

Session 2023

**EXAMEN ÉCRIT
DE L'OPTION COMPLÉMENTAIRE HISTOIRE**Durée : 3 heures
Matériel autorisé : dictionnaire *Le Petit Robert 1***HISTOIRE
DE L'ALIMENTATION**

Les deux citations de l'anthropologue et ethnologue Claude Lévi-Strauss ci-dessous expriment une même idée de l'alimentation, du manger¹ :

« Il ne suffit pas qu'un aliment soit bon à manger, encore faut-il qu'il soit bon à penser. »

Claude Lévi-Strauss,
Le Totémisme aujourd'hui, 1962.

« [...] la cuisine d'une société est un langage dans lequel elle traduit inconsciemment sa structure, à moins qu'elle ne se résigne, toujours inconsciemment, à y dévoiler ses contradictions. »

Claude Lévi-Strauss,
L'origine des manières de table, 1968.

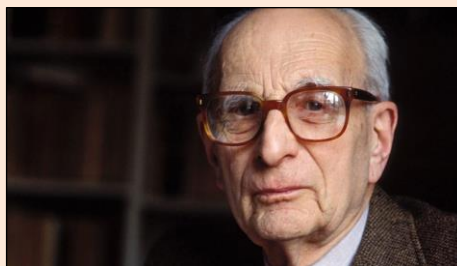


Figure 1 Claude Lévi-Strauss (1908-2009), anthropologue et ethnologue français qui a exercé une influence majeure à l'échelle internationale sur les sciences humaines et sociales dans la seconde moitié du XX^e siècle.

QUESTION

Discutez et expliquez dans le détail et de manière approfondie l'idée de l'alimentation ainsi formulée par Claude Lévi-Strauss.

DIRECTIVES PLUS PRÉCISES

La démarche adoptée pour répondre au défi lancé devra intégrer les trois axes suivants :

¹ Le terme « manger » doit ici et ensuite être pris dans son acception la plus globale : produire ou élever, choisir, cuisiner, penser le commensalisme, organiser le banquet, être attablé, manger...

AXE 1

Montrez, par un développement détaillé et approfondi, que jamais le manger ne fut anodin et réduit à sa simple fonction roborative et même organoleptique.

Vous illustrerez le plus possible votre réponse au moyen d'exemples tirés du cours (cours théorique, diaporamas, exposés, documents, documentaires...) et en exploitant les documents annexes.

AXE 2

Expliquez, par un développement détaillé et approfondi, pourquoi le manger génère autant de mythes, de fantasmes, d'idées reçues, donc souvent d'idées fausses, de crispations.

Là aussi, vous illustrerez le plus possible votre réponse au moyen d'exemples tirés du cours (cours théorique, diaporamas, exposés, documents, documentaires...) et en exploitant les documents annexes.

AXE 3

Montrez, par un développement détaillé et approfondi, que jamais l'altérité alimentaire, le manger des autres, ne laissa indifférent.

Là aussi, vous illustrerez le plus possible votre réponse au moyen d'exemples tirés du cours (cours théorique, diaporamas, exposés, documents, documentaires...) et en exploitant les documents annexes.

NOTE DU RÉDACTEUR

Vous n'êtes pas tenu.es de proposer trois réponses distinctes puisque ces trois axes sont censés répondre à une seule question. En revanche, votre réponse unique, si vous choisissez cette façon de faire, devra, d'une façon ou d'une autre, intégrer le traitement des trois axes formulés ci-dessus.

CONSIGNE

Merci de ménager une marge suffisante pour la correction (3-4 cm) et d'écrire à l'encre bleue ou noire.

DOCUMENT N°1 : Guy de Maupassant, *Le Rosier de madame Husson*, 1888.

« Parbleu ! Il n'y a que les imbéciles qui ne soient pas gourmands. On est gourmand comme on est artiste, comme on est instruit, comme on est poète. Le goût, mon cher, c'est un organe délicat, perfectible et respectable comme l'œil et l'oreille.

Manquer de goût, c'est être privé d'une faculté exquise, de la faculté de discerner la qualité des aliments, comme on peut être privé de celle de discerner les qualités d'un livre ou d'une œuvre d'art ; c'est être privé d'un sens essentiel, d'une partie de la supériorité humaine ; c'est appartenir à une des innombrables classes d'infirmités, de disgraciés et de sots dont se compose notre race ; c'est avoir la bouche bête, en un mot, comme on a l'esprit bête. Un homme qui ne distingue pas une langouste d'un homard, un hareng, cet admirable poisson qui porte en lui toutes les saveurs, tous les arômes de la mer, d'un maquereau ou d'un merlan, et une poire crassane d'une duchesse, est comparable à celui qui confondrait Balzac avec Eugène Sue, une symphonie de Beethoven avec une marche militaire d'un chef de musique de régiment, et l'Apollon du Belvédère avec la statue du général de Blamont ! »

Pour votre santé, évitez le grignotage entre les repas.
Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé.
Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière.
Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour.

www.mangerbouger.fr, 2010

Le retour du péché de gourmandise

Le retour en force d'un joug médical pesant et d'un discours diététique moralisateur a réactualisé le péché de *Gula*² dans des sociétés pourtant marquées par un recul historique des Églises chrétiennes. La première décennie du XXI^e siècle confirme amplement l'évolution constatée par le sociologue Claude Fischler³ en 1990 : « Le péché de gourmandise, en cette fin de siècle, a plus aisément été sécularisé et médicalisé que le péché de chair. » Fortement culpabilisantes, les prescriptions nutritionnelles entretiennent la notion d'un péché contre son corps mais aussi contre la société. Dès lors, la gourmandise est perçue comme une faiblesse sociale, morale et psychique, le gourmand comme un potentiel délinquant nutritionnel. Les expressions « craquer », « faire un écart », « faire une entorse » disent le manque de volonté face à la tentation, révèlent la notion de faute mais aussi la transgression d'un idéal alimentaire devenu une norme : le régime minceur.

Qui plus est, la communication nutritionniste se fait infantilisante : nous qui avons le savoir, allons vous apprendre à vous nourrir correctement, vous et vos enfants. Ce discours marque de son empreinte jusqu'au récent *Dictionnaire culturel de la langue française* (2005). « Bourrer ses enfants de gourmandises », l'exemple choisi pour illustrer l'acceptation de gourmandises au pluriel, par l'usage du verbe « bourrer » et par la référence à l'enfance, pointe un bouc émissaire classique : la défaillance éducative des adultes. Sont également stigmatisés la *junk food*⁴, les snacks et les sodas, les distributeurs de nourriture et de boisson, les fast-foods et la télévision.

L'individu trop gros est supposé dévorer, engloutir, et, entre les repas, grignoter, autrement dit ne pas respecter les bienséances sociales occidentales. En revanche, par la nouvelle cuisine dogmatisée dans les années 1970, la haute cuisine a su adapter les plaisirs de la bonne chère à ces nouvelles préoccupations diététiques et esthétiques, à l'image de *La Grande Cuisine minceur* (1976) du chef étoilé Michel Guérard. Le nouveau gourmand fin gourmet échappe à l'apoplexie, à la face rougeaude et au corps adipeux, aux sauces trop riches et trop lourdes. Ce sont les milieux sociaux les plus défavorisés, les plus pauvres et les moins diplômés, qui connaissent les plus forts taux d'obésité dans

² *Gula* veut dire « gourmandise » en latin.

³ Claude Fischler, né en 1947, est un sociologue français, spécialiste, notamment, de l'alimentation humaine. Il est l'auteur de nombreux ouvrages traitant de l'alimentation, dont *L'Homnivore* (1990) et *Manger. Français, Européens et Américains face à l'alimentation* (2008).

⁴ Le concept anglo-saxon de *junk food* est l'équivalent du concept francophone de « malbouffé », cette nourriture saturée de mauvaises graisses, trop sucrée ou trop pauvre en nutriments pour répondre aux besoins physiologiques.

les sociétés occidentales contemporaines ; le phénomène est particulièrement net chez les femmes. Ce faisant, le clivage socio-culturel gourmet-goinfre de l’Ancien Régime perdure. La gourmandise demeure un péché de classe, mais inversé par rapport à la période médiévale, l’obésité étant largement perçue comme une pathologie liée à la précarité économique et à l’absence d’éducation. Non seulement une forte corpulence n’est plus signe de réussite, mais en plus l’adiposité crée un phénomène de rejet social et de discrimination professionnelle.

Des siècles durant, le goût de la graisse avait peuplé les rêves de bonne chère d'un monde marqué par la pénurie. Cette survalorisation culturelle du gras a disparu au cours du XX^e siècle, l'Occident devenant viscéralement lipophobe. Marquées par l'avènement d'une société de l'abondance, les sociétés occidentales ne perçoivent plus la corpulence comme un critère de bonne santé économique et sociale. Au prix d'un contresens étymologique, l'embonpoint est devenu une notion négative. La graisse est accusée de nuire à la santé, alors que s'installe la phobie du cholestérol et la lutte contre les maladies cardio-vasculaires, de déparer l'esthétisme en engraisant le corps, alors que s'instaure le diktat de la minceur et du ventre plat. Le sucre subit également cette forte diabolisation médicale. Non seulement il n'est plus signe de distinction sociale depuis le XIX^e siècle, mais en plus le XX^e siècle a remis en question son statut d'aliment sain, nourrissant et énergisant.

La peur du cholestérol, du diabète, de la surcharge pondérale, des cancers et des maladies cardio-vasculaires entretient la mode des aliments sans (sans sel, sans sucre, sans gras), des aliments *light* (allégés) et des alicaments⁵, particulièrement dans le monde anglo-saxon et en Europe du Nord. Mais l'alimentation santé peut-elle être réduite à une simple question de nutriments ? Le plaisir gourmand n'est-il pas essentiel au bien-être psychique du consommateur, au commerce entre les hommes ? À l'évidence, le fameux *french paradox* repose aussi sur le plaisir de la table. C'est probablement là que réside le principal défi des programmes de santé publique et des professionnels de la nutrition en ce début de XXI^e siècle : parvenir à concilier prescriptions alimentaires avec la notion de plaisir et, ainsi, déculpabiliser le mangeur. Pour des raisons nettement moins philanthropiques, le marketing des grands groupes agroalimentaires tente également d'y répondre avec l'aide des publicitaires.

« C'est bon, la honte ! »

Tous les imaginaires occidentaux de la gourmandise ont été revisités aux XX^e et XXI^e siècles par les agences de publicité. Ces dernières peuvent d'autant plus jouer avec le legs chrétien des péchés capitaux, notamment le couple *Gula-Luxuria*⁶, que les sociétés européennes ont connu une nette libéralisation de leurs mœurs au tournant des années 1960. L'association gourmandise-séduction, sinon gourmandise-érotisme, est même devenue un véritable cliché pour vendre du café, du chocolat, des crèmes glacées, des yaourts...

Plus de cinq cents ans après sa découverte, le cacao continue à véhiculer un imaginaire d'érotisme, de

⁵ Ce mot, forgé par agglutination avec les substantifs « aliment » et « médicament », désigne un aliment considéré comme particulièrement bénéfique pour la santé (produits laitiers ou à base de céréales par exemple).

⁶ *Luxuria* veut dire « luxure » en latin.

lascivité et de sensualité, une denrée aphrodisiaque qui fait encore se pâmer les femmes. *Gula* est devenue un argument de vente pour adultes consentants. Nombre de messages publicitaires usent de la métaphore sexuelle pour dire le plaisir gustatif. Cette communication témoigne de la forte association culturelle entre sensualité érotique et sensualité gustative, et, surtout, de la prégnance de l'héritage chrétien d'une culpabilisation des plaisirs alimentaires tant il met en scène la transgression d'un interdit. « C'est bon, la honte », affirme un slogan pour des desserts. « C'est complètement immoral », reconnaît une jeune femme après avoir goûté du fromage blanc allégé. Et si la jouissance montrée dans les publicités se révèle être essentiellement féminine, nous retrouvons là toute l'ambiguïté sexuelle de la gourmandise imputée de longue date aux femmes par les hommes.

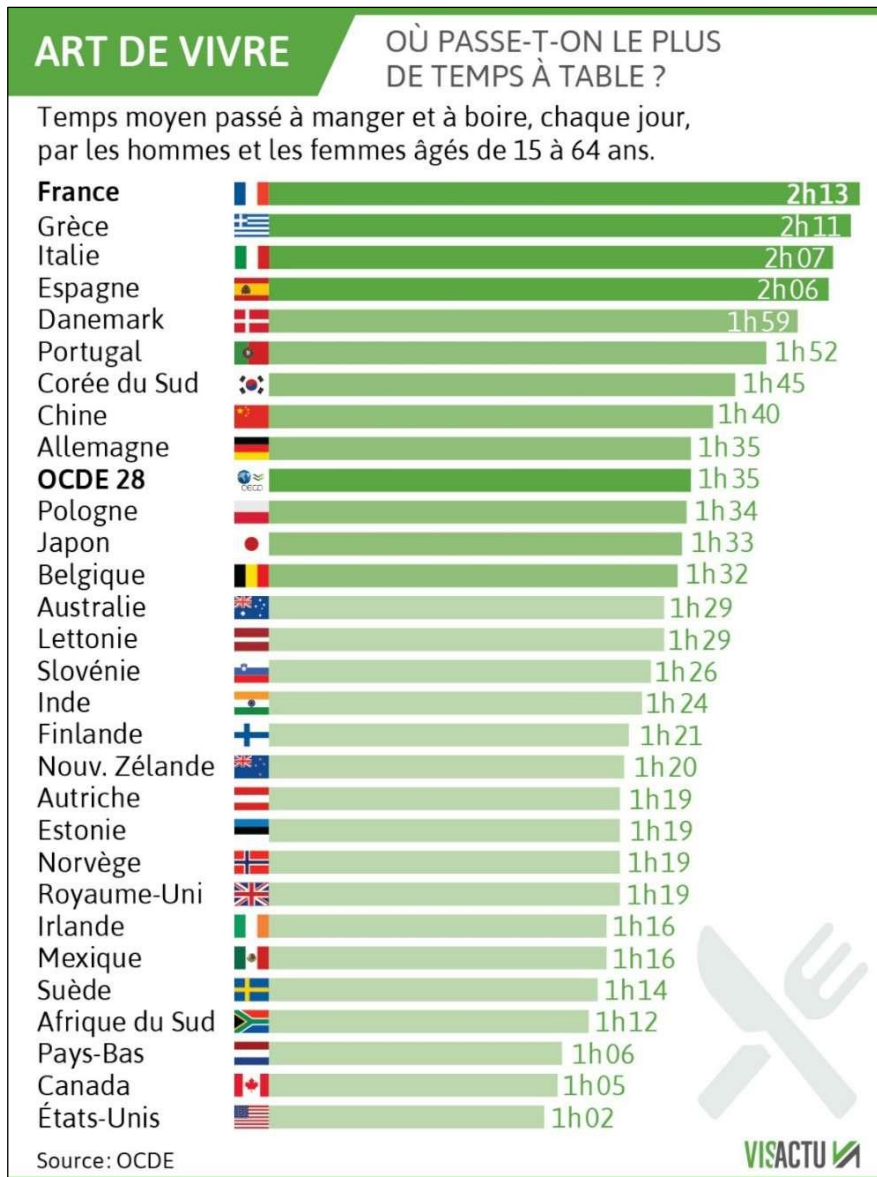
En mettant en avant le régime-plaisir conciliant minceur, bien-être et gourmandise, les publicitaires peuvent également décréter la fin du péché de gourmandise. Il n'y a pas de mal à se faire plaisir, même, pour les messages les plus subversifs, en solitaire. L'individu parvient alors à se dérober à la société pour un moment de plaisir gourmand. L'hédonisme⁷ solitaire permet de se ressourcer, de réconcilier corps et esprit. Néanmoins, la communication sur les plaisirs de la bonne chère repose surtout sur la convivialité, le partage et la conversation entre amis ou en famille.

Les publicités vantant des denrées alimentaires n'oublient pas le monde de l'enfance, une proie de choix pour la société de consommation. Gourmand, évidemment, l'enfant est prêt à tout pour assouvir son « vice ». Pris les doigts dans le pot de confiture, il ment maladroitement devant le regard attendri et compatissant des adultes à l'exemple de cette petite fille barbouillée de mousse au chocolat qui sait bien pourtant qu'il ne faut pas « tromper la confiance que mes parents ont mise à l'intérieur de moi ». Les friandises sont aussi vendues comme des récompenses, comme un moment privilégié de complicité entre l'enfant et l'adulte. Par la présence d'un grand-père ou d'une grand-mère, la mise en scène joue la carte de la nostalgie d'une saveur d'enfance. L'association de deux générations rend ainsi possible l'évocation de madeleines gourmandes, la transmission identitaire d'une gourmandise.

L'héritage d'un goût décline la dernière métamorphose en date de la notion de gourmandise en Occident : son appartenance à un patrimoine, à un savoir-faire, à une histoire familiale, communautaire, régionale ou nationale. Ainsi, les publicitaires recourent-ils fréquemment à l'image familière de religieux bons vivants pour vendre fromages, bières et autres liqueurs, quand bien même nombre de ces denrées n'ont aucun lien avec le monde ecclésiastique actuel. Si ce n'est justement dans l'imaginaire occidental du gros moine et du gras chanoine plongeant ses racines dans un lointain Moyen Âge. En quête d'un alibi dans un environnement redevenu hostile, la gourmandise pourrait bien l'avoir trouvé, au tournant du XX^e siècle, du côté du patrimoine.

⁷ L'hédonisme est une doctrine philosophique grecque selon laquelle la recherche du plaisir et l'évitement du déplaisir constituent l'objectif de l'existence humaine.

DOCUMENT N°3 : « Où passe-t-on le plus de temps à table [dans l'OCDE⁸] ? »
 Source : statistiques données sur le site <https://www.oecd.org/>



⁸ L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), fondée en 1948, est une organisation internationale d'études économiques, dont les pays membres — des pays développés pour la plupart — ont en commun un système de gouvernement démocratique et une économie de marché. Elle joue essentiellement un rôle d'assemblée consultative. Elle compte aujourd'hui 38 membres, dont la Suisse.

DOCUMENTS N°4, N°5, N°6 et N°7 : publicité pour la bière Valstar, 1972 (<http://blogpub.canalblog.com/archives/2006/03/10/1006520.html>) ; publicité pour une liqueur de safran, L'Aphrodisiaque, présentée comme « l'aphrodisiaque naturel des femmes » (<https://www.lesafraan.fr/boutique/produits-safranes/l-aphrodisiaque-liqueur-de-safran>) ; femme mangeant du chocolat (<https://www.wallpaperflare.com/chocolate-women-eating-red-lipstick-girls-make-up-human-body-part-wallpaper-pyjnz>) ; carte de la langue (<https://www.expertvin.net/les-principes-des-accords-des-quatre-saveurs-avec-le-vin-sucre-sale-acide-amer/>).

4

Anne Lacoste, 37 ans.
Elle aime les grandes balades... et les pizzas.
Elle boit Super Valstar à table.

Paul Lacoste, 39 ans.
Champion de volley-ball.
Il aime le cassoulet
et boit Super Valstar à table.

Eric Lacoste, 18 ans.
Prépare Centrale et... un tournoi de rugby.
Il boit Super Valstar à table.

Hugues Lacoste, 20 mois.
Le filleul de Mme Lacoste, il ne boit pas encore
Super Valstar à table.

**Ils boivent Super Valstar
aux houblons d'Alsace:
la bière qui déborde de santé.**

5



6

ACIDE

SUCRÉ

AMER

SALÉ

UMAMI

7