



**HAL**  
open science

**La Doxa et l'alcool : le rôle des représentations  
historiques et culturelles dans le discours du pouvoir  
russe**

Valéry Kossov

► **To cite this version:**

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, 44, pp.185-196. hal-01198826

**HAL Id: hal-01198826**

**<https://hal.science/hal-01198826>**

Submitted on 16 Sep 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Valéry Kossov

## **La *Doxa* et l'alcool : le rôle des représentations historiques et culturelles dans le discours du pouvoir russe**

Comme partout ailleurs dans le monde, la consommation d'alcool demeure en Russie un facteur de risque ayant un impact négatif sur la santé publique. À ce titre, elle est un sujet incontournable de discussions dans les milieux politico-médiatiques. La situation démographique en Russie, depuis les vingt dernières années, suscite des inquiétudes, dans la mesure où le taux de mortalité demeure très élevé, et parce que la population s'est réduite d'une manière considérable<sup>1</sup>. Même si l'alcool n'est pas pointé comme la cause directe de la mortalité, il est toutefois mis sur la sellette par les statistiques<sup>2</sup>. La situation actuelle semble encore plus dramatique que celle des années 1990 selon l'ex-président Dmitri Medvedev, qui déclarait en 2009, au moment de lancer un programme de lutte contre l'alcoolisme : « Nous buvons actuellement plus que dans les années 1990, alors même que ce furent des temps difficiles » (Medvedev, 30 juin 2009). L'impact de l'alcool sur la santé publique semble donc être une des préoccupations majeures du pouvoir russe, dont le discours fait ressortir d'une manière récurrente la promotion d'un mode de vie sans alcool. Ce discours est suivi d'un certain nombre de mesures législatives et d'actions de mise en œuvre de la politique anti-alcool<sup>3</sup>.

Le discours du pouvoir témoigne d'un effort de pédagogie entrepris vis-à-vis de la population russe, dont la culture de consommation de l'alcool remonte assez loin dans l'histoire. Pourtant on peut se souvenir que les mesures coercitives antérieures des dirigeants russes et soviétiques se sont soldées par un échec et ont renforcé l'impopularité du pouvoir<sup>4</sup>.

Si la raison d'être du pouvoir politique consiste à parvenir à des pactes d'entente et, dans une plus grande mesure en Russie, à des rapports de domination, les hommes politiques construisent leur discours de façon à persuader leurs interlocuteurs et électeurs de leur crédibilité et de la légitimité de leur projet pour la société. Ainsi, nous sommes fondés à nous interroger sur les motivations des dirigeants actuels à s'engager sur la voie incertaine de la politique et du discours anti-alcool, dont les antécédents se sont avérés si désastreux.

Le discours des idées se construit à travers la problématique de la vérité et celle de la vraisemblance, où se mélangent le vrai, le faux et le possible<sup>5</sup>. À ce titre, nous tenterons, à partir d'un paradigme historico-culturel de la

Valéry Kossov est maître de conférences à l'Université Stendhal, Grenoble 3, ILCEA 4, Institut des langues et des cultures de l'Europe et d'Amériques.  
valery.kossov@u-grenoble3.fr

perception de l'alcool assez controversé, de relever les éléments doxiques dans le discours du pouvoir, ainsi que les procédés de persuasion relatifs à la réduction de la consommation d'alcool. La notion relativement floue de *doxa* pourrait être définie comme un ensemble de croyances et de « représentations socialement dominantes » qui, étant basées sur l'expérience historique et culturelle d'un *socium*, s'imposent comme des éléments préconstruits dans la « dimension prédiscursive des discours »<sup>6</sup>. La *doxa* relève donc de la problématique de la vérité, tandis que les procédés de communication visant l'actualisation de la *doxa* s'inscrivent dans la problématique de la vraisemblance.

Le discours du pouvoir est compris ici comme discours des institutions publiques russes, poursuivant un objectif d'autolégitimation à l'aide de différents outils de communication<sup>7</sup>. Il s'agit donc « des dispositifs de communication à travers lesquels s'articule et se légitime la parole politique en un lieu et à un moment déterminés »<sup>8</sup>. Dans notre cas, c'est la période entre 2009 et 2013, le lieu de la production du discours étant associé au choix des textes du corpus, c'est-à-dire des interviews et des conférences de presse des représentants du pouvoir russe contemporain.

Le pouvoir russe dont il est question est celui d'un petit groupe que J.-R. Raviot désigne par le mot *verkhouchka*, et que nous réduirons aux deux communicants dominant l'espace discursif russe que sont Vladimir Poutine et Dmitri Medvedev<sup>9</sup>.

Les éléments doxiques participent des représentations socio-culturelles autour de l'alcool qui s'inscrivent dans un système de valeurs traditionnelles. Selon notre hypothèse de travail, la stratégie discursive du pouvoir consiste à instrumentaliser ces représentations historiques, afin de transgresser les comportements traditionnels de la population de manière à réduire la consommation. Quelles sont donc ces représentations et valeurs traditionnelles dont se sert le pouvoir dans ses stratégies de persuasion? Comment le pouvoir justifie-t-il ses politiques en la matière? En effet, le discours politique est indissociable de l'action et « il ne pourrait y avoir d'action politique s'il n'y avait pas de discours qui la motive et lui donne sens »<sup>10</sup>. En quoi consiste donc l'action politique anti-alcool? Quelle est la part de coercition et de régulation dans l'action anti-alcool du pouvoir?

Pour répondre à ces questions, il sera d'abord nécessaire d'esquisser le contexte historico-culturel et de dégager les représentations de la culture de la boisson propres à la majorité des Russes. Ensuite, il conviendra de s'arrêter sur les moyens discursifs par lesquels le pouvoir parvient à équilibrer les contradictions internes de sa *doxa*, qui, d'une part affirme le danger lié à l'abus d'alcool, et, d'autre part, revendique l'attachement à la culture de consommation russe. On tâchera de voir ici comment cette contradiction est surmontée dans le discours du pouvoir. Enfin, il faudra évaluer le lien entre discours et action politique, afin de mesurer la pertinence de l'action anti-alcool et son rôle dans les stratégies de persuasion du pouvoir.

## Le contexte historique et culturel

La culture de consommation de l'alcool en Russie s'est formée au cours des siècles sous l'influence de trois facteurs : la religion, le rapport de l'État à la population et les enjeux économiques. En fonction du rôle plus ou moins dominant d'un des trois facteurs, nous pouvons distinguer, d'une manière certes conventionnelle, trois grandes périodes historiques au cours desquelles s'est constitué le système des représentations liées à l'alcool. La première période regroupe plusieurs siècles, depuis la fondation de l'État russe jusqu'au xv<sup>e</sup> siècle. La seconde – du xv<sup>e</sup> jusqu'à la révolution de 1917. La troisième regroupe la période soviétique et postsoviétique<sup>11</sup>.

La première période est caractérisée par une intervention relativement faible de l'État dans le domaine de la production et de la consommation de l'alcool. La production, pour sa consommation personnelle, des boissons traditionnelles comme la bière ou l'hydromel après des périodes de récolte, dessine une représentation de l'alcool comme moyen de s'égayer pendant les fêtes. Cette représentation est souvent associée aux paroles attribuées au prince Vladimir : « C'est la joie de la Rous' que de boire, nous ne pouvons vivre sans cela » («Rusi est veselie pit', ne možem bez togo byt'»<sup>12</sup>).

L'État commence à intervenir dans le domaine de la production et de la distribution de l'alcool au xv<sup>e</sup> siècle, époque où le tsar Ivan III prit le contrôle de la production de l'alcool distillé et de sa distribution dans des *kortchma*, ces auberges où l'on servait également à manger<sup>13</sup>.

Les changements de comportements interviennent au xvi<sup>e</sup> siècle avec l'ouverture en 1531 à Moscou du premier débit de boissons, désigné par le mot tatar *kabak*<sup>14</sup>. Contrairement à la *kortchma*, le *kabak* était destiné uniquement à la consommation de l'alcool, ce qui avait des implications sur la manière de consommer. Le renforcement du monopole de l'État se traduisant par l'apparition des *kabaks* fut suivi de l'interdiction pour les paysans de fabriquer eux-mêmes des boissons alcoolisées et, par la suite, de l'introduction du servage qui attachait les paysans à un seul propriétaire foncier. Limitant la liberté des paysans, ce concours de circonstances modifie les mœurs, entraînant l'accroissement de l'alcoolisme et l'endettement de la population par l'abus d'alcool.

Ainsi cette période se caractérise par l'implication de l'État dans le domaine de la fabrication et de la distribution de l'alcool. Certes, ce monopole était sujet à des variations en fonction des rapports entre le tsar et l'Église ou la noblesse. Toutefois, la domination de l'État sur le marché de l'alcool n'a jamais été remise en question. L'alcool était pour le pouvoir non seulement une source de recettes sûre, mais aussi le moyen de réglementer sa politique sociale.

Cette période est celle de la prise de conscience collective de l'aspect négatif et dramatique de l'abus d'alcool, qui ruine et tue des milliers de personnes. Les traces en sont nombreuses dans la littérature russe du

XIX<sup>e</sup> siècle mais aussi dans les œuvres populaires folkloriques, comme les chansons ou les proverbes. À la représentation négative de l'alcool s'ajoute celle du consommateur spécifiquement russe, qui ne parvient pas à s'arrêter, et boit jusqu'à en tomber par terre. Toutefois, cette incapacité à modérer sa consommation n'est pas perçue comme un vice à combattre, mais davantage comme un signe de la largesse de l'âme russe.

Par ailleurs, la représentation négative de l'alcool se trouve profondément ancrée dans la valeur de compassion pour les ivrognes. Il est question ici d'un sentiment plus complexe que celui de la compassion chrétienne pour son prochain. Les ivrognes étaient plaints un peu comme les Fols-en-Christ, ce qui était davantage lié aux spécificités de la mentalité religieuse en Russie qu'à l'influence de l'Église.

Sur le plan des représentations, la période soviétique n'a pas apporté de nouveautés de taille. On peut seulement noter qu'au sentiment de compassion vis-à-vis de l'addiction s'ajoute une justification supplémentaire, consistant à considérer les alcooliques comme les victimes d'un régime fermé et autoritaire, qui ne laisse pas à ses citoyens suffisamment d'initiative pour se développer personnellement, les poussant ainsi à sombrer dans l'alcool.

Cet aperçu historique nous permet de dégager un paradigme culturel de la consommation d'alcool. Ce paradigme est constitué de représentations à première vue contradictoires. D'une part, il s'agit d'un attachement à l'alcool, qui demeure dans la conscience collective un moyen de s'égayer, sans lequel aucune fête n'est concevable<sup>15</sup>. La capacité d'abuser de l'alcool sans se soûler est considérée comme un signe de virilité et de force pour un homme. Quant aux alcooliques, ils sont considérés comme des victimes des circonstances ou du régime. À ce titre ils suscitent la compassion et attirent la sympathie par leur vulnérabilité, leur franchise, leur générosité. D'autre part, après tous les déboires que la démographie russe a connus dans son histoire, l'alcool est représenté comme un facteur de risque, un danger potentiel pour la survie.

Comment le discours politique actuel parvient-il à concilier les deux types de représentations afin de faire accepter l'idée de la réduction de la consommation ?

### L'alcool dans le discours du pouvoir

C'est d'abord dans le contexte de la santé publique que le danger de l'abus d'alcool est évoqué dans le discours du pouvoir, lorsque son objectif consiste à en réduire la consommation. En effet, la dangerosité de l'alcool pour la santé s'inscrit dans un ensemble doxique qui n'est pas remis en cause. Cependant, cette simple affirmation semble trop abstraite pour un citoyen russe lambda, qui ne prend pas toujours la mesure du danger. D'autre part, cette affirmation se heurte au système des représentations où l'alcool joue le

rôle de force motrice lors des fêtes ou dans la fonction relationnelle. Ajoutons à cela que ceux qui s'abstiennent complètement de boire provoquent chez leurs convives un sentiment de méfiance, voire de rancune. Le caractère ascétique des non-buveurs est parfois associé, dans la conscience collective, au manque d'empathie et de charisme, ce que tout homme politique tente d'éviter, dans le souci de renforcer son « ethos d'humanité »<sup>16</sup>.

Ainsi, en tenant compte des erreurs du passé soviétique, le pouvoir actuel ne s'attaque pas directement à l'alcool. Nous n'avons pas trouvé d'exemples d'actes illocutoires mettant en cause la production et la distribution de l'alcool. Bien au contraire, les mesures volontaristes du passé sont condamnées. En lançant en 2009 le programme de lutte contre l'alcoolisme déjà cité, le président Medvedev exhorte son ministre de la santé à agir d'une manière « résolue mais avec discernement » (« rešitel'no, no akkuratno »), sans « interdits stupides » (« bez durackix zapretov»). V. Poutine reprend le flambeau en développant cette logique.

Afin d'obtenir des résultats réels dans la lutte contre l'alcoolisme de la population, il n'est pas du tout nécessaire de couper des vignes, il faut d'autres mesures. Nous en avons parlé ici. Il faut développer le sport, les principes d'un mode de vie sain (6 mai 2011)<sup>17</sup>.

En revanche, le pouvoir tente de transgresser les représentations positives de l'alcool de façon indirecte, à savoir en se référant aux conséquences de l'abus d'alcool dans certains domaines. Le rôle de l'État-protecteur, élément qui fait également partie de l'imaginaire national, s'exprime d'une manière implicite ou explicite et sert de trame commune dans les procédés discursifs de persuasion.

Il s'agit notamment de condamner l'alcool au volant, ce qui d'une manière générale n'est pas contesté par la population. Comme le montre l'exemple suivant, pour faire accepter sa position sur la question contestée du « zéro gramme » d'alcool dans le sang des automobilistes<sup>18</sup>, Dmitri Medvedev s'appuie sur une particularité du caractère russe que nous avons évoquée : l'incapacité de s'arrêter de boire après avoir entamé la bouteille.

Mais nous parlons justement avec vous de notre vie, qui se passe dans des conditions concrètes et dans un pays concret où l'on boit en effet beaucoup, et si l'on autorise la consommation d'alcool avant de prendre le volant... eh bien, je pense que vous et moi, nous sommes réalistes, une partie significative de conducteurs comprendra cette mesure comme un signal autorisant de boire et de conduire après, et là où la dose est légère, il peut y avoir naturellement d'autres doses. Sur ce plan, personne chez nous ne s'arrête à ces questions. (D. Medvedev, 7 décembre 2012)<sup>19</sup>.

Mon point de vue n'a pas changé. On ne peut pas boire au volant. Surtout compte tenu des habitudes spécifiques propres à une grande partie de nos concitoyens. ... On sait boire chez nous. Un petit peu pour commencer. Mais nombreux sont ceux qui ne s'arrêtent pas sur leurs acquis. (D. Medvedev, 20 mai 2013)<sup>20</sup>

En se référant à cette représentation commune, Dmitri Medvedev tente tout à la fois de persuader ses interlocuteurs de la crédibilité de son initiative et de recourir à la stratégie d'identification rapprochant les gouvernants des gouvernés, en utilisant les pronoms « nous » et « vous » collectifs.

C'est en s'appuyant sur ce même argument que le pouvoir justifie des mesures telles que l'interdiction de vendre de l'alcool après 23 heures<sup>21</sup>. Si le peuple ne sait pas s'arrêter, c'est à l'État d'y veiller. D'une part, ce raisonnement comporte l'écho des traditions historiques patriarcales, où le dirigeant suprême incarnait souvent le « père de la Nation », dans un État associé à un clan familial. De l'autre, le pouvoir tente d'inscrire ce même État dans un ensemble social cohérent où la distance entre les gouvernants et les gouvernés se trouve réduite et où le message véhiculé par le discours est représenté comme accepté par la population.

Les seules références historico-culturelles ne sont pourtant pas toujours convaincantes dans une Russie qui se veut moderne et civilisée. Ceci mène donc le pouvoir à recourir à d'autres éléments de persuasion, comme la mise en valeur de l'expérience scandinave, où la politique de « l'interdit raisonnable » s'avère crédible et acceptée par la population. En effet, malgré des réticences dans le discours du pouvoir et l'opinion publique vis-à-vis de l'emprunt des modèles occidentaux, certains exemples de *l'Autre* permettant de justifier des interdits sont avancés par le pouvoir comme pertinents et utiles à suivre.

Cet élément demeure pourtant périphérique dans un discours dont l'argumentation est dominée par le souci de protéger la population des dégâts sur la santé causés par l'alcool frelaté. C'est ce souci qui justifie, par exemple, les mesures d'augmentation des prix de la vodka avec l'instauration d'un prix minimal fixe. La lutte contre la criminalité directement liée à l'abus d'alcool s'inscrit également dans le système des arguments qui s'appuient sur la représentation de l'État-protecteur. Cette omniprésence de l'État s'avère prégnante dans le discours où la politique anti-alcool est associée à la protection de l'enfance. En effet, la représentation négative de l'alcool devient parfaitement acceptable pour l'opinion publique lorsqu'il s'agit de sa consommation par les jeunes. Il revient donc à l'État-protecteur de prendre des mesures pour élever l'âge légal de la consommation et interdire la publicité de l'alcool à proximité des écoles et des établissements d'enseignement supérieur. L'interdiction s'étend également à la télévision où elle ne peut être diffusée qu'après 22 heures<sup>22</sup>.

Même clairement justifiées et argumentées, les mesures coercitives, dans le cadre des représentations communes relatives au rôle protecteur de l'État, sont susceptibles d'éveiller un sentiment collectif de sur-encadrement. Ce sentiment est bien ancré dans la mémoire collective, tout comme les insurrections qu'il a pu provoquer. La stratégie de l'interdit dans le discours et les actes coercitifs peuvent amener la société à un vide existentiel qu'il est nécessaire de remplir. C'est là que le discours du pouvoir s'attelle à un travail

de pédagogie de masse, en tentant de transformer les habitudes et traditions culturelles et de modifier à terme la culture de la boisson. Cette notion de culture de la consommation est centrée implicitement sur le vin, un produit à caractère « noble » dans les représentations communes, et qui par sa nature pourrait induire les changements de comportement attendus. En même temps, la structure modale, malgré son caractère impersonnel, met au premier plan le rôle de l'État dans la promotion d'un nouveau mode de consommation.

La culture de consommation des boissons qui sont produites, par exemple, dans le Kouban et dans d'autres régions de la Fédération de Russie, a aussi beaucoup d'importance et il faut aussi travailler sur cela également (V. Poutine, 6 mai 2011)<sup>23</sup>.

Certes, aucun programme de promotion du vin en tant que produit de substitution aux alcools forts n'a encore vu le jour en Russie. Toutefois, la baisse de la consommation est souvent indirectement associée dans le discours aux programmes de développement de l'emploi, de lutte contre la pauvreté, de soutien à la classe moyenne. En pratique, c'est effectivement dans les grandes villes, peu touchées par les problèmes de chômage, où la présence de la classe moyenne est significative, que les habitudes traditionnelles de consommation d'alcool commencent à s'estomper en se rapprochant de ce qu'on pourrait appeler la consommation de la classe moyenne occidentale<sup>24</sup>.

C'est également par le discours de promotion du sport que passe, implicitement et explicitement, l'idée du dépassement de la culture de la consommation de l'alcool. L'objectif, annoncé par Vladimir Poutine en 2012, selon lequel en 2020, 40 % des Russes devront pratiquer un sport d'une manière active et adopter un mode de vie sain<sup>25</sup>, comporte implicitement l'idée d'un changement général des comportements en matière de consommation d'alcool. Des enjeux similaires sont annoncés dans le domaine de l'éducation sportive des jeunes.

Toutefois, pour être crédibles, les enjeux annoncés et la pédagogie de masse doivent s'appuyer sur les exemples personnels qui prennent la forme de la représentation de Soi dans les stratégies discursives du pouvoir. En effet, la plupart des dirigeants russes actuels appartenant au premier échelon du pouvoir (V. Poutine, D. Medvedev, A. Dvorkovitch, S. Ivanov, etc.) se positionnent dans leur discours comme étant attachés aux valeurs de sobriété, du sport, de la vie saine. Cela produit un effet de contraste par rapport à l'époque de Boris Eltsine et construit une image double du pouvoir qui se retrouve dans la dualité des représentations de l'alcool. D'une part, il s'agit de construire l'ethos du « chef moderne » à partir de traits caractéristiques tels que le sérieux et le pragmatisme, la vertu, la compétence, dans la mesure où la figure du chef incarne ces valeurs et doit rester à l'abri des critiques<sup>26</sup>. D'autre part, cela entre en contradiction avec l'ethos d'humanité qui, dans les représentations russes, est incompatible avec l'ascétisme personnel.



Ainsi, la nécessité d'humaniser l'image du pouvoir fait réapparaître dans le discours les représentations positives de l'alcool comme facteur de gaité pendant les fêtes. L'exemple le plus caractéristique de cette évolution est celui du discours de Vladimir Poutine. Dans ses interventions des années 2000, les références à sa vie privée et à la place qu'y occupe l'alcool sont peu nombreuses. Elles restent nettement en retrait par rapport à l'évocation des problèmes économiques et sociaux. À partir de 2010, Poutine, alors premier ministre, enrichit son discours de propos relatifs à sa propre consommation et, d'une manière générale, à la culture de la consommation d'alcool. L'emploi des structures impersonnelles s'inscrit de nouveau dans la stratégie de solidarisation avec les interlocuteurs et constitue un point d'identification où le public se reconnaît dans son chef.

Krasnodar : quel bel endroit : ici on peut boire un verre et manger un morceau. Ici on fabrique du bon vin, et un excellent fromage, parfait du point de vue écologique. C'est formidable ! (V. Poutine, 6 mai 2011)<sup>27</sup>.

Les propos, tout comme les actes de Poutine s'inscrivent souvent dans la représentation d'une consommation personnelle modérée, nécessaire à l'établissement de rapports humains et à une ambiance festive. Cette fonction « sociale » de l'alcool est également évoquée dans la représentation de *l'Autre*, c'est-à-dire des partenaires occidentaux, qui sert aussi à mettre en valeur le leader russe. En revêtant le masque du « bon-vivant » dans ses rapports avec les Européens, Vladimir Poutine construit implicitement son image de leader pragmatique, qui ne laisse pas l'alcool intervenir dans la prise de décisions lors des négociations.

Les Européens sont des gars très bien, très sympathiques, cultivés, discuter avec eux est très agréable, on peut manger du caviar et boire de la vodka ou de la bonne bière allemande ou du vin italien ou français, mais ce sont des négociateurs très durs (V. Poutine, 19 septembre 2013)<sup>28</sup>.

C'est également le cas dans les propos destinés à l'extérieur. Dans l'exemple suivant – une réponse à Romano Prodi – ces propos s'inscrivent dans une stratégie d'autoreprésentation à usage interne, où la doxa joue le rôle d'un repère d'identification pour le destinataire russe. En effet, à la métaphore de Romano Prodi, comparant les relations entre la Russie et l'Union Européenne à un « whisky soda », répond la remarque de Poutine, qui exprime l'exigence, dominante dans les représentations de la population russe, de consommer les alcools forts sans mélange. Même si personnellement Poutine n'a jamais explicitement exprimé son penchant pour les alcools forts, cette remarque sur la « pureté du produit » le rapproche du public russe :

R. PRODI : D'accord, si on disait alors « whisky soda » ?

V. POUTINE : Le whisky soda est vraiment une mauvaise boisson. Pourquoi gâcher le produit ? Il faut le boire pur<sup>29</sup>.

Ainsi, le discours du pouvoir est marqué à la fois par une forte composante pédagogique, dont les mots clefs sont la modération et l'équilibre, et par des procédés discursifs de solidarisation avec le public s'appuyant sur des éléments doxiques relatifs à l'alcool et participant à la représentation de Soi. D'un côté, les dirigeants russes recherchent un équilibre entre l'ethos du chef et celui d'humanité. De l'autre, il s'agit aussi de l'équilibre que l'on souhaite inculquer à la population dans la manière d'organiser les festivités et de consommer l'alcool. C'est ainsi que la tradition de l'excès se voit dépassée, alors même qu'elle constitue un élément d'auto-identification et un sujet de fierté nationale vis-à-vis des étrangers. Les tentatives pour introduire dans la culture de la consommation d'alcool des éléments de pragmatisme rimant souvent avec le « bon sens » semblent occuper une place privilégiée dans le discours du pouvoir. Toutefois, le changement des comportements sous l'effet persuasif du discours reste un pari difficile à gagner.

### Conclusion

Le discours du pouvoir n'échappe pas à certaines contradictions, dans la mesure où ses stratégies de persuasion sont construites de sorte à s'appuyer à la fois sur des éléments doxiques présentant les caractéristiques positives de l'alcool et sur la condamnation explicite de ses excès. Il en résulte une hybridation de représentations parfois antinomiques, dont le dosage dans l'argumentation dépend du degré d'engagement des représentants du pouvoir dans le discours anti-alcool. Il dépend également des objectifs particuliers du message, formulé en fonction de destinataires spécifiques.

De même, l'argumentation anti-alcool est soumise à une hybridation. D'une part du fait de la combinaison d'ethos différents en fonction des dirigeants. D'autre part, parce que l'interdit est argumenté à travers l'invocation de domaines « sûrs », à forte composition doxique, où l'idée du danger de l'alcool rejoint les convictions de la majorité de la population. Le rôle et l'image de l'État n'outrepassent pas le cadre des représentations historiques traditionnelles, où il est associé à une autorité paternaliste, incarnée par un ou des dirigeants omniprésents, mais compétents et soucieux du bien collectif. Les notions d'intérêt et de bien communs relèvent souvent dans le discours d'une topique prescriptive – en dépit de l'évolution du vocabulaire – dans la mesure où le bien du peuple n'est pas concevable sans l'intervention des gouvernants. Ainsi par exemple, de nombreux propos soulignent l'immaturation de la Nation (mot qui remplace souvent celui de peuple), justifiant ainsi la mise en place de projets et d'actes législatifs prohibitifs.

En somme, le discours du pouvoir poursuit un double objectif: dépasser les comportements et représentations traditionnels et assurer sa propre crédibilité. À court terme, c'est surtout la seconde partie qui semble être privilégiée, alors que la réussite de la première n'est visible en pratique qu'au sein de certains groupes sociaux des grandes villes, ou au sein des mouvements

ou partis politiques financièrement entretenus par le pouvoir. Le rôle de ces formations, parmi lesquelles figurent, outre le parti du pouvoir « Russie Unie », des mouvements spécialisés comme le « Parti de la Loi anti-alcool » (« Partija suxogo zakona »), ou le mouvement « Russie sobre » (« Trezvaja Rossija »)<sup>30</sup>, consiste surtout à assurer la diffusion des lignes directrices de la politique du pouvoir dans les régions, dans le but d'atteindre les masses. Par ailleurs, la radicalisation du discours anti-alcool dans ces mouvements met en valeur la composante doxique dans l'argumentation du pouvoir, en le positionnant dans le registre modéré et en lui attribuant une apparence raisonnable. C'est également par l'effet de contraste entre le recours à la *doxa* dans le discours du pouvoir et le décalage qu'il produit avec le caractère dirigiste du discours radical, que sont justifiées les mesures de contrainte de la politique anti-alcool en Russie.

Les conséquences de ce mode opératoire pour le changement des comportements ne sont pas forcément calculées à l'avance par le pouvoir. Elles peuvent toutefois conduire à un dédoublement dans la réception du message par le destinataire, à mesure que croît l'écart entre la « vraisemblance » et la « vérité ». Ceci pourrait avoir un impact négatif sur l'efficacité de la *doxa* dans l'argumentation et entamer la crédibilité du discours et de l'action du pouvoir.

## NOTES

1. Selon les données du dernier recensement en 2010, la population a baissé depuis 2002 de 2,3 millions de personnes. Voir S. Smirnov, «Naselenie Rossii uskorenno sokraščaetsja», *Vedomosti*, 16.12.2011.
2. Selon les données du *Rosstat* (Comité des statistiques d'État), les décès liés à l'intoxication par l'alcool occupent la treizième place parmi les causes principales de la mortalité. G. Tarasevič, «Gde nas stanovitsja bol'se», *Ekspert – russkij reporter*, n° 33, 22.08.2013.
3. Initiées par le pouvoir, ces mesures se traduisent par la limitation de la publicité de l'alcool, l'augmentation des prix et l'établissement d'un prix minimum autorisé pour les alcools forts, l'encadrement de plus en plus strict de la vente d'alcool – avec limitations des heures de vente autorisées – l'interdiction de vendre de l'alcool aux mineurs et le récent projet de loi élevant l'âge légal pour la consommation d'alcool à vingt et un ans, enfin la préparation d'une loi, inspirée par une loi française similaire, réglementant le domaine de la fabrication des vins.
4. L'exemple le plus récent en est la campagne anti-alcool de 1985, initiée ou poursuivie, en fonction des divers points de vue des historiens, par Mixail Gorbačev.
5. P. Charaudeau, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005, p. 35.
6. M.-A. Paveau, « L'entrée *Doxa* : pour un traitement rigoureux d'une notion floue », *Mots. Les langages du politique*, n° 71, 2003, mis en ligne le 30.04.2008, <http://mots.revues.org/8683>, consulté le 1<sup>er</sup> juin 2014.
7. A. Krieg-Planque, C. Oger, « Discours institutionnels : perspectives pour les sciences de la communication », *Mots. Les langages du politique*, n° 94, 2010, p. 91.
8. D. Maingueneau, « Le discours politique et son environnement », *Mots. Les langages du politique*, n° 94, 2010, p. 86.

9. J.-R. Raviot, *Qui dirige la Russie*, Paris, Lignes de repères, 2007, p. 75?
10. P. Charaudeau, *op. cit.*, p. 29.
11. Notre étude n'étant pas strictement historique, les périodes sont proposées à titre indicatif afin d'en faire ressortir les représentations culturelles liées à l'alcool.
12. D. S. Lixačev, éd., *Povest' vremennyx let*, Moscou ; Augsburg, Im Werden Verlag, 2003, p. 27.
13. V. Poxlebkine, *Istorija vodki*, Moscou, Centrpoligraf, 2005, p. 54, 30.
14. *Ibid.*, p. 85
15. Les « mariages sans alcool » organisés lors de la campagne de M. Gorbačev étaient considérés, selon de nombreux témoignages, comme artificiels et imposés par le pouvoir. Voir L. Kaftan, « Pokolenie Medvedeva : roždennye v SSSR », *Komsomolskaja pravda*, 9.04.2008.
16. P. Charaudeau, *op. cit.*, p. 106.
17. «Vystuplenie Predsedatelja Pravitel'stva Rossijskoj Federacii Putina V. V. na konferencii v Volgograde», 06.05.2011, <http://mo.mosreg.ru/userdata/159021.doc>, consulté le 08.12.2014.
18. L'amendement, très contesté par certains automobilistes russes, est introduit dans la loi fédérale « Sur la sécurité de la circulation routière » par la loi n° 169-F3 du 23 juillet 2010 : «Federal'nyj zakon Rossijskoj Federacii ot 23 ijulja 2010 g. N° 169-F3», *Rossijskaja gazeta* n° 5242, 26.07.2010.
19. «Razgovor s D. Medvedevym», 07.12.2012, <http://government.ru/news/6550>, consulté le 08.01.2014.
20. «Interv'ju Dmitrija Medvedeva gazete Komsomol'skaja pravda», *Komsomol'skaja pravda*, 20.05.2013, <http://www.kp.ru/daily/26078/2983174/>, consulté le 08.01.2014.
21. La loi fédérale n° 218-F3 du 18.07.2011 introduit cette limitation générale, que les sujets de la Fédération peuvent renforcer, comme dans la région de Moscou ou à Saint-Petersbourg, où la vente de l'alcool est interdite à partir de 21 heures. «Federal'nyj zakon Rossijskoj Federacii ot 18 ijulja 2011 g. N° 218-F3», *Rossijskaja gazeta* n° 5535, 22.07.2011.
22. Il s'agit des amendements à la loi fédérale « Sur la publicité » adoptés le 20 juillet 2012. «Federal'nyj zakon Rossijskoj Federacii ot 20 ijulja 2012 g. N° 119-F3 », *Rossijskaja gazeta* n° 5839, 20.07.2012.
23. «Vystuplenie Predsedatelja Pravitel'stva Rossijskoj Federacii Putina V. V. na konferencii v Volgograde», *op. cit.*
24. Pour plus de détails on peut consulter l'étude de R. A. Martynenko, Ja. M. Roščina, «Struktura potreblenija alkogolja kak indikator social'noj gruppy v sovremennyx rossijskix gorodax», *Ėkonomičeskaja sociologija*, t. 15, n° 1, p. 20-42.
25. «Vladimir Putin postavil cel' priobščit' k sportu 40 procentov rossijan», *Rossijskaja gazeta*, 13 avril 2012 <<http://www.rg.ru/2012/04/13/sport-anons.html>> consulté le 8 janvier 2014.
26. P. Charaudeau, *op. cit.*, p. 92, 120.
27. «Vystuplenie Predsedatelja Pravitel'stva Rossijskoj Federacii Putina V. V. na konferencii v Volgograde», *op. cit.*
28. «Zasedanija međunarodnogo diskussionnogo kluba Valdaj», 19.09.2013 <http://news.kremlin.ru/news/19243/print>, consulté le 8 janvier 2014.
29. *Ibid.*, 19 septembre 2013.
30. En effet, les idées directrices donnent lieu à des interprétations qui s'inscrivent dans une orientation politique plus autoritaire, comme si le pouvoir avait vocation à imposer, et non à promouvoir ses valeurs. Elles se traduisent également par des procédés discursifs de dramatisation tendant à montrer que la survie de la Nation pourrait être soumise à la



victoire contre l'alcoolisme. Le discours se radicalise davantage dans le cas des mouvements spécialisés, où il prend des allures populistes. Ce discours, comme tout discours politique radical ou populiste en général, se construit autour de problématiques n'ayant pas de rapport direct avec l'alcool, telles que le patriotisme, le nationalisme, voire même la xénophobie anti-occidentale. Cependant, à force de faire l'amalgame entre des phénomènes incompatibles, ce genre de discours semble proposer des solutions faciles (bien que toujours basées sur la contrainte) au problème de l'alcoolisme, tout en alimentant des sentiments primitifs : la peur ou la haine de l'Autre. Pour plus de détails, voir les sites : <http://partia-tr.ru> et <http://www.trezvros.ru>

*ABSTRACT*

***Doxa* and Liquor: Historical and Cultural Representations  
in the Discourse of the Russian Authorities**

This article studies *Doxa* elements applied to persuasion strategies, which Russian political leaders implement, drawing on common national historical and cultural conceptions about liquor drinking, in order to overcome commonly accepted behavior stereotypes.

The problem of strong liquor abuse in Russia seems to be a major concern for officials and politicians, who have taken different regulatory steps to curb consumption. In the wake of these measures, a discourse has emerged in order to justify government policies and gain credibility, which constitutes a communication challenge. The paradox seems to be that the instrumentalization by political discourse of doxic elements relevant to traditional representations about Russian drinking culture presumably aims at phasing out existing norms and promoting the new culture of moderate drinking.

