

Compte-rendu de la séance 2 de la troisième saison du séminaire

« Médias et médiations de la gastronomie XVII^e- XXI^e siècles »

Mardi 17 novembre 2015, 16h30-19h

Bibliothèque historique de la ville de Paris

« VINS ET SPIRITUEUX »



Programme :

Laurent BIHL (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne),

Vins et spiritueux dans la caricature de Daumier à la Grande Guerre : d'un champ polysémique à un thème de propagande.

Didier NOURRISSON (Lahra-Université Claude Bernard Lyon 1/ Ecole supérieure de pédagogie et d'éducation de Lyon),

Apprendre à boire à l'école.

Dans la nation qui réinventa, dans les premières décennies du XX^e siècle, un discours gastronomique portant aux nues le manger et le boire, faisant du vin ou de la bière l'un des traits de civilisation d'une société, le discours hygiéniste rencontre de multiples résistances. La caricature de presse illustre bien les différentes appréciations que l'on peut porter sur la consommation de vins et de spiritueux en France. L'école républicaine elle-même, bien qu'elle ait abondamment diffusé, dès les années 1890, le discours des associations luttant contre l'alcoolisme, a peiné à rester hermétique à la propagande publicitaire des fabricants de boissons alcoolisées ainsi qu'à des conceptions plus tolérantes envers les buveurs, voire aux thèmes développés par les gastronomes héritiers de Brillat-Savarin : plaisir, convivialité, transcendance...

Laurent BIHL (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne),
<https://www.univ-paris1.fr/unites-de-recherche/crhix/membres/bihl-laurent/>

**Vins et spiritueux dans la caricature de Daumier à la Grande Guerre :
d'un champ polysémique à un thème de propagande.**

La consommation de boissons alcoolisées peut donner lieu à une exaltation bohème du banquet et de « la ripaille ». Cette figuration constitue un thème fréquent dans la littérature et la caricature de l'époque romantique jusqu'à la bohème montmartroise de la Belle Epoque. Cependant le même acte est également susceptible de provoquer un discours moral, voire moralisateur. D'autre part une caricature, comme d'ailleurs là encore le texte d'un écrivain, plus ou moins célèbre, peut tout simplement servir de support à une campagne de publicité commerciale. Les artistes se retrouvent donc de fait dans une schizophrénie relative, qu'ils assument sans aucun complexe et sans que surgisse de polémique notable au sujet de cette contradiction. Par conséquent, en France, la médiation des vins et des spiritueux par la caricature relève dès les années 1840 d'une polysémie complexe.

Du romantisme au cabaret montmartrois

L'imaginaire du banquet a été renouvelé dans la France romantique. Le « chambardement des corps » provoqué par l'ivresse n'a rien d'accidentel. Non exempt de violence (Balzac et Proust qualifieront de « féroce » cette tentative de transformation de soi), ce « chambardement » est dûment souhaité par les buveurs ; en effet ils y recherchent une subversion d'eux-mêmes (pour fuir une culpabilité bourgeoise ?), une transcendance. Cette image positive des écrivains et des artistes romantiques cherchant une inspiration et un mode d'être dans l'alcool reflétera rétrospectivement à des périodes où la figure de l'artiste buveur peut être sujet de moquerie. Ainsi la couverture du supplément illustré du *Petit Journal* du 29 janvier 1911 rappelle-t-elle sans la moindre connotation négative, bien au contraire, le lien étroit entre la bohème parisienne et le vin : les personnages des *Scènes de la Vie de Bohème* (Mimi, Rodolphe, Schaunard, Musette, ..., plus vivants que jamais depuis la double adaptation opératique de Puccini et Leoncavallo en 1896 et 1897) saluent leur créateur, Henri Murger, en levant un verre de vin rouge pour le cinquantenaire de sa disparition¹.

L'évolution de la caricature, est fortement liée dans la seconde moitié du XIX^e siècle, à celle du cabaret montmartrois. Avant même la fondation du plus célèbre d'entre eux, *Le Chat Noir*, l'acteur Laplace n'a-t-il pas lancé son *Cabaret de la Grande Pinte* à l'avant-terminus de l'omnibus Pigalle - Halle aux vins (« Pigallovain »), qui transporte la jeunesse du Quartier Latin au cœur de la rue des Martyrs ? La mode du Moyen-Age, bien étudiée par Christian Amalvi², y sévit déjà. Les clients déguisés en hobereaux ou baladins médiévaux consomment force alcools. Rodolphe Salis y rencontre Goudeau et Willette. *Le Chat Noir* de Salis reprend ce modèle de cabaret à thème où le boire, la bière notamment, occupe une place centrale. L'absinthe y est même un temps portée aux nues, jusqu'au moment où l'on s'aperçoit qu'elle éclaircit tout de même un peu trop les rangs des artistes. Comme l'a montré Paul Quinsac, peintre, dessinateur et affichiste (1858-1929), le cabaret montmartrois exalte l'alcool,

¹ <http://cent.ans.free.fr/pj1911/pj105429011911.htm>

² *Le Goût du Moyen-Age*, La Boutique de l'Histoire, 2002.

l'ivresse, le surgissement des sens et l'érotisme. Transposé en images ces thèmes possèdent bien entendu un fort caractère subversif dans l'espace public. D'autant que la présence des femmes, au centre de la fête, y est très fréquente. L'inversion des rôles entre hommes et femmes s'opère même parfois dans la caricature, alors que, dans la réalité, les femmes ayant eu un rôle égal aux hommes dans les cabarets furent fort peu nombreuses. La toile de Willette intitulée « Parce Domine », accrochée au mur principal du *Chat noir* et portée en triomphe lors du déménagement du cabaret, incarne à la perfection cette dualité à connotation bachique.

Une critique sociale multidimensionnelle

Cependant la caricature offre à de très nombreuses reprises un tout autre discours sur les banqueteurs. Loin d'être exalté, l'excès de nourriture et de boisson peut caractériser, pour certains observateurs, le dérèglement moral voire la perversité d'une catégorie sociale. Depuis de longs siècles les membres du clergé (curés, moines et moniales, etc.) ainsi que les nobles faisaient figure de goinfres. Désormais c'est le bourgeois qui se retrouve fréquemment stigmatisé de la sorte. Or, qui dit bourgeoisie dans les dernières décennies du XIX^e siècle dit aussi classe politique. Les caricaturistes s'en donnent à cœur joie contre les élites républicaines, notamment les présidents de la République. Ceux-ci, Ceux-ci, bien que ne possédant pas alors de pouvoirs très étendus, incarnent le régime. Leur fréquente participation à des réceptions en tout genre (locales, régionales, nationales et internationales) offre une cible facile. Fallières et Loubet se retrouvent donc souvent dans la caricature de presse figurés en état d'ébriété avancé, la bouteille ou le verre à la main. Les banquets officiels se répètent à l'infini. Celui des maires à Paris, le 14 juillet 1900, dans le cadre de l'Exposition universelle semble le point d'orgue de cette pratique politico-gastronomique utilisée depuis Gambetta à des fins politiques très finement pensées. L'esprit des banquets quarante-huitards est tout à la fois instrumentalisé par les politiques et attaqué comme indice de vulgarité et de déliquescence par les satiristes. Des dessins bien sages, à vocation réaliste, paraissent dans les titres de la presse de large diffusion comme *Le Petit Journal* ou *Le Petit Parisien*. Mais d'autres titres (*Le Grelot*, *Gil Blas*, *Le Pêle-Mêle*, *Le Rire*, *Le Charivari*, *Le Cri de Paris*, ...) bien plus ouverts à la caricature en publient des dessins satiriques peu amènes pour la classe politique. Le banquet tourne alors fréquemment à l'orgie, afin de déclencher chez le lectorat un rire « simple » et fédérateur.

La figure du paysan ivrogne parsème également toute la caricature française de cette époque. C'est que de nombreux satiristes désirent à la fois brocarder les bourgeois et les faire rire en se moquant soit des ruraux soit des disqualifiés sociaux. La caricature peut alors venir venger la bourgeoisie des ricanements des milieux populaires à son encontre. En effet, parmi ces derniers, comme l'a montré Myriam Tsikounas, l'idée que les puissants supportaient plus mal l'alcool, car moins habitués à en prendre régulièrement, circulait largement. La caricature met par conséquent en exergue les multiples fractures divisant la société française. Ainsi, de nombreux dessins utilisent la vitrine des bars et des restaurants comme la matérialisation de cette division : des gens pauvres, par exemple ce « vilain homme » croqué par Steinlen dans le *Gil Blas*³ pour illustrer l'ouvrage de Lucien Descaves, ou ces deux enfants dans une livraison célèbre de *L'Assiette au beurre* ; l'un d'eux lèche

³ N° du 19 novembre 1897. En 1914, Descaves reprend ce personnage de chemineau libertaire dans *Barabbas. Paroles dans la vallée*, illustré précisément par des dessins de Steinlen.

la vitrine d'envie. Enfin, pour citer un dernier thème de différenciation sociale de la caricature traitant du boire, mais une étude exhaustive en énumérerait d'autres, mentionnons ici la critique de la ville tentaculaire, de l'industrialisation de la nourriture, notamment sous le crayon de Willette ou celui de Robida.

Une double propagande pour les bons et les mauvais alcools

Au fil des décennies du XIX^e siècle les caricatures font de plus en plus souvent écho à la progression des thèses hygiénistes et de la lutte antialcoolique. Les ravages physiques (visage marqué, ventre protubérant,...) provoqués par la consommation d'alcool sont dénoncés par des dizaines et des dizaines de dessinateurs, de toutes tendances politiques : Daumier (*Les Buveurs*, *L'Absinthe*,...), Léandre (voir par exemple « [L'alcool] empoisonneur national, agent politique influent », 1908), Jossot, Florès, O'Galop, Haye, etc. *L'Assiette au beurre* publie plusieurs numéros consacrés à ce thème : « L'Alcool », le 6 octobre 1906 ; « Les Poivrots », 27 juillet 1907 ; « La guerre aux bistros », 14 janvier 1911. Certains caricaturistes, Willette en particulier, deviennent même de véritables pionniers de la lutte antialcoolique. La représentation du buveur peut donner l'occasion d'utiliser des procédés stylistiques sophistiqués. Ainsi l'espace du dessin subit parfois une déformation afin de transcrire celle qui affecte la vision de l'ivrogne.

Le « mauvais alcool », l'absinthe notamment, recèle souvent une connotation politique. On le relie volontiers au « péril anarchiste » alors qu'il y aurait un « bon vin », celui de la tradition culturelle nationale. Par conséquent les caricaturistes peuvent aussi très bien vanter les mérites de la bière, du champagne, du vin blanc ou du vin cuit. Dans le pays de Brillat-Savarin, de la « gaieté gauloise », de la célébration de la terre et du vin⁴, il serait inconcevable qu'on ne mette pas en avant un « bon usage » de l'alcool. Les campagnes publicitaires des fabricants de boissons alcoolisées savent faire vibrer cette corde gastronomique. Sous le crayon du même Willette, sur une carte de menu pour la marque de champagne Mumm Cordon Rouge une orgie se pare d'un caractère et d'une aura culturels. *Le Courrier français*, pourtant l'un des titres les plus incisifs en matière de critique sociale et politique, se transforme occasionnellement en vecteur promotionnel du champagne⁵. De nombreux dessins de publicités pour des marques de bière reprennent des procédés et des formes de la caricature de presse. A tel point que la frontière entre ces différents supports (menus, affiches, cartes postales, presse, ...) s'estompe fortement. Certaines publicités, comme celles pour les vins Mariani, n'hésitent pas à inclure des enfants voire des bébés, alors même que par ailleurs les dangers de l'hérédité alcoolique sont de plus en plus fortement dénoncés.

Nous voyons par là les difficultés d'analyse et d'interprétation auxquelles doit faire face un chercheur travaillant sur la caricature. Les mêmes artistes ont pu aussi bien dessiner le « mauvais alcool » que le « bon », réaliser à la fois des dessins pour la presse satirique spécialisée et peindre des tableaux ou de grandes fresques murales, travailler pour des ouvrages de l'enfer comme pour des livres destinés à la jeunesse. Les difficultés ne s'arrêtent pas à cette multiplicité de supports car le « message » même de nombreux dessins pose question. Quand un ivrogne est caricaturé est-ce pour

⁴ Cf. par exemple la carte satirique de la France des vins créée par Robida en 1883.

⁵ Quelques années plus tard Curnonsky, alors à ses débuts, fera partie de la direction de ce titre, l'un des plus emblématiques de cette période.

« condamner son vice » ou simplement « pour rire » ? Il est troublant de constater que la façon de dessiner le corps de l'assassin et celle de représenter l'ivrogne « pour rire » se ressemblent énormément. Quand O'Galop travaille pour Pellerin, doit-on prendre au pied de la lettre, c'est-à-dire au sérieux, ces images d'Epinal qu'il produit ? Par ailleurs la stylistique des images vantant les eaux minérales se rapproche fréquemment de celle des représentations promouvant les boissons alcoolisées.

En outre la réception de toutes ces images se révèle difficile à estimer. Il existe peu de sources et les temps et les lieux de la réception (âges des lecteurs, circonstances, ...) sont multiples. Certaines caricatures sont destinées à une clientèle d'habitues voire militante ; d'autres ont des publics très larges. Cependant il existe une circularité des images et une porosité des publics qui doivent rendre les chercheurs très prudents.

Le caractère de masse atteint globalement par la caricature et la répétition de mêmes motifs rendent ce type de médiation sans doute influent dans la société française des années 1840 à la Grande Guerre. Ses procédés seront d'ailleurs repris par d'autres médias. Nous pensons en particulier au cinéma : la figure symbolique de la séparation du corps social de part et d'autre d'une vitrine de bar ou de restaurant se retrouve, entre autres exemples, chez un Chaplin (*Les Temps modernes*) ou un Dino Risi (*Les Monstres*).

Grande complexité donc de la médiation par la caricature. Celle par l'école semble a priori plus simple. Mais qu'en est-il réellement ? Nous avons hésité à faire figurer sur l'affiche de cette séance l'un des tableaux du docteur Galtier-Boissière pour finalement opter, craignant qu'il ne fasse fuir les gens, pour un bon point comportant la figure tutélaire de Louis Pasteur vantant les mérites nutritionnels du vin. Néanmoins Marcel Pagnol les évoque dans *La gloire de mon père*. Souvenez-vous :

« Les études de ces normaliens ne se bornaient pas à l'anticléricisme et à l'histoire laïcisée. Il y avait un troisième ennemi du peuple, c'était l'alcool. De cette époque datent *L'Assommoir*, et ces tableaux effrayants qui tapissaient les murs des classes. On y voyait des foies rougeâtres, et si parfaitement méconnaissables (à cause de leurs boursoufflures vertes et de leurs étranglements violets qui leur donnaient la forme d'un topinambour), que l'artiste avait dû peindre à côté d'eux le foie appétissant du bon citoyen, dont la masse harmonieuse et le rouge nourrissant permettaient de mesurer la gravité de la catastrophe voisine. Les normaliens, poursuivis, jusque dans les dortoirs, par cet horrible viscère (sans parler d'un pancréas en forme de vis d'Archimède, et d'une aorte égayée de hernies), étaient peu à peu frappés de terreur et la seule vue d'un verre de vin leur donnait des frissons de dégoût.

[...] Mais ce qu'ils détestaient le plus farouchement, c'étaient les liqueurs « digestives », les Bénédictines et les Chartreuses, « avec privilège du Roy », qui réunissaient, dans une trinité atroce, l'Église, l'Alcool et la Royauté. »



Didier NOURRISSON

<http://larhra.ish-lyon.cnrs.fr/membre/279>

(Lahra-Université Claude Bernard Lyon 1/ Ecole supérieure de pédagogie et d'éducation de Lyon),

Apprendre à boire à l'école.

Le terme de buveur apparaît au XVI^e siècle dans la langue française. L'ambivalence du boire est perceptible dans la comparaison de la pensée de deux des grands auteurs de ce temps. Chez Rabelais le bon vivant sait consommer du vin. Dans l'humanisme rabelaisien boire peut même aller jusqu'à équivaloir à une sagesse : « Et icy maintenons que non rire mais boire est le propre de l'homme », écrit-il dans une palinodie⁶. Montaigne, lui, fait entendre une tout autre musique : « L'ivrognerie entre les autres me semble un vice grossier et brutal » (*Essais*, livre II, chap. 2 « De l'ivrognerie »). Cette ambivalence des représentations du boire se retrouve aux siècles suivants, notamment dans les apprentissages à l'école républicaine.

Le XIX^e siècle se caractérise par la démocratisation du boire. Pour Theodore Zeldin, l'historien des passions hexagonales, les Français ont alors obtenu et le droit de vote et le droit de boire. En effet il est possible de constater une augmentation et une diversification des modes de boire au XIX^e siècle, même si de nombreuses inégalités sociales subsistent. La fin du siècle est également marquée par les débuts de l'éducation de masse du boire. Si l'on remonte un peu en arrière, une caricature de Daumier semble annoncer cette évolution. Dans sa série « Professeurs et moutards », en 1845, il représente déjà une cantine scolaire, alors qu'elles étaient sans doute très rares puisque leur première trace dans les archives, à Châteaulin en raison de la dispersion de l'habitat breton, date de

⁶ François Rabelais, *Cinquième Livre*, in *Œuvres complètes*, édition G. Demerson, Seuil, 1971, p. 908. Cf. Daniel Ménager « Rabelais et le "propre de l'homme" », *Etudes Rabelaisiennes*, t. XXXIII, p. 31-39.

1857 ; un maître y donne une leçon de savoir-vivre à ses élèves en leur montrant l'importance du partage de la nourriture. L'école doit apprendre à manger, à savoir vivre en collectivité. Notons au passage que du vin, certes coupé d'eau, sera longtemps servi au XX^e siècle dans les cantines scolaires, mais dans les années 1880-1890 le contexte est particulier.

La médiation scolaire d'un enseignement moral

Dès 1882 l'éducation à l'hygiène fait partie des programmes des lois Ferry, puis la nécessité d'une politique publique contre l'alcoolisme, en particulier par la consommation d'absinthe, doublée de la crainte de la reproduction familiale et sociale de ce que l'on nomme alors – statistiquement parlant la tuberculose eût davantage mérité ce qualificatif – « le fléau du siècle », convainc les gouvernements républicains à intégrer un enseignement sur le boire dans les programmes scolaires. A partir de 1895, à l'initiative du ministre de Raymond Poincaré, qui se base sur les rapports des deux commissions présidées respectivement par le pasteur pédagogue Jules Steeg et Léon Marillier, maître de conférences en sciences religieuses à l'École pratique des hautes études et membre du comité central de l'Union française antialcoolique⁷, les leçons sur les effets négatifs de la consommation d'alcool se mettent en place. Le 12 novembre 1900, la circulaire du ministre de l'Instruction publique, le radical Georges Leygues, installe l'antialcoolisme dans tous les programmes d'études : lecture, calcul, histoire, géographie, leçon de choses, hygiène et morale. Les enfants, selon les hygiénistes (médecins, éducateurs, hommes politiques,...) qui ont réussi à faire prévaloir leurs vues dans les milieux gouvernementaux, doivent être prévenus de la « dangerosité sociale » de l'alcoolisme. Celui-ci passe en effet souvent, depuis le milieu du siècle – Cham, dans *L'Illustration* en 1845, étant le premier caricaturiste français ayant représenté le boire comme socialement dangereux – pour un crime contre la morale.

Une photographie prise dans une classe du Pas-de-Calais vers 1900⁸ montre la modernité pédagogique des moyens mis en œuvre. Si ce cliché posé met en relief l'obéissance des élèves, en rangs et bras croisés, ainsi que la parole magistrale de l'instituteur, ses détails indiquent l'utilisation d'une pédagogie active : la carte murale de la France pour se repérer dans l'espace national, l'horloge pour apprendre le temps, le fusil de guerre (un modèle réduit fabriqué par la manufacture de Saint-Etienne) pour illustrer la défense de la patrie, ..., enfin l'inscription « Perte de la dignité » sur le tableau noir et le panneau antialcoolique du docteur Galtier-Boissière afin d'établir une comparaison et une division, très manichéennes, entre le sain et le moral, le malsain et l'amoral. Il s'agit ici du premier (1896) d'une série d'une dizaine de tableaux, édités chez Armand Colin, réalisés par ce pédiatre qui s'impliqua beaucoup dans la vulgarisation des sciences médicales (*Larousse médical*, etc.). Ils sont fidèles à l'état des connaissances à la Belle Epoque (la dégénérescence graisseuse provoquée par l'arrivée de l'alcool dans le sang est bien mise en valeur) mais le darwinisme social s'y taille également une bonne part : Galtier-Boissière y figure on ne peut plus clairement la dégénérescence de l'humain pris de boisson. L'usage des termes *idiot*, *taré*, *crétin* s'accroît simultanément avec la multiplication des campagnes de la lutte contre l'alcoolisme.

⁷ Pascal Le Maléfan, « Léon Marillier, figure de la psychologie naissante (1862-1901) », *Bulletin de psychologie*, 2/2005, n° 476, p. 267-280 www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2005-2-page-267.htm

⁸ S. Frioux et D. Nourrisson, *Propre et sain !*, 2015, p. 13.

Manichéisme également dans la présentation illustrée des produits : les « bonnes boissons » sont les « naturelles », les « mauvaises » les « industrielles », ce qui, en 2016, fait indubitablement écho à certains discours alimentaires qui nous sont contemporains. Cette approche des substances alcoolisées va à rebours des convictions d'une grande majorité sans doute des populations des campagnes françaises de la Belle Epoque où l'eau courante et saine était plutôt rare et où le vin passait pour une boisson moins dangereuse. Elle semble également s'opposer à la maxime de l'une des figures scientifiques du Panthéon républicain, Louis Pasteur, qui avait déclaré que le vin constituait « la plus saine et la plus hygiénique des boissons ». Mais ce serait oublier que le savant ayant mis au point le procédé de « la débactérisation thermocontrôlée » des aliments, qui portera très vite son nom, était lui-même membre de la Société de tempérance.

Diversification de la médiation scolaire dans un contexte social ambivalent

« Voir le mal constitue le meilleur moyen de s'en préserver. » Forte de ce précepte l'école républicaine, qui suit d'assez près les progrès technologiques dans l'imprimerie et l'audiovisuel, multiplie les outils pédagogiques au cours de la première moitié du XX^e siècle. En dehors des tableaux de Galtier-Boissière c'est le livre qui est d'abord le plus utilisé. Inutile de rappeler de quelle autorité magistrale jouit alors ce média. Dans la collection déjà fort variée des manuels scolaires, obligatoires à partir de 1890, ceux consacrés à la lutte antialcoolique font leur apparition. Nous repérons une vingtaine de titres déjà à la Belle Epoque. Tous sont abondamment illustrés. Par exemple l'ouvrage de Jules Baudrillard, *Histoire d'une bouteille*, déroule sur les pages de droite, « littéraires », l'histoire d'un alcoolique en 12 (nombre sacro-saint dans ce type de production pédagogique) épisodes, tandis que les pages de gauche sont remplies de croquis physiologiques, médicaux.

Plusieurs séries de bons points, presque toujours vivement colorés et provenant parfois de marques privées (Chocolats d'Aiguebelle,...), illustrent également les principaux thèmes de la lutte antialcoolique ; de même protège-cahiers et buvards s'en parent assez souvent. Les conséquences médicales et sociales désastreuses de l'alcoolisme font l'objet de nombreuses conférences pédagogiques⁹ organisées, après la classe, par les instituteurs. Ces derniers ont fréquemment recours à des « projections d'images lumineuses ». Durant l'entre-deux-guerres, l'utilisation de films avec des plans fixes commence à se répandre. Cependant le discours des autorités ministérielles, dans le contexte de la grave crise économique des années 30 marquée entre autres par une forte surproduction agricole et viticole, se trouble. *Buvez du vin et vivez joyeux*, une affiche de Cappiello réalisée pour le ministère de l'agriculture en 1933, bien entendu non diffusée dans les écoles mais sans doute vue ici ou là par beaucoup d'élèves, illustre assez idéalement cette période un jeune couple, habillé en blanc, resplendissant de santé se détache sur un hexagone composé de magnifiques grappes de raisin multicolores. Deux ans plus tard, Mario Rostand ministre de l'Instruction publique, prend même le contrepied des circulaires Poincaré et Leygues, en se faisant le chantre d'une plus forte consommation d'alcool afin de soutenir l'économie vitivinicole.

⁹ Alain Corbin, *Les conférences de Morterolles (hiver 1895-1896). À l'écoute d'un monde disparu*, Paris, Flammarion, 2011.

Certes l'Etat français du maréchal Pétain se montre, lui, beaucoup plus sensible à la propagande des associations antialcooliques. Les circulaires ministérielles repartent dans leur sens. Pas moins de 45 films fixes sont produits sous l'Occupation par les éditeurs scolaires (Larousse, etc.). La IV^e République, dont la commission de censure cinématographique expurge les films semblant vanter la consommation d'alcool, utilise aussi beaucoup ce moyen pédagogique dans les salles de classe et de patronage. La série des trois films en 50 vues de Paul de Combret, sur un scénario d'Erol, réalisés pour la Maison de la Bonne Presse en 1949, en fournit un bon exemple. Il s'agit des mésaventures de *Prosper Laberluche, facteur rural* et alcoolique, sa tournée recelant maintes occasions de partager un verre avec des amis. Il finira par se débarrasser de son addiction au grand soulagement de sa famille qui l'imaginait menacé d'une mort prématurée. Cependant la surproduction vinicole se poursuit dans ces années d'après-guerre et les publicités des marques de boissons alcoolisées n'ont jamais été aussi nombreuses. Elles tapissent les murs des villes et des campagnes (affiches, plaques émaillées...) et leurs slogans envahissent les ondes radiophoniques, etc., entrant en quelque sorte dans l'imaginaire et la mémoire des enfants et de leurs parents. Les firmes vont jusqu'à utiliser des supports, les protège-cahiers et les buvards (Vin des Célestins, rhum Negrita, ...) notamment, qui entrent dans la plupart des écoles du pays, contournant ainsi les circulaires ministérielles répétées depuis 1936 interdisant toute publicité dans les locaux scolaires. En 1954 le gouvernement de Pierre Mendès-France tente une célèbre contre-attaque contre les boissons alcoolisées et les bouilleurs de cru. Elle prend la forme d'une campagne de distribution de lait dans les écoles¹⁰. Elle est appuyée par la mobilisation des mêmes supports, buvards et protège-cahiers. L'Institut national pour la santé est chargé de la campagne de communication scolaire ; ses buvards, comme ceux de la série *Quand le tour de la vie se fait autour du lait...* portent le slogan « DU DYNAMISME, DE LA SANTE, DE LA JOIE PAR LE LAIT ! »

Conclusions

L'être humain qui boit est vu comme un personnage trouble, double. Dans les représentations, l'alcool est tantôt glorifié, tantôt vilipendé. L'école, elle, doit apprendre à vivre et enseigner le savoir-vivre. A partir de la Belle Epoque son discours officiel sur le boire semble épouser celui des associations antialcooliques. Cependant cette ligne s'avère fluctuante au cours du XX^e siècle, certaines revues pédagogiques ouvrant même régulièrement leurs colonnes à des articles rétifs ou parfaitement hostiles à l'éducation à la santé à l'école. En dépit de l'autorité des circulaires officielles mettant en œuvre les programmes antialcooliques et de l'évidence des ravages médicaux et sociaux de la consommation abusive d'alcool, l'instituteur se retrouve dans une position quelque peu délicate. Il a un devoir de sobriété, comme nous pouvons le voir dans *La Guerre des boutons* de Louis Pergaud, mais s'il ne fréquente pas le café il est rapidement mal vu par de nombreuses personnes, notamment dans les villages. D'autre part les buveurs impénitents et amoraux qu'il met en scène dans un enseignement très moderne, très imagé, les Prosper Laberluche et autres, ce sont bien souvent

¹⁰ Roland Barthes, « Le Vin et le lait », in *Mythologies*, Seuil, 1957. Sur le contexte de la rédaction de ce célèbre ouvrage, cf. Jacqueline Guittard, « Impressions photographiques : les *Mythologies* de Roland Barthes. », *Littérature* 3/2006 (n° 143), p. 114-134. <https://www.cairn.info/revue-litterature-2006-3-page-114.htm>

des copies conformes des parents de ses élèves ; peut-on enseigner sans cas de conscience aux enfants à les mépriser et les rejeter ?

L'école peut difficilement s'abstraire du contexte social, culturel et économique dans un pays qui entretient un rapport si particulier à la nourriture, où le vin symbolise la communion du prêtre catholique avec Dieu, où la vitiviniculture occupe une telle place dans l'économie nationale, et où le rabelaisisme a été conforté par une kyrielle de chansons à boire ainsi que par toute la littérature gastronomique développée depuis les années 1800, évolution qui conduit par exemple à la production de représentations si empathiques des buveurs que celle figurant dans le film *Les Tontons flingueurs* (Georges Lautner, 1963).

Le cas français, pour particulier qu'il soit, n'est à coup sûr pas isolé. Par exemple, les mésaventures de plusieurs gouvernements russes, de l'époque tsariste comme de la communiste (Gorbatchev), ayant tenté de réduire la consommation d'alcool, invitent à des études comparatistes internationales sur la place exacte du boire dans une société donnée.

Bibliographie :

Didier NOURRISSON, « Une histoire nationale et locale des films fixes d'enseignement », *Tréma*, n° 41, 2014, p. 24-35. <http://trema.revues.org/3127>

Didier NOURRISSON, « Un fonds éducatif réinventé », *Sociétés et représentations*, 2011/1, n° 31, p. 177-188. <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2011-1-page-177.htm>

Didier NOURRISSON, « Des archives méconnues pour le patrimoine visuel canadien : les films fixes d'enseignement », *Sociétés et représentations*, 2013/1, n° 35, p. 77-95. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=SR_035_0077

Christian AMALVI, « *L'Histoire de France racontée par la publicité* : les affiches du roman national, au XX^e siècle, exposées à la bibliothèque Forney du 30 janvier au 28 avril 2013 : brèves réflexions sur les usages de l'iconographie populaire dans la France contemporaine », *Sociétés & Représentations* 2/2013 (n° 36), p. 219-235.

<https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2013-2-page-219.htm>

Jean-François LANGE et François VICAIRE, *Les buvards publicitaires*, 2005.

Joël LEBEAU, *Histoire de l'enseignement ménager en France*, Rennes, 2014.

Laurence PROD'HOMME (dir.), *Collectionneurs d'affiches*, 1996.

Annie RENONCIAT (dir.), *L'image pour enfants*, 2007.

Sources de l'iconographie (liste non exhaustive) de l'ouvrage *Propre et sain !* :

Musée national de l'éducation, Rouen.

Musée de Bretagne, Rennes.

Bibliothèque municipale, Lyon.

<http://www.inpes.sante.fr/>

SOURCES et BIBLIOGRAPHIE

(N.B. Ces pistes bibliographiques ne peuvent viser à l'exhaustivité)

On trouve plusieurs bibliographies en ligne dont :

<http://archeologie-vin.inrap.fr/Archeologie-du-vin/p-13298-bibliographie-sur-l-archeologie-du-vin.htm#.Vkb4KuJMh4M>

Les jeunes et l'alcool :

http://www.graphiti-cirddmp.org/media/Bibliographie_jeunes_alcool.pdf

Des banques d'images comme les suivantes

« La France et le vin » :

<http://www.histoire-image.org/site/rech/album.php?album=17625>

« La consommation d'alcool au XIX^e et au début du XX^e siècle »
<http://www.histoire-image.org/site/rech/album.php?album=17545>

Les sites internet des marques actuelles de vins et spiritueux peuvent constituer des sources pour certaines études.

<http://www.marque-alcool.com/>

<http://www.oxygenee.com/absinthe.html>

Archives

L'alcool dans la première guerre mondiale

http://www.archives-lyon.fr/archives/sections/fr/centenaire1gm/archives_racontent/alcool/

Les campagnes « alcool et conduite de la sécurité routière »

<http://www.securite-routiere.gouv.fr/medias/campagnes/%28theme%29/134>

Dossier INPES, avec notamment les campagnes de communication

<http://www.inpes.sante.fr/10000/themes/alcool/campagnes-communications.asp>

sur le site de la BIU Santé :

« La consommation de l'alcool en 1910 », *Revue médicale de l'Est*, 1911, p. 766 :

<http://www.biusante.parisdescartes.fr/histoire/medica/resultats/?cote=annee191107&do=pdf>

L'alcool

<http://www.biusante.parisdescartes.fr/histoire/images/index.php?refphot=CISC0046D>

L'alcool tue

<http://www.biusante.parisdescartes.fr/histoire/images/index.php?refphot=07176>

Guerre à l'apéritif

<http://www.biusante.parisdescartes.fr/histoire/images/index.php?refphot=07272>

Sources imprimées

(quelques exemples)

* Henri Balatesta, *Absinthe et absintheurs*, Paris, Marpon, 1860.

* Lucien Lacroix, *La campagne antialcoolique, le gouvernement et l'alcoolisme*, Revue de février 1917.

* Ploye, *Rapport sur l'alcoolisme*, Paul Bayé, 1918.

* Paul Sérieux, *L'alcool, composition et effets des boissons alcooliques, l'hygiène de la boisson, la lutte contre l'alcoolisme*, Alcan, 1895.

* Henri Dagonet, *L'alcoolisme au point de vue de l'aliénation mentale*, Baillière, 1873.

* Maurice Yvernes, *L'alcoolisme et la criminalité*, Rey, 1912.

Bibliographie

* Nicole APRIL et alii, « Représentations sociales et consommation d'alcool pendant la grossesse », in *Drogues, santé et société*, vol. 9/2, déc. 2010, p. 17-48.

<http://www.erudit.org/revue/dss/2010/v9/n2/1005299ar.html?vue=resume>

* Philippe ARVERS, Jean-Pascal ASSAILLY et Philippe BATEL, *Dimensions historiques, culturelles et sociales du « boire »* <http://www.ipubli.inserm.fr/bitstream/handle/10608/154/?sequence=11>.

* Suzanna BARROWS, *Miroirs déformants*, Paris, Aubier, 1991.

* Jack S. BLOCKER, David M. FAHEY, and Ian R. TYRRELL (dir.), *Alcohol and Temperance in Modern History. An International Encyclopedia*, Santa Barbara, ABC-Clio, 2 vol., 2003.

* Geneviève BOUCHER et Pascal BRISSETTE (dir.), « Qui a lu boira. Les alcools et le mode littéraire », *Contextes*, vol. 6, 2009. <http://contextes.revues.org/4458>

* Sophie CHAUVEAU, Patrick FOURNIER et Stéphane FRIOUX, *Hygiène et santé en Europe de la fin du XVIII^e siècle aux lendemains de la Première Guerre mondiale*, SEDES, 2011.

* Micheline CLAUDON, Henri GOMEZ, Gérard OSTERMANN, *Les représentations de l'alcoolique. Images et préjugés*, Eres, 2015.

<http://www.editions-eres.com/ouvrage/3526/les-representations-de-l-alcoolique>

* Marie-Claude DELAHAYE, *L'Absinthe. Histoire de la fée verte*, Berger-Levrault, coll. « Arts et Traditions populaires », 1983.

* Marie-Claude DELAHAYE, *L'Absinthe. Art et histoire*, Trame Way, 1990.

* Jean-Paul DESCOMBEY, *L'économie addictive. L'alcoolisme et autres dépendances*, Dunod, 2005.

* Carole DORNIER, « “ Le vin, cette liqueur traîtresse ” », *Dix-huitième siècle*, « Le Vin », n° 29, 1997, p. 167-184.

- * Perry R. DUIS, *The Saloon. Public Drinking in Boston and Chicago 1880-1920*, Urbana, University of Illinois Press, 1998.
- * Johan EDMAN, « Temperance and Modernity: Alcohol Consumption as a Collective Problem, 1885–1913 », in *Journal of Social History* (Fall 2015), vol. 49 (1), p. 20-52.
- * Jean-Louis ESCUDIER, *Edmond Bartissol, 1841-1916. Du canal de Suez à la bouteille d'apéritif*, Paris, CNRS, 2000.
- * Mercedes EURREUTIA CAVERO, « Sémantisme autour du vin : représentations symboliques et lexicoculturelles », *Anales de Filología Francesa*, n° 18, 2010, p. 183-202.
<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3709848.pdf>
- * Thierry FILLAUT, *L'Alcool, voilà l'ennemi ! L'Absinthe hier. La publicité aujourd'hui*, Rennes, éd. de l'E.N.S.P., coll. « Contrechamp », 1997.
- * Thierry FILLAUT, Véronique NAHOUM-GRAPPE, Myriam TSIKOUNAS, *Histoire et alcool*, L'Harmattan, 1999.
- * Jacqueline FREYSSINET-DOMINJON et Didier NOURRISSON, *L'école face à l'alcool. Un siècle d'antialcoolisme scolaire (1870-1970)*, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2009.
- * Stéphane FRIOUX et Didier NOURRISSON, *Propre et sain ! Un siècle d'hygiène à l'école en images*, Armand Colin, 2015.
- * Sylvie GANGLOFF, *Boire en Turquie. Pratiques et représentations de l'alcool*.
<http://www.editions-msh.fr/livre/?GCOI=27351100277330>
- * Gilbert GARRIER, *Histoire sociale et culturelle du vin*, Bordas, 1995.
- * Richard GASNIER, *Les affiches publicitaires d'alcool (1880-1920)*, thèse d'histoire, Lyon 2, 2006.
<http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=930&action=pdf>
- * Iain GATELY, *Drink. A Cultural History of Alcohol*, Gotham Books, 2008.
- * Ludovic GAUSSOT, « Les représentations de l'alcoolisme et la construction sociale du " bien boire " », *Sciences sociales et santé*, 1998, vol. 16 /1, p. 5-42.
http://www.persee.fr/doc/sosan_0294-0337_1998_num_16_1_1416
- * Ludovic GAUSSOT, Pascale ANCEL, *Alcool et alcoolisme. Pratiques et représentations*, L'Harmattan 1998.
- * Lorine S. GOODWIN, *The Pure Food, Drink and Drug Crusaders 1879-1914*, Jefferson, McFarland, 1999.
- * Paul KIRITZE-TOPOR, *Aider les alcooliques et ceux qui les entourent*, Masson, 2005.
- * Valéry KOSSOV, « Boire ou ne pas boire ? Des représentations autour de l'alcool dans le discours politique russe », *ILCEA*, 2014, vol. 19 (en ligne).
<https://ilcea.revues.org/2446>
- * Valéry KOSSOV, « Bière ou vodka ? Illustrations du rôle de l'implicite dans la publicité en Russie », *ILCEA*, 2007, vol. 9, p. 131-146. <https://ilcea.revues.org/687>
- * Valéry KOSSOV, « La Doxa et l'alcool : le rôle des représentations historiques et culturelles dans le discours du pouvoir russe », *La Revue russe*, 2015, « Manger russe », p.185-196. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/hal-01198826/document>
- * Haut comité d'information et d'étude sur l'alcoolisme, *L'alcoolisme, morbidité, mortalité*, La Documentation française, 1986.
- * David E. KYVIG, Honorée FANONNE JEFFERS, *Repealing National Prohibition*, Kent State University Press, 2000.
- * Mathieu LECOUTRE, *Ivresse et ivrognerie dans la France moderne*, Rennes/Tours, PUR/PUFR, « Tables des hommes », 2011.
- * A. LYNN MARTIN, *Alcohol, Violence, and Disorder in Traditional Europe*, Truman State University Press, 2009.
- * Thierry LEFEBVRE, Didier NOURRISSON et Myriam TSIKOUNAS, *Publicité et psychotropes. 130 ans de publicité sur les alcools, les tabacs et les médicaments*, Nouveau Monde Éditions, 2010.
- * Christophe LUCAND, « Boire et faire boire. L'approvisionnement des troupes françaises en vin durant la Grande Guerre », in Caroline POULAIN (dir.), *Manger et boire entre 1914 et 1918*, Snoeck / Bibliothèque municipale de Dijon, 2016, p. 76-85.
- * Jean MAISONDIEU, *Les femmes, les hommes, l'alcool : Une histoire d'amour*, Payot, 2004.
- * Georges MALIGNAC, *L'alcoolisme*, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1992.
- * Henri MELCHIOR DE LANGLE, *Le Petit Monde des cafés et des débits parisiens au XIX^e siècle*, Paris, P.U.F., coll. « Histoire », 1990.
- * Alain de MIJOLLA (avec Salem SHENTOUB), *Pour une psychanalyse de l'alcoolisme*, 2004, Payot.
- * Thierry NOOTENS, *Fous, Prodiges, Ivrognes. Famille et déviance à Montréal au 19^e siècle*, Montréal, McGill-Queen's Press, 2007.
- * Didier NOURRISSON, *Le Buveur du XIX^e siècle*, Paris, Albin Michel, coll. « L'Aventure humaine », 1990.
- * Didier NOURRISSON et alii, « Alcools : Consommation. Perception. Éducation », *Cahiers de l'IREB*, n° 18, 2007. <http://www.ireb.com/sites/default/files/focus/Cahiers%2018.pdf>

- * Didier NOURRISSON, *Au péché mignon. Histoire des femmes qui consomment jusqu'à l'excès*, Payot, 2013.
- * François PEREA, *Paroles d'alcooliques*, 2001, L'Harmattan.
- * Madelon POWERS, *Faces along the Bar. Lore and Order in the Workingman's Saloon, 1870-1920*, The U. of Chicago Press Book, 1998.
- * Patricia F. PRESTWICH, *Drinks and the politics of social reform. Antialcoholism in France since 1870*, Palo Alto, The Society for the Promotion of Science and Scholarship, 1988.
- * Rebecca SMITH, *The Temperance Movement and Class Struggle in Victorian England*, Loyola University, 1993.
- * Sarah W. TRACY et Caroline Jean ACKER, *Altering American Consciousness. The History of Alcohol and Drug Use in the United States, 1800-2000*, University of Massachusetts Press, 2004
- * Myriam TSIKOUNAS, « Le discours alcoolologique en France (1873-1918) », *Cahiers de l'Institut de recherches scientifiques sur les boissons*, n° 10, 1991, p. 43-57.
- * Myriam TSIKOUNAS, « Quand l'alcool fait sa pub. Les publicités en faveur de l'alcool dans la presse française », *Le Temps des médias*, n° 2, « Publicité. Quelle histoire ? », printemps 2004, p. 99-114.
- * George E. VAILLANT, *The Natural History of Alcoholism Revisited*, Harvard University Press, 2009.
- * Thomas M. WILSON (dir.), *Drinking Cultures. Alcohol and Identity*, Berg, 2005

Photographie

Œuvres de Robert Doisneau, Brassai, etc.

Musées et expositions

Du 16 octobre 2015 au 30 avril 2016, le Musée de Bretagne, à Rennes présente une passionnante exposition sobrement et efficacement intitulée : *Boire*.

Voir son site : <http://www.musee-bretagne.fr/expositions-temporaires/boire/#c43239>

Un catalogue, *Boire. De la soif à l'ivresse*, a été publié sous la direction de Céline Chanas

<http://www.fage-editions.com/pa7ou545/Ouvrage/Boire.html>

Le musée de l'absinthe

<http://www.musee-absinthe.com>

Alcool, plaisirs & dépendances

http://www.editions-sepia.com/catalog/pdf/exposition_alcool.pdf

Antonia DANDÉ et Michelle PERROT, *130 ans de prévention de l'alcoolisme en France 1870-2000*, catalogue de l'exposition, Éd. du CFES (Comité français d'éducation pour la santé), 2001.

Des représentations de l'alcoolisme dans la littérature

- * Antoine Blondin, *Un singe en hiver*, 1959.
- * Jack London, *John Barleycorn (Le Cabaret de la dernière chance)*, 1913.
- * Guy Debord, *Panegyrique*, 1989 et 1997.
- * Hans Fallada, *Le Buveur*, Albin Michel, 1952.
- * Joseph Kessel, *Avec les alcooliques anonymes*, 1960.
- * Jack Kerouac, *Big Sur*, 1962.
- * Malcolm Lowry, *Au-dessous du volcan*, 1947.
- * Œuvres de Charles Bukowski, Ernest Hemingway, William Faulkner.
- * Robert Louis Stevenson, *L'Étrange Cas du docteur Jekyll et de M. Hyde*, publiée en janvier 1886.
- * Émile Zola, *L'Assommoir*, 1876.

L'alcoolisme dans la littérature de jeunesse

http://jeunesse.lille3.free.fr/article.php3?id_article=1742

Les représentations de l'alcoolisme au cinéma

Le Poison, de Billy Wilder, 1945.

Le Jour du vin et des roses, de Blake Edwards, 1962.
Un singe en hiver, d'Henri Verneuil, 1962.
Le goût du saké, de Yasujiro Ozu, 1962.
Le Feu follet, de Louis Malle, 1963.
Nuit noire, Calcutta, de Marin Karmitz, 1964.
Le Cercle rouge, de Jean-Pierre Melville, 1970
La Soupe aux choux, de Jean Girault, 1981.
Tchao Pantin, de Claude Berri, 1983.
Au-dessous du volcan, de John Huston, 1984.
La femme de ma vie, de Régis Wargnier, 1986.
Barfly, de Barbet Schroeder, 1987.
Le Grand Chemin, de Jean-Loup Hubert, 1987.
La Légende du saint buveur, d'Ermanno Olmi, 1988, d'après le roman de Joseph Roth, 1937.
Dans l'enfer de l'alcool (My Name Is Bill W.), téléfilm de Daniel Petrie, 1989.
Leningrad cow-boys go to America, d'Aki Kaurismäki, 1989.
Uranus, de Claude Berri, 1990.
Pour l'amour d'une femme, de Luis Mandoki, 1994.
Leaving Las Vegas, de Mike Figgis, 1995.
My Name Is Joe, de Ken Loach, 1998.
Un monde meilleur, de Mimi Leder, 2000.
Pollock, de Ed Harris, 2000.
20h17 rue Darling, de Bernard Émond, 2003.
Le Petit Lieutenant, de Xavier Beauvois, 2005.
La Face cachée, de Bernard Campan, 2007.
Le Dernier pour la route, de Philippe Godeau, 2009.
Crazy Heart, de Scott Cooper, 2009.
Le Bruit des glaçons, de Bertrand Blier, 2010.

Vidéo et télévision

<http://www.ina.fr/contenus-editoriaux/articles-editoriaux/le-vin-s-expose/>

Caricatures vidéo

<http://www.ina.fr/contenus-editoriaux/articles-editoriaux/sketchs-alcool/>

<http://www.ina.fr/video/3796021001018>

<http://www.ina.fr/video/CAB7800065401>

Campagnes sécurité routière

<http://www.ina.fr/video/CAB87006072>

<http://www.ina.fr/video/AFE85006732>

<http://www.ina.fr/video/PUB3215704018>

<http://www.ina.fr/video/PUB3284402064>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3784040043>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3784051132>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3215704015>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3372490037>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB2786351112>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3015611112>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3501125045>

<http://www.ina.fr/notice/voir/PUB3784040048>

47 spots anti-alcool

<http://www.culturepub.fr/marques/anti-alcool/>

Films/vidéos

<http://data.bnf.fr/documents-by-rdt/11982618/h/page1>

L'Alcool funeste : film (1912)

Les Victimes de l'alcool : film (1911)