

Naturvin som symbolsk revolution

Anmeldelse af Carsten Sestoft

Stéphane Olivesi: *Des vins et des hommes. Une économie symbolique du goût*. Presses Universitaires de Grenoble, 2018. 340 sider.



Blandt de lidt mere overraskende genstande for feltanalyse og analyser af symbolsk økonomi er vin og vinproduktion. Det er svært at se for sig, at den asketiske Bourdieu ville have taget et sådant emne op. Ikke desto mindre har et antal forskere i Frankrig beskæftiget sig med det, blandt andre Jean-Luc Fernandez, Geneviève Teil, Marie-France Garcia-Parpet og nu også Stéphane Olivesi. De er ikke overraskende marginale figurer i fransk sociologi, for også feltanalysen har sine sociale hierarkier. Fernandez er så vidt vides gymnasielærer, og Stéphane Olivesi er ansat på et forskningscenter for informations- og kommunikationsvidenskab på universitetet i Versailles, mens Teil og Garcia-Parpet er ansat på INRA, Frankrigs nationale land-

brugsforskningsinstitut – agtværdige institutioner uden tvivl, men næppe de mest prestigøse for en sociolog.

Som så ofte med feltanalysen er det ikke genstandens status, som er afgørende for de indsigter, der frembringes. Stéphane Olivesi (født 1967) har i *Des vins et des hommes. Une économie symbolique du goût* som ambition at beskrive smagens symbolske økonomi med udgangspunkt i den franske vinverden. Ambitionen indfries langt hen ad vejen, fordi analysen er så mangefacetteret og velfunderet. Materialet er dels en lang række interviews med væsentlige agenter på feltet, dels al opdrivelig statistik og litteratur om emnet (inkl. de ”indfødte” skrifter), samt første-håndserfaring som vininteresseret.

Det kan dog ikke skjules, at Olivesis førstehåndserfaring også er forbundet med et stort engagement i bestemt del af vinens verden, nemlig den, hvor man producerer, distribuerer og konsumerer naturvin. Udover at være sociolog er han også en mand med en sag. Naturvin er den vinkategori, som i nyere tid har medført den stærkeste polemiske mobilisering inden for vinens verden. Dette engagement skævrider sommetider analysen, men det kvalificerer til gengæld i høj grad forståelsen af, hvorfor fænomenet naturvin eksisterer, og på hvilken måde det er kontroversielt. Mere om det senere.

Primat for den symbolske økonomi

Bogens hovederkendelser fremsættes i introduktionskapitlet som ”vejledende ideer”, der har karakter af teser og til dels præmisser. Den første tese er, at en ”vinsociologi, som beskæftiger sig med vinens produktionsbetingelser, ikke kan adskille den materielle fremstilling af vin fra den symbolske fremstilling af den” (s.8). Olivesi går endda skridtet videre og siger, at den symbolske fremstilling af vinen både går forud for og bestemmer den materielle fremstilling. Det er en vidtgående tese, som viser, hvor meget man kan få ud af at bryde med den spontane forståelse af tingene (fx økonomernes), som ville tilsige, at bønderne laver vin, og så prisfastsætter markedet dem, og vinsmagerne smager på og skriver om dem, hvorefter forbrugerne køber dem. I stedet må man se, at det er kommunikationen og den symbolske produktion af vinen gennem omtale (fx i vinguides eller gennem vinhandlere og vinbarer), som strukturerer det marked, hvor vinproducenterne forsøger at ramme et bestemt segment gennem en stilisering af den vin, de laver – hvis de har intellektuel og økonomisk kapital til at gøre noget sådant, og ikke begrænses i forsoget på det af institutionerne omkring appellationsystemet. (En af de ting, som også en vinkender bliver klogere på af denne bog, er, hvordan de lokale og nationale institutioner, som varetager de enkelte vinområders AOC (appellation d’origine contrôlée) gennem lovgivning, smagepaneler, producentsammenslutninger, myndighedskontrol osv., udøver en konserverende juridisk og social kontrol over de enkelte vinproducenter, som gør det vanskeligere at eksperimentere.)

Denne tese hænger sammen med tese nummer to, ifølge hvilken vinproduktionen i løbet af de sidste fire-fem årtier i stigende grad er blevet segmenteret, således at ”forbrugerne af de store Bordeaux-vine næppe møder naturvinsdrikkere, som ikke ses ved hylderne med supermarkedsvin” (s. 9). Denne segmentering af vinproduktionen er således et historisk produkt af den symbolske fremstilling af vin, og den danner nogle indbyrdes uafhængige ”vinverdener”. I et vinland som Frankrig er dette et led i en stor omvæltning, hvor vinen går fra at være en del af den daglige ernæring til et specialiseret produkt, som i forskellige segmenter bruges på distinktive og distingverende måder. Udviklingen kan også aflæses i et samlet kvantitativt fald i vinproduktionen og en stigning i den samlede værdi af produktionen: Der bliver drukket mindre, men bedre vin.

Til disse to teser føjes to mere, dels en tese, som er en variant af den første, nemlig at det ikke så meget er vinbønderne som ønologerne, distributørerne og

andre involverede i institutionerne omkring vinproduktion, der i dag skaber eller fremstiller vin. Dels en tese om, at segmenteringen er baseret på nogle distinkte ”produktionsmodeller”, som for en stor dels vedkommende har eksisteret længe.

Det er bl.a. i definitionen af disse produktionsmodeller, at Olivesis engagement i naturvin er synligt. Produktionsmodellerne omfatter kooperativer, små familiebrug med og uden ansatte, vinkøbmænd (som opkøber druer hos små vinbønder), den nye verdens store industrialiserede vinbrug, fx i Chile eller Australien, de ”store domæner” (fx slottene i Bordeaux, champagnehusene eller de store domæner i Bourgogne) og til sidst de ”kunstnerisk” indstillede, som laver naturvin. (Måske ville det være mere indlysende at kalde dem rebelske eller hippier end kunstneriske.) De forskellige produktionsmodeller adskiller sig fra hinanden på parametre som afsætningskanaler, økonomi og størrelse, grad af arbejdsdeling, hvilke vinguer de optræder i, identiteten af deres produkt osv. Når det er sagt, er de kunstnerisk indstillede naturvinsproducenter i realiteten også små familiebrug med eller uden ansatte, blot med et andet produkt end de traditionelle småproducenter inden for appellationsystemet. Listen over produktionsmodeller er derfor en slags bricolage af forskellige klassifikationskategorier, hvis mål dels er at give naturvinsproducenterne en særskilt position, dels er at tilskrive vinguerne den betydning, de har for etableringen af distinkte vinverdener.

Kapitler og metode

Bogens analyse udfoldes i fem kapitler. Det første handler om produktionsmodellerne og deres institutionelle rammer, herunder systemet af appellationer med deres interesseorganisationer som en vigtig kollektiv konserverende faktor i vinproduktionen. Her ville en empirisk baseret sammenligning med fx italienske forhold være særdeles interessant, fordi jeg har indtryk af, at appellationsystemet fungerer på en væsentlig mere anarkistisk måde dér, hvilket kunne være én forklaring på, at naturvin virker noget mindre hippieagtig i Italien end i Frankrig.

Kapitel 2 handler om ønologiens historie og indflydelse på vinproduktionen, herunder kilderne til dens legitimitet i form af det videnskabelige grundlag, dens evne til at gribe ind i produktionen og dens dannelse af en normativitet omkring smagen i form af den teknisk korrekte vin.

Kapitel 3 behandler så, hvordan vin stiliseres i produktionen. Man kunne sige, hvordan den *styles* eller *designes*, men det kunne let være vildledende. Væsentligt er, hvordan økonomi, natur og teknik sætter grænser for produktionen, som samtidig også er et mulighedsrum, dvs. muligheder for at præge den resulterende vin. Mere konkret handler det om at fokusere på fx den betragtelige begrænsning, som vinmarken i sig selv udgør: At købe en vinmark er en stor investering, og inden for et geografisk afgrænset system som appellationerne er udvalget af marker på markedet særdeles begrænset. En mark i Roussillon koster en brøkdel af en i Bourgogne. Langt de fleste fødes derfor ind i vinproduktion, og bliver man det, er man også født ind i en social og institutionel kontekst, som sætter både formelle og uformelle begrænsninger på ens frihed til at lave vin, som man vil. Her bliver selv en

garvet vinkender virkelig meget klogere af de citerede interviews. Naturens begrænsninger handler mest om markarbejdet, og de sættes af druesorter og *terroir*, som Olivesi beskriver som et ”imaginært forhold til stedet, naturen og den lokale vindyrknings historie” (s. 149) – en beskrivelse, som indfanger alle facetter af dette dunkle, men vigtige begreb for konstruktionen af det unikke ved vine fra navngivne steder. I denne sammenhæng opstiller Olivesi en liste, som samtidig er et hierarki over de forskellige rationaliseringer af forholdet til naturen, med den konventionelle vindyrkning i den ene ende og naturvinen i den anden og med økologi og biodynamik indimellem (s. 155-56). Endelig omtales forskellige typer tekniske valg i produktionen af vinen, efter at druerne er høstet, fx anvendelsen af kunstgær og temperaturkontrol af gæring, brug af fade til lagring, svovling og de tilsætningsstoffer, som er et af de vigtigste slagnumre i naturvinspropagandaen: Der er en hel masse tilsætningsstoffer, som er tilladte i vinproduktion i EU og andre steder, og som ikke skal indholdsdeklarerer. Dem undgår naturvinsproducenter, og de bruger dette uheldige hemmelighedskræmmeri til at fremstille det, som om de alene undgår al denne ”kemi”, mens alle de andre *en bloc* kan mistænkes for at fylde forbrugerne med al mulig gift. Formentlig drejer det sig om et kontinuum, hvor billige vine til massedistribution sikkert nok stabiliseres, sødes og poleres med det ene og det andet middel, mens en lang række vine fra de store domæner og små familiebrug sandsynligvis har små eller ingen reelle forskelle til naturvin mht. de famøse tilsætningsstoffer.

Kapitel 4 handler om vinkritikken og dens opkomst, herunder vinskribenternes egenskaber (ofte journalister), og det økonomiske grundlag for de forskellige vinguides, forholdet til restauranternes vintjenere og meget andet. Kapitel 5 handler om selve det at smage på vin og nogle af de sociale sammenhænge, hvor det sker, fx vinmesser.

Alle disse kapitler er underbygget af interviews, som listes bag i bogen. De er ikke anonymiseret, hvilket er vigtigt – mange udsagn har deres vægt i kraft af den interviewedes egenskaber, som kun præcist kan beskrives gennem vedkommendes reelle identitet: Direktøren for Domaine Huët i Vouvray er fx direktøren for Domaine Huët i Vouvray og ingen anden, hvis man forstår: Som prominent ”grand domaine” i Vouvray gennem årtier definerer Domaine Huët, hvordan Vouvray i topkvalitet smager. Dette vil nok også sige, at kun folk med et ret betydeligt kendskab til Frankrigs vinverden helt vil kunne forstå, hvor overbevisende et arbejde denne bog udgør.

En metodisk pointe, som også er interessant, er, at vinguiderne ikke udgør et felt, selv om det er dem, som tydeligst aftegner positionerne. Olivesis pointe er, at guiderne ikke har nogen selvstændighed (til dels pga. deres ubetydelige omsætning og indtjening) i forhold til de forskellige produktionsmodeller: Guiderne servicerer blot det underliggende produktionsfelt, dvs. systemet af produktionsmodeller, på en helt igennem afhængig måde ved at promovere dem symbolsk. Alligevel betegner Olivesi heller ikke systemet af produktionsmodeller som et felt, måske fordi hans ærinde ikke har været at analysere dette som sådant, men at rekonstruere hele

vinsystemet ud fra dets symbolske økonomi, fordi det er der, man kan se, hvad drivkraften for forandringen har været, nemlig først ønologernes opkomst og dominans og derpå udfordringen af denne dominans fra naturvinspositionen.

Det er ønologernes skyld

På sin vis har opdelingen i disse fem kapitler et noget indirekte forhold til den historie, som bogen fortæller. Man får fornemmelsen af, at ordningen af materialet har været en særdeles kompliceret affære, måske fordi en del af den omfattende faktuelle viden, som materialet består af, er indsamlet under forhold, som ikke i udgangspunktet var systematiske og videnskabelige, men skete i vinkenderens lyst-drevne læsning og socialisering. Ordningen i de fem kapitler om produktionsmodeller, ønologer, vinstilisering, vinkritik og smagning er for så vidt logisk nok, men ud over den fremsatte analytiske historie fortæller Olivesi også en polemisk historie mellem linjerne, det vil sige en passant og indirekte som led i fremstillingen af andre ting.

For mig at se er der to vigtige polemiske historier i bogen: Naturvinen som oprør mod ønologernes dominans og antydningen af en ny social differentiering blandt elitevindrikkere.

Ønologi er den studieretning inden for agronomien, som handler om vinproduktion, altså dyrkningen af druerne og forvandlingen af dem til vin, der kan sælges. Det er helt ubestrideligt, at uddannede ønologer siden 1960'erne har indtaget vinproduktionen i Frankrig og (i nogen grad) derfra hele verden. (De amerikanske ønologer i Californien, især fra University of California, Davis, og de tyske i Geisenheim har også haft stor betydning, så vidt jeg ved.) Det har haft virkninger på både mark- og kælderarbejdet på måder, der ligner andre former for konventionelt moderne landbrug: Sprøjtemidler og gødning i markerne reducerer risikoen for dårlig høst, og kunstgær, temperaturkontrol og andre teknikker for vinens tilblivelse efter druehøsten reducerer risici som oxidation og sikrer stabile og forudsigelige vine. Kunstgær og tilsætningsstoffer kan sammen med markteknikker og brug af fx fade i kælderen bruges til at styre vinens udtryk mod bestemte markedssegmenter. Risikoreduktionen er selvsagt et afgørende økonomisk aspekt for vinproduktionen, hvorfor Olivesi med rette kan sige, at ønologerne klart understøtter de økonomisk dominerendes position.

Olivesi fortæller, at mange ønologer reelt mere har haft en rådgivende funktion, som handler om marketing i den forstand, at de rådgiver om at lave vine, som kan afsættes på bestemte markedssegmenter. De er derfor dobbelt involveret i vinens økonomi, både i udformningen af produktet og i afsætningen af det.

Ønologerne lavede ikke blot vine med langt større stabilitet og færre fejl end tidligere. De indførte også en bestemt måde at smage på den, den organoleptiske vurdering, dvs. brugen af sanserne som et instrument til afdækning af landbrugsproduktets kvalitet og karakter, således som den også kendes fra andre dele af fødevarerindustrien og deres uddannelser (fx ost eller fiskeprodukter). Dermed blev vinsmagning i moderne forstand opfundet. Dette er en særdeles væsentlig

erkendelse, som Olivesi har gjort, og den er helt afgørende for vinens symbolske økonomi.

Tidligere var vin (ligesom øl i Tyskland) et naturligt led i normal kost for voksne. Ligesom mælk forlangte vin derfor ikke, at man forholdt sig særskilt til den. Selvfølgelig var der også de fine vine, hvis kvaliteter var kendt siden tidernes morgen. Nogle marker i Bourgogne har været kendt siden middelalderen for deres kvaliteter. Den slags vin drak man, hvis man havde råd, og syntes, at vinen skulle smage godt og fungere som et diskret status tegn, som når Proust en passant i *A la recherche du temps perdu* fortæller, hvordan tjeneren ved en middag i aristokratiske kredse hvisker gæsten i øret, at han serverer Léoville, en kendt 2. cru Bordeaux. Men der var ikke noget præcist sprog for deres smag.

Hvis man lige skal indføre en parentes om dette emnes historie, kan man se på vinsmagning i en engelsksproget sammenhæng. England er jo først på det allerse-neste blevet et vinproducerende land, men der har været drukket meget Bordeaux og andre vine, som var transportable og kunne udskibes fra tilgængelige havne, eksempelvis portvin, madeira og sherry, hvis produktion englænderne var stærkt involveret i siden det 17. århundrede. Da dette var halveksotiske importerede produkter, som ikke indgik i den daglige kost, eller kun gjorde det hos overklassen, blev de distinktive og distingverende forbrugsgoder. Englænderne var derfor også de første, som gav sig til at skrive om vin som individualiserede goder – altså ikke bare om vin fra Bordeaux, men om Château Mouton Rothschild 1858, det vil sige en individuel vin defineret af producent, vinmark og årgang. Den første bog om dette er fra 1920 og udgivet af litteraturhistorieprofessoren George Saintsbury med titlen *Notes on a Cellarbook*. I den er sproget til at beskrive de individualiserede vine rudimentært. De omtalte vine får stort set blot en kvalitetsbetegnelse og eventuelt en overordnet karakteristik af smagstræk ved et områdes vine. Denne engelske tradition var imidlertid sideløbende med udviklingen af ønologien blevet til en større produktion af smagenotater, som blev udgivet i vinbladet *Decanter* og andre vinblade og bøger fra 1960erne og 1970erne og frem. Sproget her, fx hos Hugh Johnson og Michael Broadbent, var stadig ret impressionistisk, men at de var øvede smagere, var der ikke tvivl om. Skribenterne arbejdede i øvrigt som oftest hos vinhandlere og -importører, eller som Broadbent hos Christie's vinauktioner. Det var dog først den amerikanske jurist Robert M. Parker, Jr., som fra begyndelsen i 1978 og til hans glansperiode i 1990erne, hvor han på mange måder var markedsdefinerende på verdensplan, dannede et parløb med ønologernes fokus på den enkelte vin og med en smagestil, som også var tydeligere inspireret af ønologerne, fx Emile Peynauds *Le Goût du vin* (1980).

Den ønologiske revolution gav denne smageaktivitet et videnskabeligt fundament. Styrken ved ønologernes smagning var, at de havde videnskabeligt funderet viden til at forstå og analysere sammenhængen mellem produktionen af en vin, dens kemiske sammensætning og dens organoleptisk vurderede smag – dvs. dens udseende, duft og smag vurderet med synet, lugtesansen og smagssansen og til en vis grad følesansen mht. mundfølelsen af vinen, fx dens tekstur. Da ønologernes

tekniske viden samtidig tillod helt nye måder at styre vinens smag og kvalitet på (man kan fx styre en vins aromatiske udtryk med forskellige typer kunstgær), kom smagen i centrum på en ny måde. Smagningen af vin løsrev den samtidig fra dens plads som del af kosten. Denne dekontekstualisering gjorde vinsmagningen til et mål i sig selv, sådan som man kender det i dag, hvor det giver anledning til særlige måder at mødes på med vinen i centrum, sommetider organiseret som blindsmagning, som må siges at være den mest ekstreme form for dekontekstualisering af smagen: Vindrikkeren møder det ”rene” smagsindtryk uden at være påvirket af viden om produktet.

Olivesis informanter blandt ønologerne gør opmærksom på, at ønologernes forsøg på præcis beskrivelse af en vins aroma er kodet i den forstand, at en aroma a la hindbær eller citron forstås som indikator af tilstedeværelsen af bestemte kemiske forbindelser, som man selvfølgelig skal være trænet for at kunne genkende på den rigtige måde. Duften af hvid peber i vine lavet på grüner veltliner-druen skyldes eksempelvis forekomsten af et molekyle, som også findes i peber. På den måde har ønologerne praktisk talt en art monopol på den legitime definition af, hvordan man beskriver smag: De ved, hvordan man forbinder kemisk analyse (dvs. det videnskabeligt verificerbare) af vinens elementer med det, som den trænede smager kan lugte, smage og mærke.

Fra dette monopol på den legitime smagemåde er der hverken i teori eller praksis langt til et monopol på at definere den rigtige smag i normativ forstand. Ønologerne har som del af deres professionelle ideologi (med Olivesis ord) også dannet en forestilling om, hvordan en korrekt vin bør smage, som eksempelvis udbredes via deres position i de smagepaneler, som tjekker vines typicitet som del af appellationsssystemet, enten det nu er lovbestemt eller en del af den enkelte appellations interesseorganisation. Normativiteten handler især om at undgå fejl som oxidation eller urenheder. Samlet set kan man derfor sige, at ønologernes opkomst har sikret en langt højere bundstandard, en mere stabil kvalitet år for år også hos de store domæner og en vis tendens i retning af fejlfri vine med normaliseret smag.

Det er denne ønologernes dominans over vinproduktionen, som naturvinsfolket gør oprør mod. Det er sket i løbet af 2010erne. Der fandtes godt nok forløbere som Marcel Lapierre i Morgon (Beaujolais) – som har lavet vin uden svovling siden starten af 1980erne – og Mark Angéli i Anjou (Loire), som har lavet let oxiderede hvidvine på chenin blanc i lange tider siden omkring 1990. Det fremgår hos Olivesi, at de begge har fungeret som forbilleder for naturvinsbevægelsen i Frankrig.

Definitionen af naturvin er uklar, men hvis man konsulterer to af de foreninger, som har arbejdet med at kodificere begrebet i Frankrig, L'Association des Vins Naturels og Les vins S.A.I.N.S (det sidste er en forkortelse for *sans aucun intrant ni sulfite*, uden nogen tilsætning eller svovling) er naturvin defineret ved at være fremstillet uden tilsætningsstoffer, herunder svovldioxyd. For den førstes vedkommende er det også et krav, at druerne er dyrket økologisk eller biodynamisk. Det er en meget striks definition, og til sammen har de også kun ganske få medlemmer. Den

italienske vinnatur.org har mindre strikse krav, og en naturvinsbutik som vinsnaturrels.fr har mange mere eller mindre selvbestaltede naturvinsproducenter.

Oprøret er præget af vanskeligheden ved at overvinde en modstander, der som ønologerne dominerer på flere planer, både intellektuelt pga. den videnskabelige fundering, socialt pga. deres placering i vinproduktionens institutionelle sammenhænge, økonomisk pga. deres placering i vinens materielle økonomi og smagsmæssigt pga. den ønologiske smags normativitet. Det er dog uomtvisteligt lykkedes at udfordre alt dette. At det faktisk kan lade sig gøre at bekæmpe en smagsmæssig nulfejlskultur med fejlbehæftede vine (oxidative, stadig gærende osv.), er ret imponerende. Det vidner selvfølgelig om, at den normerede vinsmag er socialt konstrueret, for man kan sagtens lære at sætte pris på (og eventuelt have gjort det før naturvinenes opkomst) de afvigende fænomener.

Der er dog mig bekendt ingen naturvinsfolk, som er i stand til at udfordre ønologerne mht. videnskabelig fundering, og det er muligvis denne svaghed, som fører til en paradoksalt blanding af fjollerier (antiæstetiske etiketter og vittige vinnavne) og en nærmest religiøs besværgelse af den naturlige renhed – to klassiske, men indbyrdes usammenhængende måder at udfordre legitim viden på. Om det er muligt at opretholde denne svage position i længden, er ikke godt at vide. For en mere klassisk skolet vindrikker virker det sandsynligt, at naturvinspositionen enten må lade sig integrere i de store domæners position eller må åbne sig over for ikke-naturvine med intellektuel appel for at danne en art vinintellektuel position, samtidig med at de vinproducenter, som appellerer til en sådan position, i en selvstændig bevægelse arbejder sig henimod økologi, bæredygtighed og klima- og naturtænkning og dermed mindsker elitevinenes objektive afstand til naturvine.

Naturvin som tværgående socialt hierarki

Olivesis beskrivelse af segmenteringen af vindrikkerne i sin anden tese bliver desværre ikke belyst yderligere i bogen og synes heller ikke at have andet empirisk belæg end hans egen erfaring. Det er en skam, for tesen virker meget plausibel og belyser adskillige træk ved den gastronomiske udvikling i nyere tid.

Som jeg udlægger Olivesi, er hans tese, at et lineært hierarki, som er sammenfaldende med prishierarkiet (med de store Bordeaux- og Bourgognevine øverst og supermarkedsvinene nederst) suppleres af en tværgående strukturering efter målgruppens kapitalstruktur, som man kender det fra modellen af det sociale rum i Bourdieus *La Distinction*: Der er de dominerende ”grands domaines” for segmentet af de socialt dominerende, som udfordres af naturvinene i de dominerede dominerendes segment, der samtidig lægger afstand til de domineredes supermarkedsvine, som er fyldt med tilsætningsstoffer. Naturvinene udgør med deres sommetider bevidste fejl (oxidation, ufærdig gæring, uklar farve osv.) og flippede etiketter i sig selv en direkte udfordring af den aristokratiske perfektion i de store vine fra de store domæner. Olivesi observerer samtidig, at både de store domæner og de kunstneriske (naturvins-)producenter er fælles om at fornægte deres relation til økonomien og til bestemte segmenter af forbrugere: Denne fornægtelse karakteriserer de

dominerende som gruppe (og er altså fælles for de dominerende dominerende og de dominerede dominerende) i deres relation til de dominerede, og den udgør betingelsen for fortryllelsen ved de exceptionelle produkter.

Den symbolske fremstilling af naturvin bygger således på en åbenlys afstandtagen til både bund og top i det traditionelle hierarki og til hele hierarkiet som sådant, og den har sin base i et segment af yngre urbane mennesker med en overvægt af kulturel kapital i form af både uddannelsesniveau, arvet kulturel kapital og specifik gastronomisk kapital. Positionerne i dette felt er lettest at identificere gennem de franske vinguides: Bettane & Desseauve er positionen for den traditionelle elitesmag for de dyre vine fra de ”store domæner”, og mens der kun i kort tid har eksisteret guider for supermarkedssegmentet (Le Gilbert-Gaillard m.fl.), er den længstlevende guide, *Guide Hachette des vins*, viet de små domæner, dvs. typisk familiebrugene med eller uden ansatte, som udgør den hierarkisk lavere version af de store domæner hos Bettane & Desseauve. Naturvinssegmentet læser Sylvie Augereaus *Carnet de vigne*, som er en slags antiguide derved, at den er mindre fikseret på smagenotater om de enkelte vine end de øvrige vinguides. Det er i øvrigt interessant at konstatere, at der ligesom med naturvinsgurun Alice Feiring i USA er en kvinde i spidsen i en ellers traditionelt særdeles mandsdomineret verden.

Der er således også en stærk affinitet mellem naturvin og det nye nordiske køkken og tilsvarende fænomener, som i Frankrig fx italesættes i den nu 20 år gamle restaurantguide *Le Fooding*: Fælles for fænomenerne er, at de har en vis anti-establishment karakter, som er mod traditionel borgerlig luksus i gastronomien – mod hvide duge, foie gras og forgyldte interiører – men for nordisk enkelhed, skramlet indretning især i vinbarer og tendens til at promovere ydmyge grønsager og råvarer. Opvurderingen af det ydmyge er klart forbundet med en vis kulturel kapital, som gør det muligt at revurdere den symbolske værdi af råvarer eller vinområder, som ikke tidligere besad anerkendelse og prestige. I naturvinene er der rent smagsmæssigt en ny mangfoldighed, hvor fejl som oxidation eller førhen sjældne teknikker som hvidvine gæret med drueskallerne (orangevine) eller brugen af amforer til gæring og lagring dyrkes som distinktive kvaliteter, som man skal lære at holde af, hvad der igen kræver en vis kulturel kapital. I gastronomien er det med naturvinenes indtog i nordisk sammenhæng dog synligt, at grænsen mellem en rebelsk anti-establishment smag og en simpel fornyelse af de socialt dominerendes smag er særdeles flydende.

Alt dette skriver Olivesi som sagt ikke tydeligt, måske fordi det ikke indgår i undersøgelsen at påvise det, men det fremgår indirekte et sted, hvor han siger, at han har den smag, der hører til hans position, dvs. en smag for naturvin, fordi han som professor i hovedstaden har en kapitalstruktur med overvægt af kulturel kapital (s.19).

Olivesis analyse af den samlede symbolske økonomi forbliver en særdeles interessant idé, hvis overførbarhed til fx kunstens eller litteraturens område kunne overvejes. Kunne man i stedet for at kortlægge forfatterens eller kunstnerens felt få noget ud af at betragte den samlede symbolske økonomi i kunstverdenen og her

(måske) få øje på, at disse verdener primært er struktureret af diskursen om kunst eller litteratur, som i stigende grad skabes af en række mellemænd som kritikere, kunsthistorikere, samlere og kuratorer? Og at sidstnævnte måske har en funktion, som minder om ønologernes i vinverdenen?

Hvorom alting er, har Stéphane Olivesi skrevet en tankevækkende, men også lidt kryptisk bog, hvis tanker kunne fortjene klarere udfoldelse både i den naturvinsideologiske retning og i den objektiverende sociologiske retning.