ou les membres du personnel. De plus, le bar devant s'assurer d'un bon fonctionnement pour subsister, certaines mesures de sécurité sont prises.

Les bars sont a priori ouverts à tous mais opèrent parfois une sélection de la clientèle. Ceci a souvent pour but d'éviter certains débordements qui pourraient avoir des conséquences néfastes sur « l'image » du bar, mais aussi sur son fonctionnement. Le videur a pour rôle de réguler le flux de personnes entrant dans le bar, mais aussi de refuser l'accès de certaines. Un bar est une entreprise commerciale et se doit d'assurer la sécurité et le bien-être de ses clients, dans le but de les fidéliser. C'est pour ces raisons que le videur devient indispensable tout comme la surveillance de certains individus dans le bar : si des débordements trop importants ont lieu, la police peut intervenir et parfois aller jusqu'à prononcer la fermeture provisoire du bar. D'une façon générale, les comportements faisant l'objet d'un contrôle par le personnel sont les mêmes que ceux cités par les clients. Cependant, ces derniers n'avaient pas de supports écrits quant à cette réglementation, mais l'avaient « supposée » et donc considérée comme « normale ». Il existerait ainsi une autorégulation chez les individus fréquentant les bars, leur évitant des comportements déviants. Et la déviance suppose l'existence d'une norme.

Howard S. Becker (1985) écrit: « Nous devons donc d'abord reconnaître que la déviance est créée par les réactions des gens à des types particuliers de comportements et par la désignation de ces comportements comme déviants. Mais nous devons aussi garder présent à l'esprit que les normes créées et conservées par cette désignation, loin d'être unanimement acceptées, font l'objet de désaccords et de conflits parce qu'elles relèvent de processus de type politique à l'intérieur de la société » (p.41). Cet auteur a étudié la notion de déviance chez des musiciens de jazz et des fumeurs de marijuana et fait référence aux comportements hors normes d'un point de vue social. La présente étude a également pour objet des pratiques

parfois considérées hors normes. Nous abordons des formes de déviance plus floues, à savoir les comportements « interdits » dans les bars.

Nous notons donc l'existence d'une norme à l'intérieur de cet espace, imposée par le gérant du bar de façon indirecte puisqu'il est, en partie responsable d'éventuels débordements pouvant lui causer préjudice (menace de fermeture du bar), et entièrement responsable quant au bien-être de ses clients. De cette manière il se doit, ainsi que les membres du personnel, de surveiller les attitudes des clients puisque les conduites conseillées ne sont pas toujours respectées par tout le monde.

Mis à part le problème de la sécurité, l'aspect relationnel, à savoir l'accueil du personnel, est très important dans un métier de commerce. Les serveurs doivent être agréables à voir et n'ont pas le droit d'exprimer leurs humeurs lorsqu'ils travaillent, ils sont d'abord là pour servir les clients : « *Quand j'ai travaillé dans un bar on m'a dit de m'habiller correctement, pantalon noir, chemise blanche, toujours avoir le sourire aux lèvres et être accueillante, que mes problèmes je les laissais ailleurs, quand je rentrais dans le bar j'étais autre chose et c'est important la présentation parce que ça attire.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Il existe un lien entre la volonté d'appropriation du bar par les clients et le rapport aux normes. Une personne ne souhaitera devenir habituée que dans un bar où elle se sent à l'aise. Pour ressentir ce confort, elle doit avoir un sentiment de sécurité, recevoir un accueil chaleureux de la part du personnel et de préférence avoir un contact facile avec les autres consommateurs. Ceci lui permettra de se sentir un peu comme chez elle et elle respectera de ce fait les normes de comportement prescrites par le bar : « *Les gens cherchent à devenir des habitués parce que ça fait plaisir, on a l'impression de se retrouver un peu dans une grande famille, c'est l'esprit de la grande famille, 'je connais cette personne et cette personne', 'je peux aller vers elle, vers lui sans avoir trop de tabous' et je me sens entourée de gens qui m'aiment, qui m'estiment pour ce que je suis.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Les individus ici concernés font tous partie d'une même population, celle de la jeunesse fréquentant le même genre de bars et ils vont donc se retrouver lors de leurs sorties. Mais la spécificité de ces sorties est qu'elles se déroulent la nuit, ce qui influe sur les rapports interpersonnels. Ces derniers ont souvent été décrits dans un vocabulaire théâtral, mettant en évidence le jeu des apparences auquel se prêtent les participants. Pour cette raison, bénéficier d'une reconnaissance sociale dans un bar, confère une impression d'importance à l'individu, il se sent « être quelqu'un » et se démarque ainsi des autres. Les rapports entre clients semblent teintés d'une volonté de participation à un ensemble de pratiques définissant une classe d'âge (les sorties dans le milieu de la nuit), renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à la population de la jeunesse.

6. Le milieu de la nuit : le monde des apparences

Partant de l'hypothèse générale que la période de la jeunesse se présente comme une phase de transition entre deux situations relativement stables, l'individu qui en fait l'expérience a peu de repères fixes, peu d'obligations et peu de contraintes dans son mode de vie et pourra alors choisir de façon plus ou moins libre ses pratiques de sorties et de sa sociabilité.

C'est lors des sorties que les individus peuvent élargir leur cercle de connaissances, mais le contexte dans lequel se font ces nouvelles rencontres est particulier puisqu'elles ont lieu dans le milieu de la nuit⁴¹. Ce que nous entendons par le milieu de la nuit peut se définir de deux façons. Rappelons d'abord la tranche horaire dont il s'agit : du début de soirée (vers 20 heures) jusqu'au petit matin (l'heure de fermeture des bars de nuit, vers 5 heures). Par ailleurs, le milieu de la nuit concerne un espace précis, à savoir les bars et parfois les boîtes de nuit, mais nous nous limitons ici à la fréquentation des premiers. Ainsi le milieu de la nuit se présente comme un espace / temps particulier.

41 Cf. le livre de Murray Melbin, *Night as Frontier*.

Le noir fait s'évanouir les formes, le cadre urbain change d'apparence. Les lumières artificielles adoucissent la réalité et les chats deviennent gris. La ville s'endort avec ses soucis et une autre vie commence : celle des individus profitant du changement de décor pour connaître de nouvelles expériences. Ce monde s'oppose à la sobriété quotidienne, les repères disparaissent et l'alcool efface ce qu'il pouvait subsister de retenu et de réfléchi. Mais malgré cette impression de libération face aux contraintes de tous les jours, une nouvelle norme s'impose : le monde de la nuit est un théâtre avec des acteurs, des règles de jeu et le regard perpétuel d'un public.

a. La mise en scène : « la vie sociale est un théâtre »

Erving Goffman a approfondi l'étude des rapports interpersonnels en société. L'apport spécifique de cet auteur pourrait se lire dans l'introduction d'une méthode éthologique quant à l'analyse des interactions. En effet, il ne prend en considération que ce qui est directement observable lorsque des individus sont en co-présence. Selon cet auteur, deux individus en co-présence cherchent à obtenir des informations l'un au sujet de l'autre. Celles-ci contribuent à la définition de la situation de l'autre, ce qui permet de prévoir ce qu'il attend et ce à quoi l'individu peut s'attendre de sa part. Lorsqu'aucune information n'est détenue, elle peut l'être grâce à l'observation de l'interlocuteur. Les indices découlant de la conduite et de l'apparence de l'un, peuvent être rapprochés d'expériences préalables avec des personnes semblables par l'autre, ou bien ce dernier peut appliquer des stéréotypes déjà construits à son interlocuteur.

Il existe d'autres moyens pour accéder à la connaissance de la situation d'autrui, mais nous nous limitons ici aux informations données et reçues de façon directe, à savoir celles s'exprimant par le paraître (conduite, habillement, attitude, etc.). Tout individu étant conscient de l'intérêt des autres à tenter de définir sa situation, cherchera à contrôler ses attitudes et conduites, pour donner une certaine expression de lui-même et laisser les autres en tirer une certaine impression. C'est en ce sens que nous rapprochons les interactions lors des sorties

d'une mise en scène volontaire des individus, cherchant à donner une certaine image d'eux-mêmes.

Reprenons la définition d'Erving Goffman de l'interaction : « l'ensemble de l'*interaction* (à savoir l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique immédiate les uns des autres) qui se produit en une occasion quelconque quand les membres d'un ensemble donné se trouvent en présence continue les uns des autres » (1973a, p.23).

Il s'agit donc ici des personnes se côtoyant lors des sorties dans les bars. La notion de représentation nous sert également dans cette analyse, puisque les interactions lors des sorties se présentent comme une mise en scène par les personnes rencontrées. « Par une *représentation* on entend la totalité de l'activité d'une personne donnée, dans une occasion donnée, pour influencer d'une certaine façon un des autres participants. Si on prend un acteur déterminé et sa représentation comme référence fondamentale, on peut donner le nom de public, d'observateurs ou de partenaires à ceux qui réalisent les autres représentations » (1973a, p.23).

Pour illustrer cette définition, nous pouvons rappeler le « sentiment d'importance » que procure à un habitué sa reconnaissance par le personnel d'un bar, par rapport au regard des autres clients. Il s'agit bien d'un rôle joué par l'habitué face au public constitué par les autres clients. Il est utile de noter que toute interaction sociale répond aux critères précédemment cités. Quelle que soit la situation dans laquelle elle a lieu, l'idée d'acteurs et de public, de mise en scène et de règles de comportements est toujours présente. Mais encore une fois, nous nous limitons ici à l'étude des interactions dans un contexte précis (le milieu de la nuit) et entre certains individus (la population de la jeunesse).

Une représentation théâtrale demande une préparation des acteurs. Nous avons vu que le personnel de bar fournissait des efforts quant à son apparence, dans le but d'attirer la clientèle. En ce qui concerne la clientèle, elle travaille également l'image qu'elle donne, par une préparation avant le moment de sortir. Les habits peuvent être choisis en fonction de l'endroit où les gens vont, certains lieux exigeant une « tenue correcte ». La

tenue vestimentaire influe par ailleurs sur les conduites et des habits « corrects » favoriseraient une tenue plus droite, un langage plus soutenu par exemple. Les femmes disent parfois changer de vêtements et se remaquiller avant de sortir. Cette préparation semble plutôt choisie individuellement et n'est pas « imposée ».

Une forme de préparation, autre que celle esthétique, est à relever. Il s'agit en effet d'une manière de se « mettre dans l'ambiance » en consommant de l'alcool avant de sortir. Comme nous le verrons dans la partie consacrée à cette pratique, la consommation d'alcool fait partie intégrante de la sociabilité lors des sorties. Certaines personnes disent ne pas se préparer de façon particulière ; soit parce que les sorties sont imprévues, soit parce qu'elles estiment ne pas devoir le faire.

La préparation a deux motivations ; d'abord celle de se mettre à l'aise, que ce soit par le biais d'un changement vestimentaire, d'un nouveau maquillage ou d'une consommation d'alcool. Si un individu se sent « bien dans sa peau », il paraît certainement sous son meilleur jour, ce qui le rend attrayant aux yeux des autres. Il est bien question de séduction, comme nous l'avons constaté plus haut. En effet, les bars sont des lieux de rencontres et ce sont généralement les premières impressions qui comptent.

La seconde motivation de la préparation pourrait se lire à un autre niveau. En considérant que les sorties nocturnes se jouent dans un registre théâtral, la séduction semble donc recherchée, mais également l'envie « d'impressionner » les autres. Ainsi certains individus souhaitent se montrer sous un aspect particulier, qui ne correspond pas forcément à leur personnage quotidien. D'où le choix par exemple de vêtements à la mode : « *Je vais mettre des vêtements qui sont peut-être un peu à la mode, où tu te sens vraiment à l'aise, où tu te sens dans le vent, où t'as l'impression d'être...* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

L'impression d'être quoi ou d'être qui ? D'être quelqu'un qui se démarque de l'ensemble, en montrant son appartenance à une mode particulière ? Le regard du public peut parfois devenir oppressant, mettant certaines personnes mal à l'aise, car il peut être ressenti comme évaluateur et critique. Ce

phénomène a été désigné comme du « parisianisme », valorisant le « branché », et « l'être dans le vent ». Ceci peut donc contribuer aux raisons de préparation de certains individus avant de sortir. Ne souhaitant pas se sentir mal à l'aise face au public, certains se soumettent donc aux normes du milieu de la nuit - participer au spectacle en endossant un costume particulier : « *Je pense que c'est un peu tout un jeu, parce que je pense que le proverbe 'c'est la première impression qui compte', ça joue, d'une part parce que pour certaines personnes ça doit être un moyen de se sentir mieux, parce que ça peut être de temps en temps tout un rituel de se préparer avant de sortir, de commencer la soirée un petit peu avant, de se mettre dans le bain et puis je pense aussi qu'on a envie de donner une bonne image de soi.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Il est intéressant de noter l'emploi du terme « rituel » pour désigner la préparation avant les sorties. La définition anthropologique du rite (Dictionnaire de la Sociologie, 1990) est la suivante : « ensemble d'actes répétitifs et codifiés, souvent solennels, d'ordre verbal, gestuel et postural à forte charge symbolique, fondés sur la croyance en la force agissante d'êtres ou de puissances sacrées, avec lesquels l'homme tente de communiquer, en vue d'obtenir un effet déterminé. Par extension, le terme désigne toute conduite stéréotypée, répétitive et compulsive ».

Retenons ici l'idée « d'actes répétitifs et codifiés » ainsi que le désir « d'obtenir un effet déterminé ». Pour certains individus, la préparation fait partie intégrante des sorties et est répétée à chaque occasion : « *Mais en général je ne sors pas tel quel non, très rarement.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Ce préambule, lorsqu'il est ritualisé, souligne davantage l'importance de cette mise en scène des sorties. Si cette pratique participe à l'ensemble des comportements définissant une sortie, n'est ce pas dans la mesure où elle fait partie du spectacle ? L'effet recherché est la reconnaissance et l'appréciation de la prestation par le public. Cette hypothèse semble confirmée en prenant en considération certaines conduites accompagnant la fin de soirée. Lorsque les individus reviennent chez eux après une sortie, ils peuvent « ôter leur

masque » : « *C'est une question de pratique de revenir chez quelqu'un après une sortie, pouvoir enlever les chaussures, pouvoir se mettre des fringues plus agréables, pouvoir se laisser aller d'une autre manière, se vautrer dans un divan, s'allonger.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Ils sont ainsi passés d'un cadre privé, à celui public, pour finalement revenir au premier et les comportements de certains ont pu changer entre temps. Une fois retournés dans un contexte plus intime, les individus peuvent « redevenir eux-mêmes » en changeant de vêtements ou en s'installant confortablement dans un canapé. Ils ne ressentent plus le regard d'un public anonyme et peuvent ainsi enlever leur costume et arrêter de jouer le rôle endossé pendant la sortie.

Si nous reprenons la notion goffmanienne d'interaction, « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence immédiate les uns des autres », nous observons effectivement que les regards des uns influencent les comportements des autres. Sachant que la majorité des clients de bars se dévisagent, certaines personnes choisissent alors de jouer le rôle auquel le public s'attend (en se préparant et en ayant certains comportements) et peuvent de cette façon parer à une situation éventuelle de malaise. Cependant, certains individus disent ne pas prêter attention à ce jeu et ne se préparent d'aucune façon. Mais est-ce que le fait de boire avant de sortir ne constitue pas un moyen de se préparer au regard du public, dans la mesure où l'effet de l'alcool peut atténuer les inhibitions face aux autres ?

b. Le spectacle offert par le milieu de la nuit

Les gens sortent dans les bars pour s'amuser, pour être avec leurs amis et pour faire de nouvelles connaissances. Mais il semble qu'ils sortent pour d'autres raisons également, à savoir le spectacle offert dans les bars. La principale différence entre les soirées organisées à domicile et les sorties dans les bars s'explique par l'attitude adoptée par les individus. En effet, les bars se transformant en scène de théâtre, les clients peuvent observer les jeux qui s'y déroulent et ainsi devenir plus passifs, puisque spectateurs.

A contrario, dans le cas d'un groupe de personnes à domicile, les comportements de chacun ont plus d'importance dans la mesure où il appartient à tous de participer à l'animation : « *Si tu restes à la maison, il faut être actif parce qu'il n'y a pas de divertissement autour. Si tu sors c'est en général parce que tu veux être diverti et tu peux l'être, tu peux te taire, alors que quand tu restes à la maison, si tu te tais ce n'est pas tellement marrant.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse). Un groupe d'amis peut ne pas avoir les mêmes interactions lorsqu'il se trouve au domicile de l'un d'eux ou dans un bar. Il semblerait qu'il y ait une « perte de vitalité » dans le groupe, qui peut s'expliquer par le détournement de l'attention vers les autres clients du bar et un désintéressement pour le groupe avec lequel les individus sont venus. Nous avons ici le point de vue du public, qui s'installe de manière passive dans un bar et observe les conduites des autres. Cependant, même s'il croit n'être qu'un observateur, l'individu fait l'objet de l'intérêt d'autres clients et devient donc un acteur également.

Reprenons la notion de « parisianisme » précédemment citée. Il s'agirait d'une forme accentuée du spectacle s'offrant dans les bars parisiens, tandis que ceux en province ne feraient pas l'objet d'une mise en scène aussi extrême, selon les personnes rencontrées. Toute interaction sociale pouvant être décrite dans un registre théâtral, celle dans les bars parisiens serait davantage empreinte d'une volonté de mise en scène. Le « parisianisme » serait ainsi fondé sur une valorisation de la mode et sur un désir d'appartenir à un groupe particulier : « *C'est très parisien, je suis allée à Tours là pendant les vacances et ce n'est pas du tout comme ça, à Paris c'est très 'select', il faut avoir un certain style pour aller dans certains endroits, il faut écouter une certaine musique, il faut appartenir à un clan alors qu'à Tours, je m'en suis rendue compte, tu es toi-même et chacun est ce qu'il est et ça fait une espèce de gros mélange sympathique.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Par ailleurs, les individus qui suivent ces tendances seront désignés comme ayant une attitude « snob ». Cette attitude particulière serait facilement perceptible dans la mesure où les individus qui s'y prêtent, jouent entièrement un rôle en ne

laissant aucune place à la spontanéité : « *Ils prétendent être quelqu'un qu'ils ne sont pas. Ils sont prétentieux, prudents, ils réfléchissent deux fois avant chaque pas qu'ils font. C'est comme si tu allais au cinéma et tu voyais quelqu'un jouer, mais d'un autre côté ils ne sont pas assez bons acteurs pour que tu ne t'en rendes pas compte.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).

Notons cependant que les personnes critiquées pour leur attitude dite « snob » font autant l'objet du regard du public que toutes les autres. Si les personnes ici rencontrées ont noté cette incertitude, ce manque de spontanéité chez les autres, c'est peut-être parce qu'elles participaient à ce jeu de spectateur - acteur en les mettant mal à l'aise. Il s'agit bien d'un spectacle général où tous les individus en présence influencent réciproquement les comportements, et il est difficile de désigner certains individus comme acteurs et d'autres comme public, puisque la seule présence physique d'une personne dans un bar la fait participer à l'action générale. Les clients des bars parisiens seraient ainsi plus « coincés », le regard constant du public favorisant une retenue chez certains, ce qui peut rendre les prises de contact plus difficiles.

De nombreuses critiques sont formulées à l'égard des personnes participant au phénomène, mais les individus se remettent rarement en question quant à leurs propres attitudes face aux autres clients de bars. Le regard des autres incite donc certains à « jouer » consciemment lorsqu'ils sortent et c'est pour cette raison que le statut d'habitué dans un bar peut être recherché : « *Je pense qu'il y a beaucoup de jeu. Justement je pense que c'est par rapport au regard des autres, parce qu'étant donné que les autres te regardent, c'est une façon de t'affirmer et de dire 'voilà moi je suis là et je connais tout le monde, alors je suis cool'.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Nous pouvons donc nous interroger sur les fondements de cette mise en scène extrême, propre au « parisianisme », observée chez certains individus. En faisant référence à Erving Goffman, deux individus en co-présence cherchent à obtenir des informations quant à la situation de l'autre. Le moyen

d'investigation nous intéressant ici est le recueil d'indices découlant, de manière consciente ou inconsciente, des conduites de ces personnes. Dans le milieu de la nuit, certains individus en interaction chercheront à donner une certaine expression d'eux-mêmes. C'est dans ce cadre d'analyse que pourrait s'inscrire le « parisianisme ». En effet, une partie de la population de la jeunesse (et de la population entière par extension) semble avoir pour référence un milieu particulier, valorisant la mode, la richesse, le succès, le pouvoir, la beauté etc. Certains tendraient vers cette situation sociale, qu'ils perçoivent comme étant un modèle, une culture légitime. La réelle appartenance à celle-ci, ou le désir de l'atteindre, se traduisent à travers des symboles, comme par exemple une mode vestimentaire ou la fréquentation « d'endroits à la mode ».

Pierre Bourdieu (1979), en étudiant la distinction sociale, a souligné l'importance de la consommation de certains objets ou symboles fonctionnant comme marqueurs sociaux. Il serait de cette manière possible de se distinguer à travers un « style » (de vie, de vêtements, etc.). Ces styles se définissent en s'opposant à d'autres, mais la supériorité de l'un reste relative. Il existerait une correspondance, une homologie entre la production des biens et celle des goûts, et « l'accord qui s'établit ainsi objectivement entre des classes de produits et des classes de consommateurs ne se réalise dans les consommations que par l'intermédiaire de cette sorte de *sens de l'homologie entre des biens et des groupes* qui définit le goût : choisir selon ses goûts, c'est opérer le *repérage* de biens objectivement accordés à sa position et assortis entre eux, parce que situés en des positions grossièrement équivalentes de leurs espaces respectifs (...) » (1979, p.257-258).

L'analyse de P. Bourdieu se situe à une échelle macro-sociale⁴² qui aborde des tendances sociales globales, tandis que notre étude se limite au niveau micro-sociologique, mais nous pouvons cependant penser que les mécanismes de distinction sont similaires. Ainsi, les individus souhaitant signifier leur appartenance, ou leur référence, à un certain groupe social,

42 Sur les échelles d'observation, cf. D. Desjeux, 1996.

choisiront consciemment d'adopter des comportements, des attitudes, des parures qui les matérialisent. Cette entreprise volontaire, se distinguant des conduites « naturelles » et « spontanées », semble donc perceptible aux yeux du public, constitué par les clients de bars parisiens, et fait l'objet d'une critique. Cependant, l'observation et la critique sont réciproques, puisque tout le monde participe à l'action générale du milieu de la nuit, étant tous acteurs et spectateurs.

c. Le jeu des apparences : la « superficialité » comme code de la sociabilité de nuit

Etant donné ce jeu de rôles, les interactions qui en découlent ont été définies comme « superficielles », ce qui rend particulière la sociabilité dans le milieu de la nuit. Considérant les attitudes de certains individus, les relations qui s'établissent lors de ces sorties sont d'une nature différente de celles fondées la journée ou dans un cadre plus intime (au domicile de quelqu'un). Entrant dans une mise en scène générale, les échanges interindividuels peuvent alors être teintés d'un sentiment de « faux », « d'artificiel ».

Les individus qui sortent la nuit souhaitent prendre de la distance par rapport aux contraintes du quotidien, l'alcool aidant parfois. Le bar de nuit propose du rêve et les sujets de conversations se portent plutôt vers les voyages que les problèmes quotidiens, et la différence d'attitude entre le jour et la nuit s'explique par le changement de contexte.

Le jour, les individus pris dans leurs préoccupations quotidiennes sont moins disponibles et se montrent moins ouverts aux autres, tandis que la nuit permet de mettre de côté ces problèmes : « *Le jour est vraiment régulé par le quotidien, tu es vraiment dans ton stress, tu penses à tous les trucs qui te restent à faire et la nuit t'as envie de te relaxer, alors tu sors, tu penses à rien et t'as envie de rencontrer des gens, de faire la fête et de te laisser aller peut-être par rapport aux soucis quotidiens.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Le milieu de la nuit s'oppose ainsi à celui du jour, dans la mesure où il se présente comme une échappatoire. Les individus mettent des masques, interprètent des rôles et participent au spectacle. Les échanges doivent être

« superficiels » pour exclure les soucis réservés au temps diurne. Il est bien question d'un jeu d'apparences fondé sur le masque, le provisoire, c'est-à-dire sur le « superficiel ». Cette mise en scène peut se lire à un autre niveau également : celui du rapport à l'argent.

Alors que la théâtralisation de la nuit concerne la majorité des individus fréquentant les bars, cette représentation particulière de l'argent se réserve peut-être plus à la population de la jeunesse. Parmi les enquêtés, le budget principal est souvent celui consacré aux sorties. Le milieu de la nuit est cher et l'argent en constitue le moyen d'accès. Les individus ayant de petits budgets vont consommer ce qu'il y a de moins cher lorsqu'ils sortent et il s'avère que c'est souvent la bière qui est la moins coûteuse. Cependant, les boissons alcoolisées donnent envie d'en reboire et une forte consommation d'alcool peut entraîner un état d'ivresse, dont nous verrons les conséquences plus tard. Les individus reconnaissent cette importance à l'argent, mais ne l'admettent pas de manière visible.

Après avoir observé les manières dont certains clients payent leurs consommations au comptoir, en donnant l'argent ou jetant un billet d'un geste détaché, il a été demandé aux personnes rencontrées ce qu'elles en pensaient : « *Je n'aime pas cette façon de faire parce que pour moi, les gens qui le font ont envie de donner l'impression que l'argent n'est pas important et ça je n'y crois pas. L'argent est important, l'argent disparaît donc on n'a pas à le jeter, mais on le donne.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

L'argent est ainsi mis en scène d'une façon particulière et cette attitude détachée deviendrait une sorte de règle à adopter par les jeunes : « *Avant je faisais attention, pendant la période scolaire j'étais vachement 'premier de la classe' tout ça et puis on me montrait toujours du doigt et j'en suis arrivé à avoir honte de ma valeur et donc après je me la jouais cool, 'ah c'est de la merde' on le rejette, alors que bon, c'est ce qui fait vivre, je prends le fric pour le fric.* » (Stéphane, 32 ans, Français).

Quelles seraient les raisons de ce jeu d'apparences inversé, pourquoi faire semblant de n'attacher aucune importance à l'argent alors qu'il permet de sortir et de fréquenter le milieu de la nuit ? Il semble que ce comportement fasse partie de

l'ensemble des conduites adoptées par cette population, ayant pour fondement une opposition aux normes sociales. En effet, l'argent constitue un moyen légitime pour vivre et sa possession est de ce fait nécessaire dans notre société. Arrivés à un âge où le nombre de responsabilités s'accroît (loyer à payer, famille à nourrir, etc.) les individus peuvent plus difficilement se permettre de dépenser l'argent en consommant de l'alcool dans les bars, tandis que la période de la jeunesse compte encore peu de contraintes à ce niveau-là et les individus sont donc plus libres de leurs dépenses.

Cependant, il peut y avoir des excès et certaines expériences servent de leçon : *« J'ai eu des problèmes, j'ai été à la Banque de France, des problèmes pas possibles, surtout quand j'étais plus jeune, je sortais beaucoup, maintenant je fais plus gaffe, ça m'a servi de leçon. Je crois que ça change quand tu commences à bosser parce que tu as une vie beaucoup plus carrée. Tu te lèves le matin, tu vas bosser, tu rentres le soir, tu sors moins, t'as moins d'occasions de dépenser ton argent. »* (Daniel, 25 ans, Français).

Conclusion : les sorties de nuit des jeunes, une forme d'opposition à l'ordre social

Pendant la période de la jeunesse, les individus disposent de leur temps et peuvent donc plus librement choisir leur mode de vie et de sorties. Emancipés du foyer parental, nombre d'entre eux habitent seuls ou avec un(e) ami(e) et ont une vie sociale relativement intense. Souhaitant élargir leur espace privé, certains vont ainsi tenter de s'approprier des espaces publics. La rencontre de nouvelles personnes dans les bars se traduit comme une forme de sociabilité autre que celle avec des amis de longue date.

Les relations interindividuelles se créant la nuit renvoient au code de la superficialité, celui de la surface. Les bars deviennent des scènes d'interactions sociales où chaque participant joue un rôle d'acteur et de public. Néanmoins, les rencontres nocturnes fournissent le sentiment d'appartenance à une grande famille, mais qui se dissout dès le lever du jour. Ceci ressemble aux rites d'initiation traditionnels, où les

membres d'une même classe d'âge sont réunis dans un espace à part, pour relever certains défis et intégrer progressivement les normes régissant la société des « adultes ».

La nuit renvoie à deux pratiques sociales : une mise à l'épreuve individuelle, veiller tard, consommer de l'alcool, dépenser de l'argent sans qu'il ait l'air de compter ; et une transgression des normes sociales liées au sommeil ou à l'éveil. En effet, les sorties se déroulant entre 20 heures et 5 heures environ, la majorité de la population dort et l'activité quotidienne commence aux alentours du moment où les individus vivant la nuit se couchent. Ces derniers ne pourront donc pas suivre le rythme « normal » de la société.

De plus, la vie nocturne s'oppose à la vie diurne parce que les rapports interindividuels changent de nature, les soucis sont mis de côté, les codes liés aux apparences sont inversés. Le rapport à l'argent est inversé : il est utilisé avec une apparente indifférence.

Nous observons ainsi une inversion de certaines valeurs qui peuvent nous faire penser que le mode de vie pendant la période de la jeunesse, lorsqu'il se présente comme une fréquentation des bars de nuit, engendre des conduites hors normes, d'un point de vue social global.

Mikhaïl Bakhtine (1970), est parti de l'idée que l'œuvre de Rabelais permettait de prendre connaissance de la culture populaire du Moyen Âge et de la Renaissance et s'est intéressé aux festivités de l'époque. Il note ainsi que c'était à travers elles qu'un retournement des valeurs était opéré, notamment par le carnaval. Cet événement proposait de renverser les rôles sociaux (représentation du roi bouffon par exemple) : il était admis par la classe dominante et était vécu comme une libération par le peuple.

En nous référant à cette idée⁴³, nous pouvons penser qu'en intégrant le milieu de la nuit cette inversion des valeurs permet aux jeunes de se libérer des contraintes quotidiennes. L'étude de A. Fontaine et C. Fontana (1996) sur les « raves », un rassemblement d'individus dans un espace précis, autour de la

43 Cf. aussi de thème de l'inversion, *La Tarasque* de Louis Dumond, et *Le pouvoir sur scène* de Georges Balandier, 1980.

musique techno, révèle l'importance de la fête pour la « santé mentale » des individus : « La fête remplit donc une fonction essentielle dans la vie des hommes. 'Faire la fête' permet de mieux supporter l'ordre social, de vivre un moment 'autre chose', de se retrouver et de retrouver l'autre. Une société qui ne considère pas les vertus thérapeutiques de la fête menace la santé mentale des individus qui la composent et par là même sa propre santé sociale » (1996, p.72).

Vivre la nuit se traduit donc par une inversion des valeurs, une opposition aux normes sociales. Cependant il semble qu'à partir d'un certain moment, dans le cycle de vie, ce mode de vie devienne moins attirant. D'une part certains veulent sortir du code la « superficialité » : « *Moi, je ne vois pas du tout mon avenir dans les bars, c'est plutôt à se réunir chez des gens, faire des bouffes, les bars restent superficiels et n'apportent pas grand chose, tu t'uses pas mal la santé pour pas grand chose au final, même si c'est des endroits où tu peux rencontrer du monde, les gens que tu rencontres quand tu sors ce n'est pas super intéressant, ça ne va pas très loin, ce ne sont pas des relations durables.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

D'autre part, il peut devenir difficile d'assumer des responsabilités quotidiennes lorsque les nuits ne sont pas reposantes et ne permettent plus de récupérer des efforts fournis pendant la journée. Il faut alors opérer un choix, continuer à vivre la nuit ou se « soumettre » aux normes prescrivant une vie diurne : « *Je crois qu'il arrive un moment où on en a marre de vivre la nuit. Quelqu'un qui veut construire quelque chose, au-delà de 35-40 ans il va se dire 'stop'. Si, il va venir le week-end mais pas ce qu'il faisait à venir tous les soirs, parce qu'il a envie de construire quelque chose, d'aller plus loin et si on vit la nuit ce n'est plus possible.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Nous pouvons donc en conclure que ce mode de vie nocturne est plus habituel pendant la période de la jeunesse, mais qu'il arrive un moment où ces conduites ont moins d'attrait, et des contraintes d'ordre professionnel ou familial rendent ces pratiques difficiles ou peu souhaitables. Cette

période de la vie est donc passagère et définit ainsi celle d'une transition entre les statuts adolescent et adulte.

7. Le rôle de la consommation d'alcool : une pratique structurante de la sociabilité

La consommation d'alcool est courante dans la culture occidentale, et surtout dans un pays comme la France, qui produit une grande variété de boissons alcoolisées. Nous entendrons par alcool toute boisson pouvant avoir une influence sur l'organisme et ne ferons donc pas de différence entre le vin, la bière ou les alcools dits « forts ».

Nous verrons ici les pratiques et représentations de l'alcool parmi la population étudiée et la manière dont cet élément intervient dans la sociabilité. L'alcool participe à la sociabilité d'une classe d'âge plus importante que celle des 20-30 ans, mais nous tenterons ici de comprendre l'usage particulier qui en est fait pendant cette période de la vie : le nouveau rapport à l'alcool qui est établi, participant à l'ensemble de pratiques ritualisées vécues par cette population.

a. Les premiers contacts avec l'alcool : un apprentissage non-institutionnalisé pendant l'enfance

Selon les cultures et habitudes familiales, l'alcool est plus ou moins présent dans la vie quotidienne. Certains boivent du vin à midi, d'autres réservent cette pratique à des occasions particulières, des événements à fêter. L'enfant est en contact avec cette boisson plus ou moins fréquemment durant sa vie, ses parents lui enseignent expressément ou implicitement les moments et les manières de boire. Ceci constitue une première étape de la socialisation, puisqu'en France, l'usage de l'alcool est très fréquent lors des rencontres et festivités.

Des études consacrées à l'alcoolisme ont montré que des prédispositions trouvent un fondement dans la génétique, facteur héréditaire, mais aussi dans les situations sociales et culturelles. Klaus Mäkelä (1994) écrit : « Les manières de se voir et de voir les autres sont fondées dans les interactions au sein de la famille et entre pairs et elles sont très résistantes au changement. Une certaine attitude à l'égard du fait de boire et

de l'intoxication fait partie du destin culturel : l'un naît Finlandais, l'autre naît Italien. Cet ancrage limite, de manière stricte, la possibilité de modifier, par l'éducation, les modèles quant à la manière de boire » (chapitre : Les sciences sociales et les recherches sur l'alcool : bilan et perspectives). Le rapport à l'alcool est ainsi défini dans un contexte large (la culture nationale), mais nous pensons également que l'influence de la famille est importante.

En effet, l'éducation reçue joue un rôle dans le rapport ultérieur à l'alcool. Les individus disent avoir gardé des pratiques et représentations de l'alcool apprises lors de l'enfance. Un des interviewés a signalé, en-dehors de notre entretien formel, que sa mère était alcoolique. Cette personne ne boit pas d'alcool et a une perception relativement négative de cette boisson. Nous pouvons penser que malgré l'habitude française (ou occidentale) de boire de l'alcool lors de rencontres et de moments de sociabilité, l'expérience individuelle de cette personne avait influencé très fortement ses pratiques de consommation.

Nous supposons donc que l'acte de boire de l'alcool est structuré par des paramètres généraux, comme la culture nationale ou sociale et, d'un autre côté par des facteurs se situant à un niveau plus individuel, telles les habitudes familiales. Plus tard, le groupe des pairs jouera une importance significative dans cette pratique.

b. Une nouvelle expérimentation de l'alcool pendant l'adolescence

Arrivés à l'âge adolescent (comprendons par là le « teenage »), les individus font généralement leurs premières expériences de l'alcool et en connaissent les effets secondaires. C'est aux alentours de 13-17 ans que les personnes rencontrées ont pris leurs premières « cuites » et elles se souviennent souvent dans quel contexte cela a eu lieu. Les premières expériences ont été faites avec le groupe de pairs, personne n'a dit l'avoir fait seul. Ces expériences de consommation excessive, entraînant une nouvelle prise de conscience du corps, participent d'une forme de révolte. L'ébriété fait partie d'une opposition à l'autorité parentale, cet état étant souvent

présenté comme un interdit, une transgression des normes. L'expérience de la consommation excessive d'alcool participe donc à une période d'initiation dans la vie des adolescents.

Véronique Nahoum-Grappe (1991) écrit : « L'ivresse est un état particulier pendant lequel la conscience de soi et celle du monde sont plus ou moins modifiées ; le sujet enivré vit alors une expérimentation active et très particulière de sa propre perception du temps et de l'espace social, de la pesanteur et de la verticalité, des frontières entre le monde intérieur et le monde extérieur » (1991, p.17).

Toute personne ayant fait l'expérience d'une consommation d'alcool allant jusqu'à l'état d'ivresse en connaît les effets physiques, pouvant se résumer à une lourdeur des membres, l'impression que « la tête tourne », une diminution de la vision et des réflexes. Certains deviennent plus actifs et dynamiques (jusqu'à un certain stade) tandis que d'autres s'assoupissent. Les uns ont « l'alcool triste », d'autres s'égayent en buvant. Dans tous les cas de figure, un changement physique et mental s'opère. L'individu ivre découvre une nouvelle vision du monde, mais aussi de lui-même. Il y a alors comme un écart entre soi et la perception de soi. Les premières expériences d'une telle consommation d'alcool apprennent donc à l'individu ces nouveaux états, physique et mental, il fait la découverte d'un nouveau monde, celui de l'alcool et celui-ci se présente sous un jour plus ou moins attrayant.

La première fois, la consommation d'alcool allant jusqu'à l'ivresse représente quelque chose d'inconnu, l'individu n'en connaissant pas encore les effets secondaires. En cela, ce moment constitue une épreuve : « Qui osera le faire ? ». Nous pouvons penser que la pression des autres membres du groupe partageant cette expérience influencera la décision de participer ou non à ce défi.

Denys Cuche, dans une étude consacrée à la consommation d'alcool dans l'École des Arts et Métiers (1990), montre comment le refus de participation aux « beuveries conviviales » comporte un risque d'exclusion : « L'importance croissante qu'a prise relativement récemment l'alcool dans les rites 'gadzardiques', la volonté de lier sa consommation aux sacrosaintes traditions, tiennent peut-être au fait que ces traditions

sont en déclin, beaucoup d'élèves, même parmi ceux qui les 'suivent' pour ne pas être exclus par leurs camarades, doutant de leur prétendue valeur et n'en comprenant plus le sens ».

Nous reviendrons à la vertu d'agrégation que peut avoir l'alcool, mais ce qui nous intéresse dans cette citation concerne l'exclusion éventuelle des individus ne participant pas aux pratiques collectives du boire. Dans le cadre des grandes écoles, des épreuves de passage sont organisées pour les nouveaux arrivants (les bizutages) et ceux qui ne se prêtent pas au jeu risquent des « punitions ». Aux Arts et Métiers, celles-ci se résument en une « mise en quarantaine, souvent interdits de foyer (là précisément où ont lieu la plupart des libations collectives) et de participation aux fêtes 'gadzardiques'. Du reste, il ne leur est même pas reconnu le droit à l'appellation de Gadzarts. Il y a là une ségrégation très nette qui entraîne chaque année une série d'incidents plus ou moins graves pouvant aller parfois jusqu'à des affrontements physiques assez violents ».

Même si les contextes ne sont pas exactement les mêmes dans le cas de l'intégration dans une école comme les Arts et Métiers et de la première « cuite » des adolescents, le phénomène d'exclusion provoqué par un refus de consommation d'alcool est similaire. Cette première consommation excessive d'alcool se présente donc comme une mise à l'épreuve, un rite de passage pour les individus qui en font l'expérience. La répression éventuelle des parents : « boire n'est pas bien », peut se voir remplacée par une pression groupale : « bois sinon tu es un trouillard ».

En s'opposant aux normes de l'autorité parentale, l'adolescent faisant l'expérience de l'alcool pour la première fois se soumet aux normes de son groupe de pairs et cette pratique peut ainsi se présenter comme un rite de passage. L'individu en question ne se conforme plus aux normes établies par ceux qui l'ont éduqué, mais choisit une autre voie. Il fait une nouvelle expérience en consommant une boisson réservée à une classe d'âge autre que la sienne et franchit en quelque sorte un seuil, le rapprochant de l'état « d'adulte ».

Véronique Nahoum-Grappe affirme que « dans les sociétés contemporaines, l'espace nocturne est 'initiatique' pour

l'adolescent qui connaît, au cours de ses premières nuits 'blanches', les premières ivresses, éthyliques et sexuelles » (1991, p.101). Notons que sans que nous nous y intéressions dans cette étude, les premières expériences sexuelles sont également des découvertes qui participent au rapprochement du stade « adulte ».

c. L'alcool comme facteur constitutif de la sociabilité pendant la jeunesse

La consommation d'alcool pendant la période de la jeunesse présente un nouveau rapport à l'alcool dans la mesure où elle s'inscrit dans un autre cadre, un autre ensemble de pratiques, un nouvel état d'esprit. L'individu connaît maintenant ses limites, il est conscient du moment à partir duquel il ne maîtrise plus ses actes et paroles. Une consommation menant à l'état d'ivresse n'est a priori plus pratiquée dans l'unique intention d'éprouver une sensation physique différente, mais a d'autres fonctions et significations, participant ainsi à la définition de la sociabilité durant la période transitoire vécue par la population des 20-30 ans.

La chanson de Mano Solo, « On boira d'la bière » exprime bien la recherche des limites propres à la consommation d'alcool pendant la jeunesse : « Et on boira comme des porcs ; A la santé de la notre perdue ; Et on se cassera la voix ; A gueuler qu'on y croit ; Du moins qu'on y croyait ; A quoi déjà ; On s'en souvient pas ; On s'en souvient plus ; On l'a jamais su »⁴⁴.

Tout en connaissant ses limites, l'individu consommant de l'alcool peut avoir pour but l'enivrement. Cet acte peut s'expliquer par le désir d'oublier, du moins de relativiser, les événements de la vie de tous les jours, comme une rupture ou une déception. Cependant, tout en reconnaissant le choix de boire pour oublier, l'individu ne maîtrisant pas sa consommation peut être considéré comme immature, ce qui le replace dans la situation d'adolescent : « *Je le vois soit comme une volonté de s'évader totalement, de disparaître, de tout*

44 Extrait de « On boira d'la bière » de Mano Solo, album : La marmaille nue, 1993.

oublier, s'il y a quelque chose à oublier, soit comme quelqu'un qui est con et immature et qui ne sait pas se maîtriser. » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Une autre explication de la consommation excessive pourrait se définir comme « préventive », s'opposant à la précédente, plutôt « curative ». La première s'effectuerait après un événement décevant par exemple, la seconde avant qu'il n'arrive. Véronique Nahoum-Grappe attribue en partie ce rôle au boire : « Le boire enivrant calme l'anticipation anxieuse du pire. Un de ses rôles, le plus communément perçu, consiste en partie à rendre supportables les diverses menaces qui pèsent sur le sujet sobre, et dont la prévision permanente nourrit 'l'air du temps'. (...) L'ivresse noie les appréhensions de ce qui peut advenir, mort, maladie, y compris celle qui pèse sur le boire démesuré » (1991, p.149). Dans cette perspective, la consommation d'alcool peut signifier une prise de distance par rapport au quotidien, une volonté de se dégager des contraintes réelles ou éventuelles avant qu'elles ne deviennent trop pesantes.

A travers l'expérience de l'ivresse, l'individu peut chercher à mieux se connaître, il découvre de nouvelles façons de se percevoir lui-même et son entourage. Véronique Nahoum-Grappe a comparé l'enivrement à la cure psychanalytique, la confession ou le sommeil, cet ensemble de pratiques permettant au sujet de se surprendre lui-même. Ainsi, « les ivresses organiques, dues au trop 'boire', même si elles n'affichent pas immédiatement un contenu religieux, relèveraient donc du même tronc commun que les états mystiques, et le besoin d'ivresse aurait à voir avec le désir de 'religion' au sens large et littéral du terme et pas seulement avec les pathologies organiques et / ou psychiatriques du buveur » (1991, p.33).

Le regard sobre sur sa situation sociale et individuelle pouvant être teinté de pessimisme, l'influence de l'éthanol participe positivement à la perception de soi et de son environnement. Ainsi la consommation d'alcool menant à l'ivresse peut être comprise comme une volonté de mieux se posséder intellectuellement, offrant de nouvelles perspectives à l'individu. Donner libre cours aux sentiments et pensées permet à l'individu d'atteindre un autre état de conscience et de

découvrir une nouvelle face de lui-même : « *Si tu es saoul tu deviens plus détendu, du moins c'est mon cas, tu te perçois plus clairement et si t'es saoul tu peux mieux analyser les choses. J'ai souvent eu les idées les meilleures quand j'étais saoul, juste entre ivre et sobre.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse). Dans le cas de cet homme, l'état d'ivresse participe également à la création, son occupation actuelle et son métier futur étant la photographie. L'influence de l'alcool permet de mettre de côté les normes habituelles, d'emprunter de nouvelles formes de création et ainsi d'innover en sortant des sentiers battus.

La manière de consommer de l'alcool qui nous intéressera plus particulièrement dans cette étude est celle participant à la sociabilité. Des retrouvailles, la célébration d'un événement ou une simple rencontre, sont souvent accompagnées par l'acte de boire. La consommation choisie variera généralement en fonction du moment dans la journée, les boissons non alcoolisées étant plus fréquentes dans la journée et celles alcoolisées réservées au soir. Se retrouver dans un même lieu et avoir une pratique commune, celle de boire, a pour effet de lier les acteurs entre eux, de consolider les rapports entre les membres du groupe temporairement constitué.

L'acte de boire peut également être associé à une autre forme de convivialité qu'est la prise de repas. L'alcool fait ainsi partie de la fête, malgré ce que sous-entend le slogan d'une publicité pour une boisson non alcoolisée, « sans alcool, la fête est plus folle ». Cependant nous allons prendre en compte ce slogan, dans la mesure où l'influence de l'alcool sur les individus a souvent pour effet un égaiement, « les gens se sentent plus libres », le rassemblement autour d'une pratique commune ayant également pour conséquence une consolidation des liens sociaux, mais l'alcool peut aussi provoquer des phénomènes non voulus, à savoir une ségrégation ainsi qu'une marginalisation des personnes consommant de l'alcool de façon excessive.

L'occasion de se retrouver est une occasion pour boire, et peut-être même vice-versa. Les interactions autour de l'alcool ne sont pas toujours nombreuses au départ, mais le simple

geste de lever son verre en échangeant une « santé » suffirait à lui seul pour assurer la cohésion du groupe de buveurs. On parle de tout et de rien et si l'action se déroule dans un bar, l'attention portée aux autres clients est souvent importante.

Nous pouvons ici citer la notion de « communication phatique » que Véronique Nahoum-Grappe reprend à Malinowski, en l'expliquant ainsi : « Echanger ces gestes (trinquer, renverser la tête pour déglutir, faire 'ah' après la gorgée) permet de partager un sens commun, un accord provisoire sur ce qui est en train de se passer, à savoir l'expérimentation du lien social jusque dans son propre corps, ou inversement, dans l'ivresse, faire du monde entier le prolongement organique de soi » (1991, p.166). Ceci souligne la vertu d'agrégation que comporte l'alcool au sein d'un groupe d'amis, mais ceci se vérifie également dans le cas d'interactions entre individus qui ne se connaissent pas encore.

Peu de personnes rencontrées dans cette enquête ont manqué de souligner l'influence positive de l'alcool sur la prise de contacts dans les bars. Les premiers échanges peuvent se faire lors de la commande au comptoir : « *On en vient à se parler assez facilement, c'est peut-être plus facile de parler au bar, les gens viennent commander et hop, on commence à discuter.* » (Pierre, 26 ans, Français), ou encore par la proposition d'offrir un verre. A la question « comment les gens approchent quand ils draguent ? », cette situation était la plus fréquemment citée.

Cependant il faut souligner que c'est surtout le geste de boire ensemble qui importe dans la prise de contact, car « le verre » ou l'acte de « trinquer » peuvent se faire sans alcool. Une rencontre peut aussi avoir lieu à un moment où l'alcool est présent, mais sans forcément constituer le facteur principal de l'interaction : « *Je crois que quand on rencontre quelqu'un dans un bar ça se fait spontanément, ça se fait quand tu regardes quelqu'un qui est bourré, qui chante sur une table et tout le monde se fout de sa gueule et ça crée une espèce de lien entre les gens et du coup ça engage la conversation.* » (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

En quoi les boissons alcoolisées favorisent-elles l'établissement de contacts entre les individus ? Nous avons

constaté que les effets de l'éthanol permettent à ses usagers d'expérimenter un nouveau rapport au corps, de prendre une certaine distance par rapport au réel, de laisser tomber les barrières présentes au quotidien lorsque l'individu est sobre. En état d'ivresse, une personne a moins d'appréhensions face à sa situation sociale, sa vie en général, mais aussi face aux personnes qui l'entourent. L'une des fonctions de boire de l'alcool est alors d'instaurer un « sas » entre différents espaces, de permettre un passage entre l'inconnu (les individus sans visage dans la rue) et le connu (apprendre à les connaître). Ce qui rend possible cette transition est, selon Véronique Nahoum-Grappe, l'enjeu de la situation : « En prenant ensemble le risque d'une ivresse, même légère, les buveurs qui ne se connaissent pas se montrent les uns aux autres qu'ils acceptent une plus grande proximité des corps et donc de la communication. La qualité de l'échange est améliorée par le fait de boire ensemble » (1991, p.160).

En ce sens, la prise de contact avec une personne inconnue, parfois dans une situation de « drague », est facilitée par l'absorption d'alcool, les effets de ce dernier favorisant la diminution des appréhensions (autant physiques qu'intellectuelles) et donc une meilleure communication. Ceci semble d'autant plus vérifié que les personnes ne se soumettant pas aux « règles de consommation d'alcool » font parfois l'objet d'un étonnement, voire même d'un jugement de la part des « buveurs ». Nous abordons ici le cas de figure où l'alcool constitue un facteur de ségrégation.

La volonté de se retrouver dans un lieu précis pour accomplir des gestes prédéfinis offre aux individus le sentiment d'appartenir à un ensemble (le groupe d'amis), de jouer un rôle dans une action (la sociabilité) et de participer à la construction d'un nouvel espace - temps (le milieu de la nuit). L'alcool, faisant partie intégrante de cet ensemble, peut avoir une vertu d'agrégation, mais si sa consommation n'est pas effectuée selon les normes ou si elle est inexistante, une forme de ségrégation peut en résulter.

Le geste de lever son verre s'inscrit dans le temps, notion partagée par les membres participant à l'action, et un rythme

est ainsi instauré. Lorsque les verres sont vides, quelqu'un se propose d'aller chercher de nouvelles consommations. Dans la pratique des « tournées », il n'existe pas d'ordre établi quant à l'individu devant aller chercher à boire. Quelqu'un se propose de commencer et les autres suivent. Mais en y regardant de plus près, il existe cependant certains éléments intervenant dans la décision de payer la tournée.

Payer une tournée générale au groupe peut s'expliquer par la facilité que cela représente en termes de comptes ; lorsque les participants n'ont pas de monnaie pour payer leurs consommations individuellement, il est plus aisé qu'une personne paye pour tous. Ceci arrange également le personnel du bar, pour qui l'encaissement est simplifié par le regroupement des paiements des consommateurs (Spradley et Mann, 1975).

La pratique des tournées est par ailleurs un phénomène culturel, car dans certains pays il n'est pas coutume d'offrir des consommations aux autres : « *En Finlande c'est très différent, en Scandinavie c'est très égoïste, tu vas à une soirée et t'amènes ton sac avec tes douze bières que tu vas boire, et tu mets ton nom sur chacune des bouteilles, chaque canette et tu les places dans le frigo pour savoir exactement lesquelles sont les tiennes.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).

Il existe cependant des paramètres qui limitent le déclenchement ou la participation aux tournées. D'abord intervient le facteur argent, c'est la personne ayant les moyens financiers qui paye. Une seconde raison individuelle de ne pas participer aux tournées est la différence de prix des consommations. Si une personne dans le groupe préfère des boissons bien plus ou moins chères que les autres, sa non participation sera comprise et acceptée.

A un autre niveau, la pratique des tournées devient irraisonnable si le groupe compte trop de participants (au-delà de six à sept personnes selon les interviewés) car chacun ne pourra offrir sa tournée en l'espace d'une soirée, par manque de temps passé ensemble. Mis à part ces facteurs « matériels », offrir à boire aux autres sous-entend leur connaissance antérieure : « *Je ne vais pas payer une tournée générale dans le bar, ça va, il ne faut pas exagérer.* » (Jean, 27 ans, d'origine

irlandaise), et ce geste sous-entend généralement un retour : « *Cela fait plaisir de payer une tournée aux gens, tout en sachant que, enfin la plupart du temps, c'est chacun son tour.* » (Carine, 23 ans, Franco-Suédoise).

Précisons néanmoins que ceci n'est pas valable dans le cas de la drague précédemment cité, où l'acte de proposer un verre à une personne inconnue a justement pour but d'établir une communication, de fonder une relation.

Si un individu ne participe pas aux tournées et n'a pas « d'excuse valable » pour ce faire (c'est-à-dire le manque d'argent ou une trop forte différence de prix des consommations), il peut en résulter un certain malaise au sein du groupe. Il arrive alors parfois qu'une remarque explicite soit prononcée à l'égard de l'individu ne participant pas à cette pratique collective de « don et contre don » : « *De toute manière, ça se fait de manière automatique, tout le monde se retourne et dit 'c'est à ton tour maintenant, il faut y aller'. Et s'il assure mal, il assure mal et c'est tant pis pour lui la prochaine fois.* » (Pierre, 26 ans, Français).

Ne pas participer à cet échange sera donc interprété comme un refus de rendre ce qui a été reçu et si cela est fait sans raisons apparentes, c'est même considéré comme un rejet des « règles » du groupe et donc comme une anomalie : « *Si quelqu'un ne participe pas, sans raisons, tu te dis 'c'est bon, c'est tout', mais il y a des choses que tu ne fais pas, c'est pas que c'est interdit, mais c'est comme les rituels d'une tribu, alors si tu les enfreins ce n'est pas grave, mais ce n'est pas normal.* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).

Certaines personnes ont dit que les membres du groupe ne participant pas ont généralement de « bonnes excuses », mais sans celles-ci, le refus de participation est inacceptable. Il faut noter que ce système d'échanges peut durer sur le long terme, un individu ayant une situation financière difficile à un moment se « rattrapera » un autre soir. Chacun a donc un rôle à assumer, chacun est un acteur dans le système.

Michel Crozier et Erhard Friedberg, dans *L'acteur et le système* (1977), présentent l'hypothèse selon laquelle toute entreprise collective repose sur un minimum d'intégration des comportements des individus ou groupes, même si leurs

objectifs sont divergents. L'intégration dans un système peut se faire sous contrainte ou par l'adhésion à des valeurs communes, mais également être motivée par un intérêt. Il s'agirait alors d'un contrat passé entre les individus. Cependant, l'établissement de relations contractuelles est un processus difficile, car ces dernières comportent toujours des risques. Les auteurs les décrivent comme suit : « D'une part, ils (processus d'établissement de relations contractuelles) impliquent toujours la reconnaissance de relations de pouvoir et de dépendance, et des contraintes qui en découlent ; d'autre part, leur dynamique propre peut être telle que toutes les parties en souffrent » (1977, p.22). Ainsi les « construits d'action collective » offrent une solution, assurant la nécessaire coopération entre acteurs, sans omettre leurs libertés individuelles.

Les relations contractuelles comprennent néanmoins une inégalité des capacités individuelles face au problème à résoudre, ce qui peut engendrer des relations de pouvoir entre les acteurs. Il existe toujours une part d'indétermination quant à la possibilité de trouver une solution au problème faisant l'objet de l'agrégation entre les individus, et cette incertitude de la situation se traduit par le pouvoir de certains acteurs face aux autres.

Reprenons cette analyse dans le cadre de l'étude des tournées. La pratique du don et contre-don sous forme de boissons ressemble dans une certaine mesure aux relations contractuelles citées ci-dessus. Si le but et l'intérêt de ces échanges sont la cohésion du groupe de participants, les relations contractuelles ont pour effet un respect des règles de cette pratique, à savoir la participation de chacun des membres aux tournées. Les inégalités des capacités individuelles à construire le processus sont l'impossibilité ponctuelle de payer une tournée, par manque de moyens financiers. Mais la notion de confiance liant les membres du groupe, les assurant de l'absence d'une « trahison » éventuelle (le refus de participation sans raisons justifiées), permet au système de fonctionner malgré tout.

Dans le cas d'une non-participation aux tournées sans excuses apparentes, une pression est exercée sur la personne

par les autres membres du groupe, ce qui met bien en évidence les relations de pouvoir qui sous-tendent ce phénomène. Ainsi cette consommation s'inscrit dans des normes particulières lorsqu'elle est pratiquée sous forme de tournées. Des règles structurent le phénomène et seules deux attitudes semblent excusables d'une non conformité à celles-ci : le manque d'argent et la différence culturelle, une personne n'étant pas habituée à cette pratique pouvant être inconsciente des codes à respecter.

Parmi la population interrogée, deux personnes ont déclaré ne pas consommer d'alcool ; Stéphane ayant eu une première expérience négative vers l'âge de 16-17 ans qui l'a « refroidi » et Lina ayant choisi de ne plus boire d'alcool pour des raisons personnelles. Tous deux fréquentent les bars et n'ont pas manqué de souligner les réactions de surprise de la part des individus consommant de l'alcool, lorsqu'ils se rendent compte que ces deux personnes ne font pas de même : « *Il y en a sûrement qui trouvent ça étonnant. Je comprends que ça puisse étonner les gens, en général les gens boivent, c'est plutôt des bars à bière. Le mec qui arrive et demande un Perrier, ça étonne un peu.* » (Stéphane, 32 ans, Français). Mais les non consommateurs d'alcool disent s'amuser tout autant : « *C'est marrant parce que maintenant je ne bois plus du tout, enfin je bois un verre de vin ou deux, enfin je ne bois plus du tout d'alcools forts, et en fait je m'aperçois qu'on s'amuse tout autant, parfois même plus.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

Nathalie a momentanément arrêté de boire, quant à Lina et Stéphane, ils ont déjà eu des expériences avec l'alcool et en connaissent donc les effets secondaires éventuels. Cependant ils ont choisi de ne plus boire, ou de boire très peu, et peuvent ainsi observer le phénomène autrement. Ce qui est mis en avant est le manque de contrôle que peut engendrer la consommation d'alcool, si cette dernière est excessive les agissements et attitudes des consommateurs peuvent devenir « démesurés ». Les non buveurs deviennent plus conscients des conséquences possibles de l'alcool et occupent en quelque sorte la place de spectateurs sobres, qui sont de ce fait plus critiques, plus lucides à ce qui se passe : « *On est beaucoup plus conscient de*

ce qui se passe et le rôle de l'alcool en fait c'est que ça t'aide quand même à te lâcher, ça te monte un peu à la tête et quand tu sors du bar tu n'es plus vraiment la même personne que lorsque t'es entrée. » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

L'éthanol affectant les sens, autant au niveau du corps que de l'esprit, influe sur les rapports entre les individus. Ce phénomène de rapprochement entre « buveurs » ne concerne donc pas les personnes ne consommant pas d'alcool et peut être ressenti comme une distanciation par rapport à ces dernières. En effet, les individus ne se situent plus « sur la même longueur d'onde » : « *Déjà tu n'es pas dans le même état que les autres, et ça c'est bien connu, quand tu n'es pas sur la même longueur d'onde que quelqu'un c'est chiant, je pense surtout pour celui qui ne boit pas, parce que tu n'es pas du tout dans l'ambiance, dans la fête, enfin tu n'es pas du tout dans le même délire que les autres, donc c'est un petit peu frustrant. » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).*

Il existe donc une différence d'attitudes et de comportements entre les individus ne consommant pas d'alcool et ceux qui le font. Les premiers sont conscients de l'écart qui se creuse entre les buveurs et les non buveurs au fur et à mesure que la soirée avance et se rendent compte que la communication devient plus difficile. Les seconds ressentent également cette différence, mais ne semblent pas la vivre de la même manière. Ne pas consommer d'alcool peut paraître étonnant aux yeux de certains et cette attitude nécessiterait une explication, une justification, telles la fatigue ou l'obligation de prendre le volant en fin de soirée. Le point de vue des « buveurs » est que les personnes ne consommant pas d'alcool ne peuvent pas se détendre et « se laisser aller » autant que les autres : « *Sans alcool c'est du jeu et c'est en buvant que vient le plaisir. Les gens sont saouls, je pense qu'ils se laissent aller et tu deviens moins coincé, tu laisses tomber les barrières personnelles, tandis que si tu es sobre tu as l'impression qu'il faut faire quelque chose tout le temps. » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).*

Une personne ne buvant pas d'alcool a ainsi du mal à s'intégrer dans un groupe de consommateurs et il semble même que certains buveurs ressentent une « pression » de la part de

ceux qui ne boivent pas, ce qui entraîne les premiers à condamner l'attitude des seconds : « *Les gens qui ne boivent pas sont coincés, coincés et bêtes, ils sont ennuyeux, mais j'accepte la décision de chacun. Si tu t'amuses sans boire et que tu n'as pas l'impression de rater quelque chose ça va, mais si tu es frustré, si tous tes copains boivent et que tu leur dis qu'ils sont cons quand ils boivent...* » (Bob, 23 ans, Finlando-Suisse).

Il y a ici plusieurs phénomènes qui méritent notre attention. Pourquoi est-il nécessaire de justifier qu'on ne boit pas d'alcool ? Pourquoi est-ce frustrant de ne pas être sur la même longueur d'onde que ceux qui boivent ? Pourquoi juger ceux qui ne boivent pas ? L'alcool permet aux gens de « se libérer », de laisser tomber les inhibitions du quotidien. La participation aux tournées, du moins à l'acte de boire ensemble, assure les liens entre les membres du groupe, puisqu'il y a derrière cette expérience collective le risque d'une ivresse. Pour ces raisons, la non participation se traduit comme la volonté de ne pas faire partie de l'ensemble, comme une marginalisation délibérée. A priori, l'auto exclusion de l'un des membres n'affecterait pas le reste du groupe, mais c'est ici qu'entre en jeu « la lucidité » de ceux qui ne boivent pas, face aux comportements des autres. Le corps ivre n'est pas pudique, les sens étant transformés sous l'emprise de l'éthanol, les gestes et paroles deviennent plus libres et moins contrôlés. Comme l'écrit V. Nahoum-Grappe : « L'ivresse fait perdre la face littéralement. Elle brouille et désorganise les signes esthétiques de l'honneur, à savoir l'aspect lisse, redressé et sec d'un front, d'un torse, d'une pommette : toutes ces surfaces polies, éduquées, distinguées par le travail de la civilité, sont comme mises de travers et 'mouillées' dans l'ivresse » (1991, p.66-67).

C'est en ceci que l'individu sobre présente une « menace » pour celui qui boit, ce dernier pouvant porter un regard objectif et terre à terre sur la personne qui laisse libre cours à ses sentiments. Un écart se creuse entre les deux individus, l'un se dévoile et l'autre observe. L'idée d'un phénomène de don - contre don revient à l'esprit, l'un peut avoir l'impression de donner, en se livrant à l'autre, alors que le second ne rend pas de la même manière, gardant une attitude posée et réfléchie. La

personne ivre commet parfois des actes non réfléchis qu'elle regrettera par la suite, d'où l'éventuelle « protection » des buveurs face aux personnes ne consommant pas d'alcool, en les jugeant comme « coincés et bêtes ».

Il semble qu'il existe également une forme de ségrégation au sein de la population de consommateurs. En effet, il y a des pratiques de consommation propres aux sexes. Ainsi, l'homme prouverait sa force en buvant de grandes quantités, tandis que la femme perdrait de sa vertu en consommant autant. Dans les entretiens réalisés, personne n'a expressément parlé de la consommation d'alcool comme preuve de virilité. Cependant, elle a été mentionnée comme une preuve de force, qui se traduit par la capacité de « tenir l'alcool », c'est-à-dire la possibilité d'en absorber une grande quantité sans montrer de signes de faiblesse : *« Boire, c'est un petit phénomène de société, donc boire sans être complètement bourré c'est toujours impressionnant, 'qu'est-ce que tu tiens bien', les gens quand ils te disent ça, c'est souvent une félicitation, 'tu tiens bien l'alcool', 'qu'est-ce que tu bois et tu n'es pas encore bourré', ça sous-entend que la personne boit beaucoup mais que 'tu n'es pas encore bourré - c'est bien', parce que je pense qu'à notre âge ce n'est plus le but d'être à quatre pattes quoi, mais c'est toujours impressionnant. »* (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Il semble que cette « force » se mesure au nombre de verres consommés et non pas tellement au degré d'alcool qu'ils contiennent. C'est une question de quantité - donc facilement observable de l'extérieur. Boire de la bière par exemple permet d'en boire beaucoup, tandis qu'une grande quantité d'alcool dit fort a pour effet un état d'ébriété plus rapide. Cependant, la notion de « pouvoir boire beaucoup sans être bourré » est relative, puisque certains jours l'ivresse arrive plus vite que d'autres et il devient donc difficile d'établir une quantité au-delà de laquelle le buveur peut être considéré comme « fort ». La consommation d'alcool et l'ivresse semblent traditionnellement associées à l'homme : « l'enjeu de l'épreuve du boire est le risque de l'ivresse, et la pleine mesure de la personnalité masculine sera donnée par sa capacité de boire de façon démesurée, et par celle de se battre contre sa propre

ivresse montante » (V. Nahoum-Grappe, 1991, p.118). C'est ainsi qu'en buvant d'importantes quantités le personnage masculin prouve sa « force » en repoussant ses limites physiques, l'ivresse ayant pour effet une nouvelle mise en scène du corps. Il semble cependant que la consommation d'alcool ne soit plus réservée aux hommes uniquement, mais que les femmes y aient un accès plus libre, malgré la perpétuation de certaines valeurs anciennes.

Des femmes rencontrées dans le cadre de cette étude ont signalé que la consommation d'alcool conjuguée au féminin peut provoquer des étonnements de la part de certains hommes. Elles ne bénéficient pas toujours des mêmes « droits » que les hommes quant à l'usage des boissons alcoolisées. Il semble rare qu'une femme utilise la « stratégie d'approche » consistant à offrir un verre à un homme inconnu : « *Une nana qui va vers un mec pour lui offrir un verre, non, je le fais mais avec des amis, mais sinon je ne vais pas vers un inconnu juste parce qu'il me plaît, lui offrir un verre, ou comme ça, aller discuter avec lui.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

Une femme buvant de grandes quantités d'alcool peut surprendre, mais en même temps faire l'objet d'une certaine admiration de la part des hommes. Cependant elle peut également entendre des critiques. Ceci semble davantage remarqué si la femme est assise au comptoir, une place traditionnellement réservée aux hommes : « *Je sais que j'en ai pris plein la figure à propos de l'alcool. Une fille qui boit c'est très très mal vu. Il y a certaines personnes qui sont venues me voir en me disant 'vous vous rendez compte que vous êtes une fille et que vous buvez au comptoir' et je leur ai répondu 'être à une table ou au bar c'est pareil', que ce soit un homme qui ait un verre d'alcool à la main, ou une femme, par logique de l'égalité des sexes, c'est la même chose. Comment ils réagissent, 'ce n'est pas bon, ce n'est pas dans la nature des femmes' etc. En général c'est vraiment une réflexion, et pas une façon de draguer, ce qui peut paraître étonnant.* » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

Si nous nous référons aux écrits abordant plus ou moins sommairement les consommations d'alcool dans le passé, comme par exemple *L'assommoir* d'Emile Zola, il apparaît que

les femmes buvant de l'alcool dans les « bars » de l'époque sont rares, et cette pratique concernait plutôt celles quelque peu exclues, ou en voie de marginalisation sociale. Elles ont adopté un comportement connoté masculin et perdent ainsi de leur féminité. Véronique Nahoum-Grappe suggère que la représentation des consommations alimentaires d'une façon générale (comprenant donc la consommation d'alcool) diffère selon les sexes et les femmes n'ont pas droit aux mêmes attitudes et comportements que les hommes dans ce domaine. « La femme ne peut être vorace sans perdre de sa féminité, alors que l'homme a droit à plus de possibilités d'être corporellement présent sur la scène sociale, puisqu'il est un être de raison. (...) Si les devoirs des civilités pèsent avec plus de contraintes sur le corps des femmes, la scène de l'ivresse sera une infraction plus grave et nécessitera plus de tension, plus d'énergie » (1991, p.135). L'ivresse entraînant une expression du corps plus libérée, ne correspond pas à l'image socialement attribuée à la femme et devient de ce fait hors normes. De cette manière, l'alcool et la femme ne font pas toujours bon ménage.

Traditionnellement, l'homme prouvait force et virilité en consommant beaucoup d'alcool, tandis qu'une femme y perdait de sa féminité, mais de nos jours la distinction sexuelle entre habitudes de consommation semble moins nette. En effet, un individu ne consommant pas d'alcool, qu'il s'agisse d'un homme ou d'une femme, risque de faire l'objet d'une exclusion du groupe.

Cependant la consommation féminine d'alcool, ainsi que le boire démesuré d'une façon générale, ont la même conséquence : une marginalisation. La définition du rôle de l'alcool dans la sociabilité devient complexe : en même temps que l'homme prouve sa force, il prend le risque d'une marginalisation provoquée par une trop importante consommation d'alcool qui le rendrait asocial. En ce qui concerne les femmes, une absence de consommation est parfois considérée hors normes, mais également l'acte d'en boire. Dans le « paradoxe de la consommation féminine », il peut s'agir d'un décalage entre les valeurs traditionnelles et modernes. En effet, les femmes connaissent depuis quelques

décennies une émancipation, elles ont acquis des droits sociaux qu'elles n'avaient pas auparavant. Un rapprochement important entre la situation des hommes et des femmes est à noter, leurs pratiques et comportements se ressemblant de plus en plus, et la consommation d'alcool rentrerait dans ce processus d'égalisation des statuts. Cependant, les rôles traditionnellement affectés à chacun d'entre eux ont parfois du retard sur les situations sociales réelles, et nous pouvons donc penser que les valeurs anciennement attribuées aux femmes consommant de l'alcool subsistent parfois aujourd'hui. Ceci expliquerait l'étonnement de certains hommes face aux femmes consommant de l'alcool dans les bars.

8. Les limites de la consommation d'alcool dans la sociabilité

Pour clore l'étude sur la consommation d'alcool comme élément structurant la sociabilité, nous allons en aborder les limites. Tout au long de ce thème, nous avons laissé sous-entendre qu'une consommation excessive comportait un risque et c'est justement ce dernier que nous tenterons de définir ici.

a. Le boire excessif : un comportement hors normes

La consommation d'alcool a une vertu d'agrégation, mais également un effet de ségrégation lorsque ses codes ne sont pas respectés (un refus de participation aux tournées, une absence de consommation ou une non conformité aux rôles sexuels de consommation).

L'effet de ségrégation peut également être provoqué par un usage excessif de l'alcool, qui sera considéré hors normes. Il semble que les limites du boire se résument à un manque de contrôle de soi, à un niveau physique (ne plus marcher droit par exemple). Certains ne vont jamais boire au-delà de leurs limites, pour ne pas se comporter comme ceux qui « ne savent pas gérer » : « *Moi aussi je suis bourré parfois, on s'en met une bonne cartouche. Nous, on ne se bourre jamais la gueule à être vraiment KO. Il y en a qui ne savent pas gérer la boisson, qui ne se rendent pas compte et d'autres qui ont l'habitude.* » (Daniel, 25 ans, Français). Pour éviter des situations gênantes,

certains ne vont donc pas encourir le risque de l'ivresse dans un bar où ils sont exposés au regard de tous.

Par ailleurs, des problèmes de communication peuvent résulter d'une consommation excessive et des gestes inconsidérés peuvent être commis. Il peut ainsi être « dangereux » de trop boire, dans la mesure où l'individu ne se rend plus compte de ce qu'il fait, ce qui peut l'entraîner dans des situations de violence : « *C'est dangereux parce que tu ne sais pas ce que tu fais, tu peux aller emmerder n'importe qui, tu peux te retrouver aux urgences de l'hôpital très rapidement quoi. Parce que j'ai eu un problème une fois, à la Fête de la Musique, je devais avoir 22 ans et c'est vrai qu'à l'époque je n'étais pas encore habitué à l'alcool et je ne contrôlais pas très bien, et un soir j'avais trop bu et ça s'est mal passé, je me suis fait casser la gueule, j'avais le nez cassé, des points de suture. Je ne sais plus ce que j'avais fait.* » (Jean, 27 ans, d'origine irlandaise).

Sobre, le corps obéit aux conduites prescrites par la société, à savoir une tenue droite et des gestes mesurés. Ivre, ce même corps se sent moins contraint par ces limites et se laissera aller plus librement. Il en est de même pour les paroles, la voix habituellement basse et calme, s'élève sans gêne pour se faire entendre. Ainsi, les comportements des personnes en état d'ébriété semblent démesurés et s'opposent aux normes quotidiennes. Véronique Nahoum-Grappe décrit cet état de la façon suivante : « L'immobilité et le silence sont une conquête sur soi : sous le regard social, l'enfant pris en faute se fige, et le suspect repéré ne bouge plus. L'immobilité est une fuite sur place. La gesticulation du corps ivre est son contraire, l'affirmation d'être à sa place ici. Il rejette cet anéantissement provisoire que constitue l'impassibilité ou la seule mobilité fonctionnelle du corps sobre » (1991, p.66).

C'est justement en cette libération provisoire de l'individu que se mesure la limite de l'alcool comme un élément structurant la sociabilité. L'alcool, pouvant favoriser la communication interindividuelle, risque par ailleurs de la détériorer. D'une part, l'individu ne se maîtrisant plus tout à fait peut avoir des gestes et paroles incontrôlés, ou avouer des faits qu'il aurait normalement gardés pour lui. D'autre part, si

la consommation d'alcool a un effet inverse, à savoir une incapacité à toute expression (« *s'endormir dans un coin* »), la communication n'est plus possible et donc tout échange inexistant. Nous retrouvons également le phénomène de « ne pas être sur la même longueur d'onde » provoqué par une consommation d'alcool, deux individus ne se trouvant pas dans un même état de conscience ont du mal à se comprendre. Finalement, si l'influence de l'alcool va jusqu'à la violence, dernier mode d'expression possible, c'est la cohésion sociale qui est en péril.

Ces cas de figure sont néanmoins définis comme hors normes dans la mesure où ils mettent en péril la sociabilité. Cela signifie donc bien que l'alcool avait pour fondement une amélioration de la communication, mais qu'un effet inverse peut se produire à partir d'un certain degré de consommation. Cependant il a été mis en place des moyens pour contrer ce risque de dégradation de la sociabilité liée à une consommation excessive. En effet, il existe des « excuses » reconnues pour justifier un acte inconsidéré effectué sous l'emprise de l'alcool.

b. L'excuse sociale de l'état d'ébriété : « Ce n'est pas de ma faute, j'étais ivre »

Certains individus commettent des actes inconsidérés en état d'ivresse. Le lendemain, le réveil (parfois difficile) peut s'accompagner d'une prise de conscience plus ou moins désagréable. Un sentiment de gêne ou d'embarras peut apparaître en repensant à la veille.

En dehors de notre entretien formel, un homme a expliqué un système de notation des jeunes femmes rencontrées dans les bars, qu'il avait élaboré avec ses amis, et ce non sans humour. Il s'agissait d'un classement des femmes en rapport avec le nombre de bières consommées. Ainsi, si une femme équivalait à une bière, cela signifiait qu'il était nécessaire de ne boire qu'une bière pour la « draguer » en vue de passer la soirée avec elle. Plus le nombre de bières nécessaires augmentait, plus il y aurait de chances de regretter ses actes le lendemain. Le comble du classement était « le coyote ». Cet animal capable de ronger son propre bras pour se dégager d'un piège, représentait l'extrême malaise pouvant être ressenti le lendemain matin au

réveil aux côtés d'une femme dont on ne se souvenait même plus (à cause du grand nombre de bières nécessaires pour l'aborder). La seule solution à cette situation embarrassante était donc de ronger son bras pour s'en dégager le plus vite possible. Cette anecdote souligne, de manière bien métaphorique, le sentiment de gêne pouvant être éprouvé le lendemain d'une ivresse.

La prise de conscience du lendemain peut être interprétée de deux manières. Dans un premier temps, nous pouvons la rapprocher d'une remise en cause de l'ordre social. En effet, « l'excuse de l'ivresse » est socialement reconnue, une grande majorité des gens ayant fait l'expérience d'une consommation excessive d'alcool en connaît les effets et conséquences éventuels.

Annick Sjögren de Beauchaine, dans son étude de la culture suédoise (1986), a relevé le rapport caractéristique à la parole de cette population. La parole se présente comme le reflet du remords ou de l'honneur, les individus se devant de respecter ce qu'ils disent. Les comportements ne se conformant malgré tout pas toujours au modèle affiché, il existe cependant deux recours ne mettant pas en cause « la foi en l'homme parfait », une des valeurs essentielles de la culture suédoise : l'hypocrisie et l'abus d'alcool. « Il (l'alcool) offre une chance, par la possibilité d'en abuser, de se dégager de la responsabilité oppressante de tout homme en pleine possession de ses moyens. Le contrôle permanent exercé par les individus sur leur parole peut être relâché au cours d'une soirée où l'on boit. Les sentiments peuvent s'exprimer, l'exagération fleurir, l'agressivité exploser. Il ne s'agit pas que d'une parenthèse, c'est bien 'moi' mais ce n'est pas le moi légal, responsable, officiel, le seul dont la conscience tient compte, et qui, dès le lendemain, reprendra la situation en main ainsi que sa marche laborieuse vers le modèle parfait » (1986, p.39-47).

De cette façon, admettre qu'on a peut-être eu des attitudes ou comportements regrettables, ne pas s'être soumis aux normes prescrites par la société, est « pardonné », du moins accepté. Cette analyse se réfère à la culture suédoise, mais nous pouvons suggérer qu'elle peut s'appliquer au modèle français

également, tout en notant que le rapport à la parole n'est pas toujours le même en France et en Suède.

La seconde analyse que nous pouvons faire de cette prise de conscience du lendemain se situe à un niveau plus individuel et rentre dans le processus d'une meilleure connaissance de soi, que nous avons évoqué précédemment. Comme l'écrit V. Nahoum-Grappe : « Une fois le point d'acmé de l'ivresse dépassé, les combattants ne reconnaissent plus leurs jambes au réveil, ils sont encore gris ou bien rendus définitivement à l'expression sans retenue de leur idiotie naturelle après la scène initiatique de l'ivresse : il s'agit ici d'une initiation à soi-même. L'expérimentation de l'identité propre que permet l'enivrement était aussi une épreuve de vérité - *in vino veritas* -, les combattants souffrent d'un manque cruel de malignité » (1991, p.81). L'individu se retrouve ici face à lui-même, il doit assumer ses actes et prendre ses responsabilités. Cette interprétation semble quelque peu en opposition avec la première, puisque la précédente aurait une tendance à déresponsabiliser l'individu. Cependant nous pouvons opérer un lien entre les deux modes d'analyse ; la non conformité aux normes sociales est en quelque sorte compréhensible si elle est faite en état d'ivresse (mais ce jusqu'à une certaine limite, une désobéissance à la loi n'étant en aucun cas justifiée), mais l'individu sera toujours seul face à lui-même le lendemain et devra assumer ses actes. L'excuse sociale, si minime soit-elle, a peut-être alors un effet réparateur, de soulagement, amoindrissant le sentiment de gêne ou de honte, mais n'ôtera jamais toute la responsabilité de l'individu quant aux actes commis.

c. La consommation excessive d'alcool : le risque d'une marginalisation sociale définitive

Certaines personnes rencontrées ont mentionné les « poivrots de bar », qui selon elles sont des individus ayant un rapport particulier à l'alcool. Ainsi il s'agit d'une consommation d'alcool autre que la leur, à savoir celle faisant l'objet d'une dépendance. La représentation sociale de ces « poivrots » sous-entend une situation marginale, une exclusion plus ou moins importante de la vie sociale. Cette exclusion,

provoquée par une consommation d'alcool excessive et hors normes, peut mener à des actes de violence, d'où la pratique de « tris » des clients à l'entrée de certains bars de nuit. La violence pouvant exploser sous l'influence de l'alcool, certains deviennent des individus « à risques » et sont de ce fait progressivement exclus des lieux de sociabilité. Il existe des personnes désignées comme « ivrognes » qui sont déjà marginalisées au point de n'avoir que très peu de possibilités d'accéder aux lieux de sociabilité.

Le « poivrot de bar » se définit en fonction de son rapport particulier à l'alcool, à savoir une consommation excessive à toutes les heures de la journée. Une autre caractéristique de cet individu est sa solitude prolongée, différente de celle de la personne qui attend quelqu'un : *« Tu sais, quand tu vois quelqu'un boire seul, boire un verre et donner l'impression d'attendre quelqu'un ça va, ça passe peut-être, mais boire 10 à 15 verres... Parce que boire seul, ça fait peut-être tout de suite alcoolique. »* (Kathy, 23 ans, Franco-Allemande).

Le choix d'une place au comptoir peut rappeler l'image d'un « poivrot de bar », dans la mesure où le buveur solitaire y trouve du moins un contact avec le personnel du bar. La figure du « poivrot de bar » fait ainsi l'objet de moqueries de la part des autres consommateurs : *« Il y a un certain ridicule en buvant trop parce que pour eux c'est 'je bois mais je sais m'arrêter', parce qu'ils n'ont pas envie de sortir et de se retrouver comme ce qu'on appelle des poivrots de bar, parce qu'ils s'en sont moqués, donc ils n'ont pas envie d'en devenir. »* (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).

La particularité du consommateur excessif, communément appelé « alcoolique », « poivrot de bar » ou « pilier de comptoir », est un dérèglement de ses manières de boire. D'abord intervient la variable quantité, cet individu buvant plus que ce qui est considéré normal. Puis nous trouvons le facteur temporel, les moments du boire étant culturellement définis. Dans la culture française par exemple, un verre peut se boire à midi, ensuite à l'heure de l'apéritif et finalement à l'occasion du dîner. Une segmentation de la journée établit de cette façon une règle de consommation d'alcool et tout écart à celle-ci sera donc considéré anormal. Ainsi une personne passant une

journée entière au comptoir d'un bar en buvant de l'alcool est jugée alcoolique. Une telle pratique aboutira probablement à une marginalisation, dans la mesure où une consommation excessive risque de détériorer la communication, peut engendrer une certaine violence et diminuer en même temps les possibilités de mener une vie sociale et familiale correspondant à la norme.

Jean-Pierre Castelain (1989) écrit à propos des dockers du Havre confrontés au problème de l'alcoolisme : « Ne pouvant plus travailler, communiquer, le corps détruit, il (le buveur) rompt avec les modes d'échange. Ses compagnons, ses voisins, sa famille ne supportent plus sa violence, qu'il n'y ait plus d'argent au foyer ; et lui-même ne les supporte plus, n'attend plus rien d'eux. L'entourage, tous les autres, deviennent superflus, inutiles, à écarter de sa dérive solitaire » (1989, p.71). Ce comportement résulte ainsi en une mort sociale, qui sera suivie d'une mort physique due à une intoxication organique par l'alcool.

Jaakko Kaprio, du département de la Santé Publique à Helsinki (1994) ayant réalisé des études longitudinales de la consommation d'alcool, écrit : « Les profils de consommation et de surconsommation d'alcool révèlent pendant toute la vie des tendances liées au développement. C'est à l'adolescence que les modifications sont les plus importantes, dans la mesure où c'est à ce moment que s'acquièrent les habitudes en matière de boisson, et où la consommation d'alcool augmente généralement pour atteindre des niveaux adultes. » Ses études montrent l'existence d'une interaction complexe entre des facteurs biologiques et sociaux en ce qui concerne les comportements liés à l'alcool, mais la présente étude ne s'intéresse qu'à l'aspect social.

Les sorties dans les bars sont généralement nombreuses pendant la période de la jeunesse et la fréquentation de ces lieux souvent accompagnée d'une consommation d'alcool. Cette dernière peut devenir importante et les moments d'ivresse multiples. La situation d'un individu peut l'encourager à sortir, si par exemple il se « sent à l'étroit » chez lui : « *Pourquoi je bois, parce que j'aime bien la bière, en ce moment je sors un peu plus parce que ma télé est cassée depuis*

huit mois, et comme j'habite dans 20m2, je n'invite pas un ami forcément tous les soirs, je vais au ciné, et surtout j'ai un bon pote qui aime sortir aussi.» (Jean, 27 ans, d'origine irlandaise).

Les sorties étant associées aux bons moments passés avec des amis et à une « décompression » par rapport à la semaine de travail, l'alcool peut alors renforcer cette coupure avec la vie quotidienne et l'ivresse peut donc être atteinte lorsque des amis se retrouvent et s'incitent plus ou moins à boire : « *Il y a les soirées arrosées, pas arrosées, les soirées si on vient seul ou à deux et qu'on rencontre des gens, les soirées où on vient à deux et qu'on reste à deux. Cela dépend de l'euphorie du moment. C'est comme ça, c'est une course, le challenge sur le moment. Tu prends un verre, j'en prends un, tu en reprends un, c'est ma tournée, c'est la tienne.* » (Pierre, 26 ans, Français).

L'alcool constitue un facteur de sociabilité lorsqu'il est consommé avec modération et cette pratique est celle de la convivialité, de la rencontre et de l'échange. De ce fait, elle est plus ou moins fréquente selon les individus et leurs modes de vie (quotidienne pour certains, occasionnelle pour d'autres). L'acte de boire symbolise un partage avec des individus appartenant à un même groupe, ayant les mêmes habitudes (se retrouver autour d'un verre), un code commun (payer des tournées) et partageant un même risque (l'ivresse éventuelle avec ce qu'elle comporte). Pour J.P. Castelain, la consommation d'alcool « est ostentatoire, revendiquée et affichée, joyeuse et fraternelle. Moyen de partager avec les autres, dans le groupe, l'alcool libère des contraintes, délie la parole, procure de l'amitié et du plaisir. Les villageois ne peuvent que nier le vice ou même la maladie : l'alcoolisme dans l'une ou l'autre acception n'a aucun sens à la différence de l'alcoolisation qu'ils revendiquent » (1989, p.67).

Intégrée à un mode de vie, la consommation d'alcool pendant la période de la jeunesse est parfois démesurée, excessive, car elle entre dans un ensemble de comportements qui s'opposent aux normes prescrites par la société.

Cependant, ces débordements peuvent se retourner vers leurs pratiquants et se transformer en « mauvaises habitudes ». En effet, une attitude paraissant hors normes pour l'ensemble

de la société est cependant de règle pendant cette période de la vie, mais ne le sera plus lorsque les individus entreront dans la prochaine étape de la vie, celle où ils seront considérés comme « adultes ». Des anciens « fêtards » encourent alors le risque de devenir ce qu'ils ont pu rejeter - un « poivrot de bar » : *« Parfois la nuit quand je vois des gens boire comme ça, je me demande comment ils ne vont pas finir comme des poivrôts de bar, qui ont tous commencé comme ça finalement. » (Nathalie, 18 ans, d'origine sud-américaine).*

Conclusion : l'alcool une consommation hors norme sous contrôle des pairs

Pendant l'adolescence, les ivresses constituaient des pratiques qui s'opposaient parfois aux règles imposées par les parents. Lorsque les individus connaissent une émancipation du foyer parental, ou du moins une plus grande liberté d'action, la consommation d'alcool change de nature. Etant libres dans le choix de l'occasion et du lieu de consommation, cette pratique présente moins d'interdits et n'est plus autant représentée comme une transgression. L'alcool occupe ainsi une nouvelle place dans la vie de ces individus : celle d'un facteur constitutif de la sociabilité. L'alcool fait partie intégrante de l'échange social.

Cependant, la consommation d'alcool peut être considérée à la fois comme hors normes par rapport à celle des adultes ou de la société, mais aussi comme soumise à des règles, celles établies par son groupe de pairs pendant cette période de transition qu'est la jeunesse. La consommation d'alcool se présente comme un élément constitutif du passage de l'adolescence vers l'état adulte. C'est pourquoi, sauf si les personnes deviennent dépendantes de l'alcool et finissent comme « poivrôts de bar », l'usage fait des boissons enivrantes par ces individus arrive à un terme au bout de quelques années. Les sorties parfois tardives et souvent accompagnées d'alcool deviennent difficiles à gérer dans une vie active, où l'individu a des responsabilités à assumer, autant à un niveau professionnel que familial.

Pour les personnes actives, les sorties arrosées peuvent se présenter comme un défi. La soirée passée avec des amis dans un bar est d'autant plus ressentie comme un défi que l'individu a des obligations le lendemain. Il peut s'agir d'études supérieures aussi bien que d'un travail rémunéré. Dans les deux cas, une certaine concentration est exigée, mais celle-ci peut être difficile à atteindre si la personne est fatiguée après avoir trop bu et insuffisamment dormi : « *Pendant une période je sortais presque tous les soirs, la semaine même, pas seulement le week-end, c'était tous les soirs et tous les soirs je buvais de l'alcool, donc le lendemain tu te retrouves un peu dans un état déplorable, oh la, enfin moi je fais un travail où je dois vraiment être présente physiquement et souriante et en pleine forme tous les jours, enfin c'était une période où j'avais particulièrement la pêche, donc je le vivais vachement bien, enfin je ne le regrette pas du tout.* » (Lina, 24 ans, d'origine asiatique).

Pendant cette période les individus cherchent à mettre à l'épreuve leurs limites physiques et morales. N'ayant pas encore trop de responsabilités, la plupart d'entre eux peuvent s'autoriser de tels débordements. Cependant, ils semblent se rendre compte que les lendemains de fête deviennent de plus en plus difficiles à assumer intellectuellement et la fatigue physique plus longue à récupérer. Conscients de ce fait, certains vont alors prévoir leurs sorties en fonction des obligations du lendemain, mais malgré tout garder cet « esprit jeune » et le désir de profiter de la vie : « *Maintenant peut-être que je prévois mes sorties en fonction de ce que j'ai le lendemain oui, parce que quand même, je récupère moins facilement que du temps de ma jeunesse, mais ça ne m'empêche pas si je bosse le lendemain. Il faut avoir l'esprit celte un peu, les Celtes c'est 'Hier n'est plus, demain ne sera peut-être jamais, seul aujourd'hui compte'.* » (Jean, 27 ans, d'origine irlandaise).

Les personnes ayant peu de devoirs quotidiens peuvent donc choisir, jusqu'à une certaine limite, leur mode de vie. Le rythme peut être inversé, la nuit devenir le moment de l'éveil et le jour l'occasion pour dormir. V. Nahoum-Grappe écrit : « Tout adulte - et c'est même ce qui distingue la journée de

l'adulte de celle de l'enfant - qui n'est pas enfermé dans une institution totalitaire (couvent, caserne, prison, hôpital, etc.) ou écrasé par des conditions de vie trop contraignantes (pénurie, horaires, etc.) peut jouir de cet espace aléatoire de choix » (1991, p.97).

Cependant il subsiste des contraintes qui régulent la vie en société, telles les heures d'ouverture des magasins et des institutions, ce qui oblige les individus à un minimum de conformité aux normes sociales quant à leur rythme de vie. Nous pouvons néanmoins observer des facilités accrues pour les personnes qui « vivent la nuit » comme par exemple les magasins ouverts jour et nuit, les banques proposant des services par l'intermédiaire d'un guichet automatique ainsi que tous les services informatisés sur Minitel⁴⁵. Vivre en-dehors du rythme « normal » est donc relativement possible, mais les individus qui le font sont parfois considérés comme marginaux.

C'est en ce sens que nous pouvons penser que les acteurs de cette tranche d'âge ont une attitude visant à défier les limites, à un niveau individuel mais aussi social. La désorganisation des « normes de vie » est régie par une volonté d'opposition à l'ordre social ainsi que par un désir d'expérience individuelle, se traduisant par une non-conformité au rythme régulant la vie en société et une consommation d'alcool pouvant avoir des conséquences difficiles à gérer (assurer des responsabilités professionnelles ou familiales par exemple).

45 Murray Melbin (1987, p.129) souligne aussi l'importance de ce phénomène aux USA : « Activity at night also fulfill demand for more public access to goods and services » (« les activités de nuit nourrissent les demandes pour plus d'accès public aux biens et services », traduction DD).

CONCLUSION⁴⁶

Cette enquête de terrain sur les bars de nuit à Paris, centrée sur le cas du Café Oz, a cherché à montrer les particularités des modes de sociabilité d'une partie de la population jeune, plutôt urbaine, anglophone et sensible au multiculturalisme, entre 20 et 30 ans.

Le principal constat est que cette période de la vie, pour cette partie de la jeunesse, plutôt classe moyenne, est composée d'un ensemble de pratiques ritualisées, associées pour une part à des comportements d'opposition à certaines normes sociales du jour et des adultes. Cette opposition est plus de l'ordre de l'inversion, de la libération dans l'imaginaire par rapport à un quotidien banalisé, que de l'ordre d'une critique sociale ou d'une contestation politique.

Le bar de nuit favorise le développement de relations anonymes et ponctuelles suivant un code de rencontre fondé sur la « superficialité », dont l'objectif est de préserver l'intimité de chacun tout en favorisant les rencontres sans risque « d'engagement » plus profond involontaire. Le bar de nuit permet donc à la fois de lever les barrières qui limitent les rencontres dans la vie quotidienne du jour, tout en limitant le niveau de la profondeur de la relation avec une personne inconnue⁴⁷. Comme le montre Murray Melbin dans son livre *Night as Frontier* (« La nuit comme frontière »), où il compare la nuit à une nouvelle frontière, similaire à la conquête de l'ouest américain, la nuit est le moment des nouvelles opportunités, c'est « une porte pour échapper » (« a gate to

46 Dominique Desjeux et Magdalena Jarvin.

47 E. Goblot avait déjà montré en 1925, dans son livre *La barrière et le niveau*, sur la bourgeoisie française, combien la clôture faisait partie de la vie sociale des groupes et que cette clôture s'appuyait sur des seuils de passage qui limitaient l'accès à l'intérieur du groupe.

escape », 1987, p.35) aux règles des adultes et de l'establishment.

Le bar de nuit permet à tout moment de s'engager et de se retirer de la relation sociale. L'alcool, un des éléments centraux de la vie sociale nocturne, joue un rôle clé dans ce double mécanisme de la barrière relationnelle et du niveau d'engagement. Il permet de lever les barrières mais sous contrôle des pairs. Le risque est de condamner à l'isolement social celui qui « dépasse la mesure » imposée par un code implicite de limite à ne pas franchir sur une longue durée. L'alcool permet de franchir ponctuellement une frontière, mais de même que la profondeur de la relation doit rester limitée, son usage doit rester limité dans le temps et réservé à un espace de la nuit. La transgression relative des codes et la levée minimale des inhibitions que permet l'alcool s'inscrivent donc dans un cadre social qui en limite les effets socialement indésirables.

La pratique des bars de nuit s'inscrit aussi dans une étape du cycle de vie, celle du passage de l'adolescence vers l'âge adulte, soit une période qui peut s'étendre sur plus de dix ans. C'est pourquoi, si le bar de nuit participe bien d'une pratique d'aide au passage entre deux étapes du cycle de vie, comme dans les rituels traditionnels, il ne représente pas en tant que tel un rite initiatique de passage.

La forme moderne des rituels de passage s'éloigne de celle des rites traditionnels, fondés sur une forte institutionnalisation et une durée limitée dans le temps, même si elle peut atteindre plusieurs mois, par le principe de l'accumulation de micro-rituels, qui pris séparément ne possèdent pas de sens particulier. C'est l'accumulation des micro-rituels du quotidien personnels ou professionnels, comme la pratique des bars de nuit, les « premières fois » diverses, le passage du permis de conduire⁴⁸, l'accumulation des déménagements pendant cette période⁴⁹, ou le bijou en or reçu pour ses 18 ans, qui fait sens

48 Isabelle Garabua-Moussaoui sur la conduite des jeunes. D. Desjeux, S. Taponier et alii, *Etude sur les manèges à bijoux*, Paris, Argonautes, Optum, Leclerc, multig.

49 Cf. sur le déménagement, D. Desjeux, A. Monjaret, S. Taponier (1998).

et permet de délimiter une période de passage et de transformation à l'intérieur du cycle de vie de la jeunesse.

Cependant, les formes modernes des rituels de passage et d'initiation ont conservé une partie des éléments qui composaient les rituels traditionnels. Dans les deux cas, les individus se retrouvent avec le groupe de pairs dans un espace à l'écart de la société globale, l'espace et le temps des bars de nuit, mais hors de la présence des aînés. Dans cette pratique moderne, les jeunes comptent sur leurs pairs plutôt que sur leurs aînés. Aujourd'hui le groupe de pairs remplace la famille qui dans les rites traditionnels correspond à la communauté villageoise ou au groupe des anciens. Les micro-rites contemporains ont aussi en partie conservé des formes de mise à l'épreuve des capacités physiques et morales. Les jeux de séduction permettent de tester les capacités à plaire et à se socialiser. La consommation d'alcool exige une certaine maîtrise des capacités d'absorption et de contrôle des faits et gestes. Les sorties tardives ne doivent pas empêcher la capacité à assumer les responsabilités et devoirs du lendemain. Au niveau social, l'attitude de défi se traduit par une inversion de la valeur de l'argent dont un des jeux est de faire croire qu'il a peu d'importance, et par le choix de vivre la nuit et de ce fait en-dehors du rythme régulant la vie sociale « normale ». Une personne menant une vie nocturne intègre un « monde parallèle » fondé sur des valeurs inversées par rapport à celles de la société diurne : le « superficiel » de la nuit contre « l'authentique »⁵⁰ du jour, le « rêve » et le « faux » de la nuit contre le « réalisme » du jour, etc.

La nuit est le domaine des jeunes et des hommes, et aussi des ouvriers qui font les trois-huits (Murray Mellbin, 1987, p. 54). Les bars de nuits touchent surtout la population jeune. Vivre la nuit est un mode de vie reconnu comme légitime. C'est pourquoi au cas où ces habitudes se maintiennent au-delà de cette phase transitoire, elles seront considérées comme marginales, car elles ne permettent pas de vivre selon les normes considérées comme normales de la vie sociale par rapport aux responsabilités professionnelles ou familiales

50 Cf. sur l'authentique, Jean-Pierre Warnier (éd., 1994).

notamment. Les conduites que nous avons observées chez une partie des jeunes qui fréquentent les bars de nuit expriment de façon inversée les normes prescrites par la société, celle des « adultes ». Parmi les personnes rencontrées, certaines signalent qu'elles prévoient de se « ranger », en fréquentant moins le milieu de la nuit. Elles commencent à ne plus voir « l'intérêt » de sortir tous les soirs. Ce changement de pratique, comme un micro-rituel inversé par rapport à celui du début de la fréquentation des bars, signifie la fin du passage. Il symbolise leur sortie de la période transitoire.

Finalement, les comportements observés dans les bars de nuit parisiens, apparemment désorganisés, renvoient à des structurations sociales implicites fortes, faites d'ouvertures et de clôtures, de conduites prescrites, permises ou interdites. Les pratiques d'utilisation de l'espace et les codes de la rencontre répondent à des normes précises, qui ont été à la fois élaborées par la direction des bars, par le déroulement des interactions « au soir le soir » à l'intérieur des bars et par l'importation de normes extérieures, celles du milieu social d'appartenance des individus. L'inversion des pratiques, des « looks » et des valeurs permet autant de contester partiellement l'ordre social que de le reconduire une fois terminé le long passage de la jeunesse vers l'âge adulte. Le milieu de la nuit se présente à première vue comme un « défouloir » anarchique où tous les comportements seraient autorisés. Il est au contraire très structuré, et sous-tendu par une régulation forte, condition à la fois de la liberté, du lien social et de la reproduction de l'ordre social.

BIBLIOGRAPHIE

- Alekan Henri, 1996 (nouvelle édition), *Des lumières et des ombres*, Paris, Editions du Coll.neur.
- Badot Olivier (éd.), 1998, *Dictionnaire du marketing* (Marketing tribal), Paris, Hatier.
- Badot Olivier, Cova Bernard, 1992, *Le néo-marketing*, Paris, ESF editeur.
- Bakhtine Mikhaïl, 1970, « Les formes et images de la fête populaire », in *L'oeuvre de François Rabelais culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance*, Paris, Editions Gallimard, pp. 218-239.
- Balandier Georges, 1980, *Le pouvoir sur scène*, Paris, Balland.
- Barbichon Guy (éd.), 1994, « Usages de l'image », in *Ethnologie Française* n°2, tome 24, Paris.
- Barthes Roland, 1980, *La chambre claire*, Paris, co-éd. Gallimard-Le Seuil, Paris, coll. Cahiers du cinéma.
- Basas Anne, 1990, « De la sociabilité au café », in *Le social dans tous ses états*, Joubert Sylvie, Marchander Eric (éds.), Paris, L'Harmattan, coll. « Sciences Humaines et Sociales ».
- Becker Howard S., 1986, « Photography and sociology », in *Doing things together: selected papers*, by Becker Howard S., Evanston Illinois, Northwestern University Press, pp.221-271.
- Becker Howard S., 1985, *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris, Editions A.-M. Métailié.
- Bonnin Philippe, 1989, « Imaginations intérieures: la photographie d'intérieurs comme méthode », in *Informations sur les sciences sociales*, vol 28, n°1.
- Bourdieu Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Editions de Minuit.
- Boyer Marie-France, Morin Eric (photos), 1994, *Le goût des cafés*, Paris, éd. Thomas Budson.
- Boyer Marie France, 1994, *Le goût des cafés*, Londres, Thames and Hutson.

- Bozon Michel, 1982, « La fréquentation des cafés dans une petite ville ouvrière, une sociabilité autonome ? », *Ethnologie Française*, XII, pp. 137-147.
- Cabin Philippe (éd.), 1999, « L'individu en quête de soi », *Sciences Humaines n°91*, pp. 19-35.
- Castelain Jean-Pierre, 1989, *Manières de vivre, manières de boire. Alcool et sociabilité sur le port*, Paris, Editions Imago.
- Chauvin Rémy, 1983, *L'éthologie. Histoire naturelle des mœurs*, Paris, PUF, coll. « Le Biologiste ».
- Cheref Kahina, *Monographie d'un café parisien : un lieu de rencontre pour des exilés parisiens*, Paris, Mémoire de DEA, Paris V-Sorbonne (sous la direction de Dominique Desjeux), 116 p., multig.
- Collectif, 1989, *Franska Ordboken* (« Le dictionnaire français »), Oslo, Esselte Studium.
- Collier John, Jr., Collier Malcom 1986, *Visual Anthropology : Photography as a Research Method* (édition revue et corrigée, préface de E.T Hall), Albuquerque, University of New Mexico Press (1ère édition, 1967).
- Collectif, 1977, *Cafés, bistrot et compagnie*, exposition itinérante n°4 du CCI (Centre national d'art et de culture Georges Pompidou), éd. du CCI, Paris.
- Conord Sylvaine (à paraître), « L'image photographique, un outil de recherche aux multiples fonctions en anthropologie », in *Champs visuels*, Paris, éd. L'Harmattan.
- Conord Sylvaine, 1998, « Mémoire visuelle, mémoire vive, d'un groupe de femmes juives tunisiennes fréquentant Belleville », présentation et photographies, *Le Belleville des juifs tunisiens*, Simon Patrick, Tapia Claude, (éds). in *Autrement*, coll. Français d'ailleurs, peuple d'ici, Paris, pp. 128-140.
- Conord Sylvaine, 1993, « A propos des mal-logés de la place de la Réunion, Paris xxème », présentation et photographies, in *L'avenir en banlieue. Banlieues riches, banlieues pauvres*, Paris, éd. Fédération des oeuvres laïques des Hauts de Seine, coll. Idées en Seine, pp.33-36.
- Corraze Jacques, 1996, *Les communications non-verbales*, Paris, PUF, coll. « Le Psychologue ».

- Coupland Douglas, 1991, *Generation X. Tales for an accelerated culture*, New York, St. Martin's Press.
- Cova Bernard, 1995, *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*, Paris, l'Harmattan, coll. « Dynamiques d'entreprises ».
- Crampon Elsa, 1997, *Le téléphone mobile: téléphoner devient un sixième sens. Etude sur les effets du téléphone mobile sur le mode de vie et les comportements des utilisateurs*, mémoire de Maîtrise, Université Paris V-Sorbonne, (sous la direction de Dominique Desjeux et Jacques Goldberg), 124 pages, multig.
- Cros Michèle, Dory Daniel (éds.), 1996, *Terrain de passage. Rites de jeunesse dans une province française*, Paris, L'Harmattan, Coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales ».
- Crozier Michel, Friedberg Erhard, 1977, *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Paris, Editions du Seuil, coll. « Points Essais ».
- Cuche Denys, 1990, « Alcoolisation, esprit de corps et acculturation de classe dans une grande école d'ingénieurs: le cas de l'Ecole des Arts et Métiers », in *De l'alcoolisme au bien boire*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques Sociales », pp. 187-200.
- Cyrulnik Boris, 1995, *De la parole comme d'une molécule*, Paris, Editions du Seuil, coll. « Points Essais ».
- DalINVAL Maurice, 1995, « La génération X de J. Walter Thomson », *Le Figaro*, 30 novembre.
- Depaule Jean-Charles, 1994, « Questions d'angle. A propos de photographies d'intérieur », in *Xoana* n°4, Paris, éd. Jean-Michel Place, pp.119-133.
- Desjeux Dominique, Anne Monjaret, Sophie Taponier, 1998, *Quand les français déménagent. Circulation des objets domestiques et rituels de mobilité dans la vie quotidienne en France*, Paris, PUF.
- Desjeux Dominique, 1996, « Tiens bon le concept, j'enlève l'échelle... d'observation », *UTINAM* n° 20, Paris, L'Harmattan, pp 15-44.
- Desjeux Dominique, Patricia Médina, Cécile Berthier, (avec la collaboration de Sophie Taponier), 1994, *Pratiques et*

- imaginaire de la consommation de pastis*, Paris, Argonautes, Pernod Ricard, multig.
- Dubois Jean-Paul, 1993, « 18-25 ans: les déboussolés », *Le Nouvel Observateur*, 8-14 avril.
- Dufour Hélène, 1989, « Cafés des hommes en Provence », in *Terrain* n°13, octobre, « Boire », Paris, pp. 81-86.
- Dumazedier Joffre, Suffert Annette, 1962, « Fonction sociales culturelles des cafés », in *l'Année Sociologique*, pp. 199-243.
- Duret Pascal, 1999, *Les jeunes et l'identité masculine*, Paris, PUF.
- Edwards Elizabeth (éd.), 1992, *Anthropology and Photography (1860-1920)*, New Haven, Yale University Press.
- Faccioli Patrizia, Douglas Harper, 1996, « Special Issue : ISVA 96 : The Conference at Bologna », in *Visual Sociology*, volume 11 n°2, Pittsburgh.
- Fize Michel, 1994, *Le peuple adolescent*, Paris, Editions Julliard.
- Fontaine Astrid, Fontana Caroline, 1996, *Raver*, Paris, Editions Economica, coll. « Anthropos ».
- Fornäs Johan, Boëthius Ulf, Forsman Michael, Ganetz Hillevi, Reimer Bo, 1994, *Ungdomskultur i Sverige* (« La culture de la jeunesse en Suède »), Stockholm, Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- France Claudine de, 1982, *Cinéma et anthropologie*, Paris, éd. de la Maison des sciences de l'homme.
- Freund Gisèle, 1974, *Photographie et société*, Paris, éd. du Seuil, coll. Points.
- Galland Olivier, 1991, *Sociologie de la jeunesse. L'entrée dans la vie*, Paris, Armand Colin, coll. U, série « Sociologie ».
- Galland Olivier, 1993, « Un nouvel âge de la vie », *Le Monde de l'Education*, mars.
- Garabau-Moussaoui Isabelle, Desjeux Dominique, Taponier Sophie, 1996, *Recherche sur les processus d'héritage et d'innovation dans les comportements alimentaires et culinaires des jeunes en France*, Paris, Argonautes, ministère de l'Agriculture, ministère de la Recherche, Nestlé Sopad, (multig.).

- Garrigues Emmanuel, 1991, « Le savoir anthropologique de la photographie », « Ethnographie et photographie » (E. Garrigues, éd.), in *l'Ethnographie*, n°109, Paris, éd. la Société d'ethnographie de Paris, pp.16-54.
- Gendreau Joël, 1998, *L'adolescence et ses rites de passage*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Giraud Robert, « Bistrots », 1960, photos et commentaires de Robert Doisneau, in *Le Point*, revue artistique et littéraire, t.LVII.
- Goffman Erving, 1973a, *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, Paris, Editions de Minuit.
- Goffman Erving, 1973b, *La mise en scène de la vie quotidienne. Les relations en public*, Paris, Editions de Minuit.
- Goffman Erving, 1974, *Les rites d'interaction*, Paris, Editions de Minuit.
- Goldberg Jacques, 1992, *Fondements biologiques des sciences humaines*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques Sociales ».
- Hagaman Dianne, 1993, « The Joy of Victory, the Agony of Defeat: Stereotypes in Newspaper Sport Feature Photograph », in *Visual Sociology* volume 8 n°2, Pittsburgh.
- Hall Edward T., 1971, *La dimension cachée*, Paris, Editions du Seuil, coll. « Points Essais ».
- Harper Douglas, 1998, *Les vagabonds du Nord Ouest Américain* (Préface, D. Desjeux, Postface Howard Becker), Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques Sociales ».
- Harper Douglas, 1988, « Visual sociology. Expanding sociological vision », in la revue *The american sociologist*, pp. 54-70.
- Immelmann Klaus, 1990, *Dictionnaire de l'éthologie*, Bruxelles, Pierre Mardaga, coll. « Psychologie et Sciences Humaines ».
- Labe Yves-Marie, 1992, « Eux, les jeunes », *Le Monde de l'Education*, février.
- Lagarde (de) Pierre, 1997, *Le grand duel, esprit nomade, culture sédentaire*, Paris, Buchet/chastel.
- Lannoy Jacques (de), Feyereisein Pierre, 1987, *L'éthologie humaine*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je? ».

- Lepoutre David, 1997, *Cœur de banlieue. Codes, rites et langages*, Paris, Odile Jacob.
- Lescane Guy, 1994, *20/30 ans, de jeunes adultes à découvert*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Levi Giovanni, Schmitt Jean-Claude (éds.), 1996, *Histoire des jeunes en Occident* (deux tomes), Paris, Editions du Seuil.
- Lorentz Konrad, 1967, *Aggression: dess bakgrund och natur* (« L'agression: une histoire naturelle du mal »), Stockholm, PA Norstedt & Söners förlag.
- Lorentz, Konrad, 1989, *Le comportement animal et humain*, Paris, Editions du Seuil, coll. Points Essais.
- Maffesoli Michel, 1997, *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, Paris, Livre de Poche.
- Maffesoli Michel, 1988, *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Méridiens Klincksieck, (Livre de Poche).
- Maffesoli Michel, 1982, *L'ombre de Dionysos. Contribution à une sociologie de l'orgie*, Paris, Méridiens/Anthropos.
- Maffesoli Michel, 1982, « Le rituel dans la vie quotidienne », *Rivista di Estetica n°10*, Turin, pp. 3-11.
- Mannheim Karl, 1990, *Le problème des générations*, (Introduction et Postface de Gérard Mauger), Paris, Nathan, coll. Essais et Recherches.
- Maresca Sylvain, 1996, *La photographie. Un miroir des sciences sociales*, Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques sociales ».
- Mauger Gérard, 1993, « Générations de la crise », *Le Monde de l'Education*, mars.
- Mead Margaret, Bateson Gregory, 1942, *Balinese character, a photographic analysis*, éd. spécial publication de l'Académie des sciences de New York, vol II, 759 photos, Wilbur G. Valentine editor.
- Milne Lorus J, Margery, 1965, *Människans och djurens sinnen* (« Les sens des hommes et des animaux »), Stockholm, Wahlström & Widstrand.
- Morier Françoise (éd.), 1994, *Belleville, Belleville. Visages d'une planète*, Paris, éditions Créaphis.
- Melbin Murray, 1987, *Night as Frontier. Colonizing the World after Dark*, Londres, Free Press.

- Mermet Gérard., 1997, *Francoscopie*, Paris, Larousse.
- Montandon, Alain, 1997, *Politesse et savoir-vivre*, Paris, Economica, coll. Anthropos.
- Nahoun-Grappe Véronique, 1991a, *La culture de l'ivresse*, Paris, Quai Voltaire.
- Nahoun-Grappe Véronique, 1991b, « Le temps de la pause: boire un coup », in *Société* n. 31, p. 53-56.
- Neumann Mark (à paraître, 1999), *On the Rim : Looking for the Grand Canyon* (60 photos), Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Palomares Elise, 1997, *La Marcha : territoires nocturnes et cultures juvéniles*, Paris, Mémoire de Maîtrise, Paris V-Sorbonne, (sous la direction d'Anne Raulin), 120 p., multig.
- Papinot Christian, 1992, « Vers une pratique photographique participante ? », in *Journal des anthropologues* n°49, AFA, Paris, pp.151-158.
- Peroni Michel, Roux Jacques, (éds.), 1996, *Le travail photographié*, Paris, Université de Saint Etienne, CNRS édition.
- Pétonnet Colette, 1987, « Variations sur le bruit sourd d'un mouvement continu », in *Chemins de la ville. Enquêtes ethnologiques* (Jacques Gutwirth, Colette Pétonnet, éds.), Paris, éd. CTHS, pp.247-258.
- Piette Albert, 1992, « La photographie comme mode de connaissance anthropologique », in *Terrain* n°18, Paris, p. 131.
- Piette Albert, 1992, « La mode mineur de la réalité. Paradoxes et photographies en anthropologie », in *BCILL* n°65, Peeters, Louvain La Neuve.
- Piault Colette (éd.), 1992, « Anthropologie visuelle », in *Journal des Anthropologues* n°47-48, printemps, AFA, SFAV, Paris.
- Prosser Jon (éd.), 1998, *Image Based Research. A Source Book for Qualitative Researchers*, Londres, Falmer Press, (avec entre autre, des articles de Howard S. Becker, Douglas Harper, Elizabeth Chaplin).
- Rivière Claude (éd.), 1996, « La ritualisation du quotidien », *Cahiers de l'Ethnologie Française*, tome XXVI n°2, avril-juin, Paris, Armand Colin.

- Rivière Claude, 1995, *Les rites profanes*, Paris, PUF, coll. « Sociologie d'aujourd'hui ».
- Ronis Willy, 1984, *Belleville-Ménilmontant*, livre de photographies, Paris, Les éditions Arthaud.
- Rouleau-Berger Laurence, 1991, *La ville intervalle. Jeunes entre centre et banlieue*, Paris, Meridiens Klincksieck, Réponses Sociologiques.
- Simoni Simonetta, 1995, « L'uso della fot-stimolo nell'intervista : l'immagine come focus della comunicazione », in *Introduzione alla Sociologia visuale*, a cura di Constantino Cipolla e Patrizia Faccioli, Franco Angeli, Milan.
- Singly (de) François, 1996, *Le soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan.
- Sjögren de Beauchaine Annick, 1986, « La parole, reflet du remords ou de l'honneur », in *Ethnologia Europaea XVI*, p. 39-47.
- Spradley James P., Mann Brenda J., 1975, *The cocktail waitress. Woman's Work in a Man's World*, New York, McGraw-Hill.
- Steiner Anne, 1993, « Les cafés de Belleville », in *Hommes et migrations* n°1168, sept., Paris, pp. 20-25.
- Terrenoire Jean-Paul, 1985, « Images et sciences sociales : l'objet et l'outil », in *Revue française de sociologie XXVI-3*, Paris, pp. 509-527.
- Turner Victor W., 1990, *Le phénomène rituel. Structure et contre-structure*, Paris, PUF, coll. « Ethnologies ».
- Vangu Ngimbi Ivan, 1997, *Jeunesse, funérailles et contestation socio-politique en Afrique* (préface de D. Desjeux), Paris, l'Harmattan.
- Vulbeau Alain, 1990, « Les politiques de la jeunesse en France », *la lettre de l'IDEF*, n. 43, mars.
- Warnier Jean-Pierre (éd.), 1994, *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, l'Harmattan, coll. « Sciences Humaines et Sociales ».
- Weisfeld Glenn, 1997, « Pubert Rites as Clues to the Nature of Human Adolescence », in *Cross-Cultural Research*, vol. 31, n. 1, février, Sage Publications, p. 27-54.

Zolotareff Jean-Pierre, Cercle Alain (éds.), 1994, *Pour une alcoologie plurielle*, Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques Sociales ».

DISCOGRAPHIE

Mano Solo, « La marmaille nue », Carerre Music, 1993.

Supreme NTM, « Paris sous les bombes », Sony Music Entertainment, 1995.