

GASTRONOMIE ET ŒNOLOGIE, UN ANCRAGE DANS LE SENSIBLE ET LE SENSORIEL

Benoît VERDIER¹, Anne PARIZOT² et Andrea CATELLANI³

Au terme de ce numéro, force est de constater qu'interroger la gastronomie et l'œnologie emmène dans des territoires heuristiques à chaque fois insoupçonnés. Investigué par la sociologie, l'anthropologie, l'histoire, la géographie, ce fait social l'est depuis très récemment par les sciences de l'information et de la communication (SIC). Si, depuis une quinzaine d'années, les SIC questionnent sa médiatisation, ses scénographies, son artification, les identités culturelles qu'elles façonnent, l'objectif de ce numéro demeurait de l'interroger par le prisme du discours communicationnel élaboré par et autour de terminologies professionnelles utilisées et partagées, d'une part, dans des dispositifs très divers (manga, architecture, littérature, scénographie...) et d'autre part, par des acteurs très diversifiés (professionnels comme profanes).

Alimentation, gastronomie et œnologie, loin d'être seulement des univers de consommation deviennent également les creusets d'univers

1 Benoit VERDIER est chercheur au Centre d'Études et de Recherches sur les Emplois et les Professionnalisations (CEREP) de l'Université de Reims Champagne Ardenne (URCA).

2 Anne PARIZOT est associée au laboratoire CIMEOS (Communications, Médiations, Organisations, Savoirs) de l'Université de Bourgogne Franche-Comté.

3 Andrea CATELLANI est professeur à la Faculté des Sciences économiques, sociales, politiques et de communication à l'Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve.

de médiation qui bâtissent des modes de vie, expériences reliant le corps et l'esprit. Par exemple, devenu objet de communication, le vin est également un objet de médiation qui s'ouvre à un large champ d'expériences, sensorielles mais aussi culturelles et symboliques (comme le montrent Anne Parizot et Benoît Verdier) où circulent des savoirs (investigués par Clémentine Hugol-Gential *et al.* dans cet opus). Ces savoirs constitués des discours des experts s'agrègent à ceux des amateurs qui co-construisent un espace riche de sensations, d'émotions, de senti et de ressentis. Ils réservent des surprises dans les présentations (formes) et les représentations que l'imaginaire permet de construire. L'œnologie et ses discours se marient facilement à la gastronomie et ce couple est si uni qu'il rassemble autour de lui des expériences singulières, entre enchantement et ré-enchantement et où les rites structurent la société.

Les discours sur l'alimentation, la gastronomie ou encore le vin nourrissent et irriguent largement la recherche en SIC qui s'approprie toutes formes d'expériences et d'expression. L'ensemble des contributions rassemblées dans ce numéro renvoie au triptyque : sensorialité, sensibilité et signification qui conduit à la notion d'expérience. Au cœur des expériences, les sens (l'esthésie), questionnés à travers plusieurs articles, préfigurent les émotions sans s'y réduire pour autant (Boutaud & Véron, 2007). Les terminologies professionnelles sont également des représentations du sensible qui appréhendent le monde par le biais de l'esthétique à travers des formes sociales et symboliques, des cadres d'expérience comme le montre le texte de Pascal Lardellier. Enfin, l'éthique qui s'énonce dans les discours sur la gastronomie et le vin repose sur la construction identitaire du sujet, de son image dans la société et sur un système de valeurs constitutif d'un patrimoine immatériel de sensations et de représentations abstraites. Les usages pléthoriques des terminologies professionnelles se dévoilent par et à travers (et transgressent) cette fusion entre les sensations (esthésie), les formes (esthétique) et les valeurs (éthique).

C'est justement dans cet axe que s'ouvre le numéro. À travers un manga japonais, *Les gouttes de Dieu*, Julie Deramond et Emmanuelle Lambert nous invitent à penser les processus et les discours communicationnels liés à la construction du goût œnologique et esthétique dans une perspective interculturelle. Les auteures s'interrogent donc sur la manière dont un manga peut dire le goût du vin et peut participer à faire le goût en matière d'œnologie au travers d'une part de la spécificité de ce support et d'autre part de son interculturelité, de l'origine de

ses auteurs. En effet, l'utilisation d'un langage graphique populaire et extérieur à la culture française constitue un regard discursif singulier et prescripteur que les auteures questionnent. Cette bande dessinée japonaise se fait ainsi non seulement discours sur le vin mais également passeur de formes, d'objets et de valeurs culturels. À travers cette analyse, elles montrent successivement comment la mise en correspondance des sens, des arts et des cultures en un même discours, permet de tisser des médiations, pour mieux façonner le goût œnologique et esthétique.

En outre, c'est le champ de l'expérience de la dégustation que le manga *Les gouttes de Dieu* investit. En misant sur des références artistiques (peinture, sculpture, architecture notamment) parfois archétypales et des accords mets et vins (rapprochant deux environnements différents : la cuisine asiatique et européenne avec différents crus tant européens que du « nouveau monde »), cette bande dessinée propose une monstration et une mise en discours de l'art de la dégustation (en termes de technique, de savoir-faire, ou de terminologie). Cette forme d'expérience semble transcender les cultures et valorise l'ensemble du patrimoine culinaire et viticole tant matériel qu'immatériel. Le manga rappelle également que, dans la dégustation, l'altérité est toujours présente à travers un regard étranger, d'une part ici le regard d'auteurs japonais, et d'autre part, celui de profanes sur des vins prestigieux : « la médiation du vin s'accorde à la médiation interculturelle ».

Cette médiaculture participerait donc selon les auteures à une construction du/des sens selon une approche sémio-pragmatique du sensible (Boutaud & Lardellier, 2003). Sous une forme vulgarisée, emprunte de trivialité ou de trivialisation pour reprendre les termes de Jeanneret (2008), cette série de mangas permettrait donc une circulation de savoirs, d'expériences, de savoir-faire et de terminologies entre deux mondes souvent étanches, et donc un lien culturel entre experts et profanes.

Dans un second temps, Anne Parizot et Benoît Verdier explorent dans leur article le lexique de la dégustation du vin, univers sémantique « haut en couleurs » et protéiforme qui emprunte à différents domaines de sens (et de sensorialité) via des images et figures pour pallier la pauvreté du langage du goût et des odeurs. Les auteurs se focalisent en particulier sur le « discours anthropomorphique œnologique », pour tenter de comprendre les raisons de l'anthropomorphisme d'une partie importante des descripteurs du vin dans la dégustation. Le projet vise l'identification d'une véritable « architecture du lexique œnologique anthropologique », en se basant sur une analyse sémiologique et lin-

guistique d'un corpus formé de supports discursifs de nature différente, profanes ou experts.

L'article présente une cartographie des traits descripteurs anthropomorphiques, pour après approfondir l'analyse des mécanismes métonymiques et métaphoriques à l'œuvre. Les auteurs décrivent l'utilisation de références à la dimension physique de l'être humain (la « chair » du vin, son « corps »...), mais aussi à sa dimension plus affective et liée aux traits de caractère. Ensuite, ils explorent la dimension plus spirituelle et sacrée de l'imaginaire lié au vin, et ses relations avec les descripteurs. La notion de « liminalité », développée par l'anthropologue Turner, est mobilisée pour parler de la mise en discours de l'expérience de dégustation, qui devient un moment d'ouverture qui déclenche la construction d'un réseau terminologique particulièrement multiple et foisonnant, ouvert aussi à la dimension du sacré.

Le vin est également un objet de discours qui se partage entre les analyses de stratégies d'influence portées par les acteurs professionnels et les découvertes expérientielles sensorielles des consommateurs. Chacun exprime à sa façon sa « vision du vin ». Prenant en exemple les vins du Beaujolais qui doivent aujourd'hui se renouveler pour reconquérir le marché, les auteures Valérianne Tavila, Mihaela Bonescu, Joëlle Brouard et Angela Sultan portent leur analyse sur les espaces discursifs particuliers des consommateurs et des professionnels pour parler du vin. Elles analysent dans un premier temps l'expérience gustative et œnologique du buveur-amateur, mettant en avant le rôle symbolique et rituel des dégustations. Elles déterminent quels choix s'offrent à eux pour décrire les expériences. Aussi les professionnels du domaine s'appuient sur un vocabulaire servant à *dire les vins* alors que les consommateurs en usent pour définir le *boire*.

À partir d'un corpus assez copieux, elles relèvent la tension entre des verbatim, et celle-ci souligne un écart terminologique important entre les discours, reposant sur le statut des énonciateurs. Si le discours des consommateurs est orienté sensoriel, sensible et éthique, celui des professionnels inverse les priorités. On comprend bien que les espaces discursifs et les visées sont différents et se retrouvent pleinement dans le titre : le dire pour les uns, le boire pour les autres. Les auteures suggèrent alors, afin de définir un espace intelligible, que les professionnels s'appuient sur une co-construction de l'espace discursif avec les consommateurs. Elles soulignent qu'une terminologie adaptée reposant sur un consensus entre les lois du marché et les attentes des consommateurs permettrait d'offrir un espace discursif durable. Elles proposent

d'ouvrir leur travail à de nouvelles recherches en élargissant la cible (critiques, guides) aux professionnels absents du net.

La troisième contribution rédigée par Audrey Moutat explore les dispositifs communicationnels utilisés dans la promotion des « vins naturels ». La « rupture » avec les normes et contraintes de la « culture viti-vinicole » traditionnelle que ces vins affirment ouvre, selon l'auteure, un espace de rupture qui est aussi communicationnelle et sémiotique, et c'est cette « rhétorique de la transgression » qu'elle se propose d'explorer, avec une approche d'inspiration fortement sémiotique.

Elle commence par analyser un corpus d'ouvrages, sites web et blogs dédiés aux vins naturels, pour identifier les caractéristiques de ceux-ci et le cadre culturel sous-jacent. Il s'agit ici de déceler « les éléments structurants de l'éthique et de la philosophie des vins naturels » (p. 74), avec une dimension pratique mais aussi des dimensions politiques importantes. La notion de « forme de vie » (reprise d'Agamben et d'autres auteurs comme Fontanille) est ici mobilisée. La deuxième phase concerne l'analyse du lexique et de la structure énonciative de quelques-uns de ces blogs et sites web, sélectionnés de façon raisonnée, et notamment du blog lié à la société Vins étonnants. L'auteure se focalise alors sur le « genre » du « web-commentaire », genre textuel hybride utilisé dans ce blog, qui combine les traits de la textualité du blog avec ceux du commentaire œnologique. L'auteur explore après de façon approfondie le lexique utilisé dans les publications du post, et identifie les ruptures par rapport à la terminologie établie. Ces changements et ruptures lexicales et discursives, comme celle liée à l'émergence d'un nouveau genre hybride, témoignent de la « transgression » communicationnelle, et pas seulement œnologique, des vins naturels.

Les auteures Clémentine Hugol-Gential, Audrey Noacco, Christine d'Orléan et Sophie Betting s'attachent quant à elles à présenter un axe et une situation particulière d'alimentation : les ateliers de cuisine pour des patientes atteintes de cancer, car celles-ci doivent modifier leurs pratiques alimentaires en lien avec des pertes de goût ou des changements physiques.

L'alimentation entre en ligne de compte comme élément privilégié du processus de soin. Aussi cet article offre un bel exemple de prise en charge de l'alimentation dans un contexte de maladie, et définit un dispositif de soin qui confère aux patientes une autonomie performative, permettant de rendre compte de l'engagement de la patiente. Le concept d'*empowerment* illustre cette prise en charge par la patiente elle-même.

Les auteures démontrent que ces ateliers peuvent être utilisés comme outil thérapeutique et sont bien acceptés par les patientes. Au-delà de cette autonomie indispensable, les ateliers constituent des enjeux significatifs dans la conjugaison du soin, du plaisir et du bien-être qui reste un élément déterminant de guérison. Il ressort que la présence d'un chef dans le format de ces ateliers de cuisine contribue également à combiner les dimensions plaisir et convivialité de l'acte alimentaire, il sert de médiation entre le discours médicalisé et gastronomique. Les auteures soulignent que cette expérience délivrée au travers des ateliers invite à un échange entre les divers acteurs (patientes, chef, soignants). De plus cette expérience établit du lien entre l'acte culinaire tel qu'il était vécu avant et les nouvelles habitudes que la maladie entraîne. Véritables éléments impliquants, ils permettent de déconstruire les idées reçues qui circulent sur internet et que les patientes rencontrent souvent dans leurs recherches d'informations... L'analyse reflète l'importance que revêtent les échanges d'information et la communication qui en découle car la tension entre discours médical et discours gastronomique reste un phénomène réellement palpable.

Un second collectif d'auteurs de l'université de Bourgogne Franche-Comté (Clémentine Hugol-Gential, Marie Simon *et al.*) proposent dans leur article une réflexion qui prend appui sur le travail accompli pour réaliser un outil de traçabilité et prédictif du cycle de la vigne et du vin (projet « wine cloud »). Ce projet a demandé de collecter les savoirs tant académiques que liés aux métiers de la vigne et du vin, afin de construire un système ontologique de la vigne et du vin capable de permettre la mise en place du dispositif de traçabilité. L'article se focalise en particulier sur la méthode utilisée pour « capter les savoirs des professionnels », des savoirs plus liés aux pratiques de terrain ou plus scientifiques et théoriques, utilisés pour construire cette ontologie.

Cet article commence par présenter la notion d'ontologie utilisée dans l'analyse, et explique comment le projet a cherché à construire un système, basé sur l'accumulation de données et le « data mining », pour proposer aux usagers des informations utiles, produites sur la base de raisonnements et de règles cohérentes dans le cadre de l'ontologie. Mais comment nourrir ce système avec les savoirs scientifiques et les savoirs métiers ? Les auteurs montrent alors la méthodologie utilisée pour récolter ces savoirs. Les savoirs théoriques ont été récoltés via une veille bibliographique et un travail de conceptualisation approfondie. Des entretiens de praticiens du secteur ont permis de capter les savoirs métier et la relation entre différents types de savoirs, académiques ou

d'expérience des praticiens. C'est cette richesse plurielle de savoirs, qui présente parfois des tensions, que le projet cherche à capter pour « se rapprocher le plus près possible des savoirs du domaine métier et de créer un système logique en adéquation » (p. 128).

C'est dans une toute autre direction que nous invite Alexandre Eyriès à travers l'univers singulier de Jim Harrison. Est analysée ici la mise en récit des expériences gastronomiques et œnologiques de l'écrivain à partir de son ouvrage intitulé *Un sacré gueuleton. Manger, boire et vivre* (2018) qui rassemble l'ensemble de ses écrits sur cette thématique. Véritable festin littéraire selon le chercheur, cet ouvrage de Jim Harrison se veut une poétique du quotidien oscillant entre émerveillement gustatif et sensation douloureuse du manque. L'article se décompose en deux parties, une première sur le vin et les expériences de dégustation de l'écrivain et une seconde sur la gastronomie ou plus précisément sur le partage d'un repas qui, selon l'auteur, au-delà d'être une nécessité physiologique revêt une importance capitale tant sur le plan symbolique qu'anthropologique.

Du vin, l'ouvrage en déborde. Il demeure un produit à forte valeur symbolique qui, s'il invite à une rêverie poétique, permet d'adoucir le quotidien d'une vie pour le rendre supportable. Les propos œnologiques de Jim Harrison semblent se tenir à l'écart du discours savant lui préférant l'humble posture du profane qui savoure à l'excès. Selon Alexandre Eyriès, les discours œnologiques, chez Jim Harrison, se situent non pas du côté conceptuel, mais au contraire du côté sensible, du ressenti. D'ailleurs, pour l'écrivain, la production d'un vin n'est pas si éloignée de celle d'une œuvre littéraire. Les deux s'inscrivent à la fois dans une temporalité longue en termes de création et dans une temporalité immobile en termes de dégustation. Bien que le vin se distingue aisément d'une œuvre littéraire, ils ont en commun les mêmes difficultés qu'Alexandre Eyriès énumère : volonté de reconnaissance, artisanat demandant rigueur et abnégation, patience et acceptation quelque peu fataliste des aléas et des éléments non maîtrisables dans une carrière d'écrivain et de vigneron. Au demeurant, l'écrivain américain développe ainsi toute une réflexion autour de la production et de la création littéraire et viticole.

Dans l'œuvre de Jim Harrison, l'expérience gastronomique va au-delà du symbolique pour prendre une dimension mystique presque eschatologique. Fédérateur, rassembleur, le repas gastronomique, comme celui des Français, classé au Patrimoine Culturel Immatériel par l'UNESCO en 2010, est le théâtre de la convivialité, du partage.

Celle ou celui qui boit et qui mange aime à (en) parler ce qui fait dire à Alexandre Eyriès à partir des textes de Jim Harrison que le discours gastronomique et œnologique revêt une « double fonction catalytique et cathartique : il réunit tout en défoulant les consommateurs au sein d'une communauté éphémère de buveurs et de dégustateurs réunie par une même passion et un ensemble de valeurs, de symboles, de discours et de récits ». Pour conclure, Alexandre Eyriès invite à lire dans les discours œnologiques et gastronomiques de l'écrivain américain une ode à la vie et aux expériences de partage et d'excès pour adoucir un triste quotidien, pour ré-enchanter un réel douloureux.

Dans son article, Brigitte Juanals nous invite à découvrir le régime méditerranéen (ou la diète méditerranéenne correspondant à un mode de vie et un équilibre entre esprit, corps et milieu). Ce régime fait référence à des traditions culinaires mais aussi culturelles qui sont présents sur l'ensemble du bassin du même nom. Ce régime a suscité une littérature abondante tout comme une terminologie particulière autour des enjeux de patrimonialisation et de médicalisation du discours qui le caractérise. Sur une période d'une vingtaine d'années, Brigitte Juanals analyse dans la presse quotidienne nationale française, les présentations et représentations de ce régime ainsi que les acteurs concernés, par l'intermédiaire des discours qui y circulent. Par l'analyse de la mise en mots et du discours dans cet espace public, autrement dit par le biais d'une analyse quantitative et qualitative combinée à l'analyse d'univers lexicaux-discursifs, l'auteure définit des dimensions culinaires, gastronomiques et patrimoniales.

À partir d'un corpus choisi s'étalant sur une vingtaine d'années, et en combinant thématiques dominantes et univers lexicaux et sémantiques, elle montre comment le régime méditerranéen bénéficie d'un ancrage culturel et traditionnel reposant sur des figures de chefs médiatiques mais souligne aussi que la médiatisation de ces discours est largement tournée vers la santé publique grâce à la presse nationale, conférant un halo scientifique. L'analyse statistique qu'elle opère sur le lexique complète l'orientation thématique et est rattaché aux énonciateurs. Brigitte Juanals détaille les données apportées par les représentations cartographiques qui lui permettent de définir des ensembles qu'elle identifie comme : les traditions culinaires et le patrimoine, la santé, les problématiques agricole et économique.

Aussi elle conclut que le régime méditerranéen dessine et se dessine dans un univers qui correspond aux nouvelles préoccupations de la société qui donnent sens à ses attentes. Le « bon pour la santé », avec la

dimension de santé publique via un discours médical, se décline aussi autour des notions de patrimoine et de culture. Cependant une remise au goût du jour fait se côtoyer gastronomie et préoccupations écologiques redonnant à l'univers végétal une forme de sacralisation.

Enfin, pour clore ce numéro, Pascal Lardellier nous invite à se mettre à table dans un restaurant singulier, « *Les Grands Buffets* » de Narbonne. Ce restaurant d'exception semble se singulariser tant par la qualité de sa gastronomie que par la combinaison des codes de la « cuisine traditionnelle française » et de la formule « buffet à volonté ». Selon l'auteur, la clef de voûte narrative réside en la promotion d'une table française traditionnelle, table métaphorique et métonymique exaltée par Rabelais et le pantagruélisme. D'ailleurs, l'adage « *Fay ce que voudras* » trône fièrement en lettres majuscules au sein du restaurant et apparaît alors comme la signature voire la caution de l'œuvre de son créateur, Pierre Privat.

Convoquant l'anthropologie, Pascal Lardellier propose ici une analyse du dispositif général dans ce qu'il mobilise comme mythes et imaginaires, mais aussi dans ce qu'il induit comme perception du moment vécu et partagé. Dans la veine des travaux de Marc Augé, par une observation participante, l'auteur entre donc dans ce restaurant pour réaliser une ethnologie de la gastronomie française, et plus particulièrement, une ethnologie des *Grands Buffets*. Il s'agit ici de rendre lisible le « parcours » proposé par ce restaurant : un parcours initiatique, expérientiel dans la gastronomie française.

Le patrimoine culinaire français se dévoile tant dans sa production (en coulisse, dans les cuisines) que dans sa dégustation (sur scène, dans les salles). La temporalité au sein du restaurant est également singulière. Si le son d'une cloche rythme l'arrivée des plats, dès l'entrée dans les locaux, tout est mis en œuvre pour ralentir l'expérience des convives : les règles de l'établissement, une visite des lieux (sorte de « parcours du goût » pour éveiller les pupilles et papilles), s'installer à table, se rendre aux buffets etc. L'expérience est polysensorielle et se veut didactique, il s'agit d'œuvrer à une « éducation du goût », à une *éducation* tout simplement. En effet, outre un discours sociétal de produits de qualité, bio et à filière courte assumé depuis sa création, c'est un parcours géographique qui est proposé par la présence de plats traditionnels gastronomiques régionaux à partir de « produits d'exception » issus des différentes régions françaises.

La visite aux « *Grands Buffets* » relève donc d'une expérience singulière, digne d'une séquence rituelle : c'est un moment où l'en-

semble du dispositif projette le client dans un ailleurs, une autre temporalité, une autre gastronomie. Moment liminal de partage, *Les Grands Buffets* « rassemble autour d'un moment qui se célèbre et se recentre à cette occasion », comme le dit l'auteur. En s'appuyant sur les travaux d'Yves Winkin, Pascal Lardellier montre ainsi que l'ensemble des discours gastronomiques du restaurant participe à créer une séquence « d'enchantement » singulière qui fait du passage dans ce restaurant plus qu'un pèlerinage, un rite initiatique dans le monde de la gastronomie française. Gageons qu'il en soit de même avec ce numéro. Qu'il soit permis un moment de (ré)-enchantement pour partir à la conquête de nouvelles voies d'analyse de ce champ infini.

Références

- Boutaud, J.-J. & Lardellier, P. (2003). Sémio-anthropologie du sensible. *Degrés*, 113, d1-d14.
- Boutaud, J.-J. & Véron, E. (2007). *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. Coll. Forme et sens. Paris : Hermès Lavoisier.
- Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*. Coll. Communication, médiation et construits sociaux. Paris : Hermès-Lavoisier.



Publié sous la licence Creative Common
«Attribution – pas d'utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0. International»
(CC BY-NC-ND)