



HAL
open science

Le lexique du goût en allemand, anglais et français

Sylvain Farge, Amélie Depierre

► **To cite this version:**

Sylvain Farge, Amélie Depierre. Le lexique du goût en allemand, anglais et français. 6ème Journée du Sensolier: Sensorialités et différences culturelles, Danièle DUBOIS; Agnès GIBOREAU, Oct 2008, Paris, France. hal-01916757

HAL Id: hal-01916757

<https://hal.science/hal-01916757>

Submitted on 8 Nov 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le lexique du goût en allemand, anglais et français : entre nature et culture

Le goût n'est pas seulement un sens déterminé par la biologie, qui serait donné préalablement à toute représentation. Le biologique constitue un substrat universel mais la conception même de cet objet est profondément ancrée dans la culture. C. Fischler, dans *L'omnivore* (1990), invoque la nécessité d'une approche qui ne renvoie pas dos à dos nature et culture, mais qui, au contraire, en montre l'imbrication.

Cette contribution se propose d'analyser les différents emplois du mot désignant le goût en allemand, anglais et français. Ces mots sont dans chaque langue polysémiques et le goût n'y est pas simplement vu comme un sens physiologique, le même mot pouvant aussi renvoyer non seulement à cette notion mais aussi, selon la langue, au sens esthétique, à une inclination ou encore à l'expérience d'un objet. L'objectif de cette étude est de déterminer ce qui est commun à chaque langue dans la conception du goût véhiculée par le substantif exprimant le sens physiologique dans un premier temps puis ce qui est spécifique à chaque langue. La question qui se pose est alors la suivante : la part commune aux différentes langues ne pourrait-elle pas relever du substrat physiologique universel et les spécificités de chaque langue, à leur tour, de la part relative à la culture.

Le corpus est constitué des substantifs suivants : *goût* pour le français, *Geschmack* pour l'allemand et *taste* pour l'anglais. Dans les trois langues, le substantif peut aussi bien renvoyer au sens physiologique du goût qu'à la qualité d'un objet perceptible par ledit sens ou bien le bon ou le mauvais goût en termes d'esthétique ou de morale. Comme nous le verrons plus loin, chaque langue dispose pour ces substantifs d'autres sens spécifiques. Nous nous attacherons tout d'abord à étudier ce qui est commun à chacune.

1. La part commune à chaque langue

Le premier point commun aux langues considérées ici tient au fait que, contrairement à ce que l'on observe pour l'olfaction et les autres sens, le mot qui désigne le sens du goût désigne également la qualité perçue : *le (sens du) goût* et *le goût d'un aliment*, *der Geschmack(ssinn)* et *der Geschmack einer Sache*, *the (sense of) taste* et *the taste of something*. Preuve que le rapport indissociable entre sujet et objet est central. Cette propriété lexicale, qui n'est pas, nous le verrons, le fruit du hasard, indique que la différence entre la qualité et la perception de cette qualité, par conséquent le rapport entre le sujet qui perçoit et l'objet perçu, est considérée comme minimale ou inexistante. Sujet percevant et qualité perçue apparaissent dans le domaine du goût comme indissolublement liés.

Au reste, chacune des langues étudiées dispose dans le domaine de l'odorat d'un hypéronyme désignant la qualité perceptible (*odeur*, *Geruch*, *odour*, ...) et des hyponymes renvoyant à la forme agréable (*parfum*, *fragrance* ; *Duft* ; *fragrance*, *scent*) ou désagréable (*puanteur*, *remugle* ; *Gestank*, *Mief* ; *stentch*, *stink*) de cette qualité. En revanche, à l'hypéronyme *goût* correspond au mieux un hypéronyme exprimant l'aspect positif de la qualité (*saveur* en français, *flavour* en anglais, *Schmackhaftigkeit* en allemand) mais aucun exprimant l'aspect

négatif¹. Parallèlement, l'absence de goût, en allemand, anglais ou français, n'est pas neutre, une simple absence, mais tend à être négative. Les adjectifs *tasteless* et *geschmacklos*, en anglais, resp. allemand, formés avec les suffixes privatifs *-less* et *-los*, ne désignent pas seulement l'absence de qualité gustative d'un aliment, mais aussi le mauvais goût d'une personne ou d'un objet, dans le domaine esthétique. De même, en français, *le dégoût* est étymologiquement le contraire du *goût* (Encore que le lien étymologique ne soit pas aujourd'hui nécessairement évident pour les locuteurs), comme l'anglais dispose de *distaste* pour exprimer un dégoût dans le domaine alimentaire. Ce caractère a priori positif du goût est aussi perceptible dans la polysémie des substantifs étudiés, qui s'appliquent aussi bien à la perception physique qu'à la perception morale ou esthétique, ce que l'on nomme le goût, bon ou mauvais. Une fois de plus, dire, dans les langues étudiées, qu'une personne a du goût revient à lui attribuer une qualité positive, une capacité de jugement esthétique. Au contraire, une personne qui n'a pas de goût n'est pas simplement incapable de juger ce qui est bon, son jugement, au-delà est mauvais, défectueux. L'application du même mot aux domaines physiologique et esthétique ou moral n'est pas innocent : selon le célèbre dicton « Dis-moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es² », la capacité à reconnaître l'aliment qui est bon pour soi est aussi une capacité à déterminer ce qui, esthétiquement, est positif, gratifiant, bénéfique. Enfin, le rapport établi par le dicton entre le mangeur et le mangé n'est pas sans rappeler le lien indissoluble entre sujet percevant et qualité perçue par lequel nous avons ouvert cet article.

Cette qualité a priori positive attribuée au goût peut s'expliquer de la manière suivante : contrairement à l'odeur, qui s'impose au sujet passif, bonne ou mauvaise, et qui peut être dénommée dans chaque cas par un substantif approprié, la perception gustative implique que le sujet porte l'aliment en bouche, ce que C. Fischler (1990) nomme très à propos *l'incorporation*. Cette incorporation est précédée d'un examen visuel, olfactif, éventuellement tactile de l'aliment, sans compter que les aliments incorporés sont généralement préparés selon une certaine cuisine. De ce fait, la langue porte témoignage du fait que, à l'intersection entre nature et culture, le goût est principalement positif.

Il y a toutefois plus, une propriété qui vaut pour les trois langues étudiées, quoique surtout pour le français : *avoir bon/ mauvais goût*³ s'applique aussi bien au goût d'un aliment qu'à la capacité de jugement esthétique d'une personne. Faut-il y voir une simple ambiguïté ou le signe d'une représentation cohérente ? Si l'on reprend le proverbe cité plus haut, on peut reconnaître dans cette apparente duplicité d'*avoir bon/ mauvais goût* une remarquable cohérence.

Pour aller plus loin dans cette explication de l'expression *avoir bon/ mauvais goût*, il est essentiel d'évoquer ce qu'ont montré les sociologues et anthropologues de l'alimentation (Farb et Armelagos, 1985, Fischler, 1990, Kaufmann, 2005) : l'alimentation humaine, dont dépendent le goût et sa conception, est fondatrice à la fois d'un lien social (le partage de la chair) et d'une identité sociale, collective (les communautés humaines se définissent par leurs préférences et tabous alimentaires ainsi que leurs cuisines). Le goût

¹ Même chose en arabe ou en chinois (Communication personnelle, Katia Zakharia, resp. Marie Laureillard)

² En allemand, avec un jeu de mot sur une homophonie : « Man ist, was man ißt » (ang. « You are what you eat. »)

³ Pour dire en anglais ou en allemand qu'un aliment a bon ou mauvais goût, on emploie de préférence *to taste good/bad*, resp. *gut/ schlecht schmecken* plutôt que *to have a good/bad taste*, resp. *einen guten/ schlechten Geschmack haben*, ce qui explique que l'analyse vaille tout particulièrement pour le français tout en étant valable pour les deux autres langues.

relève donc d'une expérience culturelle collective et éminemment liée à la cohésion sociale¹. Or, la question du bon ou du mauvais goût relève précisément de ce domaine. Avoir mauvais goût ou bien raconter une blague de mauvais goût, par exemple, revient à blesser les valeurs partagées par la communauté, à s'en extraire comme on le ferait en enfreignant un tabou alimentaire. Le goût, au sens physiologique aussi bien qu'esthétique, est la base même de l'identité individuelle au sein du collectif : les goûts en matière d'alimentation ou d'esthétique situent l'individu dans le groupe ou hors de lui, il y a isomorphie entre les goûts individuels et l'appartenance au groupe, lui-même défini par ses goûts. *Avoir bon goût*, pour un aliment, c'est être bénéfique pour un individu et correspondre à sa culture, pouvoir être ingéré par ce dernier. Pour un individu, c'est de la même façon se comporter d'une manière conforme aux valeurs partagées du groupe, pouvoir s'y intégrer, pour ne pas dire s'y incorporer. Et ce qui pouvait paraître dans un premier temps une ambiguïté langagière s'avère l'expression d'une conception plus profonde de l'alimentation et donc du goût. Cette conception est au moins commune aux représentations du goût dans les trois langues étudiées ici. Une étude de plus grande ampleur pourrait avec intérêt en tester la validité à plus grande échelle. Au-delà des points communs, toutefois, nos trois langues présentent des spécificités qu'il est maintenant nécessaire d'analyser de plus près.

2. La part spécifique à chaque langue

Dans la partie qui suit seront analysés les sens spécifiques des substantifs étudiés. Il s'agit, en tenant compte des explications données plus haut et valables pour les trois langues, de déterminer, pour chaque substantif, ce qui est commun à tous ses emplois, ce qui fonde sa cohérence. Nous désignerons cette structure, héritée de G. Guillaume (1964) et de J. Picoche (1986) par le terme de *signifié de puissance* (SP).

2. 1. Le cas du français

En français, *goût* peut renvoyer à une perception gustative, à un jugement esthétique ou à une inclination. On peut ainsi avoir le goût de la peinture ou de la littérature, du risque, si l'on savoure, littéralement, la vue d'un beau tableau, la lecture d'un bon livre ou encore le risque couru lors d'une entreprise dangereuse. De manière intéressante, on ne dira pas tant d'une personne qu'elle a le goût de la voiture. Si elle aime la course automobile, elle a le goût de la Formule 1, si elle aime les voitures comme objets, on dira d'elle qu'elle aime les voitures, non qu'elle en a le goût. De même, on peut aimer le fromage ou avoir le goût des fromages forts, par exemple, mais on n'a pas le goût du fromage. On a le goût du théâtre mais pas celui de la télévision. En somme, dans l'expression *avoir le goût de X*, X doit renvoyer à un objet dont la passion permet une distinction sociale. Aimer un tant soit peu les voitures ou le fromage (au moins comme usager ou consommateur) ne représente guère un critère distinctif, c'est presque un prérequis dans la société française. De même pour la télévision. En revanche, on se distingue plus par le goût du théâtre, du cinéma, de certains fromages particuliers, par exemple. *Le goût de/ pour X* renvoie ainsi à la distinction, à l'identité individuelle au sein du collectif, comme nous l'avons vu plus haut.

¹ C'est un nouveau contraste par rapport à l'odorat, qui est conçu comme relevant bien plus d'une expérience personnelle, de la sphère privée du sentiment et de l'intuition. En témoignent, en français, des expressions comme *ne pas pouvoir sentir quelqu'un, sentir une douleur, ne pas être en odeur de sainteté...*

À la lumière des informations collectées, nous pouvons proposer pour *goût* le SP suivant :

+Sujet	>	>	>	>	+ Sujet-Objet	>	>	>	>	+Objet	
+Inclination spécifique d'un individu				+Capacité de jugement esthétique				+Perception gustative		+Qualité perceptible gustativement	
<i>Le goût de/ pour X</i> (X : objet abstrait porteur de distinction sociale) Impossibilité d'employer des adjectifs comme <i>amer, léger...</i> Seulement adjectifs positifs : <i>prononcé, certain...</i>				Emploi contraint à certaines structures (<i>avoir du goût, bon/ mauvais goût, un X de bon goût/ de mauvais goût</i>). Pas d'expansion exprimant un domaine * <i>avoir le bon goût de la peinture</i> . Qualité d'une personne ou d'un objet				Le goût comme sens, pas d'expansion. Commute avec le <i>sens du goût</i> .		Le goût de X : X désigne un aliment. Possibilité d'adjectifs exprimant une qualité (<i>amer, étrange...</i>) ou un degré (<i>faible, léger, fort...</i>).	
Ex. <i>Le goût de la peinture/ du cinéma</i>				Ex. <i>Avoir bon goût en matière de décoration ; une tapisserie de bon goût</i>				Ex. <i>Le goût est l'un des cinq sens</i> .		Ex. : <i>Ce beurre a un fort goût de rance</i> .	

Faute de place, nous ne commenterons pas ce tableau et proposerons comme définition de *goût* : le goût de X (X désignant une personne, un aliment ou l'objet d'une inclination) est une propriété distinctive qui permet de définir le rapport de X à un groupe. Pour un aliment ou un objet classé sur des critères esthétiques, il s'agit des catégories du comestible et du non comestible, respectivement de l'élégant et du vulgaire, avec leurs nuances intermédiaires, pour une personne de l'appartenance plus ou moins reconnue à un groupe, une société... On observe qu'il n'y pas de séparation ferme dans le SP, entre le goût comme qualité gustative d'un aliment ou comme qualité d'une personne.

2. 2. Le cas de l'allemand

En allemand, le sémantisme de *Geschmack* est plus simple que celui de *goût* dans la mesure où les emplois se limitent à ceux que nous avons décrits comme communs aux quatre langues de cet article. En somme, donc, *Geschmack* renvoie soit au goût d'un aliment, soit au goût comme capacité de jugement esthétique. *Le goût du risque* se traduit par *la joie du risque (Risikofreude)*, *le goût de la peinture* par *l'intérêt pour la peinture (Interesse an der Malerei)*. Nous proposerons pour l'allemand le SP suivant :

+Sujet	>	>	>	>	+ Sujet-Objet	>	>	>	>	+Objet	
+Capacité de jugement esthétique				+Perception gustative				+Qualité perceptible gustativement			
Emploi contraint à certaines structures (<i>Geschmack haben, guten/ schlechten Geschmack haben, geschmackvoll/ geschmacklos</i>). Pas d'expansion exprimant un domaine * <i>den guten Geschmack</i> . Qualité d'une personne ou d'un objet.				Le goût comme sens, pas d'expansion. Commute avec <i>Geschmacksinn, le sens du goût</i> .				<i>Der Geschmack von X/ ein X-Geschmack</i> : X désigne un aliment. Possibilité d'adjectifs exprimant une qualité (<i>bitter, sonderbar...</i>) ou un degré (<i>leicht, schwach, kräftig...</i>).			
Ex. <i>Guten Geschmack für Kleidung haben ; eine geschmackvolle Tapete</i>				Ex. <i>Der Geschmack ist einer der fünf Sinne</i> .				Ex. <i>Diese Butter hat einen ranzigen Geschmack</i> .			

Ce qui est commun à ces emplois et explique que *Geschmack* ne soit pas employé pour exprimer une inclination, c'est la notion de réciprocité de la relation entre sujet et objet qui est particulièrement perceptible dans le verbe (Farge, 2006) : ce dernier est réversible en allemand, comme en anglais, ce qui signifie qu'il peut aussi bien renvoyer au fait d'avoir un goût pour un aliment que de goûter quelque chose pour un sujet. Sans refaire l'analyse, nous retenons que la notion de goût, en allemand, est très clairement perçue comme l'expérience d'un sujet au moment où il goûte quelque chose alors qu'en français, le goût est plutôt considéré comme une propriété d'un objet recueillie par un sujet. L'essentiel, en allemand, tient à l'impression laissée par l'expérience gustative au moment de sa réalisation. Cela explique que l'allemand puisse créer un nombre quasi illimité d'adjectifs complexes de goût mais ne les lexicalise pas (*apflüg, qui a un goût de pomme, gemüsig, qui a le goût des légumes...*), contrairement au français, qui en a moins mais les lexicalise

(car tout adjectif de goût, comme *framboisé*, *anisé*... renvoie à une propriété intrinsèque, stable, du monde)¹ : l'allemand s'intéresse à exprimer le goût comme expérience instantanée, le français comme propriété stable et objectivement reconnaissable d'un sujet ou d'un objet. Or, les signifiés adoptés en contexte par *Geschmack* renvoient précisément toujours à un goût dans sa réalisation, à une relation entre un sujet et un objet, que cette relation soit d'ordre physiologique ou esthétique, que son support soit un sujet ou un objet.

Nous retiendrons ainsi pour l'allemand la définition suivante de *Geschmack*, adaptée de la précédente : *der Geschmack von X* (X désignant une personne ou un aliment) est une relation vue dans son effectuation entre un sujet et un objet par laquelle le sujet définit le rapport de X à un groupe. Pour un aliment ou un objet classé sur des critères esthétiques, il s'agit des catégories du comestible et du non comestible, respectivement de l'élégant et du vulgaire, avec leurs nuances intermédiaires. Pas plus qu'en français, la relation n'est imperméable entre sujet et objet. Fait que nous retrouverons dans la langue anglaise, proche, dans ce cadre, de l'allemand.

2. 2. Le cas de l'anglais

En anglais, les emplois de *taste* recouvrent ceux du français, puisque *taste* renvoie aussi bien au sens du goût qu'au goût d'un aliment, au goût en matière d'esthétique et de morale mais aussi à une inclination (*a taste for adventure*, *le goût de l'aventure*). Deux autres emplois, spécifiques, sont ceux qui renvoient, respectivement, à une première expérience dans un domaine abstrait (théâtre, défaite...) ou à une quantité de nourriture ou de boisson en vue d'un essai gustatif. Le dernier emploi, obsolète, et que nous ne considérerons donc pas ici, exprime la notion d'essai, de tentative (que l'on exprime plutôt en anglais moderne par *test* ou *trial*). Cela dit, comme le montre le tableau ci-dessous, *taste* présente un SP particulier, au fond assez éloigné de celui de *goût* en français malgré les apparences :

+Sujet (potentialité)	>	>	>	>	+Sujet-Objet (Effectuation)	>	>	>	>	>	+Objet (Potentialité)
+Inclination d'un individu		+Capacité de juge ^t esthétique		+Expérience initiatique		+Perception gustative		+Qlté perçue par le goût		+Petite quantité de qch.	
Préposition : <i>for</i> Adj. possessif possible		Prép. <i>in</i> Adj. possessif possible		Prép. <i>of</i> exprimant l'objet perçu. Adj. Possessif possible pour l'expérience, pas pour la perception.				Pas d'expansion		Préposition <i>of</i> à valeur partitive Possibilité d'emploi avec un impératif	
		<i>Tasteless</i> : absence d'expérience gustative, esthétique ou d'intérêt de qch. (dernier emploi spécifique à l'anglais)									
Ex. <i>He has a real taste for adventure.</i>		Ex. <i>This man has no good taste.</i>		Ex. <i>This was his first real taste of theatre.</i>		Ex. <i>The bitter taste of salt.</i>		Ex. <i>Taste is one of the five senses.</i>		Ex. <i>Have a taste of this drink.</i>	

Nous observons que l'ensemble des signifiés peut être réuni sous la notion d'expérience potentielle ou effective permettant l'accès à une connaissance ou une sensation. La notion de potentialité ou d'effectuation est certes présente en français ou en allemand mais elle y est moins importante. En anglais, l'essentiel réside dans l'idée d'essai (encore que le signifié exprimant la notion de tentative soit obsolète) et de connaissance acquise par l'essai, ce qui est particulièrement clair dans les emplois spécifiques à l'anglais (expérience initiatique et petite quantité de qch.). Ceci ressort aussi du fait que *tasteless*, avec *-less* comme suffixe privatif, exprime l'absence d'accès à une connaissance ou sensation dans le cas de la perception

¹ S. Farge, communication tenue à Leuven à l'ICLC5 (Juillet 2008). Publication prévue.

gustative ou initiatique : l'accès à la connaissance par l'essai est donc central dans la conception anglophone du goût.

Nous proposerons donc pour *taste* la définition suivante : expérience potentielle ou effective relevant d'une tentative, d'un essai ou échantillon, qui donne accès à une sensation ou une connaissance qui dépasse la seule détermination de la qualité perçue, avec un jugement sur le caractère positif ou négatif de l'expérience. Nous concluons ce point en remarquant que ce signifié de puissance de *taste* semble refléter l'importance de l'expérience et du pragmatisme dans les cultures anglophones. Les Anglais ne sont-ils pas en philosophie les thuriféraires de l'expérimentalisme (Bacon, Locke, Berkeley...) ?

3. Conclusion : définir le goût, au carrefour entre le physiologique et le culturel

Les trois langues étudiées, bien que particulièrement proches et appartenant à la même famille indoeuropéenne, s'avèrent relativement différentes dans leur manière de concevoir le goût. Pour une part, qui peut s'expliquer par une description élémentaire de la physiologie du goût, elles présentent des points communs. Pour d'autres aspects, elles sont sensiblement différentes et guidées par les structures linguistiques, voire par des différences plus directement culturelles. L'intrication des différents critères culturels, linguistiques et physiologiques témoigne de la nécessité d'une étroite collaboration de spécialistes des différents domaines, seul moyen de cerner avec quelque exactitude les différentes facettes de cet objet complexe qu'est le goût.

En outre, le travail entre linguistes et sociologues ou anthropologues, par exemple, pourrait permettre de vérifier si les définitions établies par l'analyse linguistique ont une validité au-delà de la linguistique, sur la manière dont les objets exprimés en langue sont conçus par les locuteurs. Ainsi, on peut penser que la définition du goût comme propriété inhérente à un objet et recueillie par un objet est révélatrice du cartésianisme français, la notion d'expérimentation de l'expérimentalisme anglais ou celle d'expérience vécue par le sujet de l'idéalisme allemand. Pour approfondir cette hypothèse, il serait au moins nécessaire d'étudier l'expression des autres sens dans les langues concernées. Pour l'allemand, dans un premier temps, les conclusions tirées pour le goût sont les mêmes que celles auxquelles mène une étude du lexique de la vision (Farge, 2004). Si cette correspondance entre le sémantisme du lexique des sens et des aspects plus généraux de cultures auxquelles sont attachées les langues concernées devait par la suite se confirmer, cela renforcerait au moins pour partie l'hypothèse du relativisme culturel, selon laquelle les structures linguistiques influent et même sous-tendent les structures cognitives (B. L. Whorf, 1969).

Bibliographie

- FARB, P., ARMELAGOS, G., 1985, Anthropologie des coutumes alimentaires, Ed. Denoël, Paris.
- FARGE, S., 2004 (Non publiée), Le lexique des verbes d'expérience visuelle en allemand, Thèse de doctorat nouveau régime, Université Paul Valéry Montpellier 3.
- FARGE, S., 2007, « Une comparaison entre les lexiques français et allemand du goût ». In Beltrán-Vidal, D., Gautier, L. (Dir.), Les mots de la santé II, Affaires de goût (à paraître)
- FISCHLER, C., 1990, L'Homnivore, Le goût, la cuisine et le corps, Ed. Odile Jacob, Paris.

- GUILLAUME, G., 1964, Langage et sciences du langage, Ed. Nizet, Presses de l'Université Laval, Paris, Québec.
- KAUFMANN, J.-C., 2005, Casseroles, amours et crise, ce que cuisiner veut dire, Ed. Armand Jacob, Paris.
- PICOCHÉ, J., 1986, Structures lexicales de la langue française, Ed. Nathan, Paris.
- WHORF, B.-L., 1969, Linguistique et anthropologie (Traduit de l'anglais par C. Carme), Ed. Denoël, Paris.