

« Images de 20 nouvelles cuisines en Norvège. La cuisine comme territoire familial et consommateur »

**Virginie
Amilien**

Il s'agit avant tout d'images et d'histoires issues de 20 nouvelles cuisines : 20 personnes/couples, choisis dans trois différents quartiers d'Oslo, capitale de la Norvège, ont accepté de discuter avec les chercheurs à propos de la cuisine qu'ils venaient de changer. En dépit de l'hétérogénéité des habitants de la ville, les sociologues parlent de "l'effet Oslo" sur la population norvégienne, et perçoivent Oslo comme un lieu où les modes et les nouvelles idées se créent pour ensuite se répandre dans le pays. C'est la raison pour laquelle cette étude repose sur 20 interviews d'oslovites ayant récemment changé de cuisine. Le projet se situe dans un contexte discursif caractérisé par l'intérêt marqué des mass media norvégiens pour les nouvelles cuisines -en automne et hiver 2003-. Notre objectif principal s'avère finalement d'observer le phénomène « nouvelles cuisines » dans une perspective de consommation, afin d'avoir une meilleure connaissance de la cuisine comme espace social. Après une rapide description des méthodes et du matériel utilisé, nous proposerons en un premier temps une image de la cuisine dans un contexte historique et social particulier à la Norvège, bien que l'évolution diachronique reflète un changement assez global de la cuisine comme pièce, ou comme territoire. Cette approche met aussi en valeur le lien politique entre cuisine et espace de consommation, tout en rappelant le fait que cette analyse repose sur des données norvégiennes. En un deuxième temps nous aborderons quelques visions théoriques et nous présenterons de manière thématique un certain nombre de perspectives qui devraient permettre d'éclairer, selon des angles différents, le rapport « espace familial et espace consommateur ». Une fois ces bases définies, nous observerons les 20 cuisines visitées à travers les mots et les expressions des informateurs afin de mieux comprendre le rôle de la cuisine et de ce qu'elle contient, comme territoire matériel et immatériel. La présentation sera illustrée par un petit film vidéo d'une vingtaine de minutes, sous-titré en français.

Virginie Amilien est chercheur en études culturelles. Après un doctorat sur les contes populaires norvégiens à la Sorbonne- Paris IV en 1994, en coopération avec l'Institut d'Etudes Culturelles de l'Université d'Oslo, elle a été employée à l'Institut National de la Recherche sur la Consommation à Oslo, où elle travaille sur des projets portant sur la culture de l'alimentation, l'identité locale et la cuisine comme lieu social et espace de consommation.