

François ASCHER, *Le mangeur hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique*

Paris, O. Jacob, 2005, 331 p.

Stéphanie Hurez



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7980>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7980](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7980)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2006

ISBN : 978-2-86480-869-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Stéphanie Hurez, « François ASCHER, *Le mangeur hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique* », *Questions de communication* [En ligne], 9 | 2006, mis en ligne le 30 juin 2006, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7980> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7980>

Sociétés

François ASCHER, *Le mangeur hypermoderne.*

Une figure de l'individu éclectique.

Paris, O. Jacob, 2005, 331 p.

Thèmes récurrents dans la presse féminine, sujets de reportages télévisuels et émissions radiophoniques, objets d'enquêtes menées par des instituts de sondages, etc., nos pratiques alimentaires plaisent et amusent autant qu'elles peuvent surprendre, déranger et inquiéter. Résolu à nous donner l'occasion d'appréhender les tendances culinaires actuelles dans un contexte international exempt de tout scepticisme, François Ascher dresse une étude enjouée qui bouleverse nos attentes et agite notre conscience. Nourrie d'exemples variés et symptomatiques de nos sociétés contemporaines, elle se fait l'écho d'un univers en proie à la modernité qu'il cautionne par une quadruple ambition : « Comprendre comment se construisent les choix, les dispositifs qui les rendent possibles, les produits sur lesquels ils portent, les contraintes individuelles et sociales qui contribuent à les déterminer » (p. 32). Conjointement, l'auteur est parvenu à établir une progression théorique appropriée et pourvue de nombreuses références disposées à créditer son raisonnement, tels les travaux de Marc Augé sur la surmodernité, de

Jean-Claude Kaufmann sur la sociologie de l'individu, de Bernard Lahire sur la culture des individus, de Gilles Lipovetsky sur l'individualisme, de Georg Simmel sur la sociologie des sens et la socialisation, ou de Sharon Zukin sur la culture et la consommation américaines.

En bon porte-parole d'une réalité parfois délicate à saisir ou à délimiter, il a su dresser un panorama étoffé qui proscrit l'expectative. Au-delà des sempiternels stéréotypes et constats habituels, il a préféré montrer en quoi l'évolution des pratiques sociales et culturelles appelle un renouvellement inévitable des pratiques alimentaires qui vacillent entre collectivisme et individualisme, pour finalement faire remarquer qu'en raison de notre instabilité chronique, nous sommes aujourd'hui plus difficiles à cerner que nos aïeux. Il explique précisément que le problème serait dû au fait que « l'individu hypermoderne mange [...] différemment selon les circonstances, ne se comporte pas toujours de la même manière, a des références culinaires hétéroclites. Il n'est plus classable dans un modèle alimentaire ; ses repas changent de contenus, de logiques et de sens selon les heures, les lieux, les convives, les contextes, les sentiments » (p. 245). Les illustrations concrètes ne manquent pas d'agrémenter son hypothèse, mais il accorde une place toute particulière aux problèmes et aux risques alimentaires, conséquences directes de phénomènes plus ou moins pathologiques que sont notamment le culte de la minceur, l'anorexie et l'obésité. Parallèlement, François Ascher réexamine les discours connotés relatifs à la « malbouffe » qui, en parvenant à se faire une place dans l'espace public depuis les aphorismes de Jean-Pierre Coffe et les actions militantes de José Bové, ont tenté d'inciter les consommateurs à acheter des produits bio et éthiques, symbolisés de nos jours par une multitude de labels comme Max Havelaar ou Alter Eco. Ses constats lui permettent somme toute d'inférer que « [c'est à partir des] tensions et rationalités diverses que les individus finissent par décider ce qu'ils mangent, soumis simultanément à leurs goûts et envies alimentaires, aux exigences de la maîtrise de soi, à la gestion raisonnée de leur santé, aux pressions

qu'opèrent les pouvoirs publics et les sollicitations publicitaires, aux sens que la vie sociale et politique donne aux diverses nourritures » (p. 203).

Par leur interaction constante avec les mutations que subit la société, les biens et services de consommation sont effectivement un reflet perpétuel des modes de vie. Pourtant, en insistant sur l'idée que « la nourriture est de moins en moins quelque chose dont on hérite par ses habitudes alimentaires d'enfance, ou qui s'impose par quelque mécanisme que ce soit, comme une culture locale » (p. 126), François Ascher met en évidence que, aujourd'hui, « la globalisation s'appuie notamment sur la diversité des origines géographiques de la nourriture pour produire la variété dont elle vit et dont elle a de plus en plus besoin dans le contexte de la transition alimentaire en cours [...] Cela témoigne de l'émergence non pas d'un multiculturalisme, mais plutôt d'un cosmopolitisme alimentaire » (p. 127). Bien plus qu'un usage économique et socioculturel, se sustenter a même fini par s'accompagner d'une « esthétique consommatoire » qui a révolutionné le savoir-faire de certains grands chefs restaurateurs, à l'instar du Parisien Pierre Gagnaire et du Catalan Ferran Adrià, instigateurs de la gastronomie moléculaire – terrain propice aux innovations culinaires du XXI^e siècle se parant d'un environnement physico-chimique et artistique afin de renouveler et créer des plaisirs visuels et gustatifs. Même si François Ascher interroge longuement ces applications et qu'il ne prend pas clairement position, le lecteur comprendra que la créativité représente non seulement une valeur fondamentale en devenant « un paradigme central dans notre société en général, dans la cuisine en particulier » (p. 143), mais qu'elle a surtout fait émerger un nouveau groupe social prisé des esthètes : la « classe créative » – notion introduite et exploitée en 2002 par Richard Florida dans son ouvrage *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (New York, Ed. Basic Book).

Bien connu du monde des urbanistes pour les recherches qu'il mène sur la mobilité des citadins et les implications de ces dynamiques sociales sur l'urbanisme et l'aménagement,

on ne cachera pas avoir douté de l'ambition scientifique de François Ascher à afficher un éclairage original et significatif sur notre société de consommation. Lecture faite, on regretterait presque de ne pas s'être plongé plus tôt dans son dernier ouvrage qui témoigne de la difficulté à comprendre notre société hypermoderne sans qu'on ne s'intéresse, un tant soit peu, aux nouvelles façons de se nourrir alors qu'elles font inmanquablement surgir de nouvelles formes de sociabilité.

Stéphanie Hurez

CREM, université Paul Verlaine-Metz
stephaniehurez@free.fr