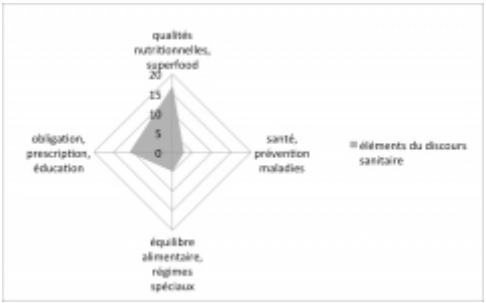
Discours médiatiques et image des légumes

11 septembre 2017

Publié par *Anthropology of food* début août, un article s'intéresse à l'image des légumes véhiculée par les médias, en relation avec les recommandations d'augmentation de leur consommation et une conception « fonctionnelle avant tout » portées par le PNNS depuis 2001. Est ainsi étudié le « lien entre l'encadrement des pratiques revendiqué par l'action publique liée à la recherche de changement et la diffusion des nouvelles normes dans les médias ».

Google Actualités a été utilisé pour relever quotidiennement, pendant trois mois (période automnale), les résultats de requêtes sur le terme « légumes » : un corpus de 181 articles a été constitué, provenant de la presse nationale (12 %), de la presse régionale et locale (42 %), de magazines et hebdomadaires (11 %), de sites Internet divers et de blogs (35 %). En s'appuyant sur un logiciel de traitement de données textuelles, six types de discours ont ensuite été identifiés : « sanitaire », « terroir », « socio-écologique », « cuisine et gastronomie », « ludique », « socio-économique » (chiffres de la filière, innovations). Une analyse thématique qualitative détaillée a été réalisée pour chaque type. Par exemple, la figure ci-dessous montre la répartition des articles du corpus sanitaire selon leur thématique principale.

Les éléments du discours sanitaire sur les légumes



Source : Anthropology of food

Cette analyse montre notamment que l'omniprésence du discours nutritionnel a pénétré les autres types de discours, à l'exception des volets « ludique » et « socio-économique ». Par exemple, si les articles relevant du discours « cuisine et gastronomie » donnent une image hédonique des légumes, les éléments sanitaires et nutritionnels sont souvent évoqués « au détour d'une phrase ». Les auteurs identifient ainsi une « polyphonie » des discours, de nature hétérogène mais partageant une « tonalité individualisante, responsabilisante et même culpabilisante ».

Ils s'interrogent enfin sur la compréhension, la perception et l'intégration de ces discours, et des représentations des légumes liées, dans les pratiques des mangeurs. Cette analyse devrait être complétée par une observation des pratiques sur le terrain (enquête ultérieure), et reproduite lors d'une deuxième collecte d'articles (vérification de la proportion des types de discours et évolutions potentielles des façons d'en parler).

Julia Gassie, Centre d’études et de prospective

Source : *Anthropology of food*