

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES

SYMBOLIC
GOODS

Appel à articles

Dossier thématique « “Cuisiner” : fabriquer, préparer et servir des biens symboliques alimentaires »

Coordination : Marc Perrenoud (Unil) et Adrien Pégourdie (Unilim)

Ce dossier de la revue *Biens symboliques / Symbolic Goods* sera consacré à la fabrique des biens symboliques alimentaires, « la cuisine », abordée dans des perspectives potentiellement diverses, relevant de la sociologie, de l’histoire, de l’anthropologie, des sciences politiques, de l’économie ou de la géographie humaine.

La cuisine est un ensemble d’opérations qui vise à rendre les denrées alimentaires propres à la consommation, conformes aux conventions sociales, et en général agréables à manger. Elle met donc en jeu tout à la fois le besoin primaire de se nourrir, et l’expression d’usages prescrits ou proscrits, de goûts, relatifs à un espace culturel. Par ailleurs, l’activité culinaire est aussi l’objet d’un marché et d’échanges pécuniaires importants dans ses modalités commerciales, mais aussi domestiques. La cuisine relève donc de la production de biens symboliques, en particulier dans l’acception large de ce concept.

On sait en effet que Pierre Bourdieu a commencé à utiliser la notion de « biens symboliques » dans les années 1970 avec par exemple les articles « Le marché des biens symboliques » paru dans *l’Année sociologique* en 1971 et « La production de la croyance » paru en 1977 dans un des premiers numéros des *Actes de la recherche en sciences sociales*, avant d’élargir sa conception des biens symboliques dans les années 1980-1990. Il a notamment développé la notion d’« intérêt au désintéressement » (Bourdieu 2022 [1987-1989]), qui est un des piliers de l’économie des biens symboliques, d’une part en intégrant le travail « gratuit », non reconnu comme « travail », qui se joue dans l’espace domestique-familial ou religieux (Bourdieu 1994) et d’autre part en menant des recherches avec Monique de Saint Martin sur le marché de l’immobilier individuel, avec des articles publiés autour de 1990 et rassemblés dans *Les structures sociales de l’économie* (Bourdieu 2000).

Ce dossier constitue une défense et illustration de la notion de « biens symboliques » étendue à des objets qui ne relèvent pas, *a priori*, de la production artistique ou intellectuelle. La cuisine, en effet, n’est pas un art au sens conventionnel contemporain (à l’instar de la littérature, du théâtre, de la danse, de la musique, des arts graphiques et visuels, de la sculpture, des arts numériques, etc.). Elle est pourtant régulièrement qualifiée d’« art » dans le langage courant,

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

depuis deux cents ans avec Brillat-Savarin et sa *Physiologie du goût* (1981) sur la gastronomie des classes dominantes, mais peut-être surtout avec la vigoureuse mise en spectacle de l'excellence culinaire à la télévision au début des années 2000 et la « starification » de certains grands chefs. « La cuisine » mise en spectacle est désormais promue comme une activité de création, d'inspiration, de passion et de générosité, socialement très désirable. Pourtant, il semble que les carrières professionnelles dans ce domaine soient, sauf exception, toujours aussi dures et peu rémunératrices, et l'activité culinaire domestique quotidienne toujours aussi peu reconnue dans l'espace familial ordinaire, comme le suggère un prochain dossier de la revue *Nouvelles questions féministes*, intitulé « En cuisine ! » et consacré, notamment, aux inégalités de genre.

Pour ce dossier à paraître dans la revue *Biens symboliques / Symbolic Goods*, les contributions pourront notamment traiter de la stratification économique et symbolique de la cuisine, depuis la « haute cuisine » jusqu'à la « cantine ». Dans les pratiques domestiques, on pourrait aussi s'intéresser à la cuisine des élites culturelles et économiques (que cuisine-t-on quand on ne va pas au restaurant ou ne commande pas son repas ?), à la non-cuisine (quand on ne cuisine pas ou plus par manque d'argent, de temps, d'énergie, d'envie), mais aussi aux ressorts de ce « goût pour la cuisine » à peu près toujours rentable symboliquement (du père de famille grand spécialiste du barbecue estival et festif à la jeune végane qui multiplie les recettes de tofu et de légumes macérés), ou à ce que la cuisine domestique dit de l'idéal petit-bourgeois...

Venant de différentes disciplines des sciences sociales comme l'histoire, la sociologie, l'anthropologie, la science politique mais aussi la géographie humaine ou l'économie, les propositions de contributions pourraient explorer, entre autres, les dimensions suivantes et leurs déclinaisons :

1. La dimension professionnelle (métiers, travail, emploi, etc.) :

- Modèle archétypique du *social drama of work* dans la sociologie interactionniste, le restaurant est une création socio-historique récente (voir le numéro d'*Ethnologie française* dédié en 2014). Il serait intéressant d'aborder les relations de travail, les interactions en cuisine dans des contextes plus ou moins prestigieux mais dont on sait qu'ils peuvent faire partie (avec les chantiers par exemple) des environnements les plus marqués par la violence verbale ordinaire. Par ailleurs, l'organisation du travail en restauration commerciale a été remise en cause par les fermetures durant la pandémie

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

de Covid-19, qui ont rendu des adaptations nécessaires (en vue de la vente à emporter ou de la livraison à domicile).

- On peut également envisager des travaux sur les logiques de hiérarchisation et de distinction entre les établissements et les types de cuisine s'inspirant des logiques de champ de production culturel.
- Plus généralement, les propositions pourraient s'inscrire dans une sociologie de l'artisanat, des métiers de bouche et de l'agriculture, mais on pourrait aussi envisager des travaux sur la production industrielle de denrées alimentaires plus ou moins transformées.
- On peut aussi imaginer des travaux sur la mise en scène du travail de cuisine, *in situ* (avec la mise en spectacle des cuisines ouvertes qui constituent une des grandes tendances de la restauration contemporaine), ou bien médiée par la presse (les magazines culinaires se portent bien), l'édition (les livres de cuisine souvent agrémentés de gadgets sont toujours en tête de gondole), les blogs ou encore les productions audiovisuelles au cinéma, à la télévision ou sur Internet qui produisent la désirabilité sociale de l'activité et du métier.
- Des travaux sur la formation aux métiers de la cuisine seraient aussi les bienvenus, depuis les écoles professionnelles jusqu'aux cours privés et ateliers qui se sont multipliés avec la montée en désirabilité de « la cuisine » évoquée précédemment.

2. La dimension privée (styles de vie, travail domestique, etc.) :

- La cuisine comme activité domestique, en particulier dans le mode de vie petit-bourgeois et paysan. Espace encore peu investigué, sinon par *a.* une approche quantitative mise en œuvre dans une optique marketing ou en lien avec la santé et la nutrition (« comportements alimentaires »); *b.* une socio-anthropologie de l'alimentation souvent passionnante mais pas toujours attentive à l'activité culinaire à proprement parler, au travail et aux conditions socio-économiques de sa réalisation. On pourrait notamment continuer à investiguer la dimension genrée, dans la lignée du prochain numéro des *Nouvelles questions féministes* (2023/2) : invisibilité des femmes cuisinant au quotidien vs visibilité des hommes chefs ; formes de division sexuelle du travail culinaire domestique, etc.

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

- Une sociologie générale des pratiques culinaires inscrite dans l'espace des styles de vie, pourrait montrer, à la suite des travaux de Claude et Christiane Grignon (1980) et des analyses de cas d'« enfances de classe », combien les conduites alimentaires sont aussi déterminées par les modalités du rapport à « la cuisine » qui constituent un langage symbolique révélateur des différentes positions sociales.

3. La dimension politique et culturelle (influence internationale, « récit national », politique de l'alimentation, etc.) :

- On peut envisager des approches relevant de la science politique, qui prendraient la cuisine comme un des domaines principaux du *soft power* de certaines nations (Italie, France, Chine, Japon, États-Unis, Espagne, etc.).
- Dans un sens plus traditionnellement anthropologique, il serait passionnant de publier des travaux sur les interdits alimentaires et leur prise en compte, notamment dans la cuisine de collectivité.
- On pourrait aussi imaginer de travailler sur la contrainte en cuisine de manière générale : textures (gelées, crèmes, etc.) et portions (« manger-main », par exemple) adaptées pour des publics « empêchés », personnes handicapées ou très âgées notamment.
- Enfin, nous serions intéressés par des travaux portant sur les lobbies de l'agro-alimentaire et leurs stratégies, par exemple dans la lignée des recherches de Daniel Benamouzig et Joan Cortinas Munoz en France (2022).

Consignes aux auteur·rices

Les propositions d'articles, en français ou en anglais, devront s'inscrire clairement dans une approche relevant des sciences sociales et considérer l'activité culinaire comme une production de biens symboliques et culturels. Elles seront développées en deux à trois pages (5 000 à 8 000 signes) hors bibliographie, et elles s'appuieront de préférence sur des données empiriques, une méthodologie robuste ainsi qu'un cadre analytique clair. Ces propositions seront évaluées conjointement par les coordinateurs du dossier et le Comité de rédaction de la revue.

Elles devront parvenir avant le 1^{er} septembre 2023 à l'adresse suivante : symbolicgoods@gmail.com.

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

Calendrier prévisionnel

- 1^{er} septembre 2023 : réception des propositions de contributions ;
- Septembre-octobre 2023 : sélection des propositions ;
- 1^{er} novembre 2023 : réponse aux auteur·rices ;
- Entre janvier et mai 2024 : échanges entre auteurs et coordinateurs ;
- 1^{er} juin 2024 : réception des V1 par la revue ;
- 2024-2025 : expertise et révision des articles ;
- Fin 2025 : publication.

Éléments de bibliographie thématique

HASSOUN Jean-Pierre (dir.) (2014). Dossier « Restaurants en ville ». *Ethnologie Française*, 44-1.

RÉGNIER Faustine & PARKHURST Ferguson Priscilla (dir.) (2014). Dossier « Manger : entre plaisirs et nécessités ». *Sociologies et sociétés*, 46-2.

MATHIEU Marie, WEIL Armelle, LAMAMRA Nadia & GOJARD Séverine (dir.) (2023, à paraître). Dossier « En cuisine ! ». *Nouvelles questions féministes*, 42.

ALBERT Jean-Pierre (1989). « La nouvelle culture du vin ». *Terrain*, 13 : 117-124.

ARIÈS Paul (2016). *Une Histoire politique de l'alimentation*. Paris : Max Milo, 2016.

BENAMOUGIZ Daniel & MUNOZ Joan Cortinas (2022). *Des Lobbys au menu. Les entreprises agro-alimentaires contre la santé publique*. Paris : Raisons d'agir.

BOURDIEU Pierre (1971). « Le marché des biens symboliques ». *L'Année sociologique*, 22(3) : 49-126.

BOURDIEU Pierre (1994). « L'économie des biens symboliques ». Dans *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Paris : Le Seuil.

BOURDIEU Pierre (1977). « La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, 13 : 3-43.

BOURDIEU Pierre (1994). *Raisons pratique. Sur la théorie de l'action*. Paris : Le Seuil.

BOURDIEU Pierre (2000). *Les Structures sociales de l'économie*. Paris : Le Seuil.

BOURDIEU Pierre (2022). *L'Intérêt au désintéressement. Cours au Collège de France 1987-1989*. Paris : Le Seuil.

Rédaction en chef :

Cécile Barth-Rabot (Cessp-CSE / université Paris-Nanterre)

Jérémy Sinigaglia (Sage / IEP de Strasbourg)

Secrétariat de rédaction :

Lison Burlat (MSH Paris-Saclay)

Éditeur :

Université Paris Lumières



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

BOURELLY Martine (2010). « Cheffe de cuisine : le coût de la transgression ». *Cahiers du Genre*, 48(1) :127-148.

BILLAT-SAVARIN Jean Anthelme (1981[1825]). *Physiologie du goût*. Paris : Hermann.

COLLAS Thomas (2017). « L'émergence des pâtissiers de restaurant. Sociologie d'une segmentation professionnelle ». *Sociologie du travail*, 59(2).

COMORETTO Géraldine, LHUISSIER Anne & MAURICE Aurélie (2020). *Quand les cantines se mettent à table... Commensalité et identité sociale*. Dijon : Éducagri Éditions.

DUBET François (dir.) (2017). *Que manger ? Normes et pratiques alimentaires*. Paris, La Découverte.

FINE Gary Alan (1996). *Kitchens: the Culture of restaurant Work*. Oakland :University of California Press.

GRIGNON Claude & GRIGNON Christiane (1980). « Styles d'alimentation et goûts populaires ». *Revue française de sociologie* 21 : 531-569.

KAUFMANN Jean-Claude (2005). *Casseroles, amour et crises. Ce que cuisiner veut dire*. Paris : Armand Colin.

LAURIOUX Bruno (2005). *Une Histoire culinaire du Moyen-Âge*. Paris : Honoré Champion.

LAURIOUX Bruno & STENDEL Kilien (dir.) (2021). *Le Modèle culinaire français. Diffusion, adaptations, transformations, oppositions dans le monde (XVII-XXI^e siècles)*. Tours : PU François Rabelais.

OCEJO Richard E. (2017). « Introduction. A Stroll through the Market ». Dans *Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy*. Princeton : Princeton University : 1-22.

NAULIN Sidonie (2013). « Le repas gastronomique des Français : genèse d'un nouvel objet culturel ». *Sciences de la société*, 87 : 9-25.

NAULIN Sidonie (2020). « De quoi parlent les grands chefs ? Analyse de la programmation d'événements professionnels gastronomiques ». *Communication & Langages*, 206 : 67-83.

POULAIN Jean-Pierre (2013). *Sociologies de l'alimentation*. Paris : Presses universitaires de France.

POULAIN Jean-Pierre (2017). « Socio-anthropologie du "fait alimentaire" ou Food Studies. Les deux chemins d'une thématization scientifique ». *L'Année sociologique*, 67(1) : 23-46.

STENDEL Kilien (dir.) (2017). *Les Gestes culinaires, mise en scène de savoir-faire*. Paris : L'Harmattan, 2017.

THÉRY Aël (2015). « La cuisine française en Chine. Traduction, appropriation et assimilation d'une culture gustative ». *Politiques de communication*, 5(2) : 35-82.

VERDIER Yvonne (1979). *Façons de dire, façons de faire. La laveuse, la couturière, la cuisinière*. Paris : Gallimard.