

KRISZTINA MARÁDI

Les aliments : l'arme magique de la vie moderne

With the dissolution of the traditional value system we have encountered superficial and transient values such as youth, beauty and attractive appearance. We combat ageing, wrinkles and old skin not only with the aid of cosmetics but also with what we eat. Food and eating do not only serve as nutrient uptake but as the source of happiness, beauty and harmony as well. Our changing attitudes towards eating and food have parallelly resulted in a new language, which I would like to analyze from three different aspects : a) the vital role of organic food and that of ecological aspects ; b) food coming from sustainable and fair farming ; c) newly coined terms regarding attraction and slimness. Finally, in the second part of my article I plan to draw attention to the linguistic analysis of the new vocabulary.

Les préoccupations principales d'une société se reflètent dans de nombreux domaines de la vie et font également leur apparition au niveau de la langue. Le bouleversement du système des valeurs traditionnelles dont nous sommes témoins aujourd'hui a entraîné la priorité des valeurs superficielles et passagères, comme la jeunesse, la beauté physique ou l'attractivité du corps. Les armes principales contre le vieillissement sont évidemment les produits de beauté, mais il ne faut pas oublier le rôle de l'alimentation dans cette éternelle guerre contre les rides, la cellulite, l'excès de poids et les autres „ennemis”. « Pour lutter contre l'apparition des rides ou la chute des cheveux et conserver ses capacités physiques et cognitives, mieux vaut surveiller son assiette »¹.

L'alimentation a cessé d'être une simple absorption de substances nutritives, son rôle a radicalement changé et elle est devenue source de bien-être et de bonheur. Ainsi, comme on le remarque dans les articles des revues, les aliments *boostent le cerveau, optimisent l'intelligence, neutralisent les radicaux libres, regonflent le moral*, etc.

Tous ces changements se manifestent également au niveau de la langue avec la création d'un nouveau vocabulaire adapté à la nouvelle situation. Dans ce qui suit, je présenterai et analyserai ces changements selon deux approches : je me concentrerai dans un premier temps sur la classification des termes selon le facteur organisateur des modifications et, dans un deuxième temps, sur les procédés linguistiques mis en œuvre pour former ce nouveau vocabulaire.

¹ <http://www.goumidigroupe.com/?path=support.nutrition> (Consulté le 25/04/2014)

L'évolution du lexique gastronomique est évidemment étroitement lié au changement d'attitude envers la nourriture et s'organise autour de trois axes principaux : a) l'alimentation bio et les approches écologiques ; b) l'alimentation durable et équitable (production durable des aliments et répartition plus juste) ; c) la minceur.

L'omniprésence du „bio”

Les préoccupations environnementales de ces dernières décennies, l'émergence d'un mode de vie „vert” et „écolo” se font ressentir jusque dans les assiettes. Le modèle alimentaire actuel dominant évoque un certain nombre de problèmes dont entre autres la généralisation d'une culture fast food qui standardise les saveurs au détriment des goûts traditionnels, la surconsommation de graisse, de viande et de sucre et l'emploi trop répandu des additifs chimiques. Les exigences d'une alimentation plus saine, plus naturelle, le retour aux racines sont devenus une mine d'or pour les spécialistes en marketing. En effet, tout peut être vendu – et, en plus, beaucoup plus cher – avec le label *bio*, *écolo*, *naturel*, etc. En ce qui concerne le vocabulaire gastronomique moderne, 'bio' est l'un des adjectifs les plus productifs et créatifs : *recettes bio gourmandes*, *adopter la bio attitude*, *cuisiner bio*, *bioaddict*, *consultante en cuisine bio*. Il est même devenu incontournable dans le nom des recettes : *Soupe bio aux légumes d'hiver* ; *Charlotte aux pommes bio* ; *Tiramisu bio* ou même *Bioburger*.

L'invasion du 'tout bio' a évidemment provoqué nombreuses réactions avec l'apparition du *clan des anti-bio*. « Avec un burger bio, vous mêlez l'utile à l'agréable – dans votre tête du moins puisque le bio n'est pas garant du light, mais l'important c'est d'y croire. »²

L'emploi du terme *bio* est très diversifié, il peut servir d'adverbe : *consommer bio*, ou il peut se combiner avec d'autres adjectifs : « 8% des Français sont des „bio-quotidiens”, 15 % sont des „bio-hebdos”, 20 % sont des „bio-mensuels” (...) Enfin 21% des Français sont des „bio-occasionnels” »³.

Il peut également prendre la place d'un substantif : 86% estiment que le *bio* contribue à préserver l'environnement ; les parents sont très demandeurs de *bio*³.

L'emploi des deux termes se référant à cette nouvelle conception de mode de vie, *bio(logique)* et *écolo(gique)*, se distinguent nettement, *écolo* étant plus réservé aux établissements – *un resto écolo*, *un bar écolo* – ou à la procédure de production, même si l'on trouve également le terme *alimentation écologique*

² <http://resto-de-paris.obsession.nouvelobs.com> (Consulté le 15/04/2014)

³ http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/Dossier_Presse_AgenceBIO_06022013.pdf (Consulté le 15/03/2014)

qui nous amène au deuxième grand axe organisateur lexical : la question environnementale.

Prise de conscience écologique

Cette prise de conscience écologique se manifeste au niveau alimentaire dans le changement concernant la vision globale du monde où la qualité alimentaire va de paire avec les dimensions sociales, environnementales, aboutissant à un modèle qui réconcilie les plaisirs de la table et le développement durable.

Cette approche se reflète dans le vocabulaire par l'emploi fréquent des adjectifs *durable*, *équitable*, *éthique* ou *éco*, combinés souvent avec *bio* : *chocolatier bio équitable*, *chocolat durable*, *engagement des producteurs écoresponsables*, *une cuisine écolo pour déguster durable*.

Cette conception de ménager l'environnement et les ressources, de consommer de façon raisonnable s'est matérialisée dans l'apparition du *slow-food*, ce mouvement *éco-gastronomique*, dont la mission principale est de promouvoir la diversité alimentaire, le respect des ressources et de créer de nouveaux rapports entre l'homme et l'alimentation.

Le désir des formes idéales, associé à une conscience environnementale et au respect des autres êtres vivants a donné naissance à une nouvelle forme de végétarisme, plus extrémiste, refusant la consommation de tout produit d'origine animale : le véganisme.

Préoccupations minceur

« La consommation a bousculé l'ensemble de l'univers esthétique : modèles plus nombreux, plus accessibles aussi, plus concrétisables que jamais. [...] Le corps est devenu notre plus bel objet de consommation. » (Vigarello, 2004 : 225) La chasse à la beauté et à la jeunesse éternelle a aussi atteint notre assiette et a provoqué le foisonnement des régimes, les plus variés possibles, avec leur vocabulaire spécialisé :

- *chrononutrition* ou régime *chronobiologique*, adapté à l'horloge biologique des individus
- *instinctonutrition crudivorigiste*, qui accentue le rôle des instincts dans le choix des aliments crus, à l'état naturel
- *régime dissocié*, basé sur l'interdiction d'associer certains aliments
- *régime groupe sanguin*
- *régime hyperprotéine*, composé surtout d'aliments riches en protéines ou de mélanges industriels à base de poudre de protéines, de vitamines, et de minéraux
- *régime des managers*, une variante du régime dissocié
- *régime des astronautes*, avec l'optimisation des apports nutritionnels
- *régime préhistorique* ;

il a contribué à l'apparition de nouvelles maladies, représentant l'exagération caractérisant notre société :

- *compulsion alimentaire ou trouble obsessionnel compulsif*, où l'obsession de manger est associé à un besoin d'affection, d'attentions personnelles
- *white fooding*, obsession de ne manger que des choses blanches
- *xénophobie alimentaire*, rejet de toutes sortes d'aliments provenant de l'étranger.

Ce désir de « maigrir à tout prix », le culte de la minceur sont largement exploités par le marketing des produits alimentaires où nous assistons au foisonnement de produits allégés : *soda light, collations light, boissons hyperprotéinées, hypocaloriques, fromage allégé, lait écrémé, jambon découenné, coca-cola zéro sucre*, ce segment de marché étant actuellement le plus lucratif.

Dans le vocabulaire, nous pouvons constater l'apparition de nouvelles compositions ou dérivations :

- *effet coupe-faim* ou même comme substantif *les coupe-faim*
- *modérateur d'appétit, retardateur de faim, aliment brûle-graisse, exhausteur de goût*
- *lutte contre les pulsions sucrées*
- *double action rassasiante et piègeuse de graisses dans l'estomac.*

Paradoxalement, dans ce monde survalorisant la minceur et l'attractivité corporelle, le nombre de personnes obèses a considérablement augmenté.

Les procédés de formation du nouveau vocabulaire gastronomique

Quant à la formation des nouveaux mots dans le domaine de l'alimentation, les procédés les plus fréquemment utilisés sont la préfixation, la troncation, l'emprunt et l'utilisation de termes scientifiques.

Préfixation

Le préfixe le plus productif est *anti-*, comme il faut lutter contre des ennemis intransigeants :

- *astuces anti-grignotage, astuces anti-fringales*
- *campagne antigaspi.*

Le vocabulaire gastronomique reflète également la tendance à l'hyperbole caractérisant le langage actuel avec les préfixes typiques de *-ultra, -hyper, -super* :

- *gâteau chocolaté hyper mœlleux, entrées faciles et hyper rapides*
- *aliment ultra rassasiant, une salade ultra légère*
- *algue bleue super aliment, ultra riche en protéine, super teneur en protéines*

- *une boisson minute onctueuse et super vitaminée, aliments ultra-transformés.*

Troncation

Procédé extrêmement répandu du langage familier et repris par la presse féminine et de jeunesse :

- *jus détoxé carottes*
- *mangé végé, les sauces de type mayo*
- *adeptes de la pause déj'éclair, pro de la gastronomie*
- *les desserts choco, choco-addict, apéro*
- *des pizzas très quali*
- *Au déj; c'est assez calme, idéal pour un rendez-vous pro*
- *une bande de potes trop flemmards pour faire le marché du brunch se rattrapant sur des planches de charcut.*

Anglicismes

Malheureusement, le vocabulaire gastronomique n'est pas épargné de l'invasion des anglicismes ; comme dans tant d'autres domaines de la vie, nous voyons leur apparition dans la dénomination de nouvelles tendances d'alimentation :

- *fooding* (contraction des mots 'food' et 'feeling'), désignant le désir de se défaire des conventions traditionnelles de la cuisine et de libéraliser l'art gastronomique des moyens, des ingrédients et des procédures habituelles
- *world food, easy eating, street food*, courants gastronomiques modernes
- *cake-design* (l'art de se concentrer sur le visuel plutôt que sur le goût des pâtisseries)
- *food-fusion* (mariage de recettes provenant de différentes cultures)
- *food pairing* (association de deux aliments autrement incompatibles grâce à leurs propriétés moléculaires ou gustatives similaires) ;

ou des habitudes quotidiennes :

- *snacking, les produits phares des snackers, snacking intelligent*
- *one-hand snacking* (quelque chose que l'on peut manger en marchant)
- *Yaourt de « grand format » de 180g, spécial snacking, parfait pour finir un repas rapide.*

L'omniprésence du mot *snacking* dans la presse est d'autant plus déplorable que le français dispose d'un terme très expressif, *grignoter, grignotage*.

Il arrive qu'un mot anglais fasse une carrière spectaculaire dans le français, comme c'est le cas du mot-valise *brunch* (contraction des mots 'breakfast' et 'lunch'). Il fait désormais partie intégrante du vocabulaire, donnant même des formes dérivées :

- *mettez du punch dans vos brunchs*
- *soyez brunché ou l'art brunch ultra-gourmand*
- *brunch bio-végétalien*
- *le dimanche brunch bio et sans gluten de 10h à 16h*
- *ce petit resto est agréable pour y déjeuner, goûter, dîner ou encore bruncher ;*

Atelier brunch cuisine crue beauty-detox : on vous propose une introduction aux principes de la raw food saine, créative et gourmande. Au programme : jus verts et smoothies verts, laits végétaux crus et milk-shakes aux superaliments, brunch "healthy" et haute-vitalité.⁴

Il semble que l'utilisation des anglicismes garde toujours ce côté snob, reconnu expressément dans les exemples suivants :

- **RGFood : Découvrez la Really Good Food !**
- RGFood ? Mais c'est quoi la RGFood ?
- C'est la **Really Good Food** ! Yes, c'est de l'anglais mais avouez que « Très bonne bouffe » ça a moins d'allure non ?⁵

Le régime no gluten : c'est la nouvelle mode alimentaire dont tout le monde parle : passer au no gluten. Car tous ceux qui zappent de leur assiette le blé, le seigle, l'orge ou l'avoine disent s'en porter nettement mieux [...]
produits gluten free
les cookies sont crunchies
le patron a réussi l'exploit de rendre le hot dog cool et trendy
Alors ne nous enflammons pas, ça reste un hot dog, mais un hot dog de caractère à savourer en mode slow food.⁶

Termes scientifiques

La présence des termes scientifiques, surtout dans la description des régimes, des produits brûle-graisse, etc. rend leur efficacité plus crédible, et les produits mieux vendables sur le marché saturé déjà de produits similaires :

- *pouvoir satiogène des fruits*
- *médicaments anorexigènes*
- *la menthe, cette plante aromatique permet de faire le plein en antioxydants, qui luttent contre les radicaux libres*
- *gomme xanthan pour „texturiser” les plats*

⁴ <http://happyculture.com/2014/04/04/atelier-brunch-cuisine-crue-beauty-detox-dimanche-13-avril-de-10h-a-15h/> (Consulté le 15/01/2014)

⁵ http://www.marmiton.org/magazine/diaporamiam_really-good-food_1.aspx (Consulté le 15/01/2014)

⁶ <http://resto-de-paris.obsession.nouvelobs.com> (Consulté le 23/03/2014)

- *oligoélément anti-sucre*

- *carnivores, herbivores, omnivores ou encore vitaminovores.*

Les exemples cités viennent soit de pages internet spécialisées dans l'art culinaire, dans la présentation des tendances de l'alimentation, soit de revues en ligne destinées aux femmes, ainsi leur langage est à mi-chemin entre le langage standard et le langage familial, et reflètent assez bien les évolutions actuelles de la langue. Les changements les plus perceptibles concernent évidemment le lexique, la formation de nouveaux termes ou le changement de sens des lexèmes déjà existants suivant les modifications sociales, l'apparition de nouvelles préoccupations dans la société, alors que la syntaxe et la grammaire sont encore peu touchées par des modifications si ce n'est par l'influence anglaise, souvent déplorée.

Il est intéressant de constater les orientations prises par le vocabulaire actuel, enrichi soit par des termes scientifiques, autrefois étrangers dans ce domaine, soit par des termes plutôt réservés au registre familial et l'on voit très peu de nouvelles expressions "purement" gastronomiques.

Bibliographie

- VIGARELLO Georges, (2004), *Histoire de la beauté*, Paris, Editions du Seuil.
- TRAVAILLOT Yves, *Les Français à la conquête de leur corps*, Article de la rubrique « Le souci du corps », Mensuel N°132 – novembre 2002, www.scienceshumaines.com (Consulté le 22/02/2014)
- http://www.marmiton.org/magazine/diaporamiam_really-good-food_1.aspx (Consulté le 15/01/2014)
- <http://happyculture.com/2014/04/04/atelier-brunch-cuisine-crue-beauty-detox-dimanche-13-avril-de-10h-a-15h/> (Consulté le 15/01/2014)
- http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/Dossier_Presse_AgenceBIO_06022013.pdf (Consulté le 15/03/2014)
- <http://resto-de-paris.obsession.nouvelobs.com> (Consulté le 23/03/2014)
- <http://www.goumidigroupe.com/?path=support.nutrition> (Consulté le 25/04/2014)
- <http://resto-de-paris.obsession.nouvelobs.com> (Consulté le 15/04/2014)

KRISZTINA MARÁDI

Université de Debrecen

Courriel : makrizta@gmail.com