**Du mot à la bouche : quand la nourriture fait signe**

Marion Colas-Blaise

Université du Luxembourg

(IPSE, Université du Luxembourg, et CREM, Université de Lorraine)

Ducasse, Robuchon, Bocuse… autant de noms de chefs cuisiniers réputés qui nourrissent notre imaginaire, autant de logos ou de monogrammes[[1]](#footnote-1) attachés à des « empires » de la gastronomie qui usent de médias différents – le site internet, le livre de recettes, le restaurant, le menu[[2]](#footnote-2)…– pour se mettre en scène et alimenter la mythologie contemporaine, selon la définition de la mythologie de Barthes : « L’idéologie bourgeoise transforme continûment les produits de l’histoire en types essentiels. […] Les mythes ne sont rien d’autre que cette sollicitation incessante, infatigable, cette exigence insidieuse et inflexible, qui veut que tous les hommes se reconnaissent dans cette image éternelle et pourtant datée qu’on construit d’eux un jour comme si ce dût être pour tous les temps. […] Il est sûr qu’en ce sens la mythologie est un *accord* au monde, non tel qu’il est, mais tel qu’il veut être » (1957 : 243-244). De ce point de vue, l’éprouvé du consommateur (Landowski, 1998 : 7) ouvre sur une reconnaissance axiologique liée au social, le corps propre s’articulant avec le corps institutionnalisé : c’est la correspondance entre l’expérience synesthésique et la mise en circulation de valeurs sociales et culturelles que cristallise le passage du goût au bon goût (Boutaud, 1997). Des identités sont forgées, qui forcent des identifications et donnent forme à des styles – styles de marketing, styles de consommation…–, au croisement de déterminations idiolectales et sociolectales.

C’est l’entrejeu de ces déterminations et, plus particulièrement, l’impact du social que nous étudierons ici, en focalisant l’attention sur certains aspects du discours gastronomique qui prépare et infléchit, médie et médiatise[[3]](#footnote-3) l’expérience du consommateur au restaurant. S’il est vrai que parler du discours gastronomique, c’est renvoyer surtout à un univers socio-professionnel, le discours du chef se prêtera à une analyse pragmatico-stylistique. Ainsi, afin de montrer comment le discours gastronomique, qui agit sur l’expérience gastronomique, est lui-même tributaire de configurations discursives socioculturelles et historiques englobantes, au sein desquelles il fait sens, nous l’aborderons sous l’angle des codifications génériques qui s’exercent sur un discours ou sur un texte (un ensemble de textes)[[4]](#footnote-4) ; ce point fera l’objet de notre première partie. Ensuite, nous chercherons à dégager les valeurs véhiculées par un des discours qu’il héberge : celui du chef cuisinier. Enfin, l’accent sera mis sur la manière dont ces valeurs sont communiquées.

La réflexion prendra appui sur le discours gastronomique d’Alain Ducasse, jugé représentatif : plutôt que d’en saisir seulement la singularité, on visera à dégager l’empreinte de formations discursives stabilisées constitutives d’une praxis socio-historique.

1. DU DISCOURS GASTRONOMIQUE AU GENRE DE DISCOURS

L’hypothèse ici directrice se décline en quatre points : i) l’expérience du consommateur suppose l’interaction, au niveau du corps propre, d’un donné extéroceptif provenant de stimuli externes (les sensations liées au moins au toucher buccal, à l’ouïe, à l’odorat, à la vue) et des représentations mentales intéroceptives : celles-ci relèvent non seulement de la mémoire, du rêve, mais elles répercutent des normes sociohistoriques et culturelles objectivées ; ii) ces représentations sont véhiculées au moins en partie par le discours gastronomique : comme tout discours, celui-ci trouve son ancrage dans un champ culturel situé que, d’une certaine manière, il ne dit pas, mais *montre*, c’est-à-dire reflète et donne à voir ; iii) quel que soit le niveau de pertinence retenu, celui du discours et du genre de discours qui, d’après Adam (2009 : 40), permet de penser « un fait de transtextualité qui rattache le singulier du texte […] à des catégories historiques, des “airs de famille” », ou celui du texte et du genre qui, selon Rastier (2001 ; Rastier & Malrieu 2001), ne se contente pas d’influer sur la sémiosis textuelle, mais sert de chaînon entre le texte et le discours, la composante générique apparaît comme un moyen privilégié pour arracher le discours et le texte à leur isolement ; iv) la notion de « praxis énonciative » (Fontanille, 2003 [1998] : 284 ets.)[[5]](#footnote-5) permet de montrer en quoi les dits et les dires, les contenus et les manières de dire contribuant à la singularisation du texte peuvent transcender le champ de présence du sujet d’énonciation en direction du champ culturel.

On se propose d’articuler ensemble trois composantes du syntagme définitionnel du genre de discours gastronomique, en sollicitant le discours gastronomique de Ducasse à titre d’exemple concret : la consultation des sites de plusieurs grands chefs (Ducasse, Bocuse, Robuchon…) a permis de dégager des constantes et de constater que, malgré des aménagements ponctuels, le discours gastronomique de Ducasse se conforme largement au modèle générique.

On posera au départ la solidarisation du plan du contenu et du plan de l’expression. Si l’on identifie comme critères formels l’opposition long/bref et l’opposition ouvert/fermé[[6]](#footnote-6), le genre de discours gastronomique sur Internet se signale par la récursivité qui, mariant la longueur avec le caractère ouvert, caractérise la relance apparemment indéfinie. Grâce à des hyperliens, celle-ci donne accès à des structures textuelles enchâssées. Si cette propriété est définitoire des sites Internet, plutôt que d’être spécifique du genre de discours gastronomique, elle n’en modalise pas moins le traitement du discours par l’internaute : consommateur potentiel, l’internaute est un sujet cognitif, mais aussi sensible, grâce à une interface qui comporte une interaction non seulement visuelle, mais tactile et commande ainsi des modalités de sémiose différentes. Ensuite, en vertu du principe de récursivité, il est appelé à s’approprier de proche en proche des fragments de discours à partir desquels il compose un tout plus ou moins cohérent.

Ainsi, multipliant les paramètres et optant pour une arborescence parfaitement maîtrisée, le site de Ducasse[[7]](#footnote-7) joue sur la complémentarité des informations sur les restaurants, sur l’actualité ou sur la formation, des indications de prix, des réflexions plus philosophiques que cristallise la figure du chef. D’une part, les internautes mettent en œuvre des stratégies personnalisées de navigation qui, en définitive, renvoient à des styles de vie : ainsi, aspectuellement, elles visent l’exhaustivité ou se contentent d’une vue partielle ; elles adoptent des tempos et des degrés de tonicité (Zilberberg, 2012) différents ; le sujet procède par à-coups brusques ou de façon plus lisse et continue. D’autre part, la réalisation des stratégies de navigation est fonction des caractéristiques formelles du discours lui-même. Ainsi, sous l’effet des images (du restaurant, des plats…) qui défilent à une vitesse fixe, parfois selon le procédé du fondu-enchaîné, le futur consommateur est happé par le mouvement, au point qu’idéalement l’enchaînement des images impose une correspondance rythmique avec l’état du sujet, qui peut être à l’origine d’une transformation passionnelle. À travers la plurisémioticité et la mobilisation de plusieurs médias (verbal, visuel…), le discours gastronomique définit ainsi un type d’expérience du consommateur potentiel.

Ensuite, du point de vue des actes de langage, le genre de discours gastronomique vise avant tout à habiliter le consommateur potentiel en lui conférant un savoir et un savoir-faire. Incitatif, il l’est dans l’exacte mesure où la promesse s’assortit d’un faire persuasif qui ne vise pas seulement à emporter l’adhésion à des valeurs esthésiques, qui impliquent une composante sensible, esthétiques ou morales, mais qui fait croire que la réalité représentée par les images (plats, disposition des tables dans le restaurant…) sera reproduite à l’identique. Le « ça-a-été » dont Barthes fait état dans *La chambre claire* (1974-1980 : 1163) informe « ce qui sera » ultérieurement ; l’exemple se charge d’une valeur d’exemplarité, quand le modèle qui *peut* être suivi est relayé par le modèle *à suivre*. Le discours gastronomique définit ainsi différents types d’usage de ce qui est dit.

Enfin, le genre de discours gastronomique se caractérise, comme tout genre de discours, par la mise en circulation de valeurs puisées dans les sphères axiologiques du bon, du bien, du vrai et du beau. En l’occurrence, elles dirigent plusieurs styles collectifs de construction du rapport à la nourriture et à sa consommation, qui témoignent d’une épistémè. Le consommateur potentiel prend position par rapport à la praxis énonciative (types praxiques) à la base de la circulation des discours dans un champ culturel et sociohistorique situé.

Examinons un des styles collectifs susceptibles de marquer de leur empreinte l’expérience gastronomique individuelle. Le discours gastronomique consacré au « restaurant étoilé » met en avant les valeurs éthique – viser la perfection, en menant une suite ordonnée d’opérations à sa fin heureuse – et esthétique. Ainsi, le texte descriptif du restaurant *Alain Ducasse au Plaza Athénée* se moule sur la praxis énonciative en réclamant, au titre d’une manière d’être générale, une attentionparticulière. Il met au premier plan l’exclusivité du décor – « de rares objets de table […] participent au renouveau du restaurant » –, la distinction et l’exclusion, à la base de l’intimité – « l’habillage des quatre grands paravents par des broderies uniques est signé Patrick Jouin » – et, au niveau de la dégustation, la réflexivité : le sujet sensible et cognitif devra séparer et « se scruter » en consommant[[8]](#footnote-8).

2. LES VALEURS DE DUCASSE

Pour montrer en quoi la réception du consommateur est guidée, voire contrainte par le discours gastronomique, en tant qu’il répercute des normes et des représentations collectives, nous mobiliserons un sous-genre du genre de discours gastronomique, le discours du chef. Traditionnellement, celui-ci livre un concentré de valeurs. Concrètement, il s’agira de montrer en quoi des textes regroupés sur la toile ou dans un livre de cuisine – l’interview en ligne intitulée « Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? », des aphorismes, également en ligne, regroupés dans la rubrique « Nos valeurs » ainsi que les textes introductifs de l’ouvrage « La cuisinière du cuisinier » cosigné par Alain Ducasse et Frédérique Grasset (2011)[[9]](#footnote-9) – fournissent leur assise axiologique à un *style de vie*, qui confère au discours gastronomique de Ducasse sa cohérence. Considéré comme une manière d’être en faisant, comme un comportement régulier sous-tendant un ensemble de choix stratégiques dans des situations sémiotiques données, ce style noue ensemble trois dimensions : i) le rapport à soi se définissant à travers des tentatives de sémiotisation du temps et de l’espace ; ii) le rapport à l’autre ; iii) le rapport à l’objet (ici : l’objet alimentaire en relation avec son environnement).

Le rapport à soi

Après Ricoeur (1990) et à la suite de Fontanille (2004), on mettra la gestion du temps et de l’espace en relation avec la distinction entre le *Soi-idem* (la construction d’une identité par similitude et répétition), et le *Soi-ipse* (la construction d’une identité à travers un investissement ciblé, allant dans une même direction). À la perspective de la saisie et à la mise en avant des rôles narratifs s’oppose la perspective de la visée, qui inclut diversement le principe de l’altérité : par assimilation *de* l’A(a)utre (l’étrangéité est ramenée au même), par assimilation *à* l’A(a)utre (le même cède devant l’A(a)utre) et par le biais du dialogue *avec* l’A(a)utre (construction du Soi à travers et grâce à l’A(a)utre). Retenons tel passage de l’interview :

(1) Mon terroir mental est la réunion du Sud-Ouest d’où je viens et de la Méditerranée qui m’a séduit très tôt. Mais je suis aussi un cuisinier curieux et émancipé : mes racines me portent mais ne doivent en aucun cas m’attacher. Je voyage donc beaucoup, toujours à l’affût de nouvelles découvertes.

En vertu d’une dilatation spatiale et temporelle, le *ici* et le *maintenant* se nouent, d’une part, à l’*ailleurs* et au *là-bas* et, d’autre part, à l’*alors* et au *bientôt.* L’image de Ducasse se construit ainsi autour d’un *je-ici-maintenant* foncièrement complexe, qui émerge de la combinaison du rapport à l’*ailleurs* et à l’*alors* associés au terroir et du rapport au *là-bas* et au *bientôt*, caractéristiques de l’ouverture spatiale et temporelle.

L’accord avec soi-même, en tant qu’il est chargé d’effets identitaires, s’établit alors dans le dialogue avec l’A(a)utre, en conciliant la constance et l’audace[[10]](#footnote-10) dans la persévérance. Ainsi, d’une part, la domination du *Soi-idem* se traduit par une concentration de l’instance subjective sur elle-même, par l’adoption de rôles stéréotypés supposant la répétition-similitude dans le temps et la préservation dans l’espace ; le souci du conformisme en est la conséquence. D’autre part, l’audace signale la domination du *Soi-ipse*,quand l’instance subjective découvre sa propre altérité ; l’arrachement à la permanence et l’ouverture vers d’autres horizons exigent une implication vive. L’accord avec soi-même nécessite la persévérance qui combine la mêmeté avec l’ipséité, la constance avec l’audace :

(2) La mémoire de notre métier est le point de départ de l’innovation. Nous sommes en permanence en éveil, curieux de nos contemporains et respectueux de la variété des cultures (« Nos valeurs »).

Le plaisir du client est notre raison d’être. Pour cela, nous devons rechercher la performance et ne pas craindre d’être audacieux. Donner du plaisir à nos clients nous oblige à une quête permanente de l’excellence (« Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? »).

Ce qui me fascine le plus dans la vie : l’ambiguïté, l’opposition entre le traditionnel et la modernité. Tu [Ducasse] es sans cesse sur le fil du rasoir et j’adore (*La cuisinière* *du cuisinier* 2011 : 9).

Un zest de provoc’, beaucoup de sensibilité, savoir et technique à hauteur. Ajoute un brin d’audace, une cuillère à sauce d’humour. Le résultat : un magnifique cuisinier » (*idem*).

Au fond, cette alliance de la constance ou de la tradition avec l’audace, qui se retrouve chez d’autres chefs cuisiniers (Paul Bocuse, Joël Robuchon…), alimente un imaginaire qui, ainsi que le souligne Boutaud, fait que consommer des nourritures, c’est « incorpore[r] en fait les aliments d’une culture et progressivement une culture des aliments, avec ses racines, ses traditions, mais aussi son désir d’innovation, de transgression » (2004 : 11).

Le rapport à l’autre

Pour sa part, le rapport à un autre sujet définit des formes de socialité qu’il est possible de décrire à partir des corrélations entre des degrés de fixation sur soi (du détachement à l’attachement à soi) et d’interaction subjective (restreinte ou étendue). L’agir en commun qui est mis en avant par l’interview – « Je délègue et je fais confiance… Tout en contrôlant, bien entendu ! » – se place sous le signe non point de l’isolement, qui demande un investissement minimal, ni de l’individualisation, qui met l’énergie dépensée au service du maintien de la différence et est compatible avec l’audace ; la simple collectivisation ou mise en commun, qui tend vers la constance et ne repose pas sur un projet, cède elle-même devant une vraie collaboration, nouveau terme complexe qui allie l’individualisation et la collectivisation : on lit dans la rubrique « Nos valeurs » que « les collaborateurs sont la richesse de l’entreprise. Ils apportent leur passion et leur rigueur, leur diversité et leur sensibilité ». Elle n’exclut pas la verticalité des relations hiérarchiques. On voit ici concrètement comment les textes du corpus font émerger une représentation du chef à laquelle un style de vie particulier confère un soubassement axiologique : une représentation du chef qui, à travers notamment le cadrage des conduites humaines au sein de la hiérarchie sociale, se propose comme une constellation pertinente pour l’analyse des cultures.

Le rapport à l’objet

Enfin, le rapport à l’objet alimentaire est façonné par l’entrejeu de degrés d’innovation, réclamant un vouloir sortir de l’ordinaire, et de confirmation de ce qui est simple – « Nature, simple, sain et bon »[[11]](#footnote-11) – et habituel, au fondement du savoir-faire qui réclame la récurrence et la permanence. Une nouvelle fois, le discours de Ducasse construit des termes complexes, en dépassant l’opposition nature *vs* culture telle qu’elle se décline en d’autres relations de contrariété : sauvage *vs* élaboré, naturel *vs* apprêté. Celles-ci se détaillent en cru *vs* cuit, dur *vs* mou, froid *vs* chaud (Boutaud 1997 : 54-55) et supportent une valorisation en termes non seulement esthésiques, mais véridictoires : le naturel s’oppose à l’artifice. En l’occurrence, la « nature culturalisée » ou la « culture naturalisée » définissent sans doute une authenticité particulière.

On peut ainsi considérer, au terme de ces investigations, que les termes complexes définitoires du style de vie du chef cuisinier Alain Ducasse unissent :

- des degrés d’audace et de constance (au départ de l’accord avec soi-même) ;

- des degrés d’individualisation et de collectivisation (au départ de la collaboration) ;

- des degrés d’innovation et de simplicité (au départ de la création soucieuse de ses bases).

Ils traduisent un souci généralisé de l’adéquation :

- au lieu :

(3) Chaque bon produit, qui a grandi avec amour et respect, sur son terroir, a un goût inégalable (« Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? »).

De la cuisine à l’atmosphère en passant par le style, un restaurant doit être en osmose avec l’endroit où il se trouve (*idem*).

La nature est précieuse. Nous favorisons les fournisseurs responsables et veillons à utiliser rationnellement les ressources naturelles (« Nos valeurs »).

- à l’époque :

(4) Le bio et l’éthique gagnent chaque jour du terrain. Nos comportements alimentaires ne cessent d’évoluer et nous mangerons différemment dans vingt ans… (« Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? »).

- à l’autre :

(5) Pour nourrir ses contemporains, le cuisinier doit donc être à l’écoute du monde qui l’entoure. Il faut en effet sentir les pulsations et les goûts alentours, c’est fondamental (*idem*).

- à l’objet :

(6) À mes yeux, le produit est la seule vérité (*idem*).

Dans ce contexte, il n’est pas étonnant qu’un passage de l’*Avant-propos* de *La cuisinière du cuisinier* souligne la manière – en l’occurrence, la modération – modalisant les contenus axiologiques définitoires du style de vie de Ducasse : « Alain Ducasse ! Tu es un grand cuisinier et sûrement l’un des meilleurs mais aussi un homme fin, courtois, délicat, érudit […] » (2011 : 9). En effet, si la courtoisie, la délicatesse, la finesse, l’érudition sont ici valorisées positivement, elles constituent avant tout des déterminations qui « modalisent » des rapports à soi, à l’autre et au monde placés sous le signe d’une sage distance tant de l’objet que de l’intersujet : la courtoisie implique comme la politesse classique le respect de la différence. En même temps, le modèle est appelé à se complexifier, la modération coexistant dans ce texte avec son contraire, avec l’excès qui, du fait de l’abandon à l’objet alimentaire, voire de l’assimilation à l’A(a)utre, a pour effet la domination du sujet, qui perd son quant-à-soi : « […] et lorsque tu noues ta serviette autour du cou c’est pour communier avec la nature. […] Je t’ai conquis grâce à ta curiosité sans limite et ta gourmandise qui ont eu raison de toi » (*idem*). Il est significatif que le style de vie de Ducasse porte la marque de cette ambiguïté,qui peut encore se résoudre dans un terme complexe, où la modération et l’excès sont appelés à se rencontrer.

3. LE DISCOURS DE CÉLÉBRATION

Comment la figure du chef cuisinier émerge-t-elle ? Comment se construit une image discursive de Ducasse qui le légitime comme acteur de la scène gastronomique en correspondant à une représentation sociale, à une catégorie symbolique dépositaire de valeurs et de croyances, qui oriente le rapport au monde et à l’A(a)utre et favorise ainsi le partage du sens ? On se propose, dans cette troisième partie, de tendre à nouveau le lien entre le texte ou le discours et le genre de texte ou de discours et de porter l’attention sur le contexte situationnel, sociohistorique et culturel. À cet effet, on considérera non seulement les valeurs véhiculées, mais la *manière* dont elles le sont. L’hypothèse est, en effet, que le genre commande au sein du texte ou du discours des scènes génériques et donne lieu à des scénographies (Maingueneau, 1998, 1999, 2004)[[12]](#footnote-12) qui s’y conforment ou s’en affranchissent en partie. De ce point de vue, les aphorismes, l’interview et les textes introductifs du livre de recettes *mettent en scène* la transmission des valeurs au consommateur potentiel en disposant dans le texte ou le discours des indices à travers lesquels une scénographie et une scène générique *se montrent*.

Or, ces scénographies sont mises au service du « culte de la personne du chef », qui est institué en tant qu’acteur légitime sur la scène gastronomique : elles nourrissent notre imaginaire d’autant plus sûrement que ce culte paraît constituer une marque générique du discours gastronomique[[13]](#footnote-13). On s’attardera, dans un premier temps, sur les indices linguistiques du genre épidictique d’éloge[[14]](#footnote-14), avant de montrer comment ce dernier contraint la réception du consommateur potentiel.

En vue de la mise en scène du chef cuisinier, le discours d’éloge mobilise des textes appartenant à au moins trois sous-genres, ceux de l’interview, de l’aphorisme et du livre de recettes, qui fournissent des scènes génériques et des scénographies spécifiques ; il recourt à trois styles d’écriture qu’on examinera successivement : un style évocatif, un style expressif exclamatif (au sens large) et un style émotif.

Le style évocatif

À la suite de Danblon (200l), on dira que la propriété « *évocative* »[[15]](#footnote-15) du discours épidictique résulte de la mobilisation de catégories d’analyse et de jugement (la courtoisie, la délicatesse…) déjà disponibles dans la mémoire, qui sont grevées du poids de l’évidence et se font ainsi l’écho direct d’une épistémè. On note le caractère présupposé, « pré-asserté » de la vérité du contenu propositionnel (Ducasse est un grand chef, ses restaurants sont des lieux exclusifs, raffinés, etc.) : les contenus axiologiques (la finesse, l’esprit d’ouverture…) ne font pas l’objet d’une assertion les soumettant au débat, ils sont soustraits à sa part d’ « interrogativité ». Le cheminement argumentatif cède le pas à une facilité à reconnaître des vertus prototypiques et donc à négocier le passage de l’individu Ducasse au type du chef cuisinier, voire au modèle à imiter.

Parmi les procédés linguistiques, on relèvera la présence insistante de la phrase exclamative, mais aussi de la mention polyphonique (Dominicy & Franken, 2001 : 101) qui, en deçà de tout positionnement de l’instance rapportante, signifie la re-présentation d’une vérité établie antérieurement.

Enfin, le caractère « pré-asserté » des contenus est compatible avec la surassertion, c’est-à-dire avec l’affirmation « souveraine » qui soustrait une vérité à la négociation (Maingueneau, 2010 : 179). Celle-ci peut se traduire par l’aphorisation, par la dé-textualisation de certaines phrases, leur mise en relief (des points de vue aspectuel, mais aussi typographique – guillemets, italique –, syntaxique et sémantique) en tant que légendes d’images : « “Je donne à chaque restaurant sa ligne éditoriale propre” », « “Ma philosophie : dépasser les obstacles extérieurs ainsi que mes propres limites pour avancer” » (« Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? »).

Le style expressif exclamatif

Quant au style expressif exclamatif (au sens large), l’apostrophe en est une manifestation privilégiée, en particulier sous sa forme linéarisée, c’est-à-dire intégrée dans un énoncé-hôte (Détrie 2009) :

(7) Pas la peine de t’en raconter davantage, je connais bien tes goûts, chef de cuisine Ducasse.

Oui, seigneur Ducasse, mange-le avec tes doigts […].

Il faut que tu saches mon vénéré Chef, qu’il [le citron] a tout pour lui.

Grand Dudu, tu auras de l’émotion en aspirant ce gros macaroni crémeux, cuisiné façon bébé (*La cuisinière du cuisinier* 2011*:* 28, 30, 240, 136).

L’apostrophe renforce, en effet, l’exhibition, par le discours épidictique, de contenus dont l’évaluation est présentée comme déjà acceptée et, partant, comme indiscutable : « […] l’apostrophe linéarisée […] ne prédique pas à propos de son référent », écrit Monte (2009 : 395), mais « articule au palier énonciatif l’énoncé dans lequel elle s’insère. Le contenu de l’apostrophe linéarisée est présupposé et fait en principe l’objet d’un consensus […] ». Donnés à voir, les contenus se trouvent soustraits au jugement qui – on sait que, pour Aristote, l’épidictique fait partie de l’activité rhétorique – se reporte sur l’énonciation elle-même.

Le style émotif

Enfin, le style émotif ne se contente pas de renvoyer indiciellement (au sens peircien du terme) à une instance et à une situation d’énonciation, mais il se signale par son but illocutoire et perlocutoire : cherchant à susciter des émotions telles que l’admiration (cf. « […] je suis “la cuisinière du cuisinier” Alain Ducasse, et fière de l’être », *La cuisinière du cuisinier,* 2011 : 238), il incite au jugement non-délibératif, caractérisé par l’immédiateté de l’appréhension du vécu (Kreutz, 2001 : 110) ; il provoque le renforcement d’une disposition à approuver, voire d’une disposition à l’action (non seulement cuisiner chez soi, mais participer au spectacle gastronomique dans un restaurant). Comme le montre Danblon (2001), celle-ci est alors renforcée par le rassemblement autour d’un ensemble de valeurs et de croyances partagées sur la base d’une unanimité éprouvée – tel pourrait être le rôle incombant aux prototypes perceptuels associés aux concepts et aux stéréotypes : « Alain Ducasse ! […] ce qui m’impressionne, c’est que tu es nanti d’une mémoire d’éléphant […] » (*La cuisinière du cuisinier*, 2011 : 9).

En tant que sous-genre convoqué par le discours gastronomique, le genre épidictique assure l’embrayage de ce dernier sur le monde culturel. Ne vise-t-il pas à procurer des repères solides guidant une interprétation des formations signifiantes ? Du point de vue des actes de langage, le faire incitatif inclut la composante rhétorique qui hâte l’adhésion à des valeurs et à des croyances partagées à travers la promotion du sentiment d’appartenance à une communauté soudée.

On retiendra, en guise de conclusion, que des textes – l’interview « Qui êtes-vous, Alain Ducasse ? », une suite d’aphorismes, des textes introductifs à un livre de recettes – sont articulés au champ culturel, c’est-à-dire à une réalité socioculturelle réglée par un ensemble de pratiques discursives, par l’intermédiaire non seulement de genres de textes, mais d’un emboîtement de niveaux discursifs qui renvoient à des genres de discours enchâssés : le discours d’éloge trouve ici à signifier au sein du discours gastronomique. Ensemble, ils peuvent devenir emblématiques de grandes formations discursives – en l’occurrence, ni spécifiquement juridiques, ni littéraires, ni scientifiques (Malrieu & Rastier, 2001), mais axées sur les conduites réglées du monde quotidien – ainsi que de la circulation de ces dernières dans un champ culturel situé. Ainsi, le consommateur potentiel se voit proposer non seulement un ensemble de valeurs – en l’occurrence, l’accord entre l’audace et la constance, la collaboration, l’authenticité –, mais une manière de les appréhender, qui l’arrache à sa solitude et met en avant le sentiment communautaire.

Corpus

Site : <http://[www.alain-ducasse.com](http://www.alain-ducasse.com)> (consulté le 10 mars 2013).

Ducasse, Alain & Grasser-Hermé, Frédérick, 2011, *La cuisinière du cuisinier Alain Ducasse*, Paris, Alain Ducasse Édition.

Bibliographie

Adam, Jean-Michel, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan, 1999.

Barthes, Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957.

Barthes, Roland, « Pour une psycho-sociologie de l’alimentation contemporaine », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 5, 1957, p. 977-986.

Barthes, Roland, *Œuvres complètes*, t. III, Paris, Seuil, 1974-1980.

Boutaud, Jean-Jacques (dir.), « Images du goût », *Champs Visuels*, 5, Paris, L’Harmattan, 1997.

Boutaud, Jean-Jacques (dir.), *L’imaginaire de la table. Convivialité, commensalité et communication*, Paris, L’Harmattan, 2004.

Boutaud, Jean-Jacques, *Le sens gourmand. De la commensalité – du goût – des aliments,* Paris, Jean-Paul Rocher Éditeur, 2005.

Boutaud, Jean-Jacques & Martin-Juchat, Fabienne, « La communication du sensible médié par l’Internet », *in* Sémio-anthropologie du sensible, Degrés, Revue de synthèse à orientation sémiologique, 113, 2003, pp. c1-c16.

Danblon, Emmanuelle, « La rationalité du discours épidictique », *in* M. Dominicy & M. Frédéric (dirs), *La mise en scène des valeurs. La rhétorique de l’éloge et du blâme*, Lausanne, Delachaux et Niestlé, 2001, pp. 19-47.

Détrie, Catherine, « Apostrophe linéarisée, constituant disloqué et relation à la proposition hôte : un même type de discontinuité ? », *in* D. Apothéloz, B. Combettes, F. Neveu (éds), *Les linguistiques du détachement*, Berne, Peter Lang, 2009, pp. 217-227.

Dominicy, Marc, « Le genre épidictique : une argumentation sans questionnement ? », *in* C. Hoogaert (éd.), *Argumentation et questionnement*, Paris, PUF, 1996, pp. 1-12.

Dominicy, Marc & Franken, Nathalie, « Épidictique et discours expressif », *in* M. Dominicy & M. Frédéric (dirs), *La mise en scène des valeurs. La rhétorique de l’éloge et du blâme*, Lausanne, Delachaux et Niestlé, 2001, pp. 79-106.

Floch, Jean-Marie, *Identités visuelles*, Paris, PUF, 1995.

Fontanille, Jacques, *Sémiotique et littérature. Essais de méthode*, Paris, PUF, 1999.

Fontanille, Jacques, *Sémiotique du discours*, Limoges, PULIM, 2003 [1998].

Fontanille, Jacques, *Soma et séma. Figures du corps*, Paris, Maisonneuve & Larose, 2004.

Greimas, Algirdas Julien, *Du sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil, 1983.

Kreutz, Philippe, « L’épidictique et les émotions », *in* M. Dominicy & M. Frédéric (dirs), *La mise en scène des valeurs. La rhétorique de l’éloge et du blâme*, Lausanne, Delachaux et Niestlé, 2001, pp. 197-134.

Landowski, Éric (dir.), « Sémiotique gourmande. Du goût, entre esthésie et sociabilité », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, PULIM, 55-56, 1998.

Maingueneau, Dominique, « Ethos, scénographie, incorporation », *in* R. Amossy, *Images de soi dans le discours. La construction de l’ethos*, Lausanne, Delachaux & Niestlé, 1999, pp. 75-100.

Maingueneau, Dominique, « Des énoncés sans texte ? », *in* L. S. Florea, C. Papahagi, L. Pop. A. Curea, *Directions actuelles en linguistique du texte*, t. II, Casa Cărţii de Ştiinţă, Cluj-Napoca, 2010, pp. 177-189.

Monte, Michèle, « L’apostrophe : prédicativité et valeurs illocutoires », *in* D. Apothéloz, B. Combettes, F. Neveu (éds), *Les linguistiques du détachement*, Berne, Peter Lang, 2009, pp. 389-400.

Rastier, François, « Éléments de théorie des genres », *Texto !* 2001 [en ligne]. Disponible sur : <http ://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier\_Elements.html> (consulté le 10 mars 2013).

Rastier, François & Malrieu, Denise, « Genres et variations morphosyntaxiques », *Traitement Automatique des langues,* vol. 42, no 2, 2001, pp. 548-577.

Ricœur, Paul, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990.

Tore, Gian Maria, « "Médias" et "médiations" : pour penser et analyser la communication », *in* M. Colas-Blaise & G. M. Tore (dirs), *Médias et médiations culturelles au Luxembourg*, Luxembourg, Éd. Binsfeld, 2011, pp. 15-26.

Zilberberg, Claude, *Des formes de vie aux valeurs*, Paris, PUF, 2011.

1. Voir Floch (1995 : 87-88) au sujet du monogramme d’Alain Ducasse. [↑](#footnote-ref-1)
2. Au sujet de la définition du « média », voir Tore (2011 : 20) : «  […] on considère comme un média tout support-moyen *technique ou technologique destiné* *à la communication*. Ainsi, une feuille de papier est également un média au sens restreint et typique, puisque, tout comme pour le portable, elle constitue un support issu d’une certaine technique et destiné à la communication. […] Par contre, et tout comme pour le mur tagué, un espace domestique n’est un média qu’au sens élargi, dans la mesure où il peut être "récupéré" par une situation de communication, à la faveur d’un détournement du but utilitaire premier » (les italiques sont dans le texte). [↑](#footnote-ref-2)
3. Le discours gastronomique à la fois amène le consommateur à construire du sens à travers un dispositif multimédial et plurisémiotique (image, texte verbal, document audio), en embrayant sur la pratique symbolique, et instaure un espace de communication avec lui. [↑](#footnote-ref-3)
4. Au sujet de la distinction entre le texte et le discours, cf. Adam, 1999. [↑](#footnote-ref-4)
5. Cf. Fontanille au sujet de la praxis énonciative : « Elle n’est pas l’origine première du discours ; elle présuppose autre chose que l’activité discursive (le système de la langue, mais aussi l’ensemble des genres et des types de discours, ou des répertoires et des encyclopédies de formes propres à une culture) ; elle suppose aussi une histoire de la praxis, des usages qui seraient des praxis antérieures, assumées par une collectivité et stockées en mémoire » (2003 [1998] : 285). Elle repose sur quatre propriétés : « stabilité des catégories, schématisation du discours, changement culturel et congruences locales et provisoires » (1999 : 161). [↑](#footnote-ref-5)
6. Au sujet de ces critères, cf. Fontanille, 1999 : 163. [↑](#footnote-ref-6)
7. <<http://www.alain-ducasse.com/fr/decouvrez-alain-ducasse>> (consulté le 10 mars 2013). [↑](#footnote-ref-7)
8. Les textes descriptifs du bistrot mettent en avant la valeur du mélange et de la gourmandise. [↑](#footnote-ref-8)
9. Le genre du livre de cuisine se trouve ici renouvelé : si les recettes sont destinées au cuisinier amateur qui est exhorté à réaliser un programme narratif (Greimas, 1983), elles sont également assorties de commentaires directement adressés à Alain Ducasse. Ils portent sur les produits utilisés (le thon rouge par rapport au thon blanc…), sur les recettes elles-mêmes (leur origine, l’imaginaire narratif populaire : « Alain Dudu, j’ai mené l’enquête pour toi, à en faire pâlir d’envie Georges Simenon. Je peux alimenter les cahiers de cuisine de madame Maigret et régaler le commissaire. Des indices m’ont permis de remonter la filière. Le mobile : la blanquette à l’ancienne », 2011 : 24), sur le mode de consommation (par exemple, manger avec les doigts). [↑](#footnote-ref-9)
10. Au sujet de ces valeurs, cf. Fontanille (1999 : 199). [↑](#footnote-ref-10)
11. Cf. <<http://www.alain-ducasse.com/fr/les-livres>> (consulté le 10 mars 2013). [↑](#footnote-ref-11)
12. Cf. Maingueneau (1999 : 84) : l’énonciation doit « s’inscrire, se légitimer en se prescrivant un mode d’existence dans l’inter-discours », se développer à travers « l’instauration progressive de son propre dispositif de parole ». Le genre de discours participe de la scène englobante, la scénographie étant une « scène narrative » construite par le texte (2004 : 191-192). La scène générique peut commander des scénographies plus ou moins normées. [↑](#footnote-ref-12)
13. Ailleurs, le culte de la personne emprunte la forme de la biographie ; cf. <<http://www.joel-robuchon.net/#/fr/joel-robuchon-biographie/>> (consulté le 10 mars 2013). [↑](#footnote-ref-13)
14. L’interview est épidictique de manière plus diffuse : les titres « chef de cuisine » et « chef d’entreprise » participent d’un certain « ton » épidictique, tout comme les valorisations positives implicites qui affleurent sous les questions (par exemple : « Quelle philosophie explique votre réussite ? »). Dans *La cuisinière du cuisinier*, qui s’ouvre sur un *Avant-propos* intitulé « Mon cher grand AD », la concentration de l’épidictique est telle que, si les recettes confèrent au livre son identité générique, elles apparaissent aussi subordonnées à une autre fin : celle, précisément, d’instituer Alain Ducasse en « grand » homme. [↑](#footnote-ref-14)
15. Au sujet du concept d’« évocation », voir aussi Dominicy, 1996 : 47. [↑](#footnote-ref-15)