

Jehane Benoît 2.0 ou L'art de cuisiner devant sa télévision

Pierre Barrette

Number 148, September 2010

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/62852ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrette, P. (2010). Jehane Benoît 2.0 ou L'art de cuisiner devant sa télévision. *24 images*, (148), 54–55.

JEHANE BENOÎT 2.0

OU L'ART DE CUISINER DEVANT SA TÉLÉVISION

par Pierre Barrette

LA MISE EN ONDES AU PRINTEMPS DERNIER DE LA CHAÎNE QUÉBÉCOISE ZESTE, ENTIÈREMENT consacrée à la cuisine et à la gastronomie, est en quelque sorte l'aboutissement – mais certainement pas la fin! – du phénomène télévisuel de l'heure. Depuis quelques années, en effet, on a vu se multiplier autant sur les chaînes câblées que sur les réseaux généralistes, un très large éventail d'émissions dédiées aux différents aspects du monde de l'alimentation, en particulier de la cuisine ; lancée il y a une dizaine d'années par la très populaire *Ciel, mon Pinard!*, la vague est allée croissant depuis, avec des émissions comme *Les pieds dans les plats*, *À la di Stasio*, *Curieux Bégin*, *Ricardo*, *Martin sur la route* et une multitude d'autres, parfois locales, souvent étrangères et en traduction. Car le raz-de-marée est loin d'être confiné aux limites de la belle province : le réseau Food Network rejoint désormais 90 millions de téléspectateurs aux États-Unis et s'apprête notamment à faire compétition sur son propre terrain à la chaîne Cuisine TV, qui existe depuis 2001 en France. On avance habituellement pour expliquer la popularité du concept le phénomène de vedettariat des chefs, qui atteignent dans certains cas la notoriété de rock stars ; mais une telle explication semble bien tautologique, négligeant au passage un ensemble de facteurs plus significatifs.

Il est vrai toutefois qu'en cinquante ans d'émissions culinaires, la personnalité des animateurs a beaucoup changé. Du temps des pionniers – Julia Child et son célèbre *The French Chef* aux États-Unis ou, plus près de nous, les nombreuses apparitions de Jehane Benoît à la télévision –, les figures familières de la cuisine au petit écran étaient des femmes s'adressant à d'autres femmes, dans un esprit de service éducatif. Il s'agissait alors d'initier la mère de famille à un ensemble de techniques et de pratiques culinaires plus ou moins sophistiquées, de la catégorie de celles en tout cas lui permettant de varier un peu le menu quotidien de sa famille dans le respect des principes nutritionnels de l'époque. Avec les modes de consommation et la fonction de ces émissions, ont évolué en parallèle la personnalité de leurs figures de proue, mais aussi le public qu'elles captivent ; la mère attentionnée a fait place à la jeune femme moderne, pour qui les plaisirs du palais constituent un élément parmi d'autres – boire du vin, aller au spa, magasiner, voyager, souper au restaurant, etc. – au sein d'un mode de vie (réel ou fantasmé...) généralement hédoniste qui place au centre des préoccupations consuméristes des termes comme *qualité*, *authenticité*, *expériences*, *bien-être*. C'est ce qui explique en outre que l'animateur contemporain des émissions de cuisine soit

neuf fois sur dix un homme, et que son rôle relève d'une stratégie de spécialisation des savoir-faire qui se double désormais d'une stratégie de séduction parfaitement cohérente avec le public visé et l'esprit hédoniste évoqué à l'instant.

UNE HISTOIRE DONT VOUS ÊTES L'HÉROÏNE

Mais à bien observer les émissions en question, force est de constater qu'elles permettent également – comme peu de concepts en sont capables, en réalité – d'exploiter plusieurs des caractéristiques fondamentales de la télé contemporaine, à commencer par la place centrale qu'y occupe systématiquement le téléspectateur. La fiction, le sport, même l'information, où on fait pourtant des efforts démesurés depuis quelques années pour se rapprocher de son interlocuteur, constituent autant de *spectacles* auxquels le public assiste sans véritable perspective de participation. Le point commun de tous les concepts d'émissions de cuisine, c'est qu'on s'y adresse directement au spectateur, yeux dans les yeux, et que ce qu'on y dit est un appel à l'action immédiate. L'une des émissions du canal Zeste – animée par le chef du Laurie Raphaël, Daniel Vézina – s'appelle d'ailleurs assez éloquemment *L'effet Vézina : La recette dont vous êtes le héros*, véritable condensé des visées du genre : une star – le chef – qui propose au quidam de réaliser à

la maison les plats mêmes que quelques privilégiés pouvaient jusque-là s'offrir dans son restaurant quatre étoiles. Dans ce contexte, la contiguïté avec le Web est absolument essentielle, et les sites Internet de ces émissions sont en général les mieux garnis et les mieux faits, car ils représentent la plateforme privilégiée où exercer cette interactivité si chère aux réseaux aujourd'hui.

On ne se surprendra pas donc que le thème de la cuisine soit devenu une matière propice à la création de concepts de télé-réalité : *Hell's Kitchen*, *Restaurant*, *The Next Food Network Star* et, au Québec, une émission telle que *Le combat des chefs* ont toutes en commun de jouer sur l'intérêt suscité par l'univers de la restauration pour offrir des mises en scène de compétition sur le principe de *Star académie*. La télé-réalité est le concept par excellence en effet lorsqu'il s'agit de faire la preuve de la capacité de la télévision à transformer de simples quidams (ici des apprentis talentueux) en « vedettes ». Une cuisine de restaurant réputé offre en ce sens un terrain d'observation privilégié puisque les rapports entre individus y sont hautement hiérarchisés et souvent déterminés par une logique de castes ; en fait, là où le monde de la musique populaire (*Star académie*, entre autres) présente une métaphore du succès par le travail et les exercices de survie sur une île « déserte » (« *Koh Lanta*, *Survivor*), une allégorie de la sélection naturelle, ces

émissions constituent en quelque sorte un microcosme de la lutte des classes, avec le chef en avatar du patron tout-puissant, exerçant sur la meute des jeunes ambitieux une autorité aussi despotique que spectaculaire.

LE CRU ET LE CUIT

Mais ces émissions renvoient tout aussi bien aux particularités anthropologiques et culturelles de notre époque : manger est une pratique universelle et qui pourtant distingue chaque peuple, chaque période de l'histoire. Ce qui caractérise sans contredit la nôtre, c'est la nécessité nouvelle de *gérer l'abondance* : pendant des siècles – et dans une partie importante du monde encore aujourd'hui – les hommes ont dû composer avec la rareté, voire la pénurie de nourriture ; en moins de 100 ans, les pays riches sont passés d'une situation de manque à une situation caractérisée par l'opulence et l'extrême variété de l'offre. Cela ne va pas sans poser de nombreux problèmes : sécurité alimentaire (vache folle, listériose), obésité (épidémique en Amérique du Nord), modes de transfor-

mation des aliments (OGM, additifs), transports, etc. Pour plusieurs, manger n'est plus une activité quotidienne normale mais une obsession, à la fois le terrain miné de pratiques potentiellement « dangereuses » (individuellement mais aussi socialement) et un nouveau territoire où s'exprime l'individualité de chacun, non seulement par ses goûts mais également par des stratégies qu'il met en œuvre pour composer avec cette abondance « problématique ». Dans ce contexte, les connaissances et la maîtrise des savoir-faire liés à l'alimentation sont devenues une sorte de prérogative, diffusées en amont par les pouvoirs de santé publique et incorporées en aval par les individus comme une composante de leur style de vie.

C'est là un des grands paradoxes de notre temps, qu'illustre de façon exemplaire la pléthore d'émissions consacrées à l'alimentation sous toutes ses formes : d'un côté elles explorent avec une sophistication croissante les méandres de la gastronomie et de l'oénologie, de l'autre elle font du discours sur la santé un véritable raz-de-marée asséné sur toutes les

tribunes par des nutritionnistes patentés (et dont le prototype est certainement le *Kampai* de Radio-Canada). Paradoxe ? Toutes les études le démontrent : non seulement les gens n'ont jamais été aussi gros, mais jamais n'ont-ils aussi peu fait la cuisine, nourrissant l'industrie on ne peut plus florissante du prêt-à-manger. Gavée comme jamais d'informations et de techniques de toute nature, la population réagirait selon toute vraisemblance en faisant la fine bouche. Serait-ce ultimement que la télévision tente de combler par ces émissions un déficit de connaissances créé par le mode de vie contemporain ? Ou alors qu'elle joue la carte de la nostalgie pour une nourriture préparée à la maison ? Il y a probablement un peu de tout cela. Mais plus certainement encore, il faut croire que la télévision fait ici ce qu'elle a toujours le mieux réussi : convertir en spectacle de magie ce qui tente de s'affirmer au départ comme un contenu informatif et, par cette alchimie qui lui est propre, transformer l'invocation à agir qu'elle contient en une fête des sens absolument virtuelle. ■



L'ancêtre de la chaîne Zeste

Illustration : Paul Martin