

Revue

Livres  
et actes

Thèses

Documents  
et données

[Mots recherchés] >  
Recherche détaillée

À propos de cette revue [Numéros disponibles](#) [Index des auteurs](#) [Numéros thématiques](#) [Recherche dans cette revue](#)

Quizine: The Journal of Canadian

Année Volume Numéro Page

>

[Sommaire du numéro](#)

**Texte intégral**

[Résumé](#)

[Plan de l'article](#)

[Liste des figures](#)

[Notes biographiques](#)

Institution :

Usager en libre accès

## Quizine: The Journal of Canadian Food Cultures / Quizine : revue des cultures culinaires au Canada



Volume 7, numéro 1, 2016

Direction : Renée Desjardins (editor-in-chief)

Éditeur : McGill University Library

ISSN : 1918-5480 (numérique)

DOI : 10.7202/1037391ar

[< Précédent](#)

[Suivant >](#)

### Article

## Ce cuisinomane, il est fou, dis !? – Opinions sur un néologisme et anticipation de son implantation dans l'usage

[Elizabeth C. Saint](#)

### Résumé

L'innovation et les nouvelles tendances que connaît le milieu culinaire donnent naissance à de nouveaux concepts, comme c'est le cas de *foodie*, en anglais. Au Québec, où la Charte de la langue française a fait du français la seule langue officielle de la province, l'Office québécois de la langue française a récemment proposé « cuisinomane » pour remplacer ce terme étranger. La présente étude, qui contribue à une meilleure compréhension des facteurs qui favorisent ou non l'implantation des termes dans l'usage linguistique, relève sur Twitter les opinions initiales des utilisateurs du réseau social au sujet du terme « cuisinomane ». Les résultats révèlent que les discours sur les termes auraient lieu sur une courte période après leur publication et comportent des indices qui éclairent sur les raisons de leur acceptation ou de leur rejet. En outre, les sentiments négatifs envers « cuisinomane » l'emportent sur les positifs, mais les raisons de ces sentiments diffèrent selon la langue dans laquelle les locuteurs s'expriment. Finalement, les sentiments positifs sont généralement associés à un désir de voir *foodie* remplacé par un autre terme.

### Abstract

Innovations and new trends associated with the culinary world have led to the creation of new concepts, such as "foodie", in English. In Quebec, where linguistic policy has made French the only official language in the province, the *Office québécois de la langue française* recently proposed *cuisinomane* to replace this borrowed word. This case study contributes to a better understanding of the factors that help or hinder the implantation of terms in language use by extracting initial opinions expressed by *Twitter* users regarding the term *cuisinomane*. The results show that discussion pertaining to these terms seems to occur over a very short period of time and also reveals indicators that have influenced speakers' acceptance or rejection of these terms. While the general reception of *cuisinomane* was more negative than positive, the reasons differ based on the language in which the tweets were published. Finally, positive reception was generally linked with the desire to see "foodie" replaced by another term.

### Introduction

<sup>1</sup> Créé en 1961 pour veiller à la correction et à l'enrichissement de la langue parlée et écrite au Québec, l'Office québécois de la langue française (l'Office) a vu son rôle s'élargir au fil des ans. Le grand public le connaît essentiellement pour son action qui vise à faire respecter la politique linguistique au Québec et par laquelle il répond aux plaintes du public en faisant un suivi avec l'entreprise concernée et en requérant, le cas échéant, que des modifications se fassent dans le respect de la Charte de la langue française. En effet, certaines interventions sont médiatisées au point de se voir attribuées des noms tels que *le spoongate* <sup>[1]</sup>, *le Facebookgate* <sup>[2]</sup> ou le tristement célèbre *pastagate* qui a mené à la démission de la présidente-directrice générale de l'Office <sup>[3]</sup>.

- 2 Toutefois, on s'intéressera ici au rôle moins publicisé d'aménageur linguistique que joue l'Office et qui l'amène à proposer des équivalents aux nombreux termes et expressions étrangers qui font leur apparition dans l'usage, tels que les *selfie*, *hashtag*, *binge watching* et autres nouveaux concepts. Notre étude s'inscrit dans la lignée des recherches qui analysent l'impact des efforts mis en oeuvre pour influencer l'usage linguistique au Québec et identifient les facteurs qui aident ou nuisent à l'implantation des nouveaux termes. Nous observerons les opinions initiales qu'ont les locuteurs des termes et les sentiments qu'ils expriment dès qu'ils prennent connaissance de la proposition terminologique. En effet, nous partons de l'hypothèse que le discours autour des termes a lieu en début de parcours et se transforme, dans la durée, soit en leur usage, soit en leur rejet. La question devient alors de savoir si l'étude des discours initiaux sur les termes permet de repérer des indices qui prédisent leur succès ou leur échec à long terme. Pour y répondre, et puisque le domaine de la cuisine et de l'alimentation se répand largement dans la culture populaire à l'aide des émissions télévisées, chefs cuisiniers vedettes, blogues culinaires et autres photos d'art et d'assiettes, nous nous pencherons sur la récente proposition « cuisinomane » (équivalent de *foodie*) et sa réception sur Twitter. Cette étude sera précédée d'une rapide présentation de l'aménagement linguistique québécois, des facteurs connus de l'implantation terminologique et des termes « *foodie* » et « cuisinomane ».

## L'aménagement linguistique au Québec

- 3 Parmi ses divers rôles, l'Office joue celui d'aménageur linguistique au Québec, c'est-à-dire qu'il cherche à orienter l'usage linguistique dans la province. Cette fonction le porte à effectuer des travaux de lexicologie et de terminologie, ainsi qu'à proposer des solutions de rechange pour les mots étrangers, notamment les anglicismes<sup>[4]</sup>. Constatant qu'à peine 30 % des recommandations officialisées réussissaient à s'implanter dans l'usage<sup>[5]</sup>, l'Office a adopté en 2001 et mis à jour en 2004 une politique d'officialisation linguistique qui « témoigne d'un souci accru de l'implantation terminologique et d'appropriation de la langue française par l'ensemble de la population »<sup>[6]</sup>. C'est pourquoi, plus qu'il n e *normalise* et ne *recommande*<sup>[7]</sup>, l'Office *propose* ses décisions linguistiques et les rend visibles en les publiant dans le *Grand dictionnaire terminologique* (GDT), sa banque de données terminologiques en ligne (<http://www.granddictionnaire.com/>). En assouplissant ses modes d'intervention et en offrant ses propositions sur une plateforme modifiable aussi fréquemment que nécessaire, l'Office cherche à répondre rapidement aux besoins linguistiques des locuteurs et à offrir un dictionnaire qui soit le reflet des évolutions de la langue française au Québec<sup>[8]</sup>. Cependant, tout aménagement linguistique planifié dépend de l'adhésion des locuteurs aux termes qui leur sont proposés, puisque ce sont eux qui décident ou non d'utiliser la langue que le pouvoir public cherche à implanter<sup>[9]</sup> <sup>[10]</sup>. Il devient alors primordial de connaître, de comprendre et de composer avec les divers facteurs qui influencent leurs choix.

## Facteurs connus de l'implantation des termes

- 4 Depuis la fin des années 70, plusieurs études de l'implantation terminologique, au Québec et ailleurs, ont contribué à révéler les facteurs terminologiques, procéduraux et sociaux qui auraient le potentiel de favoriser l'implantation des termes dans l'usage. Ainsi, pour les facteurs intrinsèques, les recherches semblent s'accorder sur le fait que les termes simples et brefs, qui plaisent phonétiquement et graphiquement, qui n'ont pas (trop) de concurrents et à partir desquels on peut créer des dérivés auraient de meilleures chances de s'implanter<sup>[11]</sup> <sup>[12]</sup>. Dans la catégorie des facteurs procéduraux, il est estimé qu'une proposition livrée dès que le besoin se fait sentir, à laquelle auront participé ses utilisateurs potentiels et qui est reprise par les ouvrages de lexicographie générale amènerait les locuteurs à y être plus réceptifs<sup>[13]</sup>. Les facteurs sociaux de l'implantation terminologique demeurent les plus méconnus de la recherche dans le domaine. Quelques études à visée sociolinguistique ont toutefois révélé des tendances intéressantes. Ainsi, les locuteurs accorderaient plus d'importance à la valeur symbolique sociale du mot qu'à sa structure formelle, adopteraient plus aisément les nouveautés lexicales qui leur proviennent de personnes à l'intérieur de leur groupe social ou emploieraient les

termes qui sont acceptables dans certains contextes de communication<sup>[14]</sup>. En outre, les désignations jugées ou comprises comme étant péjoratives ou envers lesquelles les locuteurs ont une attitude négative sont généralement moins bien accueillies<sup>[15]</sup>. Ces facteurs indiquent combien il est nécessaire de prendre en compte « le sentiment terminologique des locuteurs dans les propositions de nouvelles terminologies, de sorte qu'elles soient acceptées d'emblée, puis éventuellement adoptées et intégrées dans l'usage »<sup>[16]</sup>. Notre étude, nous l'avons dit, s'inscrit dans le cadre des recherches sur les facteurs d'implantation des termes et tente de jeter un pont entre les travaux sur les corpus écrits et les plus rares analyses de corpus oraux<sup>[17]</sup>. En effet, bien que le corpus oral « représente un matériau d'observation et d'analyse privilégié de nombreux indices d'implantation terminologique et, surtout, en ce qu'il donne accès aux sentiments des locuteurs par rapport aux formes proposées »<sup>[18]</sup>, il reste relativement peu exploré dans le cadre des études d'implantation et nous n'en connaissons aucune qui se soit appuyée sur l'usage oral en contexte de communication non contrôlée. Pour contribuer à combler ce manque, notre attention s'est tournée vers la plateforme de micromessagerie Twitter qui permet des interactions en temps réel par l'utilisation de 140 caractères. Par son mode de communication synchrone, elle donne une place à des micromessages aux caractéristiques proches du discours oral tout en laissant une trace écrite des interactions et se présente, donc, comme une ressource idéale pour commencer à cerner les discours et l'usage spontanés des utilisateurs. En partant de l'hypothèse que l'opinion que les locuteurs ont d'un néologisme s'exprime au moment où ils en prennent connaissance, notre étude se concentre sur les micromessages publiés sur Twitter dans les premiers mois suivant la publication de la proposition « cuisinomane » par l'Office. Nos questions de recherche sont les suivantes : 1) l'analyse d'un corpus de communications spontanées au sujet de la proposition de l'Office permet-elle de vérifier les facteurs connus d'implantation terminologique ? 2) Qu'est-ce que l'analyse des premiers discours sur le néologisme apporte de plus à la compréhension des motifs d'adoption ou de rejet des termes ?

## Foodie et cuisinomane

- 5 Le néologisme « cuisinomane » a été proposé par l'Office pour remplacer le terme anglais *foodie*. On attribue l'origine de *foodie* à un article paru dans le magazine *Harpers and Queen* en août 1982 et intitulé « *Cuisine Poseur* »<sup>[19]</sup>, mais ce serait l'ouvrage de Ann Barr et Paul Levy, *The Official Foodie Handbook*, paru en 1984, qui l'aurait fait connaître au grand public<sup>[20] [21] [22]</sup>. La définition qu'en donnaient alors les auteurs était la suivante :

A Foodie is a person who is very very very interested in food. Foodies are the ones talking about food in any gathering – salivating over restaurants, recipes, radicchio. They don't think they are being trivial – Foodies consider food to be an art, on a level with painting or drama.<sup>[23]</sup>

- 6 Plus récemment, Josée Johnston et Shyon Baumann<sup>[24]</sup> lui ajoutaient une dimension publique et médiatisée :

foodies are people with a serious interest in eating and learning about food, but who are not food professionals. Foodies pursue their hobby in their kitchens, but also in the public realm through restaurants, farmer's markets, as well as a media landscape populated with food sources ranging from televised celebrity chef throwdowns to highly personal food blogs to a multitude of food-related bestsellers.

- 7 Plus démocratique que les pompeux « gourmet »<sup>[25]</sup> et « épicurien », *foodie* n'est toutefois pas sans contenir une connotation négative en raison même de son côté plébéien<sup>[26]</sup>. D'ailleurs, en s'étant taillé une place dans la fameuse liste de la *Lake Superior State University* sur les mots à bannir de la langue anglaise<sup>[27]</sup> en 2015, *foodie* montre bien l'ambivalence des sentiments qu'il provoque chez les anglophones. L'ambiguïté du concept rend la traduction de sa dénomination complexe et entraînerait certains traducteurs à préférer la transposition du sens au sein d'expressions telles que « ceux et celles qui raffolent des livres de cuisine », « amateurs de bonne bouffe », ou encore « amateurs de cuisine »<sup>[28]</sup>. Privilégiant la brièveté qui contribue à l'implantation des termes, l'Office a opté pour l'équivalent « cuisinomane » (Figure 1), composé de « cuisine » (avec tous les sens que ce mot englobe) et du suffixe d'origine grecque *-mane* (de *mania*, « folie »).

Figure 1



Fiche du GDT pour le terme « cuisinomane » à la date du 2 juin 2016

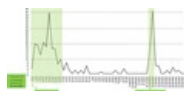
[Image pleine grandeur](#)

- 8 *Le Larousse* décrit la manie comme « une habitude bizarre qui provoque la moquerie ou l'irritation », « un goût excessif, déraisonnable pour quelque chose, une idée fixe, une obsession » ou finalement, « un état d'excitation pathologique caractérisé par l'agitation, l'exaltation de l'humeur, l'accélération désordonnée de la pensée » [29]. Si les détracteurs des *foodies* pourraient se satisfaire de ces définitions, ce n'est pas la manière dont l'Office justifie son choix. Pour lui, le suffixe *-mane* signifie « qui a la passion de » à l'image du terme « mélomane ».

## Description du corpus et de la méthodologie

- 9 Avant de décrire le corpus, il est utile de définir ce que nous entendons par « opinion », « attitude » ou « sentiment » et pour cela, nous nous baserons sur la définition qu'en donnent Russell Brooker et Todd Schaefer [30]. Selon eux, les attitudes et les sentiments correspondent aux préférences (neutres, favorables, défavorables ou indécises) d'une personne envers quelque chose et elles ne deviennent des opinions qu'à partir du moment où la personne les exprime d'une manière ou d'une autre. C'est donc ainsi que seront considérées les opinions présentes dans les micromessages de notre corpus et les termes « attitude » et « sentiment » seront employés indifféremment pour renvoyer aux préférences que ces opinions expriment.
- 10 Notre corpus se compose de 330 micromessages publiés sur Twitter et mentionnant la proposition de l'Office [31], depuis la date de la première apparition de « cuisinomane » sur le réseau social, le 6 mai 2015, jusqu'au 31 décembre 2015, fin de notre collecte de données. La majorité des micromessages sont en anglais (169 messages, soit 51 % du corpus) ou en français (137 messages, soit 41 % du corpus) et proviennent d'utilisateurs basés au Canada (224 messages, soit 67,9 % du corpus) ou aux États-Unis (50 messages, soit 15,2 % du corpus) [32]. À l'aide des informations biographiques indiquées par les utilisateurs sur Twitter, le profil professionnel de 72 % du corpus a pu être identifié et a révélé une forte présence de la presse [33] sur le média social (31 % des micromessages publiés).
- 11 Les publications se concentrent autour de deux périodes formant deux pics d'activité (Figure 2) :
- le premier, allant du 6 au 16 mai 2015 (186 micromessages), confirme l'hypothèse que les discours autour des termes ont effectivement lieu très tôt après leur publication mais disparaissent rapidement pour donner lieu ou non à leur usage;
  - le second, localisé sur les 15 et 16 décembre 2015 (58 micromessages), fait suite à un article de *New York Times* présentant les nouveaux mots culinaires à la mode et dans lequel figure le terme « cuisinomane » [34]. La concentration de micromessages à cette période est indicatrice de l'influence que jouent les médias sur l'usage linguistique et du fait qu'ils « peuvent (...) être les meilleurs alliés... comme les pires ennemis d'organismes comme l'Office » [35].

Figure 2



Nombre total des micromessages publiés en anglais ou en français entre le 6 mai 2015 et le 31 décembre 2015 [36]

[Image pleine grandeur](#)

- 12 Pour l'analyse, seuls les messages en anglais ou en français et exprimant une préférence personnelle de l'internaute ont été retenus [37]. Le corpus final se compose de 278 micromessages (69 % du corpus original), dont 153 ou 67 % en anglais et 125 ou 55 % en français. L'étude des opinions terminologiques n'ayant, à notre connaissance, jamais été menée sur un tel corpus, nous avons opté pour une approche de codage ouvert (*open coding*) [38] propre aux principes méthodologiques de la théorisation enracinée ou la théorie ancrée (*grounded theory*) [39]. Ainsi, le logiciel d'analyse de données qualitative MAXQDA a été

utilisé pour traiter manuellement le contenu des micromessages et en faire ressortir les opinions des utilisateurs de Twitter selon six catégories (Figure 3).

Figure 3



Répartition des sentiments exprimés dans le corpus entre le 6 mai et le 31 décembre 2015

[Image pleine grandeur](#)

## Résultats et discussion

### ■ Les opinions neutres ou non identifiées

- 13 Les opinions neutres, objectives ou ambiguës correspondent à 12 % du corpus (Figure 3). Dans ces messages, les internautes s'expriment sur la proposition de l'Office sans laisser transparaître de sentiments à son égard (voir les micromessages T147 et T177 ci-dessous), ou leur texte ne permet pas d'identifier clairement le sentiment exprimé (T318)<sup>[40]</sup>. En raison du taux de neutralité assez faible, on peut s'attendre à ce que le corpus donne lieu à une variété d'opinions, signe que la terminologie proposée ne laisse pas les gens qui en parlent indifférents :

T147	Le terme « cuisinomane » devrait dorénavant remplacer foodie, selon @OQLF [...]
T177	Cuisinomane" -- French for "foodie" [URL]
T318	Wow-- so I'm a #climatarian #cuisinomane, according to the NYT. [URL] Thanks [Utilisateur] for sharing!

### ■ Les opinions sur la proposition « cuisinomane » et sur le terme *foodie*

- 14 Près du quart (24 %) du corpus révèle des opinions positives sur « cuisinomane » (Figure 3), avec des attitudes en faveur du terme ou tout simplement un usage du terme dans les micromessages, signe de l'adhésion de leur auteur à la nouvelle terminologie (T019, T187, T192, T242).

T019	Moi j'adore! #cuisinomane #oqlf
T187	My #Saturday morning all before 8:30 AM #cooking #kitchen #brine #smokedfood #bbq #foodie #cuisinomane
T192	"cuisinomane". I like it.
T242	Réveillez le cuisinomane en vous et allez visiter le rassemblement [...]

- 15 Plus du tiers du corpus (36 %) consiste en des opinions négatives à l'égard du nouveau terme, exprimées majoritairement par des francophones (Figure 4), les premiers locuteurs visés par les propositions de l'Office.

Figure 4



Répartition des sentiments exprimés en anglais ou en français dans le corpus entre le 6 mai et le 31 décembre 2015

[Image pleine grandeur](#)

- 16 Ils font part de leur surprise et de leur étonnement (T015, T158), évaluent la proposition (T149) ou suggèrent d'autres termes en remplacement de « cuisinomane » (T209) :

T015	Quand l'OQLF se prend pour [Utilisateur] [URL] Cuisinomane !?!?! WTF!
T149	Foodie = cuisinomane ? Fait un peu trop savant.
T158	« Cuisinomane »? Pour vrai, l'OLF?... #foodie
T209	Entendu à Radio-Canada pour remplacer « cuisinomane » : « gastronaute ». Un peu long, mais piste intéressante! #foodie

- 17 Ces sentiments sont caractéristiques de ceux que rencontre toute innovation, du

fait qu'elle « vient mettre en doute les habitudes ou les comportements traditionnels »<sup>[41]</sup> de l'individu, crée de l'incertitude et l'amène à rechercher une sorte d'appui chez ses pairs, ici la communauté (francophone) sur Twitter. Cela correspondrait, selon la théorie de la diffusion sociale des innovations<sup>[42]</sup>, à la première étape de l'implantation où, après avoir pris connaissance du terme, le locuteur émet des opinions positives ou négatives à son encontre. Avec le temps, il prendra la décision d'adopter ou de rejeter le terme, mettra sa décision en branle, puis la révisera au besoin<sup>[43]</sup>.

- 18 Certains micromessages font ressortir quelques raisons aux sentiments négatifs que suscite le nouveau terme, comme sa longueur comparée au dissyllabique *foodie*, son insuffisance définitionnelle (T035) ou son aspect genré (T073).

T035 [Utilisateur] Le terme "Foodie" devrait inclure les boissons — ainsi se définissent les "foodies". Or, « cusinomane » les exclut. [...]

T137 [Utilisateur] n'oublions pas la cuisinowomane [...]

- 19 Près de 10 % du corpus fait aussi état de l'aspect connoté du terme qui, pour certains utilisateurs, comporte la notion de maladie ou pathologie (T021, T053, T084) et pour d'autres, celle de super-héros (T086, T134) ou de designer (T016) :

T016 [...] on dirait qqn qui design des cuisines pas qqn qui est fou de la bouffe! [...]

T021 [Utilisateur] #cusinomane ou l'art de foutre ta cuisine en feu!?

T053 [Utilisateur] ça sonne comme une déviance!

T084 [...] #cusinomane sounds like a pathological condition

T086 #cusinomane sounds like the name of some lame superhero who wears a chef hat

T134 Forget the cape, Cuisinoman wears an apron!

- 20 Les connotations ressenties par les utilisateurs de Twitter proviennent pour beaucoup de la sonorité du terme, provoquée par le suffixe /man/. D'un côté, on relève la connotation pathologique évoquée ci-dessus et de l'autre, en raison de l'influence de l'anglais, la proposition devient soit sexiste en excluant les *foodies* d'un autre genre, soit fictive en sollicitant des personnages aux pouvoirs surhumains.

- 21 Pour leur part, les opinions positives envers « cusinomane » sont majoritairement exprimées en anglais (Figure 4) et il est intéressant de noter que l'expression d'un sentiment négatif à l'égard du terme *foodie* accompagne 29 % de ces micromessages (soit 14 des 48 micromessages exprimant un sentiment positif en anglais) :

T081 Please don't call me a "foodie," rather I prefer the term "cusinomane." [...]

T146 Way better than f..ing #foodie! #Cusinomane

T205 [...] I must confess-- I like #cusinomane better than #foodie

T262 Banished! Move over "Foodie"... Hello "Cusinomane!" #endoftheroad [URL]

- 22 Pour cette portion d'utilisateurs, la proposition de l'Office se présente donc comme une solution de rechange « anglophone » à un terme qui irrite.

- 23 Ces réactions confirment à quel point il est faux de penser que la terminologie est mate, exempte de connotation, de résonance ou d'implication culturelle, car « [l]e culturel se révèle partout dans la langue, dans les terminologies comme ailleurs »<sup>[44]</sup>. Les opinions qu'ont les locuteurs d'un terme se forment en fonction de leur culture, de leur langue, de leur vie sociale, de leur localisation géographique et influenceront, d'un côté, leur attitude vis-à-vis de ce terme et, de l'autre, leur choix de l'intégrer ou non à leur propre lexique. On voit donc combien « [l]a diffusion des terminologies gagne[rait] (...) à se conjuguer avec certaines considérations d'ordre épilinguistique, lesquelles doivent être prises en compte par les organismes mêmes qui proposent ces termes »<sup>[45]</sup>.

## ■ Les opinions sur l'Office et sur la francisation

- 24 Le travail de l'Office et son action envers les anglicismes sont l'objet de 21 % des opinions exprimées dans le corpus, où les sentiments négatifs y sont quatre

fois plus élevés que les sentiments positifs (Figure 3). Provenant à 81 % du Canada, ces attitudes diffèrent aussi nettement selon la langue dans laquelle elles sont exprimées (Figure 4). En effet, huit fois plus de micromessages négatifs (38 au total) que positifs (5 au total) sont exprimés en anglais, alors qu'en français l'écart est moindre : les micromessages négatifs sont environ deux fois plus nombreux que ceux positifs (19 contre 8 au total). Alors que les opinions positives font principalement référence au besoin de protéger le français et à celui de remplacer le terme *foodie*, les discours négatifs touchent à l'existence ou au rôle de l'Office (T076), critiquent son « imposition » de nouveaux termes (T101) ou son gaspillage des fonds publics (T011), lui reprochent ses choix terminologiques (T025) et le fait que, par son travail, il ridiculise les locuteurs québécois/canadiens (T048).

T011	Dans la catégorie: on gaspille nos taxes. L'OQLF frappe encore. [...]
T025	L'office de la langue française à tranché! Nous ne sommes plus des "foodies" mais des "cuisinomanes" o_O Ridicule! [URL]
T048	OQLF ou comment ridiculiser le Qc aux yeux du reste du monde [...]
T076	[Utilisateur] I'm opposed to the idea that there are language cops in the first place.
T101	ICYMI Quebec language watchdog orders 'foodie' cut from provincial lexicon. Replaces w/ this: [URL]

- 25 Ces résultats corroborent ceux révélés par de récentes recherches sur les idéologies linguistiques présentes dans les articles de presse sur le *pastagate*, ainsi que dans les commentaires de lecteurs et d'utilisateurs de Twitter sur ces articles. Ces études indiquent qu'au Canada les discours des anglophones tendent à être négatifs envers l'Office, à insister sur l'inutilité de son action et sur les « *themes of control, negativity, international contexts and business* » [46], où le Québec et sa politique linguistique se trouvent marginalisés puisque trop protectionnistes. À l'inverse, les francophones, tout en révélant aussi une attitude négative à l'encontre de l'Office, s'expriment sur le besoin de changements/révisions nécessaires dans les procédures visant à protéger la langue française, sur l'embarras dans lequel les actions de l'Office les ont placés et sur le gaspillage des fonds publics [47].

## Conclusion

- 26 Bien que notre corpus ne se limite qu'à Twitter et soit trop petit pour en tirer des conclusions qui pourraient s'appliquer à l'ensemble des locuteurs québécois, nos résultats suggèrent que, malgré sa relative brièveté formelle, le terme « cuisinomane » ne ferait pas l'unanimité à l'oreille des francophones et évoquerait, chez eux, une image négative (pathologie) ou risible (super-héros). Cela vient appuyer les conclusions de certaines enquêtes de l'implantation terminologique existantes où il avait été possible de vérifier que la représentation négative ou connotée que se font les locuteurs d'un terme, de par sa sonorité ou non, représentait un facteur ralentissant son adoption. Notre corpus révèle, en outre, un certain nombre d'attitudes ambivalentes, et majoritairement négatives, vis-à-vis du diffuseur de la proposition, soit l'Office. Ces opinions, si elles s'avéraient présentes dans d'autres corpus oraux (généralistes ou spécialisés, par exemple), joueraient vraisemblablement en défaveur de l'implantation du terme dans l'usage en français. À l'inverse, parce qu'il se présente comme un possible substitut à *foodie*, lui aussi négativement connoté, « cuisinomane » semble plus largement accepté chez les anglophones et pourrait s'imposer comme un équivalent pour ceux qui, en anglais, souhaitent renouveler leur lexique. Le rôle de l'Office étant d'enrichir la langue française, on peut se demander en quoi l'opinion des anglophones a un impact sur les chances de l'implantation de « cuisinomane » dans l'usage linguistique des francophones. Pourtant, les répercussions qu'a eu l'affaire du *pastagate* au-delà des frontières du Québec et qui ont directement affecté l'organisation et la gestion de l'Office prouvent que, même quand les lois linguistiques agissent au niveau local, elles continuent d'appartenir à un monde globalisé dans lequel « *discourses specific to linguistic cultures compete offline and online to represent interests, values and power positions of respective communities* » [48]. À l'ère du Web 2.0 et des médias créés par leurs utilisateurs, les aménagés linguistiques doivent composer avec cette diversité et c'est pourquoi, les sentiments exprimés dans

notre corpus, qu'ils appartiennent aux locuteurs francophones ou anglophones, contribuent tous à l'évolution sociale de la proposition terminologique. Finalement, le corpus indique que les discours au sujet du terme ont lieu sur une période très courte suivant la connaissance de son existence. D'un côté, cela confirme l'intérêt qu'il y a à recueillir les discours initiaux si l'on veut capter les opinions que se forment les locuteurs et mieux comprendre pourquoi le terme intègre ou non l'usage. De l'autre, cela souligne combien l'Office aurait intérêt à prendre le pouls des préférences terminologiques des locuteurs avant de diffuser ses termes sur le GDT, puisque cette approche lui fournirait rapidement des données utiles pour ajuster le tir, au besoin, et réduirait le sentiment de « contrôle » qu'il suscite chez les usagers.

---

## Note biographique

---

**Elizabeth C. Saint** est doctorante à l'École de traduction et d'interprétation de l'Université d'Ottawa (Canada). Sa recherche de doctorat porte sur les questions d'implantation et d'usage terminologiques en contexte d'aménagement linguistique et sur l'apport de la collaboration avec les locuteurs pour la création néologique. Dans ce domaine, elle a notamment publié dans *La Revue de l'Université de Moncton* (2013). D'autres articles par la même auteure ont paru dans un numéro d'*Atelier de traduction* (2015) et dans *Transfiction 3: The fictions of translation* (sous presse).

---

## Notes

---

- [1] Daniel Trencer, « Menchies' Frozen Yogurt: Quebec Language Police Took Our Plastic Spoons, » *The Huffington Post Canada*, le 21 juin 2013, consulté le 24 août 2016, [http://www.huffingtonpost.ca/2013/06/21/language-police-quebec\\_n\\_3478982.html](http://www.huffingtonpost.ca/2013/06/21/language-police-quebec_n_3478982.html).
- [2] Vincent Destouches, « OQLF : après le "Pastagate", le "Facebookgate" ?, » *L'actualité*, le 27 février 2014, consulté le 24 août 2016, <http://www.lactualite.com/societe/le-fouineur/oqlf-apres-le-pastagate-le-facebookgate/>.
- [3] Guillaume Bourgault-Côté, « Québec donne un coup de barre à l'OQLF : la présidente Louise Marchand quitte son poste, » *Le Devoir*, le 8 mars 2014, consulté le 24 août 2016, <http://www.ledevoir.com/politique/quebec/372805/presidence-de-l-oqlf-louise-marchand-quitte-son-poste>.
- [4] Office québécois de la langue française, *Politique de l'emprunt linguistique* (Québec : Office québécois de la langue française, 2007), consulté le 24 août 2016, [http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/terminologie/Pol\\_empruntling\\_20070914.pdf](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/terminologie/Pol_empruntling_20070914.pdf).
- [5] Nicole René, « Implantation terminologique : le rôle de l'Office de la langue française en matière de diffusion terminologique » (conférence présentée dans le cadre d'une session de formation, Vitoria, Pays Basque, le 13 février 2001), consulté le 24 août 2016, [http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/conferences/implantation\\_terminologique.pdf](http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/conferences/implantation_terminologique.pdf).
- [6] Robert Vézina, « La prise en compte de la variation lexicale dans la production terminologique et linguistique de l'Office de la langue française, » *Langues et sociétés* 42(2004):182, consulté le 24 août 2016, [http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/conferences/vezinarobert\\_texte\\_acfas2002.doc](http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/conferences/vezinarobert_texte_acfas2002.doc).
- [7] La « normalisation » et la « recommandation » sont deux produits du processus d'officialisation linguistique auquel l'Office peut avoir recours. Quand le terme est normalisé, son emploi est imposé à tous les groupes concernés par l'article 118 de la Charte de la langue française. Quand il est recommandé, son emploi est encouragé sans être obligatoire auprès de ces mêmes groupes.
- [8] Office québécois de la langue française, *Politique de l'officialisation linguistique* (Québec : Office québécois de la langue française, 2004), consulté le 24 août 2016, [http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/politique\\_officialisation\\_20080425.pdf](http://oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/politique_officialisation_20080425.pdf).
- [9] Christiane Loubier, « L'implantation du français : du microcosme au macrocosme, » *Terminologies Nouvelles* 12(1994):20-1, consulté le 24 août 2016, [http://www.termisti.org/rifal/PDF/tn12/tn12\\_Loubier.pdf](http://www.termisti.org/rifal/PDF/tn12/tn12_Loubier.pdf).
- [10] Vézina, « La variation lexicale, » 185.
- [11] Jean Quirion, « État de la question sur la nature des facteurs d'implantation terminologique, » dans *Mondialisation, localisation, francophonie(s)*, dir. Daniel Gouadec (Paris : Maison du dictionnaire, 2004), 194-5.
- [12] Jean Quirion et Jacynthe Lanthier, « Intrinsic Qualities Favouring Term

Implantation : Verifying the Axioms, » dans *Lexicography, Terminology and Translation: Text-based Studies in Honours of Ingrid Meyer*, dir. Lynne Bowker (Ottawa : Presses de l'Université d'Ottawa, 2006), 107.

- [13] Quirion, « Nature des facteurs, » 197-8.
- [14] Jean Quirion, « Facteurs sociaux de la variation terminologique dans les enquêtes d'implantation terminologique : le cas du Québec dans les années suivant l'adoption de la Charte de la langue française, » *Debate Terminológico* 9(2013):55-7, consulté le 24 août 2016, <http://seer.ufrgs.br/index.php/riterm/article/view/37171/24033>.
- [15] *Ibid.*
- [16] Benoît Leblanc et Catherine Bilodeau, « Discours épiterminologique : indice du degré de réussite d'implantation des terminologies françaises, » *Neologica : Revue internationale de néologie* 2(2009):178.
- [17] Notons qu'à la différence des corpus oraux, l'analyse des corpus écrits s'est vue simplifiée par la proposition de méthodes d'analyse rigoureuses, reproductibles et automatisées, notamment le protocole terminométrique de Quirion. (Jean Quirion, « Aspects évaluatifs de l'implantation terminologique » (Thèse de doctorat, Université de Montréal, 2000), consulté le 24 août 2016, <http://www.nlc-bnc.ca/obj/s4/f2/dsk2/ftp03/NQ52119.pdf>]
- [18] Leblanc et Bilodeau, « Discours épiterminologique, » 171.
- [19] Ann Barr et Paul Levy, « Be Modern, Worship Food. Beyond Sex and Fitness, A Movement Whose Time Has Come, » *The Chicago Tribune*, le 8 septembre 1985, consulté le 24 août 2016, [http://articles.chicagotribune.com/1985-09-08/features/8502280656\\_1\\_foodie-old-fashioned-intellectuals](http://articles.chicagotribune.com/1985-09-08/features/8502280656_1_foodie-old-fashioned-intellectuals).
- [20] Pamela Watson, Michael Morgan et Nigel Hemmington, « Online communities and the sharing of extraordinary restaurant experiences, » *Journal of foodservice* 19(2008):289-90, consulté le 24 août 2016, [doi : 10.1111/j.1748-0159.2008.00110.x](https://doi.org/10.1111/j.1748-0159.2008.00110.x).
- [21] Donald Getz et Richard N. S. Robinson, « Foodies and Food Events, » *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 14, n°3(2014):317, consulté le 24 août 2016, [doi : 10.1080/15022250.2014.946227](https://doi.org/10.1080/15022250.2014.946227).
- [22] Renée Desjardins, Nathalie Cooke et Marc Charron, « Food and translation on the table: exploring the relationships between food studies and translation studies in Canada, » *The Translator* 21, n°3(2015):263, consulté le 24 août 2016, [doi : 10.1080/13556509.2015.1103095](https://doi.org/10.1080/13556509.2015.1103095).
- [23] Barr et Levy, « Be Modern, » 6, cités dans Watson, Morgan et Hemmington, « Restaurant experiences, » 290.
- [24] Josée Johnston et Shyon Baumann, « Tension in the kitchen: Explicit and Implicit Politics in the Gourmet Foodscape, » *Sociologica* 1(2009):1, consulté le 24 août 2016, [doi : 10.2383/29565](https://doi.org/10.2383/29565).
- [25] Watson, Morgan et Hemmington, « Restaurant experiences », 290.
- [26] Desjardins, Cooke et Charron, « Food and translation », 263.
- [27] *La List of Words Banished from the Queen's English for Mis-Use, Over-Use and General Uselessness* recense les mots ayant reçu le plus grand nombre de nominations au cours de l'année. Tout le monde peut soumettre un mot à bannir. À sa publication en fin de chaque année, la liste est reprise par un très grand nombre de médias aux États-Unis et ailleurs dans le monde anglophone. La liste complète des mots retenus est disponible ici : [http://www.lssu.edu/banished/complete\\_list.php](http://www.lssu.edu/banished/complete_list.php).
- [28] Desjardins, Cooke et Charron, « Food and translation, » 263.
- [29] Isabelle Jeune-Maynard, Carine Girac-Marinier et Jacques Florent, dir, *Le Petit Larousse illustré* (Paris : Éditions Larousse, 2012).
- [30] Russell Brooker et Todd Schaefer, *Public opinion in the 21st century. Let the people speak?* (Boston : Wadsworth, 2006), 5-6.
- [31] Sont aussi incluses les réponses d'internautes à des micromessages mentionnant le terme « cuisinomanie », que ces dernières emploient la proposition de l'Office ou non.
- [32] Pour 29 micromessages ou 8,8 % du corpus, il n'a pas été possible d'identifier la localisation des auteurs.
- [33] Sous la notion de « presse » se trouvent tous les utilisateurs qui ont indiqué leur appartenance à un média quelconque (presse, télévision, radio, etc.) ou qui ont fait état de leur activité dans le domaine (éditorialiste, journaliste, chroniqueur[-se], animateur[-trice], etc.).
- [34] Julia Moskin, « "Hangry"? Want a slice of "Piecaken"? The Top New Food Words for 2015, » *The New York Times*, le 15 décembre 2015, consulté le 24 août 2016, <http://www.nytimes.com/2015/12/16/dining/new-food-words.html>.
- [35] Danielle Turcotte, « Terminologie institutionnelle et usage courant : Créer la continuité pour maximiser l'implantation des propositions » (conférence présentée lors de la IX<sup>e</sup> Journée scientifique Realiter [Réseau panlatin de terminologie], Paris, France, le 16 octobre 2013), 4, consulté le 24 août 2016, <http://www.realiter.net/wp-content/uploads/2013/09/Turcotte1.pdf>.
- [36] Les dates indiquées sur l'axe horizontal du graphique correspondent à celles auxquelles des micromessages ont été publiés sur Twitter. Quand la date manque, cela signifie qu'aucun micromessage sur le sujet n'a été relevé ce jour-

là. Cela est notamment le cas entre le 22 mai et le 15 décembre 2015, puis à partir du 23 décembre 2015.

- [37] Cela signifie que toutes les publications se contentant de faire suivre (*retweet*) des titres d'articles de journaux, par exemple, sans aucune modification ni ajout personnel, ont été supprimés de l'analyse.
- [38] « Le codage ouvert consiste à déterminer et à construire, au sein des données recueillies, des catégories conceptuelles qui permettent de comprendre et d'expliquer le phénomène empirique sur lequel le chercheur porte son attention » [Lionel Garreau, « De l'utilisation de la circularité en MTE : vers un dépassement de la tension entre créativité et rigueur méthodologique, » dans *Approches inductives : Travail intellectuel et construction des connaissances. Hors-série : Méthodologie de la théorisation enracinée I*, dir. François Guillemette et Jason Luckerhoff (Trois-Rivières : Université du Québec à Trois-Rivières, 2015), 228]. Nous avons particulièrement suivi les étapes 2 à 5 du codage ouvert, décrites par Philip Burnard, « A method of analysing interview transcripts in qualitative research, » *Nurse Education Today* 11(1991):462-3, consulté le 24 août 2016, [doi : 10.1016/0260-6917\(91\)90009-Y](https://doi.org/10.1016/0260-6917(91)90009-Y).
- [39] Christina Gouling, *Grounded Theory* (Guilford : Sage, 2002).
- [40] Les micromessages sont reproduits textuellement, tels qu'ils ont été publiés, et toute erreur grammaticale ou orthographique est celle de leur auteur(e). Les omissions, ajouts ou modifications de notre part sont indiqués entre crochets.
- [41] André Martin, « Théorie de la diffusion sociale des innovations et changement linguistique planifié, » dans *L'implantation du français : actualisation d'un changement linguistique planifié*, dir. Christiane Loubier et André Martin (Montréal : Office de la langue française, 1993), 33.
- [42] Everett Rogers, *Diffusion of Innovations* (New York : The Free Press, 1995).
- [43] Martin, « Diffusion sociale des innovations, » 33.
- [44] Loïc Depecker, « Pour une ethnoterminologie, » dans *Dans tous les sens du terme*, dir. Jean Quirion, Loïc Depecker et Louis-Jean Rousseau (Ottawa : Presses de l'Université d'Ottawa, 2013), 16-7.
- [45] Leblanc et Bilodeau, « Discours épiterminologique, » 177.
- [46] Rachelle Vessey, « Food fight: conflicting language ideologies in English and French news and social media, » *Journal of Multicultural Discourse* 10, n°2(2015):259-60, consulté le 24 août 2016, [d o i : 10.1080/17447143.2015.1042883](https://doi.org/10.1080/17447143.2015.1042883).
- [47] *Ibid.*, 260-8.
- [48] *Ibid.*, 269.

## Note biographique

**Elizabeth C. Saint** is a doctoral candidate at the School of Translation and Interpretation at the University of Ottawa (Canada). Her doctoral research examines questions related to terminology implantation in language planning. Specifically, she is interested in language user insights in relation to the creation of neologisms. This particular topic was the focus of her article in *La Revue de l'Université de Moncton* (2013). She has also published articles in *Atelier de traduction* (2015) and *Transfiction 3: The fictions of translation* (forthcoming).

**Auteur :** Elizabeth C. Saint  
**Titre :** Ce cuisinomane, il est fou, dis !? – Opinions sur un néologisme et anticipation de son implantation dans l'usage  
**Revue :** *Cuizine: The Journal of Canadian Food Cultures / Cuizine : revue des cultures culinaires au Canada*, Volume 7, numéro 1, 2016  
**URI :** <http://id.erudit.org/iderudit/1037391ar>  
**DOI :** 10.7202/1037391ar

All Rights Reserved © *Cuizine: The Journal of Canadian Food Cultures / Cuizine : revue des cultures culinaires au Canada*, 2016