

Le recours aux catégories dans la gestion du choix au cours d'un repas au restaurant

Clémentine Hugol-Gential

Centre de l'Institut Paul Bocuse – Laboratoire ICAR (UMR CNRS 5191)
clementine.hugol@institutpaulbocuse.com

Introduction

Cet article, ancré dans le champ de l'Analyse Conversationnelle (Sacks, 1992), s'intéresse à une question centrale à laquelle les clients sont perpétuellement confrontés lors de la prise d'un repas au restaurant : le choix. Plus précisément, nous nous intéressons à son caractère co-construit et à son déploiement en interaction en nous basant sur un corpus audiovisuel collecté en situation « naturelle » de production (Mondada, 2006), lors de repas au restaurant, afin d'étudier la parole-en-interaction telle qu'elle est localement produite et organisée par les participants.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous nous intéressons aux interactions entre personnel de service et clients. Ainsi, nous axons nos analyses sur les séquences de prise de commande pendant lesquelles les choix des clients sont discutés et négociés avec le sommelier, le serveur ou bien encore le maître d'hôtel. Nous observons notamment que la construction du choix est fortement liée à l'émergence dynamique des catégories dans l'interaction. Grâce à des analyses séquentielles, nous soulignons que les participants à l'interaction manifestent de façon reconnaissable qui ils sont (clients experts, non experts, habitués...) afin d'organiser de façon intelligible leurs actions et de permettre à leurs partenaires de s'y ajuster.

Le problème de catégorisation est par conséquent un problème pratique qui se pose aux membres eux-mêmes dans le cadre de l'organisation de l'interaction. Il s'agit ici d'analyser les catégories telles qu'elles émergent de manière locale et située. Cette posture analytique adopte donc une position émergentiste en envisageant le fait que les identités ne sont pas fixement attribuées mais qu'elles se construisent dans l'action de l'individu, en s'opposant ainsi à une vision essentialiste qui considère l'identité de l'individu comme immuable et, par conséquent, comme une définition profonde de lui-même. Les catégorisations possibles sont non seulement multiples mais peuvent aussi changer successivement au fil de la séquence, elles sont à analyser avec une dimension dynamique, ce qui entraîne un passage d'une conception abstraite de la cognition à une conception pratique et située (Mondada, 2000). Dans notre perspective, il s'agit de prendre en considération l'accomplissement endogène des interactions en décrivant et en analysant la façon dont les participants eux-mêmes configurent les ressources dans leurs activités pour montrer leur orientation vers la pertinence locale des catégories qui en assurent l'intelligibilité (Mondada, 2000). Les analyses menées dans cet article permettront de mettre en lumière l'appartenance catégorielle *in situ* en soulignant la manière dont les locuteurs se catégorisent et sont catégorisés.

Dans un premier temps, nous exposerons la notion de catégorisation telle qu'elle a été développée en Analyse Conversationnelle puis, dans un second temps, nous nous focaliserons sur le lien entre catégorie et identité et enfin, dans un troisième temps, nous verrons grâce à des exemples de prise de commande de dessert, de vin et de plat comment l'usage de catégories organise et structure l'activité de choix.

1 La catégorisation en contexte dans la perspective de l'Analyse Conversationnelle

C'est en partant du constat que dans de nombreuses disciplines, les catégories et les contextes sont souvent présupposés et non problématisés, que Sacks (1972a – 1972b) a proposé d'analyser ces phénomènes tels qu'ils émergent dans l'interaction avec une posture émique et dans une perspective endogène.

La manière dont les participants sélectionnent les catégories pertinentes d'appartenance (alors qu'il y en a une multitude de disponibles) dans le cours de leurs activités se fonde sur des procédés et des règles d'application que Sacks a théorisés au sein d'un dispositif complexe permettant d'observer la façon dont les membres traitent et construisent eux-mêmes des catégories dans des cours d'actions particuliers.

L'analyse des *Membership Categorization Devices* (MCD) a initialement été développée par Sacks (1972a-1972b) en tant qu'alternative sociologique aux descriptions externes, et élaborée afin de prendre en considération le point de vue des participants :

« Membership Categorization Devices is to understand it by reference to the set of practices for referring to persons, which is itself part of two larger domains, one of which could be characterized as 'doing description', the other of which could be characterized as 'word selection', how speakers come to use the words they do, and how that informs the hearing that they get from recipients. » (Schegloff, 2007 : 463)

Pour traiter la question du suicide au sein de sa thèse, Sacks s'interroge sur les procédures par lesquelles les membres confrontés à la mort catégorisent ce décès en acte de suicide. Par conséquent, il s'oppose à Durkheim qui considère le suicide comme un allant de soi partagé par tous (Bonu, Mondada & Relieu, 1994). Dans un premier temps, Sacks souhaite décrire et analyser les méthodes par lesquelles les membres ont recours aux catégories pour construire, par la suite, un modèle reproductible grâce à la mise en œuvre d'un dispositif formel.

Comme le souligne Schegloff (2007), dans le travail de Sacks la conclusion du suicidaire « je n'ai personne vers qui me tourner » peut paraître *a priori* triviale. Néanmoins, il s'agit bien du résultat d'un ensemble de pratiques dont Sacks rend compte grâce à un travail méthodique et empirique. La recherche d'aide est fortement liée à la structuration des catégories et à la manière dont le suicidaire est catégorisé et dont il catégorise son entourage. A la lumière de ce travail analytique, on peut voir que l'analyse des *Membership Categorization Devices* repose sur deux paramètres essentiels :

- La collection de catégories
- Les règles d'application

Tout d'abord, Sacks montre que le suicidaire en recherche d'aide est confronté à deux problèmes dans la mise en œuvre du dispositif de catégorisation (Dc). Le premier est le problème de la pertinence, selon lequel chaque individu peut se laisser décrire par plusieurs catégories, les « *Pn adequate* » qui sont organisés soit en paires relationnelles standardisées (Dc R), soit en paires profane / professionnel (Dc K – *knowledge professional*). Sacks subdivise ces paires en *proper* et *improper* selon qu'il convient de solliciter dans telle ou telle situation. Dans le cas de l'analyse de l'organisation de la recherche d'aide, Sacks montre que le suicidaire est confronté à ce problème de pertinence car il doit sélectionner la collection la plus appropriée. Le deuxième problème est celui de la convergence, qui est « le problème de la congruence des catégorisations des tiers par deux personnes, ou celui de leur catégorisation mutuelle » (Bonu, Mondada & Relieu, 1994 :138).

Pour pallier cela, deux principales règles de catégorisation ont été développées par Sacks :

- La règle de cohérence (*consistency rule*)
- La règle d'économie (*economy rule*)

La première règle implique que si un membre a été catégorisé au sein d'un dispositif de catégorisation (ou d'une collection), les autres membres seront catégorisés au sein de ce même Dc : « If some population of persons is being categorized, and if a category from some device's collection has been used to categorize a first Member of the population, then that category or other categories of the same collection may be used to categorize further Members of the population » (Sacks, 1972a : 33). Afin d'être efficace, cette règle doit nécessairement être complétée par la règle d'économie. Cette règle préconise que, bien qu'un membre puisse être catégorisé par plusieurs catégories en même temps, une seule suffit : « For any population N, on any occasion of categorizing members, whether the consistency rule or some combining rules are necessary, the task may be complete if each Member of population has had a single category applied to them » (Sacks, 1972a : 34).

Schegloff insiste sur le fait que les catégories ont trois propriétés. La première renvoie aux inférences liées aux catégories : le sens commun et l'idée que l'on se fait de cette catégorie : « Any attributed member of a category (that is, anyone taken to be a member of the category) is a presumptive representative of the category » (Schegloff, 2007 : 469). La deuxième propriété concerne le fait que les catégories sont protégées de la généralisation du fait, notamment, que si une personne catégorisée ne manifeste pas les caractéristiques attendues par le sens commun, elle sera vue comme une exception ou bien comme ayant un comportement non approprié. Enfin la troisième propriété a trait aux activités qui lui sont liées : *category-bound activity*. En effet, Sacks note qu'une catégorie est liée à des actions ou à des formes de conduites. Par extension, il parle également de *category-bound object* qui matérialise une *category-bound activity*.

Selon Schegloff (2007), l'un des principaux atouts de l'Analyse Conversationnelle pour traiter ces questions réside dans le fait qu'elle s'intéresse particulièrement au contexte de production mais surtout aux activités dans lesquelles les participants sont engagés. Ainsi le lien entre catégories et activités est très étroit : « Les catégories pertinentes ne sont pas toujours explicitement thématiques dans l'interaction mais se manifestent tout aussi bien dans la façon dont les participants s'orientent vers elles dans leur interprétation/production d'actions intelligibles et reconnaissables, en contribuant ainsi à les définir et à les rendre pertinentes, de façon réflexive » (Mondada, 2000 : 109).

2 Catégorie et identité

Dans les modèles traditionnels, l'identité est envisagée comme un label descriptif : « Identity is a strategic tool in producing such taxonomies of society because it can be used to refer to groups, statuses, roles and, simultaneously, as description of individuals » (Widdicombe, 1998 : 192). Ce type d'analyse est notamment employé dans des approches structuralistes et fonctionnalistes, qui cherchent à structurer la société en des blocs monolithiques. Deux types de théorie rendent bien compte de cette posture. La première est la *Role Identity Theory* (Stryker, 1987), qui tend à montrer que la société construit des rôles et qu'au sein de ces rôles se développent des identités. La seconde est la *Social Identity Theory* (Tajfel, 1978), qui tend à montrer que la structure de la société est le reflet de la structure du *self*. Ces théories épousent à la fois un point de vue essentialiste, puisque l'identité est soit envisagée comme une définition profonde de l'individu soit comme une propriété de la société, et, un point de vue réaliste, puisque la *Social Identity Theory* notamment ne réfute pas le fait qu'il y ait une correspondance entre l'identité et certains aspects de la réalité sociale.

La vision traditionnelle de l'identité permet de segmenter la population en discriminant les individus qui la composent du point de vue de leurs fonctions et comportements. L'analyse des identités dans une perspective d'Analyse Conversationnelle ne cherche en aucune façon à s'orienter vers une taxinomie rigide des participants. Au lieu de s'intéresser à l'étiquetage des participants, l'AC analyse comment et à quelles fins sont mobilisées les identités (Widdicombe, 1998) au cours de l'interaction, il s'agit de montrer que : « l'identité entretient un lien direct avec le déroulement temporel de l'interaction pouvant être mobilisée, renforcée, ou invalidée au fil de la conversation et de la séquentialité de l'action. De ce fait, elle relève moins d'une vision ontologique et essentialiste que d'une approche praxéologique et performative » (Greco, 2006 : 154).

Ces enjeux, dans la perspective de l'ethnométhodologie et de l'Analyse Conversationnelle, ont largement été étudiés dans des contextes ordinaires et institutionnels, dans lesquels le recours à l'identité est une ressource pour conduire des pratiques sociales telles que prendre en charge, rejeter une responsabilité ou bien encore se positionner en tant qu'expert. Dans le cadre de notre travail nous nous intéressons particulièrement à la question identitaire au sein des pratiques alimentaires et des choix que l'on produit mais également à la catégorie d'expert qui émerge de manière saillante dans nos interactions entre personnel de service et clients lors de repas au restaurant.

2.1 Identité et alimentation : les catégories en action

La problématique de la construction de l'identité en lien avec la consommation et le choix alimentaires a beaucoup été étudiée en sociologie et en anthropologie de l'alimentation. Dans cette perspective, l'alimentation est un des fondements du *self*: « Food is also central to individual identity, in that any given human individual is constructed, biologically, psychologically and social by the food he/she choses to incorporate » (Fischler, 1988: 275). Néanmoins, ces travaux ne se focalisent pas sur l'identité et sur les choix alimentaires en tant que pratiques sociales situées dans lesquelles les participants construisent de manière endogène, par le biais de leurs interactions, leurs identités. Pourtant, l'étude de l'identité en tant que pratique discursive située est reconnue comme étant essentielle : « if we wish to understand how people draw upon identities to account for their food choices and eating practices » (Sneidjer, 2006 : 18).

Des travaux en psychologie discursive, utilisant des méthodologies proches de celles employées en Analyse Conversationnelle, se sont intéressés à l'émergence et à la construction des catégories en interaction en utilisant la *Membership Categorization Analysis* développée par Sacks. Par exemple, Sneidjer a étudié la manière dont les végétaliens se catégorisent comme tels dans des forums de discussion. Il ne s'agit pas de s'intéresser uniquement au végétalisme en tant que marqueur de distinction ou bien comme un comportement alimentaire chargé de symbolisme mais de mettre en évidence « how people's identities are used as part of their accounts of particular food choices and eating habits » (Sneidjer, 2006 : 29).

Dans cette perspective, en menant une analyse discursive de forums de discussion Sneidjer et te Molder (2005) montrent comment la catégorie « gourmet » se construit en interaction dans des forums spécialisés en cuisine, par l'utilisation de diverses ressources linguistiques, telles que les évaluations ou bien encore l'expression de préférences alimentaires. Cette catégorie construite ouvre un ensemble de droits et d'obligations que le participant doit prendre en charge : « this perspective allows us to study the discursive procedures by which members of an online community on food pleasure manage their relative rights and responsibilities to evaluate food » (Sneidjer & te Molder, 2005 : 52). Les auteurs montrent que l'expression des préférences et des goûts alimentaires peut être analysée comme une pratique sociale ayant un rôle prépondérant dans la construction et la négociation catégorielle. L'organisation séquentielle joue un rôle important dans l'émergence des catégories en interaction. Par exemple, la « *second position assessment* » est souvent utilisée afin de manifester son expertise de gourmet : « the second position assessment in the data are used to index independent or even superior knowledge of food thereby suggesting that enjoying food implies knowing what good food is » (Sneijer & te Molder, 2005 : 58). Les questions d'expertise et de connaissance semblent centrales dans la construction des identités relatives aux pratiques, aux goûts et aux choix alimentaires.

2.2 La construction de l'expertise

Dans le champ de l'Analyse Conversationnelle, certains travaux s'intéressent à des contextes de travail pour étudier l'émergence de l'expertise en interaction. Ces études se sont particulièrement intéressées à la construction de la connaissance dans les conversations ordinaires (Pomerantz, 1980) et dans des interactions institutionnelles. On peut notamment citer les travaux concernant les interactions en cabinet médical entre patients et médecin. Comme l'a montré Gill (1998) dans ses analyses, les expertises sont négociées en interaction. Le patient fait figure d'expert lorsqu'il s'agit de faire part d'éléments empiriques alors que le médecin est expert lorsqu'il faut analyser et diagnostiquer. Dans cette perspective, Lehtinen (2007) a dégagé trois *patterns* permettant de souligner que, lors des interactions entre médecin et patient pendant des consultations génétiques, des ressources sont utilisées systématiquement afin que tous les participants puissent rendre visible leur connaissance respective, notamment lors des interactions concernant une information « divergente » donnée par le patient.

Dans son travail sur les *Membership Categorization Devices*, Sacks a mis en évidence qu'il existe une paire relationnelle incluant un participant profane et un participant professionnel. Dans le cas des interactions au restaurant incluant le personnel de service et les clients, nous sommes souvent dans ce type d'interaction requérant des droits et des obligations particuliers selon les participants. L'expertise et la construction de la connaissance ont un rôle crucial dans l'organisation du choix des mets et des vins.

Néanmoins, on peut voir que ces catégories d'expert / non-expert sont l'objet de nombreuses négociations et que le personnel de service n'est pas le seul à pouvoir exhiber une expertise. En effet, un client peut également mettre en place des ressources lui permettant de mettre en avant son expertise, et de faire part de ses connaissances afin d'orienter la construction du choix. De plus, nous avons également pu souligner dans le cadre de notre travail que l'expertise du personnel de service n'est pas la même selon les individus et qu'elle joue un rôle prépondérant sur l'organisation de l'interaction lors du choix des mets ou des boissons.

Comme le souligne Schegloff (1991), il ne s'agit pas de s'interroger *a priori* dans nos analyses sur la manière dont les participants interagissent au restaurant mais de s'intéresser plus précisément aux formes de l'interaction qui permettent de rendre compte du caractère professionnel de l'interaction et des catégories qui en découlent. L'expertise du personnel de service et la non expertise du client ne sont donc pas considérées comme allant de soi et nous souhaitons en rendre compte grâce à notre travail empirique. En outre, dans le contexte dans lequel nous nous situons, les participants ont recours à cette catégorie d'expert mais également à celle du mangeur pour organiser les choix.

3 L'usage des catégories dans l'organisation du choix

Dans le cadre de cette sous-partie, nous analysons trois exemples issus de la prise de commande afin d'étudier les catégories utilisées par les participants, et de décrire les différents procédés mobilisés pour organiser et orienter cette activité. Dans les deux premiers extraits, nous verrons que les participants ont recours à l'expertise afin d'organiser leur prise de commande alors que dans le troisième extrait ils ont recours à la catégorie de mangeur qui leur permet d'organiser et rendre intelligible les choix qu'ils sont en train de produire. Dans les trois extraits, les clients mobilisent un ensemble de ressources afin de refuser les propositions / préparations initiales qui leurs sont faites par le personnel de service.

3.1 Le recours à l'expertise

Dans l'extrait ci-dessous, la prise de commande du dessert est conduite en même temps que la prise de commande de l'entrée et du plat. Cet extrait est issu d'un enregistrement mené dans un restaurant d'une chaîne d'hôtels. Les clients que nous filmons viennent manger midi et soir pendant une semaine dans le même restaurant.

Extrait 1 - 091117_dislofina 7'11-8'42 JULEs, ANNe, SERveuse

```
1 JUL vous nous servez les coquilles saint jacques en même temps/ moi
2 j`mangerai du pain en attendant\
3 (0.9)
4 JUL du pain/[en attendant ] hein/
5 SER [oui/ d'accord\]et on vous apportera les desserts
6 après\ [vous s- ]
7 JUL [c'est ça oui/]
8 SER [vous] choisissez euh&
9 ANN [mm/ ]
10 SER &<((en reg ANN)) [pas de dessert ce soir\>]
11 JUL [je crois que si si ] les desserts c'est
12 toujours c'est les fr- fruits exotiques/ [(inaud.)]
13 SER [ salade] de fruits
14 exotiques/
15 (.)
16 SER vous [voulez pas changer\]
17 ANN [oh c'est bien bon] mais non\&
18 SER [((petits rires)) ]
19 ANN &[je vais prendre un p`tit déca] non eh oh il faut arrêter les
20 choix\=
21 JUL =moi je vais prendre [les fruits exotiques\]
22 SER [ mais pourquoi] vous ne prenez pas
23 de dessert\
24 (0.7)
25 ANN dites/je dois rester dans le pantalon [jusqu'au vendredi soir\]
26 SER [.H vous mangez léger ]
```

27 vous mangez que/ poisson ce soir ça va aller\
28 ANN ((souffle))
29 (.)
30 SER on [verra] par la suite\ [c'est ça/((petits rires))]
31 ANN [mm\] [je suis diÉTETIcienne\] je sais
32 exactement le nombre de calories que je prends < ((en désignant
33 son verre de vin)) de plus avec ça> bon/ [donc c'est bien\
34 SER [[petits rires)]]

Cet extrait commence au moment où Jules (JUL) est en train d'expliquer l'ordre du service des plats car lui et sa femme Anne (ANN) n'ont pas pris le même nombre de plats. En ligne 3, la serveuse (SER) ratifie l'ordre énoncé par Jules et introduit le dernier plat du repas : le dessert. La ratification de Jules en ligne 7 oriente la serveuse vers la prise de commande immédiate du dessert alors qu'elle intervient généralement à la fin du repas, après la consommation du plat. Cette prise de commande immédiate est introduite avec un marqueur d'hésitation (l. 8), puis par une tournure de phrase interro-négative (l. 10).

En ligne 11, Jules indique qu'ils prendront un dessert, le même que le midi. La serveuse répète le dessert choisi puis fait une complétion (l. 16) de ce tour de parole en l'absence d'une ratification définitive des clients afin de leur demander s'ils ne souhaitent pas changer. En même temps que cette complétion, Anne s'auto-sélectionne (l. 17) afin de se désaligner de la prise de commande élaborée par son mari et signifie qu'elle ne prendra pas de dessert en évoquant tout de suite l'étape suivante du repas : le café.

Alors qu'en ligne 21 Jules réitère son choix du dessert, la serveuse demande à Anne pourquoi elle ne prend pas de dessert (l. 22-23) et insiste. Anne pointe le caractère calorique et « faisant grossir » du dessert, afin d'expliquer pourquoi elle refuse d'en prendre un. La serveuse s'aligne tout de suite sur la posture d'Anne qui s'exhibe comme une cliente ne voulant pas manger trop riche, en se référant au caractère léger du repas choisi. En effet, le poisson devient ici un *category-bound object*, la serveuse cherche à faire converger les caractéristiques du repas vers la catégorie de mangeur supposée de la cliente afin de l'inciter à prendre un dessert. En l'absence de réponse d'Anne, la serveuse (l. 30) ne clôture pas cette activité du choix du dessert mais s'oriente vers son report. Nous pouvons observer ici que la serveuse, engagée dans son rôle professionnel et dans les obligations qui en découlent (objectifs commerciaux), insiste auprès de la cliente pour qu'elle prenne un dessert.

Anne thématise clairement son identité « je suis diÉTETIcienne » (l. 31) et prend une posture d'experte visant à refuser l'offre insistante et à réfuter l'argument de la serveuse sur le caractère léger du repas. En effet, l'emploi de cette catégorie professionnelle s'oppose à la catégorie de serveuse qui n'est pas experte pour évaluer l'apport nutritionnel d'un repas. Puis, Anne renforce son identité clairement exhibée en thématisant l'expertise sous-tendue par cette fonction, à savoir la capacité d'évaluer l'apport calorique. Anne se catégorise en tant qu'experte afin de réfuter les arguments de la serveuse lui permettant de refuser définitivement de prendre un dessert. Elle met ici en évidence non pas sa catégorie de mangeur mais celle d'expert en mobilisant sa catégorie professionnelle qui sait ce qu'elle doit ingérer.

Dans le cadre de cet extrait, on voit que la prise de décision de prendre ou non un dessert se construit dynamiquement entre les participants. Anne exhibe une catégorie spécifique, celle de cliente voulant manger léger sur laquelle la serveuse s'aligne en faisant converger les caractéristiques du repas (qui devient de fait un *category-bound object*) vers les caractéristiques de la cliente. Anne contre cet alignement en ayant recours à la catégorie d'experte. Elle n'est plus seulement cliente et mangeur mais elle se présente comme experte en nutrition. Le recours à cette catégorie lui permet de refuser définitivement de prendre un dessert.

Dans l'extrait suivant, qui se déroule lors d'un repas d'affaire entre trois clients, nous allons voir que l'expertise exhibée par le client est une ressource pour le maître d'hôtel afin d'organiser la prise de commande du vin et de faire une offre satisfaisante pour les clients.

Extrait 2 - 090504_resto_appli 10'58-11'39 : GERard, JEAn, PHILippe, MAI (maître d'hôtel)

1 MAI ((se positionne à côté de GER))est-ce que vous avez choisi pour
2 le vin\
3 GER =mais j'l'ai pas envoyé à tout le monde ben qu'est-ce que vous

4 nous conseillez alors\ pour euh: # quelque chose qui se:=
im #1



image 1

5 MAI =ben on peut faire une demi-bouteille de vin blanc et une demi-
6 bouteille de vin rouge\
7 (.)
8 GER oui\
9 MAI on peut aller sur un:=
10 GER =mais quel type de vin blanc alors\
11 MAI alors on peut aller sur un bourgogne un saint véran\ (.) plutôt le:
12 le côté euh: de la le coté cha- le côté euh beurré du euh (.) du
13 chardonnay\ éventuellement après sur la volaille je peux on peut
14 aller sur une sur un demi: saint nicolas de bourgueil\
15 (0.8)
16 GER oui ça je suis d'accord (.) <((en articulant)) euh avec le foie
17 gras\
18 MAI avec le foie gras
19 PHIL le foie gras [et le poisson]
20 GER [il faudrait] quelque chose (.) [qui puisse faire]
21 MAI [trois verres]
22 de trois verres de: sauterne\ ou alors trois verres de coteau
23 du layon=
24 GER =ah ben voilà/
25 JEA mm
26 GER oui coteau du layon moi je je- ben oui on peut faire comme
27 ça\ oui/
28 PHIL ((acquiesce par un mouvement de tête))

Dans cet extrait, le maître d'hôtel ne se positionne pas près de Jean qui détient la carte des vins mais il s'immobilise au milieu de la table et demande en ligne 1 si les vins ont été choisis.

Alors que Gérard est engagé dans un autre *topic* il clôture celui-ci, change de posture en se reculant dans sa chaise et en croisant les bras, regarde le maître d'hôtel (image 1) puis lui demande conseil. Le maître d'hôtel prend tout de suite en charge cette demande et fait une première proposition assez générique du choix qui peut être fait en proposant seulement une demi-bouteille de vin blanc puis une demi-bouteille de vin rouge (l. 5-6). En ligne 7, Gérard ratifie et le maître d'hôtel initie un tour de parole projetant une proposition plus précise (l. 8). En ligne 9, Gérard montre qu'il souhaite de plus amples précisions notamment sur le type du vin blanc : « mais quel type de vin blanc alors » et prend pleinement part à la construction du choix qui est en train de s'élaborer. Le client, bien qu'initialement en demande de conseil, se montre actif dans la construction de l'offre.

En ligne 11, le maître d'hôtel débute un tour dans lequel il donne, dans un premier temps, la région et une appellation précise du vin blanc. Puis, il commence une explication sensorielle des caractéristiques du vin qui est marquée par des hésitations et des allongements et donne également le cépage du vin blanc proposé. Dans un deuxième temps, il formule sa deuxième proposition sur le second type de vin en faisant le rapprochement avec le plat qui a été initialement choisi et propose un nom précis de vin rouge montrant qu'il connaît les plats qui ont été commandés dans une séquence de service précédente. Bien que le tour expliquant les caractéristiques sensorielles du vin blanc soit marqué par des hésitations, on peut voir ici que le maître d'hôtel exhibe son expertise au sujet du choix du vin en donnant de nombreux

éléments : la région, l'appellation, le cépage, les caractéristiques sensorielles ainsi qu'une proposition permettant de faire l'accord avec le plat commandé.

Après une pause, Gérard débute un tour de parole en ligne 14, dans lequel il ratifie la proposition du vin blanc dans un format qui ne sert pas seulement à exhiber sa ratification mais également à montrer une certaine expertise : « oui ça je suis d'accord » (l. 16). Il ne se contente pas seulement d'accepter la proposition faite par le maître d'hôtel, il l'évalue et se positionne lui aussi en tant qu'expert. Après avoir ratifié le vin rouge, Gérard revient sur le vin blanc. Il refuse la proposition du maître d'hôtel en demandant ce qui va pouvoir être consommé avec le foie gras, laissant entendre que la première proposition du maître d'hôtel n'est pas satisfaisante pour l'accord mets et vin.

En ligne 18, le maître d'hôtel répète cette nouvelle proposition, montrant qu'il est bien en train de la prendre en compte. En ligne 19, Philippe (PHIL), qui depuis le début de l'interaction n'est pas encore intervenu, produit une spécification supplémentaire indiquant que le vin blanc doit non seulement pouvoir s'accorder avec le foie gras mais également avec le poisson. En chevauchement du tour de Philippe, Gérard initie un nouveau tour projetant une explication sur le type de vin qu'il faudrait choisir afin d'avoir un accord mets et vin. En ligne 21, le maître d'hôtel propose deux nouveaux types de vin pouvant s'accorder avec le foie gras et le poisson en donnant deux nouveaux vins. Gérard ratifie la pertinence de ces deux nouvelles propositions (l. 22), Jean (JEA) ratifie minimalement en ligne 23, Gérard ratifie ensuite le deuxième vin blanc proposé par le maître d'hôtel, puis Philippe ratifie également par un mouvement de tête.

Dans cet extrait, on peut observer que le maître d'hôtel n'est pas le seul à exhiber une expertise et une connaissance des vins proposés. Gérard en ratifiant, évaluant, refusant et en donnant des éléments permettant au personnel de service de faire une nouvelle offre, apparaît comme un client expert bien que cela ne soit pas thématiquement clairement comme dans l'extrait précédent. On peut voir que la paire relationnelle standardisée n'est pas seulement expert-non expert mais que cela peut également être expert-expert. On observe ici qu'aussi bien le personnel de service que Gérard mettent des ressources linguistiques en place afin d'exhiber cette expertise. Néanmoins, l'exhibition de l'expertise de Gérard se fait progressivement, puisqu'au début de l'extrait il demande un conseil sans réellement montrer une connaissance sur les vins. Au départ, le client fait appel aux compétences et aux obligations du personnel de service en sollicitant une demande de conseil, et ce n'est qu'une fois que le maître d'hôtel aura fait sa première proposition que Gérard exhibera son identité d'expert dans un deuxième temps afin de refuser la proposition initiale qui lui est faite.

L'émergence de cette paire relationnelle standardisée donne lieu à une véritable co-construction du choix du vin dans lequel le client, par ses différentes interventions, refuse la première proposition du maître d'hôtel et prend part activement à l'élaboration de la nouvelle proposition. Le maître d'hôtel prend en compte l'expertise exhibée par le client et fait une nouvelle proposition qui est par la suite acceptée par Gérard.

Dans le troisième extrait, qui est issu du même repas que le premier extrait, nous allons voir que les ressources mises en œuvre par les participants ne concernent pas l'expertise. Les clients ont ici recours à la catégorie de mangeur.

3.2 La catégorie de mangeur

Cet extrait se déroule alors que les clients sont en train de prendre connaissance de la carte au tout début repas et que la serveuse revient à la table des clients.

Extrait 3 - 091117_dislofina 6'07- 6'43 JULes, ANNe, SERveuse

```
1 JUL      j`peux poser une question\=  
2 SER      =mais bien sûr [monsieur/ ]  
3 JUL      [les saints]jacques marinées c'est chaud ou  
4          froid\  
5          (. )  
6 SER      c'est frOId\  

```


7 (0.8)
8 JUL °c'est froid°
9 ANN mais c'est la- l'animal qui est cru\
10 (.)
11 SER oui/ exactement/
12 (0.5)
13 ANN oui [c'est ça qui-]
14 JUL [alors ça] ça me:\
15 (0.9)
16 SER c'est bon hein/ (.) si [vous avez]jamais goûté/&
17 JUL [oui .h]
18 SER &vous avez déjà goûté cru/
19 (0.6)
20 JUL [oui j'en ai mangé]
21 ANN [mais mon mari]est contre le cru=
22 SER =AH:\
23 (0.6)
24 SER tout s'explique ((rires))
25 JUL j'ai déjà mangé cru mais j'ai [(inaud.)]
26 SER [vous en voulez] des cui- des
27 préparées cuites\ il peut vous le faire [le chef hein/]
28 JUL [oui ben oui] (.) oui
29 (.)
30 SER tout est possible\=
31 ANN il adore=
32 JUL =j'ADore ça\

Dans ce troisième extrait, on voit que les procédés de catégorisation s'organisent de manière différente. En effet, au début de l'extrait, Jules demande de plus amples explications sur la préparation des coquilles saint-jacques (l. 1-2). Après avoir déterminé si l'animal est servi chaud ou froid, Anne demande si l'animal est cru (l. 9). La séquence de catégorisation commence par la caractérisation du plat qui va être potentiellement choisi, en ayant recours à l'expertise de la serveuse qui connaît les modes de préparation des plats à la carte. En ligne 11, la serveuse répond que l'animal est effectivement servi cru.

Cette réponse semble freiner le choix potentiel de ce plat. Ceci est exprimé successivement par Anne et par Jules (l. 13 – 14) avec l'utilisation de formats incomplets. Après une longue pause, la serveuse s'auto-sélectionne et produit un *assessment* (Pomerantz, 1984) afin de valoriser le plat de saint-jacques. Puis, elle demande à Jules s'il a déjà goûté ce plat cru, afin de savoir à quelle catégorie de mangeur elle s'adresse. Après une pause, Jules dit qu'il en a déjà mangé, en chevauchement, Anne catégorise son mari comme quelqu'un qui est « contre le cru » (l. 21). Il ne s'agit plus de thématiser l'objet qui a été mangé (avoir goûté) mais l'identité du mangeur (être contre le cru).

En ligne 22, le *change-of-state token* « ah » (Héritage, 1984) produit de manière emphatique par la serveuse manifeste une découverte en train de se faire de la catégorie de ce client, qui apparaît désormais de manière explicite comme client qui n'aime pas le cru. En effet, dans les tours précédents, on a pu voir l'émergence progressive de cette catégorie avec, dans un premier temps, l'interrogation de Jules sur la température du plat puis, dans un deuxième temps, l'intervention d'Anne visant à déterminer si le plat est cuit et, dans un troisième temps, la production de formats incomplets de la part d'Anne et de Jules. Voyant le caractère problématique du choix de ce plat, la serveuse essaie de déterminer quel est le problème que rencontrent les clients. L'émergence de la catégorie du mangeur engendre la prise en compte immédiate de cette nouvelle information par la serveuse qu'elle exhibe avec la production du « ah » de manière allongée et avec une intonation montante et qu'elle complète avec « tout s'explique ». On voit ici que l'objet est caractérisé de manière à faire émerger la catégorie de mangeur de Jules.

La prise en considération de cette catégorie de mangeur entraîne une justification de Jules qui répond tout d'abord positivement à la question de la serveuse en ligne 18 puis qui initie une justification qu'il abandonne (l. 25). En chevauchement, la serveuse, qui a pris en considération la catégorie du mangeur qui n'aime pas le cru, n'essaie plus de convaincre le client en caractérisant de manière positive le plat mais elle propose un autre mode de préparation en indiquant qu'il est possible de servir le plat cuit (l. 26-27).

La construction dynamique de la catégorie du client par le prisme de la caractérisation du plat permet au client d'exhiber sa catégorie de mangeur. Cette construction dynamique permet aux participants d'orienter leurs actions selon l'expression émergente des catégories. Dans cet extrait, la serveuse n'essaie plus de convaincre le client qui a été catégorisé par sa femme de « contre le cru », mais elle s'oriente vers la proposition d'un mode de préparation faisant converger les caractéristiques du plat qui va être choisi vers la catégorie du mangeur pour permettre, à terme, que le client soit satisfait.

Ainsi, dans les trois extraits étudiés, nous avons pu voir que les clients ont recours à différentes ressources visant à montrer qui ils sont afin d'organiser le refus. L'ensemble de ces ressources exhibées peut permettre au personnel de service de s'ajuster à la catégorie du client afin de proposer des nouvelles offres qui soient en adéquation (extrait 2 et 3).

Conclusion et perspectives

Dans le cadre de ce travail nous avons traité les catégories et l'identité de manière à ne pas proposer une taxinomie rigide. Dans un premier temps, nous avons souhaité nous focaliser plus en détail sur l'analyse des catégories telle qu'elle a été développée par Sacks avec *Membership Categorization Analysis*, qui permet de considérer les catégories de manière dynamique en ne les dissociant pas des activités dans lesquelles elles sont produites. Ceci nous a permis d'exposer le cadre analytique dans lequel nous nous situons et que nous avons utilisé pour l'analyse des trois extraits.

Dans le premier extrait, grâce à l'analyse produite, nous avons vu que la construction du choix et, plus précisément, le refus de faire un choix sont fortement liés à l'émergence dynamique des catégories dans l'interaction. Ainsi, dans le premier extrait, la justification du refus du dessert est organisée par la cliente grâce au recours à la catégorie d'experte clairement thématisée permettant de contrer l'insistance initiale de la serveuse induite par ses obligations professionnelles.

Dans le deuxième extrait, nous pouvons voir que les participants ont également recours à l'expertise en mobilisant d'autres ressources. Le personnel de service exhibe son niveau d'expertise en qualifiant le vin en donnant un certain nombre d'éléments : l'appellation, le nom du producteur, la date, la cuvée mais aussi les caractéristiques sensorielles et son accord avec les plats. On peut observer que le personnel de service n'est pas le seul à avoir recours à cette catégorie d'expert. En effet, nous observons dans cet extrait que le client qui est en train de passer la commande des vins exhibe également une certaine expertise. Ceci lui permet de refuser et d'orienter les propositions du maître d'hôtel et donc de participer activement à la prise de commande afin d'obtenir une offre satisfaisante.

Dans le troisième extrait, la stratégie employée n'est pas la même. Les participants caractérisent le plat afin d'exhiber non pas leur expertise mais leur identité de mangeur. L'émergence de cette catégorie qui est ensuite clairement thématisée devient ainsi pertinente pour l'organisation du choix dans l'interaction permettant au client de refuser la préparation initiale du plat. La serveuse prend ainsi en compte cette catégorie de mangeur et fait une proposition de préparation qui soit en adéquation avec celle-ci.

Ainsi, afin d'organiser leurs activités de choix, on peut voir que les clients ont recours à la catégorie d'expert et à la catégorie de mangeur leur permettant notamment de refuser les propositions initiales (ou la préparation dans le cas de l'extrait 3) élaborées par le personnel de service. Dans les trois extraits analysés le personnel de service met en œuvre un ensemble d'activités et de ressources visant à inciter les clients à accepter les offres qui leur sont faites. La conduite de ces différentes activités est orientée par les catégories exhibées par la clientèle qui permettent au personnel de service de proposer des offres en adéquation afin d'obtenir, à terme, une acceptation et la satisfaction des clients (extraits 2 et 3).

Les trois analyses élaborées au sein de cet article nous ont permis de souligner que les catégories sont structurantes pour l'organisation du choix lors de la prise de commande. Ainsi, la prise de commande ne relève pas d'un processus cognitif individuel, mais est construite en interaction par les clients et le personnel de service en ayant recours à des procédés catégoriels complexes leur permettant de rendre visible leurs orientations mutuelles pour organiser de manière intelligible leurs choix. L'analyse des catégories de manière endogène permet de rendre compte de la façon dont les participants accomplissent

leur(s) identité(s) dans leurs pratiques afin de montrer le processus d'établissement de la pertinence d'une catégorie au lieu de la présupposer.

Références bibliographiques

- Bonu, B. Mondada, L. Relieu, M. (1994). Catégorisation: l'approche de H. Sacks. *Raisons Pratiques* (N° spécial *L'Enquête sur les catégories*, B. Fradin, L. Quéré, J. Widmer, eds), 5, 129-148.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27, 275-292.
- Gill, V. (1998). Doing attributions in medical interaction : patients' explanation for illness and doctor's responses. *Social Psychology Quarterly*, 61, 342-360.
- Greco, L. (2006). La présentation de soi dans un tour de table : identité, contexte et pratiques sociales. *Verbum*, 2, 153-173.
- Heritage, J. (2006) [1984]. Preference, Pre-sequence and the timing of social solidarity. In P. Drew & J. Heritage (Eds.), *Conversation Analysis, sequence organization*. London: Sage Publications.
- Lehtinen, E. (2007). Merging doctor and client knowledge: On doctors' ways of dealing with clients' potentially discrepant information in genetic counseling. *Journal of Pragmatics*, 39, 389-427.
- Mondada, L. (2000). Pour une approche des activités de catégorisation. In L. Garo, L. Mondada & B. Py (Eds.), *Interactions et acquisitions en contexte*. Fribourg : Editions Universitaires.
- Mondada, L. (2006a). Video Recording as the Preservation of Fundamental Features for Analysis, in Knoblauch, H., Raab, J., H.-G. Soeffner, Schnettler, B. (eds.). *Video Analysis*, Bern : Lang.
- Pomerantz, A. (1980). Telling my side : "limited" access as a "fishing device". *Sociological Inquiry*, 50, 186-198.
- Pomerantz, A. (1984). Agreeing and disagreeing with assessments : some features of preferred/dispreferred turn shapes. In J-M. Atkinson, & J. Heritage (Eds.), *Structures of social action: studies in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sacks, H. (1972a). An initial investigation of the Usability of Conversational Data for Doing Sociology. In D. Sudnow (Ed.), *Studies in Social Interaction*, New York, The free Press. 31-74.
- Sacks, H. (1972b). On the analyzability of stories by children. In J.J. Gumperz, D. Hymes, (Eds.), *Direction in sociolinguistics : the ethnography of communication*. New-York : Rinehart & Winston, 325-345.
- Sacks, H. (1992). *Lectures on Conversation* : Volume I and II. Edited by G. Jefferson, with an introduction by E.A. Schegloff. Blackwell: Oxford.
- Schegloff, E-A. (1991). Reflections on Talk and Social Structure. In D. Boden & D.H. Zimmerman (Eds.), *Talk and Social Structure*. Cambridge : Polity Press, 44-70.
- Schegloff, E-A. (2007). A Tutorial on Membership Categorization. *Journal of Pragmatics*, 39, 467-482.
- Sneidjer, P. & F.M te Molder H. (2005). Disputing taste: food pleasure as an achievement in interaction. *Appetite*, 46, 107-116.
- Sneidjer, P. (2006). *Food for talk : discursive identities, food choice and eating practices*. Thèse de doctorat Wageningen University.
- Stryker, S. (1987). Identity theory: development and extension. In K. Yardley & T. Honess (Eds.), *Self and Identity: Psychosocial Perspectives*. Chichester: John Wiley.
- Tajfel, H. (Ed.) (1978). *Differentiation between Social Groups: Studies in Social Psychology*. London: Academic Press.
- Widdicombe, S. (1998). Identity as an Analysts' and a Participants' Resource. In C. Antaki & S. Widdicombe (Eds.), *Identities in Talk*. London: Sage.