

**Le participant du « gamedoc » culinaire et son rôle dans la construction et le
partage des représentations sociales à la télévision**

Camille Pagé-Taillon

Thèse présentée dans le cadre des exigences du programme

De Maîtrise ès arts (Communication)

Sous la direction de

Philippe Ross, Ph. D.

Département de communication

Université d'Ottawa

© Camille Pagé-Taillon, Ottawa, Canada, 2022

Food, for us, comes from our relatives, whether they have wings or fins or roots. (...) Food has culture. It has history. It has stories.

Winona LaDuke (2012)
Activiste, économiste et auteure autochtone

What does it mean? Everything is so powerful.

Dr. Psyche Williams-Forson (2018)
Professeure d'études américaines, Université de Maryland College Park

SOMMAIRE

Le genre de la télé-réalité sert de miroir aux normes et idéologies de la culture contemporaine (Montemurro, 2007). La notion de « réalité » est toutefois remise en question au cours des années 1990, menant à l'émergence d'une nouvelle sous-catégorie de télé-réalité : le « gamedoc », où la « prétention au réel » se trouverait dans les actions des participants ordinaires dans des situations plausibles, mais explicitement construites. Nous nous sommes penchés, dans le cadre de cette recherche, sur les séries de compétitions culinaires, étant donné qu'elles représentent une grande partie des « gamedocs », mais aussi en raison de leur sujet central, la nourriture, qui nous a permis d'explorer la dynamique par laquelle les traditions culinaires d'une culture donnée sont représentées à la télévision.

Étant donné la place centrale des participants dans le format des « gamedocs », ainsi que la problématique entourant l'approche d'une culture autre que la sienne dans le cadre de compétitions culinaires, la présente étude cherchait à répondre à la question suivante : quel est le rôle des individus participant aux séries de compétitions culinaires dans la manière dont diverses cultures sont représentées à la télévision? Cette question a été abordée à la lumière de la Théorie des représentations sociales telle que proposée par Moscovici.

Une étude de cas de l'émission québécoise *Les Chefs!*, comportant des entretiens et une analyse de contenu d'épisodes donnés, nous a tout d'abord permis de conclure au caractère bidirectionnel du rôle des participants du « gamedoc » culinaire dans la construction des représentations sociales à la télévision, puis d'établir un lien entre la position du participant, soit comme faisant partie de la culture dominante, et ces représentations sociales.

REMERCIEMENTS

Philippe Ross : je tiens à te remercier pour ta patience, ton appui et ta générosité. Grâce à toi, je n'ai pas lâché la patate.

Je remercie aussi les membres du comité d'évaluation, Sylvie Grosjean et Luc Bonneville, pour votre rigueur et vos commentaires constructifs qui ont su me guider.

Mes collègues et amis, Lydia, Annie, William et Gabriel : Bouchette était une vraie représentation des dernières années. Malgré les embuches, on persévère, on en rit, et on s'aime.

Mireille, Carolyne, Marie-Pier et Maxime, merci d'être ma famille choisie. Je ne sais pas ce que j'ai fait dans une autre vie pour vous mériter.

Les derniers et non les moindres, mes parents Gilles et Nicole, à qui je dois tout. Merci d'être à mes côtés pour mes réussites, et pour m'attraper quand je perds pied.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	iii
REMERCIEMENTS	iv
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION	1
1.1 Introduction à la télé réalité	1
1.1.1 Le culinaire à la télévision : Des chefs célébrités aux séries de compétitions.....	2
1.2 Du politique culturel au politique culinaire	5
1.3 Aperçu du problème de recherche	6
1.4 Plan de la thèse	7
CHAPITRE 2 : REVUE DE LITTÉRATURE.....	8
2.1 La télé réalité.....	8
2.1.1 Introduction à la télé réalité.....	8
2.1.2 Le « gamedoc ».....	12
2.1.3 Le « gamedoc » : compétitions culinaires	14
2.2 Le politique culinaire	18
2.3 Question de recherche.....	21
2.4 Cadre théorique : La théorie des représentations sociales.....	23
2.4.1 TRS et le politique culinaire	23
2.4.2 Se pencher sur l'individu : des représentations collectives aux représentations sociales	25
2.4.3 TRS et études médiatiques.....	27
2.4.4 Pertinence d'employer la TRS dans le cadre de notre recherche	28
2.4.5 La notion d'ancrage.....	30
CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE.....	33
3.1 Approche qualitative	33
3.1.1 Étude de cas Les Chefs!	33
3.2 Entrevues semi-dirigées	38
3.2.1 Guide d'entrevue.....	40
3.3 Participants	41
3.3.1 Échantillonnage non probabiliste par choix raisonné	41
3.3.2 Recrutement des participants	42
3.3.3 Participants.....	43
3.4 Analyse de contenu	45
3.5 Codification des données	47
3.5.1 Entrevues.....	47
3.5.2 Épisodes	47
3.6 Limites de la méthodologie.....	48
CHAPITRE 4 : RÉSULTATS ET ANALYSE.....	50

4.1 Origine des participants	50
4.2 « Prétention à la réalité »	53
4.2.1 Perception des participants face à la production	53
4.2.2 Réalité projetée : inclusions et omissions	56
4.2.3 Construction d'une réalité fictive par l'agentivité des participants	62
4.3 Perception de la cuisine louisianaise et cubaine, vs du Japon	64
4.4 Perceptions de La Nouvelle-Orléans, de Cuba, et de leurs cuisines	65
4.4.1 Avant les voyages	65
4.4.2 Après les voyages	66
4.5 Perception de la cuisine japonaise	70
4.6 Discussion	73
4.6.2 L'individu au centre des représentations sociales	74
4.6.3 Provenance des représentations sociales	76
4.6.4 Politique culturel : à qui revient le pouvoir de construire et partager les représentations sociales?	81
CHAPITRE 5 : CONCLUSION	85
5.1 Rappel de la problématique	85
5.2 Rappel des résultats	86
5.3 Pistes de recherches futures	87
BIBLIOGRAPHIE	89
ANNEXE 1 – GUIDE D'ENTREVUE	100
ANNEXE 2 – ANALYSE THÉMATIQUE	102
ANNEXE 3 – CERTIFICAT ÉTHIQUE	106

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

Après 14 saisons à la télévision, la série américaine de compétitions culinaires *Top Chef* n'échappe pas à la critique. Le choix de filmer un « défi » sur l'ancienne plantation Boone, en Caroline du Sud, pour un épisode diffusé en 2016, est virulemment critiqué par les téléspectateurs. Alors que le lourd passé de la plantation est brièvement abordé lorsque l'animatrice remarque vouloir honorer les individus ayant « travaillé » sur ces terres, la responsabilité d'expliquer la signification de l'emplacement revient au seul participant Noir, qui dit : « (We) had an experience that we, as a country, are still trying to get out of. » (Top Chef USA, 2016) *Top Chef* n'est qu'une des nombreuses séries de compétitions culinaires mettant en scène l'interaction entre diverses cultures, que ce soit par l'emplacement d'un défi, ou, plus fréquemment, la nature du défi lui-même. Étant donné la popularité des télé-réalités de compétitions culinaires, et la fréquence de défis impliquant diverses cultures, nous nous interrogeons sur le rôle des individus qui participent aux émissions de compétitions culinaires dans la manière dont ces cultures sont représentées à la télévision.

1.1 Introduction à la télé-réalité

On considère *An American Family* comme la première série américaine correspondant au genre qu'on appelle aujourd'hui « télé-réalité » (Montemurro, 2007). Diffusée en 1973, *An American Family* met en vedette les parents d'une famille californienne et leurs cinq enfants. À travers la série, le spectateur se retrouve aux premières loges de la dissolution du mariage des

parents, ainsi qu'au « coming out » de leur fils aîné (Montemurro, 2007). La série fut la première à offrir un aperçu de la vie de tous les jours d'une famille « ordinaire » (Montemurro, 2007).

Quoique *An American Family* fut diffusé en 1973, les études sur le sujet de la télé réalité ne commencent à se faire nombreuses qu'au début du XXI^e siècle. L'intérêt pour les télé réalités, dans la sphère académique, est le reflet d'un phénomène culturel global. La série populaire *The Real World* ouvre le bal, au début des années 1990 (Ouellette & Murray, 2009), à une succession de télé réalités qui vont révolutionner le paysage télévisuel, telles que *Survivor*, *American Idol* et *Big Brother*. En effet, en janvier 2003, une émission sur sept du groupe audiovisuel américain ABC s'inscrivait dans le genre de télé réalité (Ouellette et Murray, 2009). En réponse à la popularité de ce dernier, les dirigeants d'ABC, ainsi que d'NBC, FOX et CBS promettent de favoriser les séries de télé réalité plutôt que les séries fictionnelles dans les années à suivre (Ouellette et Murray, 2009). La chaîne populaire MTV suit le pas en délaissant le contenu musical au profit d'une programmation misant presque exclusivement sur les télé réalités, comme *The Osbournes* (Kompare, 2009) et *The Hills*. Alors que nos exemples se réfèrent à des séries américaines, la tendance au début des années 2000 est vraie pour la production télévisuelle à l'échelle globale, y compris au Canada et au Québec. Les années suivantes laissent place à la popularité croissante d'une catégorie émergente de télé réalité, soit les séries de compétitions culinaires.

1.1.1 Le culinaire à la télévision : Des chefs célébrités aux séries de compétitions

Alors que le culinaire fait partie du paysage télévisuel depuis les débuts du médium (Curnutt, 2016); on note une évolution du genre à travers les années (Oren, 2013). Dès les années 50, les émissions de cuisine ont une fonction pédagogique pour les femmes au foyer (Curnutt,

2016), reflétant ainsi la réalité de l'époque. On verra plus tard apparaître un engouement pour les chefs-célébrités, de Julia Child (Oren, 2013) à Jamie Oliver, ou encore David Chang. Aujourd'hui, les compétitions culinaires (Ibid.), telles que *Master Chef* et *Les Chefs!* au Québec, dominent l'écran.

La popularité des séries de compétitions culinaires ne cesse de croître. Esposito (2018) illustre la popularité du format: « Food television show formats have become so popular that they appear on primetime television slots on par with other popular reality show formats within the US and the UK, such as ITV's *The Voice* (...) and (the) '*Got Talent*' format franchises. » (p. 9) En 2015, plus de 13 millions de téléspectateurs écoutent la finale de l'émission *The Great British Bake Off*, en faisant la série la plus populaire de la saison pour la BBC (ibid.). De plus, aussi récemment qu'en 2018, les droits de l'émission *MasterChef* étaient acquis par plus de 50 pays (ibid.).

Le Québec n'échappe pas à la vague de séries télévisées culinaires des années 2000. Le chef pâtissier Patrice Demers remarque que les seuls chefs québécois faisant de la télévision au début des années 2000 étaient Daniel Vézina et Normand Laprise (Lemieux, 2022). Aujourd'hui, le phénomène des chefs-célébrités est bien installé dans la province. Josée di Stasio, Ricardo Larrivée, Chuck Hughes et Marilou Bourdon sont, par exemple, quelques vedettes s'inscrivant dans la culture populaire au Québec. Quoique les émissions de cuisine se fassent nombreuses (la saison 2022 compte *Aide demandée*, *Cinq chefs dans ma cuisine*, *Trois fois par jour & vous*, etc.), nous recensons peu d'émissions de compétitions culinaires québécoises. De ces dernières, la plus populaire est sans doute *Les Chefs!*, mentionnée ci-haut. De retour sur les ondes de Radio-Canada

en 2022 pour une 11^e saison, *Les Chefs!* est une série télévisée québécoise où plusieurs chefs franco-canadiens, en début de carrière, se font compétition à travers divers défis culinaires.

Les séries de compétitions culinaires se distinguent d'autres séries de compétitions par la signification de leur sujet central, soit la nourriture. Hauck-Lawson note que les habitudes culinaires transmettent, entre autres, les croyances, passions et même la personnalité d'un individu ou d'un groupe (Almerico, 2014, p. 4). Ce qu'une personne mange ou ne mange pas, tel que le porc dans la religion juive, peut raconter selon cette dernière une histoire de migration, d'assimilation ou encore de résilience d'un peuple dans son ensemble. Au début des années 1900, les immigrants italiens aux États-Unis, par exemple, arrivent à maintenir leur identité en maintenant leurs habitudes alimentaires. Alors que les ingrédients à la base de l'alimentation italienne sont peu nombreux ou très dispendieux au début (Levenstein, 1986), ils deviennent éventuellement plus faciles d'accès. La demande à la hausse pour des produits frais et d'origine italienne rend ces derniers plus accessibles, et mène donc à une évolution du paysage culinaire américain. Alors que les Italiens maintiennent leurs habitudes culinaires afin d'aussi maintenir leur identité, certains immigrants ont recours au concept du cuisinier, tel que défini ci-haut, comme outil de survie. La hausse d'immigrants vietnamiens aux États-Unis lors de la guerre du Vietnam mène à une hausse de restaurants vietnamiens. En effet, plusieurs immigrants, issus de toutes les cultures, n'ont pas les qualifications nécessaires pour exercer certains métiers lorsqu'ils changent de pays (ou n'arrive pas à obtenir d'équivalences pour les qualifications dans leur pays d'origine). Ils se tournent donc vers la restauration, industrie qui n'exige pas de formation formelle. Nous présentons ci-haut quelques exemples de la signification de la nourriture dans notre culture. Pour

résumer : la culture est indissociable du sujet central des séries de compétitions culinaires, soit la nourriture.

De plus, la nourriture nous confronte à certains enjeux de pouvoir entre cultures à travers, entre autres, la racialisation des participants, la globalisation du format de cette sous-catégorie de télé-réalité, ou encore la question : à qui revient l'autorité de représenter les traditions culinaires d'une culture donnée? Cette question est pertinente alors que plusieurs séries de compétitions culinaires comportent des défis où l'on demande aux participants de s'inspirer d'une culture autre que la leur. Les dernières saisons de l'émission *Les Chefs!* comportent, par exemple, des défis sur le Japon, Cuba et la Louisiane.

1.2 Du politique culturel au politique culinaire

Le terme « cultural politics », que nous traduisons par « le politique culturel¹ », nous permet d'aborder ce lien intrinsèque entre culture et rapports de pouvoirs, entre autres dans l'industrie culinaire. Long (2011) explique que dans le contexte des *cultural studies* (et autres disciplines « with a base in the humanities » (p. 317)), le « politique culturel » « (...) refers to the understanding that all cultural practices are shaped by power structures. » (p. 317) L'auteure précise que les questions principales abordées lorsqu'il est question du « politique culturel » sont, « (...) whose culture is considered the official, normative one and who gets to represent it; whose history is recognized; whose voices are heard (...) » (Long, 2011, p. 317)

¹ Le mot *politique* est employé ici au masculin pour distinguer *le politique*, soit l'ensemble de rapports de pouvoir qui régissent une société, et la politique, soit l'organisation de l'État.

Dans son article *Cultural Politics in Culinary Tourism with Ethnic Foods*, Long (2011) explore ces questions dans le contexte de l'industrie du tourisme culinaire. Elle écrit:

The identification, selection, evaluation, and interpretation of the cuisines and dishes included in such tourism are issues of power, that is, cultural politics. Who gets to make those selections? Whose recipe is used to represent a culture? Whose definition of cuisine is presented? Who is considered the authority, by who, and how did they come to be in that position? (p. 316)

En effet, le « politique culturel » est très présent dans le courant des études culinaires. Ce terme est employé pour traiter de divers phénomènes politiques tels que la globalisation, l'économie et le capitalisme, spécifiquement à travers la nourriture. Afin de présenter cette relation entre le « politique culturel » et l'industrie culinaire, nous proposons le terme « politique culinaire ». Sa pertinence dans le cadre de la présente thèse tient à l'étude des questions de rapports de pouvoirs entre diverses cultures dans le contexte de compétitions culinaires.

1.3 Aperçu du problème de recherche

Puisque plusieurs séries de compétitions culinaires comportent des défis où l'on demande aux participants de s'inspirer d'une culture autre que la leur, il importe de se pencher sur la dynamique par laquelle les traditions culinaires d'une culture donnée sont représentées à la télévision. Nous tenterons, dans cette recherche, de répondre à la question : quel est le rôle des individus participant aux séries de compétitions culinaires dans la manière dont diverses cultures sont représentées à la télévision? Cette question de recherche sera appliquée à trois épisodes de l'émission de compétitions culinaires québécoise *Les Chefs!*, où les participants doivent s'inspirer des traditions culinaires de cultures autres que les leurs, soit le Japon, Cuba et la Louisiane.

1.4 Plan de la thèse

Le corps de notre thèse comporte cinq chapitres, en incluant l'introduction et la conclusion. La revue de littérature effectuée dans notre deuxième chapitre permet d'établir la pertinence de notre question de recherche. Nous débutons en présentant le genre de la télé-réalité, pour ensuite nous attarder sur la question de la « réalité », ainsi que le contexte d'émergence de la sous-catégorie de télé-réalité des « gamedocs ». Après avoir énoncé la question de recherche, nous approfondissons l'intérêt d'employer la théorie des représentations sociales comme cadre théorique dans le cadre de notre recherche. Plusieurs définitions des représentations sociales sont proposées par Moscovici, ainsi que par les nombreux chercheurs qui emploient cette théorie. La définition qui suit nous semble toutefois bien résumer la théorie : « (...) social representations are about processes of collective meaning-making resulting in common cognitions which produce social bonds uniting societies, organisations and groups. » (Hoijer, 2011, p. 3)

Dans le troisième chapitre, nous expliquons en profondeur la méthodologie choisie, soit une méthodologie qualitative qui repose sur deux outils principaux de collecte de données : des entrevues semi-dirigées avec des participants de l'émission *Les Chefs!*, et l'analyse de contenu de trois épisodes sélectionnés.

Le quatrième chapitre nous permet de présenter les résultats de notre recherche, ainsi que de relier ces derniers aux études existantes, telles que recensées dans notre revue de littérature.

CHAPITRE 2 : REVUE DE LITTÉRATURE

2.1 La télé réalité

2.1.1 Introduction à la télé réalité

Le genre de la télé réalité se situerait, selon Corner (2002), entre la tradition documentaire et la tradition post-documentaire. L'élément distinguant la télé réalité de la tradition documentaire classique se retrouverait dans les fonctions de ce dernier. Corner (2002) reconnaît 3 fonctions à la tradition documentaire classique à la télévision et au cinéma, soit « The project of Democratic Civics », « Documentary as Journalistic Inquiry and Exposition » ainsi que « Documentary as Radical Interrogation and Alternative Perspective ». Selon Corner, la télé réalité fournirait une fonction additionnelle à cette liste, soit « Documentary as Diversion ». Dans la même veine d'idée que Corner, Nabi (2007) propose, quant à lui, 5 critères propres à la télé réalité, dont l'un est, « (...) for the primary purpose of viewer entertainment » (p. 373). Ainsi, la télé réalité se distinguerait de la tradition documentaire en priorisant le divertissement plutôt que le reportage à des fins d'information.

Sur la pertinence de se pencher sur la télé réalité dans un cadre académique, Montemurro (2007) remarque : « Reality shows can be seen as significant cultural objects whose production and consumption reflect and reveal norms and ideologies of contemporary culture. » (p. 84) Nous soulevons comme exemple, pour appuyer les propos de Montemurro (2007), la juxtaposition des critiques de deux séries de télé réalité traitant de sujets tabous, soit *An American Family* et *The Osbournes*. Alors que la première, diffusée en 1973, présente le « coming out » du fils aîné et le

divorce des parents, la deuxième, diffusée au début des années 2000, illustre le style de vie « sex, drugs and rock and roll » de la famille du notoire musicien heavy metal Ozzy Osbourne. Kompare (2009) souligne qu'alors que la famille au centre de *An American Family* est qualifiée de débauchée, les parents de *The Osbournes* sont plutôt loués pour leurs pratiques parentales « hip ». Confirmant ainsi les propos de Montemurro (2007), les critiques de ces télérealités « reflètent » les mœurs propres à leurs époques respectives.

Les propos de Wood et Skeggs (2010) réitèrent l'observation de Montemurro (2007) voulant que la télérealité serait un reflet du contexte socioculturel dans lequel elle s'inscrit. Alors que les études de Kompare (2009) montrent que la réception est conditionnée par la culture ambiante à un moment donné, celles de Wood et Skeggs (2010) illustrent plutôt l'impact de la classe sociale d'appartenance du téléspectateur sur l'expérience de visionnement. Selon ces derniers, la consommation de télérealité serait directement affectée par l'identité du téléspectateur. En étudiant la consommation de télérealité chez des femmes de différents milieux, Wood et Skeggs (2010) déterminent, par exemple, que les femmes issues de la classe moyenne sont moins aptes à s'identifier aux participants, et subséquemment à s'investir émotionnellement dans l'expérience de visionnement. Wood et Skeggs (2010) lient cette conclusion à la représentation disproportionnée de la classe ouvrière dans les séries de télérealités abordées dans le cadre de cette étude. En revanche, les femmes issues de la classe ouvrière semblent s'identifier facilement aux participants, ce qui provoque une réaction émotionnelle au visionnement, contrastant ainsi la réaction observée chez les femmes de classe moyenne.

Pour Wood et Skeggs (2010) les émotions soulevées par l'expérience de visionnement de la télé-réalité seraient directement liées à la notion de « réalité ». Ces auteurs évoquent le concept de Raymond Williams, celui de « structure of feeling », pour expliquer que la notion de « réalité » dans la télé-réalité ne se rapporterait pas à une vérité externe, objective et observable, mais plutôt à l'expérience du téléspectateur, inscrite dans le contexte de visionnement. En effet, les techniques employées par la télé-réalité permettraient de créer une impression d'intimité entre le téléspectateur et les participants d'une série donnée, ce qui, subséquemment, permettrait au téléspectateur d'accéder à une « réalité » subjective qui lui est pertinente dans ce contexte de visionnement.

Les études existantes sur la télé-réalité tendent à réitérer les propos de Wood et Skeggs (2010) soulevés ci-haut. Couldry (2003) propose, par exemple, que,

The claim to reality, (...) is a construction: the very idea of 'reality television', let alone 'unmediated television', is a direct contradiction. And yet it is this contradiction that has always been at the root of television's claim to present the real. (p. 104)

Couldry réfute certains outils employés par la télé-réalité pour construire cette « claim to reality », que nous traduirons dans le contexte de cette recherche par « prétention au réel ». L'accessibilité croissante au caméscope au cours des années 1990 correspond par exemple, pour plusieurs, à une redistribution des outils de représentation de la « réalité ». Couldry (2003) réfute cette équivalence en notant que les séquences saisies à l'aide du caméscope, si diffusées dans les médias, s'inscrivent inévitablement dans un discours médiatique construit ayant fonction de médiatisation. En effet, Couldry (2008) mobilise le terme « médiatisation » afin de décrire la transformation de divers processus sociaux et culturels en formats propices à la représentation dans les médias. Couldry (2003), tout comme Wood et Skeggs (2010), rejette donc l'existence d'une

réalité externe, objective et observable en raison de la fonction de médiatisation des médias de masse. Le terme « télé réalité » serait donc, selon Couldry (2003), contradictoire en soi.

Quant à eux, Ouellette et Murray (2009) abordent la « réalité » à travers le processus de production de la télé réalité. Selon eux, les critiques de la télé réalité « (...) wring their hands over the impact that editing, reconstruction, producer mediation, and prefab settings have on the audience's access to the real. » (p. 7) Une enquête à la Une du London Guardian en mai 1998 a alimenté les critiques relevées en 2009. Cette dernière révèle que plusieurs scènes de la télé réalité *The Connection*, sur le trafic de drogues en Colombie, furent construites de toutes pièces (Couldry, 2009). Une amende de 2 millions de dollars fut imposée par *The Independent Television Commission* (Royaume-Uni) au réseau de télévision responsable du documentaire (BBC, 18 décembre 1998). Dans un communiqué, la ITC stipule que l'ampleur de la pénalité financière imposée reflète la sévérité de la tentative de tromperie du programme (BBC, 7 mai 1998).

Ouellette et Murray (2009) relèvent toutefois une évolution dans la manière de considérer le terme « réalité » chez le public. Ces dernières affirment: « (...) viewers have certainly been well trained in the ways of reality TV since its initial emergence and are therefore quite savvy and skeptical when it comes to how much is actually "real" in these programs » (pp. 5-6). Selon Ouellette et Murray (2009), le public reconnaîtrait donc la fonction de médiatisation des médias de masse, telle qu'évoquée par Couldry (2008). Afin d'illustrer cette évolution, les auteures proposent le terme « the entertaining real » (p. 5). Ouellette et Murray (2009) prétendent que « (...) much of our engagement with (reality television) paradoxically hinges on our awareness that what we are watching is constructed and contains "fictional" elements » (p. 7). Selon elles, le public,

les participants et la production s'intéressent donc de nos jours peu à la réalité objective et observable, mais plutôt à l'espace « (...) between reality and fiction » (p. 8).

Selon Kompare (2004), les séries telles que *The Osbournes*, évoquée plus haut, oscilleraient entre réalité et fiction, occupant ainsi une zone grise caractérisée par l'emprunt de codes propres à la production de séries de fiction. En effet, *The Osbournes* se baserait sur la structure narrative ainsi que le processus de création de personnages des romans-savons. Selon Corner (2002), les « docusoaps », tels que la série *Big Brother*, emprunteraient à leur tour le rythme lent de la structure narrative des romans-savons.

2.1.2 Le « gamedoc »

Une sous-catégorie de télé réalité occupe cet espace entre la réalité et la fiction mieux que toute autre : le « gamedoc », c'est-à-dire une sous-catégorie de télé réalité mettant en scène des compétitions entre individus soi-disant ordinaires. En effet, Couldry (2003) soulève l'opposition entre divertissement artificiel et « réalité » humaine dans le « gamedoc ». Esposito (2018) fait écho aux propos de Couldry (2003) en proposant que le « jeu » du « gamedoc » serait, pour le téléspectateur, d'identifier la « réalité » au cœur du spectacle et de l'environnement dans lequel se déroule la performance.

Couldry (2009) stipule que la sous-catégorie des « gamedocs » est développée au début des années 2000 pour répondre aux critiques de la télé réalité, telles que celles adressées au réalisateur de *The Connection*. Cette sous-catégorie de télé réalité se dissocie du style ayant dominé la tradition documentaire jusqu'au XXI^e siècle, que Corner (2002) appelle « field naturalism ». Ce dernier

prendrait l'approche « fly on the wall », et prétendrait donc à une absence de médiation par le média de masse. Corner (2002) note le caractère novateur du « gamedoc » en se penchant sur l'émission Big Brother :

(...) it is clear that right at the heart of the series is the idea of observing what is a mode of “real” behavior. Such information finds its grounding reference, and a large part of its interest and pleasure, in the real characteristics of real people, even if the material and temporal conditions for that behavior have been entirely constructed by television itself. (Corner, 2002, p. 256)

L'accent placé sur « the real characteristics of real people » par Corner (2002) réitère la pertinence de créer un sentiment d'identification entre téléspectateur et participant, tel que soulevé à travers les propos de Wood et Skeggs (2010) dans la section précédente. La mobilisation du participant « ordinaire » permettrait, en effet, au téléspectateur de s'identifier au participant et d'ainsi créer une connexion émotionnelle entre ces derniers (Wood & Skeggs, 2010, Montemurro, 2007).

À l'opposé des télérealités critiquées au cours des années 1990, le format du « gamedoc » laisse place à une médiatisation assumée des médias de masse. En effet, le contexte du « jeu », tel qu'une île « déserte » dans le cas de *Survivor*, ou une maison extravagante dans le cas de *Big Brother*, est construit de toutes pièces; on ne prétend pas suivre les participants dans leur quotidien. Le « gamedoc » ne ferait pas pour autant fi de ce que Couldry (2009) appelle « the claim to reality », mais permettrait de transformer cette dernière. Selon Couldry (2009), le mythe du « gamedoc » serait que « (...) there is plausibility in reading human “reality” into what transpires in a space made and monitored for television. » (p. 89) La prétention au réel des « gamedocs » se

trouverait donc dans les actions de participants « ordinaires » dans des situations explicitement construites, mais plausibles.

Puisque la prétention au réel des « gamedocs » est ancrée dans les actions de participants qui sont plongés dans des situations qui relèvent de codes propres à la production télévisuelle, il semble pertinent de se pencher sur le rôle qu'occupent ces individus dans la représentation de la « réalité » à la télévision. De plus, nous notons que les études axées sur la perception des participants de télérealités se font rares. Les études existantes se penchent majoritairement sur le processus de production ainsi que la réception des séries de télérealité.

2.1.3 Le « gamedoc » : compétitions culinaires

Les compétitions culinaires représentent une partie importante des émissions s'inscrivant dans la catégorie des « gamedocs ». Les séries de compétitions culinaires se distinguent d'autres catégories de « gamedocs » tout d'abord par l'universalité de leur thème central : la nourriture. Comme soulevé par Esposito (2018), la nourriture se rapporte à un besoin primaire; créer une compétition centrée sur ce besoin permet donc de rejoindre un maximum de téléspectateurs. La popularité des « gamedocs » de compétitions culinaires depuis les années 2000 est donc peu surprenante. Des séries telles que *Top Chef*, *Iron Chef*, *Hell's Kitchen*, *Chopped*, *MasterChef* ainsi que leurs séries dérivées (*MasterChef Junior*, *Top Chef : Just Desserts*, *Chopped Champions*, etc.) dominant le temps d'antenne alloué aux télérealités.

Certains auteurs argumentent que les séries de compétitions culinaires « (...) will continue to thrive in the television industry due to (their) ability to adapt well to cultural trends » (Esposito,

2018, p. 22). Haarman (2015) étudie les particularités culturelles de l'émission *MasterChef* au Royaume-Uni, ainsi que de ses adaptations aux États-Unis et en Australie. Cette dernière observe dans l'émission *MasterChef UK* des valeurs stéréotypiques associées à la culture britannique, telles que le respect de la vie privée et la réserve émotionnelle. L'adaptation américaine de la série valoriserait plutôt l'individualisme et l'esprit compétitif, alors que la série australienne prioriserait le respect et la solidarité (Haarman, 2015). D'autres auteurs identifient plutôt l'accent sur la culture nationale dans le choix de produits. Carlsson et Svensson (2015) remarquent: « (...) in the Swedish *Masterchef*, there is sometimes a deeper focus on the Scandinavian Cuisine and on local food and ingredients. » (p. 12) Stowell (2021) rajoute, en se penchant sur le « gamedoc » *Top Chef*: « Each season of *Top Chef* is set in a different U.S. city or state and uses the food and restaurant culture of that location to thematically organize that season's challenges (...) » (pp. 7-8) Nous observons aussi cette tendance à prioriser des produits locaux lors de défis, par exemple, dans le « gamedoc » de compétition culinaire québécois *Les Chefs!*.

Haarman (2015) conclut que le succès des « gamedocs » de compétitions culinaires, dont la série *Top Chef*, est dépendant de l'identification de l'auditoire aux aspects d'identité et de culture nationale présentés dans l'émission, tels que ceux présentés ci-haut. Esposito (2018) rajoute que: « (...) the industry has seen an increase in demand for formats and a slight decline in demand for the purchase of imported syndicated shows. » (p. 27) Les sociétés de télédiffusion prioriseraient donc un format leur permettant d'adapter leur contenu à un public local, illustrant ainsi les propos de Haarman (2015).

L'importance de l'identification de l'auditoire ne se limite pas aux aspects de culture nationale présentés dans l'émission : elle s'étend à l'identification de l'auditoire à la culture du participant. L'accent placé sur les cultures distinctes des participants prend plus d'importance dans des pays comportant une grande diversité culturelle, tels que le Canada et les États-Unis. Oren (2013) énumère les caractéristiques du format des compétitions culinaires télévisées: « (...) a larger-than-life host, a specifically defined challenge, bombastic music, a set time limit, a panel of judges, and a cast of contestants whose back-story and biographical detail serves to heighten the stakes and fan the programme's already heated dramatic flame » (pp. 26-27). De ce fait, plusieurs « gamedocs » de compétitions culinaires comportent des séquences de compétition, certes, mais aussi des entrevues individuelles avec les participants qui leur permettent d'expliquer leurs gestes, de contextualiser les défis, d'élaborer sur leur parcours et leur vécu, dont leur culture, etc. Les producteurs de « gamedocs » de compétitions culinaires prétendent ainsi fournir un accès « direct » aux participants, permettant d'augmenter les enjeux dramatiques, tel que soulevé par Oren (2013), en poussant le téléspectateur à s'investir émotionnellement dans l'expérience de visionnement.

Montemurro (2007) suggère que l'identité du participant serait « construite » de pair par la production et par le participant lui-même. Elle aborde toutefois « the way reality television participants sell their identities when they sign contracts. » (p. 94), suggérant donc une absence d'agentivité² chez le participant quant à la « construction » de son identité télévisée. Les tactiques employées à la télévision pour « construire » les personnalités de ces participants, telles que les entrevues individuelles mentionnées ci-haut, ont une signification toute particulière dans le cadre

² Nous entendons par « agentivité » « le fait de se vivre auteur de nos propres actions ». (Bulot et al., 2007, p. 603)

des « gamedocs » de compétitions culinaires. En effet, le sujet de la nourriture est souvent employé pour raciaiser l'identité des participants. Dans une étude sur l'émission *Top Chef*, Stowell (2021) remarque que les participants sont souvent encouragés à cuisiner « leur » nourriture. On demanderait donc aux participants de performer une identité racialisée à travers la cuisine. Un des participants visés par cette demande note que « a preconceived notion » (Stowell, 2021, p. 30) se développe face à son identité à travers la saison. Stowell (2021) remarque que les propos de ce participant suggèrent que ce dernier perçoit un écart « between his character or persona and his self. » (p. 33) Cet écart viendrait remettre en question les propos de Corner (2002), abordés ci-haut, selon lesquels les « gamedocs » permettraient de présenter « the real characteristics of real people » à la télévision.

Alors que de demander à un participant de cuisiner « sa » cuisine peut s'avérer problématique, le fait de demander à un participant de cuisiner la nourriture d'une culture autre que la sienne soulève aussi des questions. En effet, il est courant pour un « gamedoc » de compétitions culinaires de comporter des défis axés sur une culture autre à celle des participants. La série *Les Chefs!* compte dans ses dernières saisons, par exemple, des défis sur le Japon, la Louisiane, ou encore Cuba. À notre connaissance, aucun candidat participant à ces défis respectifs ne s'identifie comme faisant partie de ces cultures. Ainsi, il y a lieu de se demander, comme le font plusieurs auteurs (Long; 2018, Leer & Meldgaard Kjaer; 2015), à qui revient la légitimité de représenter les traditions culinaires d'une culture donnée. La question semble particulièrement pertinente à la lumière de la prétention au réel des « gamedocs » culinaires, qui tient autant à l'agentivité de participants « ordinaires » qu'aux situations dans lesquelles les producteurs choisissent de les plonger.

2.2 Le politique culinaire

Les auteurs qui explorent la question de savoir « à qui revient l'autorité de représenter les traditions culinaires d'une culture donnée? » arrivent à des conclusions disparates, ou même contradictoires, illustrant ainsi la complexité du sujet. Johnston et Baumann (2010) notent, par exemple, que d'approcher les traditions culinaires d'une culture autre que la sienne, « (...) builds on and reproduces certain neo-colonial inequalities, at the same time it represents a cosmopolitan interest in broadening the culinary canon and forming intercultural connections » (p. 98). Ces derniers semblent soulever, dans leur conclusion, une juxtaposition fort intéressante entre les effets possibles de l'action en question. D'une part, cette appropriation permettrait à la culture dominante de se positionner comme étant supérieure à l'autre en reproduisant des inégalités néocoloniales et en se distanciant ainsi de ce dernier. D'autre part, approcher les traditions culinaires d'une culture autre que la sienne permettrait de réduire l'écart entre « nous » et « l'autre » en créant des « connexions interculturelles » (Johnston et Baumann, 2010).

Les études de Leer et Meldgaard Kjaer (2015) tendent à appuyer les propos de Johnston et Baumann (2010) selon lesquels cuisiner la nourriture d'une culture autre que la sienne viendrait reproduire certaines inégalités culturelles. En analysant les émissions de cuisine *Jamie's Italian Escape* et *Gordon's Great Escape*, respectivement des chefs Jamie Oliver et Gordon Ramsay, Leer & Meldgaard Kjaer (2015) notent que ces deux derniers se distancient de l'identité culturelle des pays qu'ils visitent à l'aide de la terminologie qu'ils emploient. Les auteurs précisent: « In both *Jamie's Italian Escape* and *Gordon's Great Escape*, a central quality of authenticity is "its distance from the complexities of life in advanced industrialized societies" » (Leer & Meldgaard Kjaer,

2015, p. 313). En opposant la simplicité de la culture de l'autre et la complexité de la sienne, le chef établit une certaine distance tout en se positionnant comme étant supérieur à l'autre. En se positionnant similairement, Gordon Ramsay, après avoir déclaré vouloir apprendre comment cuisiner un cari de manière authentique, adapte le plat indien traditionnel pour qu'il s'inscrive plutôt dans la cuisine dominante (Leer & Meldgaard Kjaer, 2015). Les actions de Jamie Olivier et de Gordon Ramsay illustrent donc leur croyance selon laquelle « leur » cuisine serait supérieure à toutes les autres.

Alors que ces exemples mettent en jeu des chefs issus d'une culture européenne s'intéressant à une cuisine autre que la leur, le processus contraire permet aussi d'explorer la question. En se penchant sur la série *Top Chef*, Stowell (2021) conclut qu'une participante Noire est pénalisée pour avoir employé des techniques de cuisson européennes dans le cadre du défi final (bœuf sous vide et soufflé). Malgré sa formation classique, l'identité de la participante est principalement associée au « comfort food » (Stowell, 2021), en raison des stéréotypes culturels mobilisés afin de construire son identité à l'écran. Selon Stowell (2021), la structure narrative des « gamedocs » comme *Top Chef* est dépendante des stéréotypes mobilisés afin de rendre les « personnages fictifs » familiers et de justifier leurs actions. Inscrire les participants dans des stéréotypes existants permettrait de simplifier l'identité culturelle complexe de ces « vraies » personnes. Ce processus permettrait donc de renforcer des croyances familières aux téléspectateurs pour ainsi les mener à s'investir émotionnellement dans l'expérience de visionnement. Stowell (2021) soulève que: « (...) reality cooking competitions place demands on their contestants to “appropriately” perform their identities (...) » (p. 41) Selon l'auteur, les juges auraient donc des

attentes directement liées à l'identité racialisée, et stéréotypée, du participant construite à travers la saison.

À la question « à qui revient l'autorité de représenter les traditions culinaires d'une culture donnée? », Leer et Maldgaard Kjaer (2015) semblent conclure que ce qui importe le plus est l'attitude de celui qui approche les traditions culinaires de l'autre. Ces derniers réitèrent la juxtaposition soulevée par Johnston et Baumann (2010) selon laquelle certains martèleraient certaines inégalités néocoloniales, alors que d'autres tenteraient de former des « connexions interculturelles ». L'attitude de supériorité illustrée par Gordon Ramsay et Jamie Oliver relèverait par exemple, comme soulevé ci-haut dans les propos de Leer et Maldgaard Kjaer (2015), de ces inégalités néocoloniales. Dans le même ordre d'idées, Heldke (2001) conclut, à la suite d'une réflexion sur ses propres habitudes culinaires, que ses attitudes se rapporteraient à diverses idéologies issues du colonialisme occidental : elle traite donc ses habitudes de « cultural food colonialism » (p. 77). Les propos de Heldke tendent à confirmer la conclusion de Leer et Maldgaard Kjaer (2015). En effet, Heldke (2001) semble proposer qu'il importe moins de demander « à qui revient l'autorité de représenter les traditions culinaires d'une culture donnée? », mais qu'il importe plutôt de se poser la question « avec quelle attitude approchons-nous les traditions culinaires d'une culture donnée? ».

Dans la série *Ugly Delicious*, le chef David Chang consacre, par exemple, un épisode à la sombre histoire du poulet frit aux États-Unis. Il explique que le poulet frit serait porteur de stéréotypes racistes. Ces stéréotypes remonteraient à l'époque où les esclaves afro-américains cuisinaient le plat pour leurs capteurs (Neville, 2018) : ce plat serait donc indissociable de son

contexte socioculturel. Chang note la disparité entre la perception de chefs blancs et Noirs face au poulet frit. Les premiers, approchant les traditions culinaires de l'autre, n'hésitent pas à inclure le plat en question dans leur menu, connaissant peu ou pas du tout les connotations qui y sont rattachées. Les deuxièmes, toutefois, évitent de servir du poulet frit par peur de perpétuer le stéréotype qui rattache les Noirs au plat en question (Neville, 2018).

À la lumière des études existantes et de témoignages de professionnels de l'industrie culinaire, le problème ne semble donc pas être d'approcher les traditions culinaires d'une culture autre que la sienne lorsqu'il est question de représenter l'autre dans les « gamedocs » de compétitions culinaires, mais plutôt d'ignorer le contexte culturel dans lequel il s'inscrit.

2.3 Question de recherche

Tel qu'observé par plusieurs auteurs, le genre de la télé-réalité servirait, depuis plusieurs décennies, de miroir aux normes et idéologies d'une culture contemporaine (Montemurro, 2007). Toutefois, la complexité et la remise en question de la notion de « réalité » comprise dans le genre de la télé-réalité exigent, au cours des années 1990, une adaptation de la part des réseaux de télédiffusion, d'où l'émergence de la sous-catégorie de télé-réalité des « gamedocs ». Le « gamedoc » ne ferait pas fi de ce que Couldry (2009) appelle « the claim to reality », mais permettrait de transformer cette dernière. Alors que les télé-réalités s'inscrivant dans la tradition documentaire prétendent à une absence de médiation par le média de masse, le format du « gamedoc » laisse place à une médiation, ou médiatisation tel que proposé par Couldry (2008), assumée de ce dernier. En construisant de toutes pièces le contexte du « jeu », la prétention au réel

des « gamedocs » se trouverait donc dans les actions des participants « ordinaires » dans des situations plausibles, mais explicitement construites.

Les séries de compétitions culinaires représentent une partie importante des émissions s'inscrivant dans la sous-catégorie des « gamedocs », et se distinguent par l'universalité de leur sujet central, soit la nourriture. Il est démontré par plusieurs (Wood et Skeggs; 2010, Montemurro; 2007) que l'expérience de visionnement est directement affectée par la relation qu'interprète le téléspectateur entre son identité et celle du participant. Les tactiques employées à la télévision pour « construire » les personnalités de ces participants, telles que les entrevues individuelles mentionnées ci-haut, ont une signification particulière dans le cadre des « gamedocs » de compétitions culinaires puisque le sujet de la nourriture est souvent employé pour racialement l'identité des participants. Stowell (2021) note qu'on demande aux participants racialisés de la série *Top Chef* de cuisiner « leur » nourriture, soit une nourriture reflétant une identité culturelle simplifiée, et ancrée dans des stéréotypes, pour les besoins de la télévision. Alors qu'il est problématique de demander à des participants de cuisiner « leur » nourriture, de demander à des participants de cuisiner la nourriture d'une culture autre à la leur soulève aussi des questions. Puisque plusieurs séries de compétitions culinaires comportent des défis de la sorte, il importe de se pencher sur la dynamique par laquelle les traditions culinaires d'une culture donnée sont représentées à la télévision, résultat des actions de participants 'ordinaires' dans des situations plausibles, mais explicitement construites.

Étant donné la place centrale des participants dans le format des « gamedocs », ainsi que la problématique entourant l'approche d'une culture autre que la sienne dans le cadre de

compétitions culinaires, nous tenterons, dans cette recherche, de répondre à la question suivante : quel est le rôle des individus participant aux « gamedocs » de compétitions culinaires dans la manière dont diverses cultures sont représentées à la télévision?

2.4 Cadre théorique : La théorie des représentations sociales

2.4.1 TRS et le politique culinaire

Afin de répondre à notre question de recherche, nous adopterons le cadre théorique des représentations sociales. Hoijer (2011) définit les représentations sociales comme suit: « (...) social representations are about processes of collective meaning-making resulting in common cognitions which produce social bonds uniting societies, organisations and groups » (p. 3). Le « politique culinaire », tel que défini plus haut, fait écho aux lacunes que comporte la théorie des représentations sociales telle que développée initialement par Serge Moscovici en 1961, dans son livre *La psychanalyse, son image et son public*.

En effet, le « politique culinaire » nous permet d'aborder un aspect négligé par le père de la TRS, Serge Moscovici, soit le rôle des enjeux de pouvoir dans la construction de représentations sociales.

Les lacunes que comporte la TRS, abordées ci-haut, se rapportent au caractère « acritique » de la théorie (Voelklein & Howarth, 2005). Selon Voelklein et Howarth (2005), cette dernière « (...) fails to seriously address issues of power and ideology. » (p. 444) Moscovici (2011) note d'ailleurs ne pas s'être penché sur la question des préjugés dans le processus de construction des

représentations sociales. Ce dernier vient donc confirmer la critique de Voelklein et Howarth (2005) comme quoi la TRS aurait été, à la base, développée dans une optique acritique. Nous pouvons donc proposer que le rôle des rapports de pouvoirs dans le processus de construction des représentations sociales a peu été exploré, malgré sa pertinence.

Nous soutenons l'importance de considérer les rapports de pouvoir dans le processus de construction des représentations sociales, et jugeons même ces derniers essentiels à la compréhension de la TRS. Voelklein et Howarth (2005) illustrent leur argument en se penchant sur les univers consensuels et réifiés de Moscovici. Ce dernier définit l'univers consensuel comme celui du sens commun, et l'univers réifié comme celui des experts, souvent scientifiques (Voelklein & Howarth, 2005). Voelklein et Howarth (2005) soulèvent que « Reification infuses social representations with ideological power by legitimizing their dominant and domination position over alternative representations » (2005, p. 446). Nous soutenons donc qu'une théorie des représentations sociales qui ne prend pas en considération les rapports de pouvoir d'une société viendrait complètement invalider la possibilité d'une représentation alternative. En maintenant l'idée de Jovchelovitch selon laquelle, « (...) some groups have more access to resources and thus a better chance of imposing their versions of reality and truth (...) » (Voelklein & Howarth, 2005, p. 446), nous pouvons conclure que cette représentation alternative qui serait invalidée par la TRS telle que conçue initialement par Moscovici, est celle construite par une minorité sociale. Prendre en considération les rapports de pouvoir dans le processus de construction des représentations sociales permettrait donc de nuancer l'analyse des représentations sociales construites par une majorité sociale, et de considérer celles construites par les groupes sociaux minoritaires.

Prendre en considération les rapports de pouvoir dans le processus de construction des représentations sociales nous permettrait aussi de nous pencher sur la perception de cette majorité sociale face à une minorité donnée. La TRS pourrait être employée de manière critique pour traiter de rapport entre divers groupes sociaux majoritaires et minoritaires (i.e. minorités sexuelles, linguistiques, religieuses, culturelles, etc.). Nous décidons toutefois dans le cadre de ce projet, dans la même veine d'idées que Moscovici dans son article mentionné ci-haut, *An essay on social representations and ethnic minorities* (2011), de nous pencher sur les rapports de pouvoir entre diverses cultures dans le processus de construction des représentations sociales. Il importe d'aborder ces rapports de pouvoir dans le cadre de notre recherche étant donné les lacunes illustrées par les critiques de la TRS, abordées ci-haut, ainsi que nos intuitions face à l'appartenance culturelle des participants du « gamedoc » *Les Chefs!*. Alors que plusieurs chefs mentionnent être d'origine européenne, il est insinué que les techniques dominantes en cuisine sont aussi Euro centriques. Les participants s'inscriraient donc dans une culture dominante en cuisine, et seraient confrontés aux traditions d'une culture en contexte (culinaire) minoritaire. D'employer le cadre théorique de la TRS nous permettra d'explorer ces enjeux, de nous référer à l'article de Moscovici (2011) au besoin, ainsi que de centrer notre étude autour d'une étude de cas bien définie.

2.4.2 Se pencher sur l'individu : des représentations collectives aux représentations sociales

La théorie des représentations sociales est proposée comme réponse aux limites perçues par Moscovici dans le champ de la psychologie sociale. Ce dernier prétend que la psychologie sociale, contre-intuitivement, serait surtout axée sur les attitudes individuelles (Wagner, 1994). Dans la même veine d'idées, Wagner note: « (...) social representation theory (...) provides

methodological and theoretical tools to bridge the conceptual gap between society and individual in social psychology and related disciplines » (1994, p. 158). La théorie des représentations sociales permettrait donc de se pencher sur les aspects sociaux ou culturels qui précèdent les attitudes individuelles, et fournissent des pistes pour mieux comprendre ces dernières. Moscovici note aussi les lacunes des théories et approches en psychologie sociale, telles que l'approche cognitive sociale, qui considèrent le sujet comme étant séparé de son objet. La théorie des représentations sociales perçoit plutôt le sujet et l'objet comme étant indissociables, l'objet étant ce qu'il est grâce à un processus de construction sociale (Wagner, 1999).

Moscovici (1984) se base sur la théorie des représentations collectives de Durkheim pour élaborer la théorie des représentations sociales. Selon Moscovici, remplacer le terme « collectif » par le terme « social » permet de moderniser la théorie de Durkheim (Farr, 1998). En effet, Moscovici note que les représentations sont dynamiques, changeantes et rarement partagées largement dans notre société moderne (Moscovici, 1984, Farr, 1998), et sont donc sociales plutôt que collectives. Nous pouvons spéculer que les médias, comme systèmes de circulation et de construction de sens (Wagner, 1999), sont à l'origine de cette divergence de représentations au sein d'une même société. En effet, la réalité étudiée par Durkheim n'est pas la même que celle qui a été étudiée par Moscovici. L'avènement des médias télévisuels, puis plus récemment de l'internet et subséquemment d'une soi-disant communauté globale, demande une capacité d'adaptation rapide aux théories se référant au partage, et à la construction de représentations. Dans la même veine d'idées, Jovechelovitch note que les conditions d'émergence des représentations sociales comptent, entre autres, « (...) a high degree of reflexivity propitiated by the multiple encounters of different traditions, the massive and widespread circulation of information through the

development of the mass media (and more recently, the World Wide Web) and last, but not least, the liberal principles of equal access to, and full visibility in, the public sphere. » (2001, p. 4)

2.4.3 TRS et études médiatiques

Alors que le marxisme et la psychanalyse sont plutôt les paradigmes dominants en sciences sociales lors des années 1960 (Jodelet, 2008), la fin de la décennie est marquée par un intérêt grandissant pour la théorie des représentations sociales de Moscovici. En effet, les représentations sociales sont explicitement mobilisées à cette époque par plusieurs auteurs français se penchant sur les structures de représentations dans divers domaines, tels que l'éducation, la santé et les études de genres (Jodelet, 2008). Toutefois, aussi récemment que 2011, Hoijer précise que la TRS « (...) is still quite unknown to media researchers » (p. 3).

L'article de Hoijer (2011), *Social Representations Theory : a new Theory for Media Research*, explore la pertinence d'employer la théorie des représentations sociales en études des médias. L'auteure explique que la TRS permet de comprendre comment les idées sont communiquées et transformées en ce qui est perçu comme relevant du sens commun. Elle précise qu'en études des médias, cette théorie permet de se pencher sur « (...) how the media naturalizes social thinking and generates collective cognition » (Hoijer, 2011, p. 3). Hoijer illustre son argument en se penchant sur la couverture médiatique des changements climatiques dans l'optique de la théorie des représentations sociales. Elle note, par exemple, que les médias emploient ce que Moscovici appelle « l'ancrage émotif » dans la couverture des changements climatiques. D'ancrer un nouveau phénomène, dans ce cas-ci les changements climatiques, dans des émotions bien

connues permet de faciliter la compréhension du phénomène chez le téléspectateur, et de comparer le phénomène avec d'autres représentations sociales rattachées à des émotions semblables, telles que le terrorisme (Hoijer, 2011). Les ancrages émotifs mobilisés varient de la peur, à l'espoir, ou encore la culpabilité (ibid.).

Dans un article datant de 2014, Castrechini et al. font écho aux propos de Hoijer (2011) en menant eux aussi une analyse sur les représentations sociales dans la couverture des changements climatiques dans les médias de masse. Ces derniers précisent que la pertinence de la TRS en étude des médias se trouve au cœur du processus social impliqué dans la construction des représentations. En effet, « (...) the media as a cultural organisation generates and shares social knowledge that influences individual and social perceptions, experiences and actions » (Castrechini & al., 2014, p. 215). Les médias de masse sont donc considérés comme « systèmes » (Rouquette, 1996) de communication qui non seulement servent d'outils au partage des représentations sociales, mais contribuent aussi à leur construction. Ce rôle des médias dans la construction des représentations sociales nous permet de réitérer que ces derniers ne représentent pas une réalité objective et observable.

Hall et Moscovici (Wagner, 1999) notent tous deux que quoiqu'il existe d'autres systèmes de circulation de sens dans la société, tels que les interactions individuelles, les médias forment le système ayant le plus de pouvoir.

2.4.4 Pertinence d'employer la TRS dans le cadre de notre recherche

Serge Moscovici (1988) propose que les représentations sociales, « (...) are the prerequisite for action in general » (p. 214). De fait, la pertinence d'employer la TRS dans le cadre de notre recherche est double. D'une part, étant donné que la prétention au réel des « gamedocs » se base sur les actions du participant, comme mentionné ci-haut, la TRS nous permettra d'acquérir une meilleure compréhension de l'origine de ces actions. D'autre part, comme ces actions sont conjuguées aux codes de la production télévisuelle, puis relayées au public, la TRS permet d'expliquer comment les représentations prennent une plus grande portée à travers les médias de masse.

En effet, nous avons soulevé ci-haut le caractère novateur de l'emploi de la TRS en études des médias (Hoijer, 2011), malgré la pertinence de jumeler ces deux dernières (Castrechini & al., 2014; Rouquette, 1996; Wagner, 1999). De plus, Montemurro (2007) note que, « (...) the ways in which race (...) distinctions and stereotypes are represented on reality television is notably lacking in the extant literature » (p. 100). Tel que noté préalablement, la TRS est critiquée pour sa négligence du rôle de ces rapports de pouvoirs dans le processus de construction des représentations sociales.

La notion d'ancrage, telle que proposée par Serge Moscovici, nous permettra d'explorer l'influence de l'expérience des participants sur la construction de ces représentations sociales, ainsi que l'origine de ces dernières pour les participants. En effet, Moscovici note: « (...) what is represented and how it is represented is given a meaning in terms of the position of the person who enunciates it » (1988, p. 230). Cette notion nous permettra donc d'aborder ce à quoi les participants

se réfèrent lorsque confrontés au « nouveau », soit, dans le cadre de notre recherche, une culture qui leur est étrangère.

2.4.5 La notion d'ancrage

La première fonction de la TRS, soit celle d'orientation, est exercée à travers le mécanisme d'ancrage. En effet, selon Moscovici, les individus ancrent le nouveau dans ce qui leur est déjà familier afin de s'orienter. Hall note, dans la même veine d'idées, que ce qui va à l'encontre du sens commun est placé « (...) within some domain or other of the existing maps of problematic social reality » (Hall, 1973/99, p. 57, dans Hoijer, 2011) au cours du processus de *sense-making*. Cette notion d'ancrage nous permettra d'aborder ce à quoi les participants des « gamedocs » se réfèrent lorsque confrontés au nouveau.

Dans le contexte des « gamedocs » de compétitions culinaires, soit la sous-catégorie sur laquelle nous nous penchons dans le cadre de cette recherche, les participants sont confrontés au « nouveau » de deux manières distinctes. Tout d'abord, les séries de compétitions culinaires comportent souvent des défis axés sur une culture culinaire étrangère, que Leer et Meldgaard Kjaer (2015) qualifient de « Other ». Dans le cadre de l'émission québécoise *Les Chefs!*, abordée ci-haut, cet « Other » peut prendre la forme de la cuisine japonaise, louisianaise ou encore cubaine. Les participants des « gamedocs », de compétitions culinaires ou autres, font aussi face au « nouveau » lorsqu'ils sont placés dans une situation complètement étrangère à leur vie de tous les jours. En effet, les situations construites de toutes pièces (particularité du « gamedoc »), telles qu'une île « déserte » dans le cadre de *Survivor*, ou un hybride entre cuisine et plateau de télévision dans les

séries de compétitions culinaires, demandent aux participants de s'adapter à un environnement nouveau et peu naturel.

Lorsque confronté au nouveau, les participants peuvent se référer à 5 catégories d'ancrages proposées par Moscovici, soit la désignation (Belleau, 2014), l'ancrage antinomique, l'ancrage émotionnel, l'ancrage métaphorique, l'ancrage thématique (Hoijer, 2011).

L'ancrage par désignation se fait en nommant le phénomène inconnu. Ce processus permet d'extirper ce phénomène de l'anonymat afin de le situer dans notre cadre de référence. Hoijer (2011) note que les stéréotypes s'inscrivent souvent dans cette catégorie d'ancrage; cette dernière est donc pertinente pour traiter de la notion de pouvoir au sein des représentations sociales. L'ancien président des États-Unis Donald Trump s'est, par exemple, référé au virus Covid-19 comme étant le « virus chinois » à maintes reprises. En associant un pays étranger au virus, Trump fait aussi un ancrage antinomique, en inscrivant l'inconnu dans une polarité. En effet, ce dernier crée une dichotomie, soit Nous/L'Autre. En se dissociant du virus, ce dernier transpose toute culpabilité à cet Autre. Il importe de noter que ces stéréotypes n'ont pas uniquement la fonction d'ancrer l'inconnu dans un cadre de références familier, ils contribuent aussi à la création de représentations sociales. Hoijer note, en se référant à l'ancrage par désignation, « (...) stereotypical namings confirm themselves when, as they are, used over and over again. It really is so. » (Hoijer, 2011, p. 8)

L'ancrage émotionnel est le processus au cours duquel l'inconnu est ancré dans une émotion bien connue. Ce dernier est particulièrement pertinent pour traiter des représentations

sociales dans les médias. Hoijer (2011) soulève l'exemple des changements climatiques ancrés dans les médias dans les émotions de la peur, l'espoir, la culpabilité, la compassion et la nostalgie.

L'ancrage par métaphore se réfère au processus où l'on imagine un phénomène incompréhensible comme étant quelque chose d'autre. Hoijer (2011) propose comme exemple les expressions « life is a journey » ou encore « time is money ».

La dernière catégorie d'ancrages, soit thématique, se réfère au processus d'ancrer le nouveau dans certains thèmes construits socialement ou culturellement (Hoijer, 2011). Il importe de noter que ces catégories d'ancrages ne sont pas exclusives l'une de l'autre. En effet, l'ancrage thématique englobe souvent l'ancrage métaphorique et antinomique (Hoijer, 2011).

CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE

3.1 Approche qualitative

À l’instar de nombreuses recherches portant sur la production télévisuelle (Corner 2002; Couldry 2009; Esposito 2018; Grindstaff 2010; Haarman 2015; Montemurro 2007; Oren 2013; Stowell 2021; Wood & Skeggs 2010) ou les représentations sociales (Fraser 1994; Hoijer 2011; Jodelet 1994), cette étude s’inscrit dans une approche qualitative. La nature inductive (Bonneville et al., 2007) de celle-ci nous permettra de répondre à notre question de recherche, soit : « Quel est le rôle des individus participant aux « gamedocs » de compétitions culinaires dans la manière dont diverses cultures sont représentées à la télévision? ». Cette nature inductive nous permet d’adopter une approche exploratoire, à la lumière des études existantes et des épisodes de l’émission *Les Chefs!* visionnés, et d’explorer des enjeux qui se révèlent au cours de l’analyse des entrevues et des transcriptions d’épisodes choisis.

3.1.1 Étude de cas *Les Chefs!*

Tel que mentionné ci-haut, nous avons choisi de mener une étude de cas sur le « gamedoc » québécois de compétitions culinaires *Les Chefs!*. Nous avons mené d’une part des entrevues semi-dirigées avec les participants des épisodes choisis et d’autre part une analyse de contenu de ces épisodes. D’employer ces deux outils nous a permis de déterminer quel était l’écart entre la perception des participants face à leur expérience et le produit final, soit les épisodes diffusés. De

se pencher sur cet écart nous permet d'identifier, s'il y a lieu, le rôle de la production dans le processus de médiatisation de l'expérience des participants.

Nous avons fait le choix de retenir trois épisodes diffusés le 20 mai 2019 (saison 9), le 4 mai 2020 (saison 10) et le 25 mai 2020 (saison 10). Ces épisodes ont, d'une part, été choisis en raison de leur accessibilité. Depuis 2010, dix saisons ont été diffusées sur les ondes de Radio-Canada, mais seules les trois plus récentes sont disponibles pour visionnement sur le site ICI TOU.TV. D'autre part, les trois épisodes sélectionnés sont les seuls axés sur les traditions culinaires de cultures données. Dans ces épisodes, les candidats doivent, respectivement, s'inspirer de la cuisine cubaine, louisianaise et japonaise dans le cadre de leur défi culinaire hebdomadaire.

La série compte dix épisodes par saison, chacune mettant en compétition douze à quatorze candidats. On note une majorité d'hommes parmi les participants des saisons à l'étude, soit huit pour la huitième saison et neuf pour la neuvième et dixième saison.

3.1.2.1 Cuba : épisode du 20 mai 2019.

L'épisode diffusé le 20 mai 2019 est d'une durée de 43.03 minutes, et met en vedette six candidats, soit cinq hommes et une femme. Au début de l'épisode, les candidats s'envolent vers La Havane (Cuba) avec leur mentor, le chef Daniel Vézina. Les candidats visitent un marché agricole, deux restaurants, soit un restaurant haut de gamme et un restaurant accueillant, selon le mentor, « des locaux ». Les candidats assistent, à la fin du segment, à la préparation d'une boisson cubaine, soit le Mojito. Le segment se passant à Cuba dure environ 4 minutes et 30 secondes et est parsemé d'entrevues individuelles avec les participants.

À leur retour au Québec, les candidats sont invités à s'inspirer de leur voyage dans le cadre de leur défi hebdomadaire. On leur demande de préparer, en 1h45, deux entrées, dont une où ils doivent intégrer le vivaneau (une sorte de poisson), ainsi qu'un plat principal à base de poulet. On leur demande aussi d'intégrer du rhum dans un des plats. Les plats préparés inclus, un crudo de vivaneau avec ananas compressés au rhum, une soupe aux concombres et noix de coco et des gnocchis de plantain. Les 3 juges déclarent comme repas gagnant du défi un ceviche de vivaneau aux fruits de la passion, suivi d'une entrée de pieuvre et d'un plat de poulet aux épices cubaines.

Les juges sélectionnent les deux candidats ayant le moins bien performé pour s'affronter dans un duel. Dans cet épisode, on demande aux deux candidats de préparer un râble de lapin farci. Un des candidats est par la suite éliminé.

L'épisode se termine avec un atelier du mentor Daniel Vézina, où il prépare un ananas flambé au rhum.

3.1.2.2 La Nouvelle-Orléans : épisode du 4 mai 2020.

L'épisode diffusé le 4 mai 2020 est d'une durée de 43 minutes, et met en vedette 8 candidats, soit six hommes et deux femmes. Nous notons plusieurs similitudes entre cet épisode et celui diffusé le 20 mai 2019. Tout d'abord, le format de l'émission est semblable. Les cinq premières minutes de l'épisode se passent en Nouvelle-Orléans. Les candidats et leur mentor y visitent le French Market, où ils goûtent à de l'alligator, à diverses sauces piquantes et aux fameux beignets du Café du monde. Ils visitent aussi trois restaurants, dont deux s'inscrivant dans la haute

cuisine, où ils dégustent des huîtres Rockefeller, et un ayant une ambiance plus décontractée. À la fin du segment, les candidats participent à un carnaval. Tout comme dans l'épisode diffusé le 20 mai 2019, le segment se déroulant à l'étranger est parsemé d'entrevues individuelles avec les participants.

À leur retour au Québec, on demande aux participants de s'inspirer de la cuisine louisianaise dans le cadre de leur défi hebdomadaire. Ils doivent préparer, en 1h30, un plateau d'huîtres Rockefeller, où ils incorporent un velouté et des épinards, ainsi qu'un plat principal d'alligator et de homard. Les plats servis par les candidats incluent un homard glacé avec alligator frit, et une queue de homard poilée avec une sauce façon cajun. Le plat gagnant du défi est une polenta crémeuse avec alligator frit, homard frit dans son jus, tuile de polenta et un yogourt à la ciboulette et à la lime.

Les deux candidats ayant le moins bien performé, selon les trois juges, doivent par la suite s'affronter dans un duel où on leur demande de préparer un filet de bœuf sterling, un tataki de bœuf à l'érable et une salade d'accompagnement. À la fin de l'épisode, un de ces deux candidats est éliminé.

L'épisode se termine avec un atelier du mentor Daniel Vézina, où il prépare des huîtres Rockefeller.

3.1.2.3 Le Japon : épisode du 25 mai 2020.

Tout comme l'épisode du 4 mai, celui diffusé le 25 mai est d'une durée de 43 minutes. Ce dernier ne met par contre en vedette que 5 candidats, soit quatre hommes et une femme. Le format de cet épisode diffère de celui des deux autres épisodes à l'étude puisqu'il n'inclut pas de voyage. Il inclut par contre quelques entrevues individuelles, quoique moins que dans les deux autres épisodes.

Les candidats sont invités à s'inspirer de la cuisine japonaise dans le cadre de leur défi hebdomadaire. Ils ont 1h30 pour servir un bouillon au miso de type dashi, un plat principal de morue charbonnière, ainsi qu'un plateau de makis avec une sauce d'accompagnement. Les plats servis par les candidats incluent des makis de thon albacore avec concombre et gingembre, un dashi de miso avec hareng et oignons brûlés, ainsi qu'une morue charbonnière avec nouilles de soba, condiments de miso et d'échalotes, un œuf mollet et des champignons. Le plat gagnant du défi est un bouillon simple avec une morue au longchoy et champignons king, ainsi qu'un plateau de makis aux concombres, carottes, avocat et tobiko.

Les deux candidats ayant le moins bien performé s'affrontent dans un duel où on leur demande de préparer, en 15 minutes, une assiette de calmar en tempura avec une sauce au yogourt. Un de ces deux candidats est éliminé à la fin de l'épisode.

On retrouve un juge invité dans cet épisode, soit Kimio Nguyen, propriétaire de quelques restaurants japonais à Montréal. Ce dernier anime aussi un atelier à la fin de l'épisode où il prépare des makis.

3.2 Entrevues semi-dirigées

Montemurro (2007) note que peu de chercheurs s'attardent à mener des entrevues avec les participants d'émissions de télé-réalité. Nous observons que 15 ans plus tard, les propos de Montemurro (2007) tiennent toujours. En effet, nous n'avons relevé aucune étude où des entrevues auraient été menées avec des participants d'émission de télé-réalité. Montemurro (2007) soulève toutefois la pertinence de cette approche: « Interviews with reality show participants (...) would lend insight to the representations of race, class, gender, and sexuality, and conceptions of fame » (p. 98). Étant donné notre intérêt pour les rapports de pouvoir dans l'industrie culinaire, ainsi que pour la perception des participants face à leur expérience de participation à l'émission *Les Chefs!*, le premier outil de collecte de données privilégié dans notre recherche est l'entrevue.

L'entrevue semi-dirigée nous permet d'aborder une série de thèmes préalablement définis avec les participants, comme leur appartenance culturelle et leur perception des cultures autres à la leur, tout en leur donnant la latitude nécessaire pour développer sur ces thèmes. (Bonneville et al., 2007).

Nous avons choisi d'employer la plateforme Zoom pour mener nos entrevues. Toutefois, l'emploi de la technologie dans le cadre d'entretiens de recherches comporte certains facteurs additionnels à considérer, tels que l'accès à un ordinateur portable et la rapidité et connexion internet. Ces risques sont toutefois bien inférieurs aux risques que comporte un entretien en personne en temps de pandémie, pour le participant et la chercheuse principale.

Plusieurs facteurs justifient l'emploi de la plateforme Zoom plutôt que d'une autre plateforme audiovisuelle. Tout d'abord, la chercheuse principale est très familière avec cette plateforme (ayant elle-même suivi des cours et participé à des rencontres via cette dernière pendant la pandémie), ce qui nous permet donc de minimiser les risques techniques, tel qu'un problème de connexion, d'enregistrement, ou autre.

Dans une étude menée par Archibald & al. en 2019, soit avant la pandémie de la Covid-19, sur l'emploi de Zoom dans le cadre de recherches qualitatives, la majorité des participants sondés soulignent préférer Zoom à tout autre contextes d'entrevues, tels qu'en face à face, au téléphone, ou sur d'autres plateformes audiovisuelles. Ces derniers citent la facilité d'utilisation (en comparaison à d'autres plateformes, telles que Skype), ainsi que la commodité de la plateforme comme avantages. En effet, alors qu'une entrevue en face à face demande au participant de se déplacer, l'entrevue sur Zoom peut être effectuée dans le confort de sa maison, sans le coût et l'effort du déplacement.

L'emploi de la plateforme Zoom est aussi bénéfique pour les chercheurs. En effet, les plateformes audiovisuelles offrent la même commodité pour ces derniers que pour les participants. Comme pour le participant, elles éliminent complètement les coûts de déplacement. De plus, elles permettent de mener des entrevues aisément dans différentes zones géographiques. Alors que la chercheuse principale a mené les entrevues de Montréal, un des participants se trouvait en Corse, et un autre à Saint-Hyacinthe. La commodité de Zoom a permis à ce deuxième de participer à l'entrevue pendant une pause au travail, à partir de son téléphone. La plateforme Zoom offre aussi des fonctions qui ne sont pas disponibles sur d'autres plateformes audiovisuelles. Cette plateforme

permet, entre autres, de stocker de manière sécuritaire les entrevues, sans avoir recourt à une application additionnelle (Archibald & al., 2019). De plus, le participant doit consentir sur la plateforme Zoom à être enregistré. Ce dernier a donc une opportunité additionnelle de se désister en cas d'inconfort. Nous notons aussi un avantage à l'étape de la transcription des entrevues. En effet, le son est de meilleure qualité que celui d'un enregistrement qui aurait été fait en personne, par exemple via un téléphone. Nos expériences antérieures de recherche, en tant qu'assistante de recherche fournissent une base de comparaison.

Dans le cadre de notre recherche, la fonction de partage d'écran de Zoom a été utile, entre autres pour réviser le formulaire de consentement éthique avec le participant préalablement à l'entrevue.

Quoique la plateforme Zoom soit préférée dans le cadre de cette recherche, un participant nous a demandé de compléter l'entretien au téléphone. Nous avons donc enregistré cet entretien à l'aide d'un ordinateur portable.

3.2.1 Guide d'entrevue

Le guide d'entrevue a été divisé en 5 grandes parties, soit la présentation du projet, le parcours du participant, l'identité de ce dernier, sa participation à l'émission *Les Chefs!*, ainsi que le mot de la fin. Les guides d'entrevues ont dû être adaptés en fonction des participants interviewés afin que les questions reflètent leurs expériences (exemple – annexe 1). Par exemple, 2 des participants interviewés ont participé à 2 épisodes à l'étude, soit ceux sur la cuisine louisianaise et japonaise. Étant donné que les participants se sont déplacés en Louisiane, et qu'aucun de ces

derniers n'avait voyagé au Japon, nous leur avons donc demandé de comparer leur approche à la cuisine d'une région qui leur est familière, et à la cuisine d'une région qui leur est étrangère.

Des questions telles que, « Croyez-vous que votre participation ait été représentée fidèlement? » nous ont permis de nous pencher sur le rôle de l'individu dans la prétention au réel du « gamedoc ». D'autres questions telles que « Vous identifiez-vous comme faisant partie de la culture dominante? » nous ont permis d'approfondir notre analyse en abordant la question du politique culinaire dans les représentations sociales à la télévision.

Nous avons alloué du temps à la fin de chaque entretien pour les questions que pourraient avoir les participants.

3.3 Participants

3.3.1 Échantillonnage non probabiliste par choix raisonné

Nous avons opté pour un plan d'échantillonnage non probabiliste pour sélectionner nos participants. Étant donné le caractère qualitatif de notre recherche : nous ne cherchions pas à généraliser nos observations (Bonneville et al., 2007), mais à explorer la perception des participants d'un « gamedoc » donné face à leur expérience à la télévision, et à l'approche d'une cuisine s'inscrivant dans une culture autre que la leur. Un échantillonnage par choix raisonné a donc été effectué, afin de mobiliser les participants détenant un savoir pertinent dans le cadre de notre recherche.

En effet, l'échantillon a été sélectionné sur la base d'un seul critère, soit la participation à au moins un épisode sur les trois qui sont à l'étude. Les trois épisodes à l'étude, soit un épisode où les participants doivent s'inspirer de la cuisine japonaise, un autre où ces derniers doivent s'inspirer de la cuisine cubaine, et finalement un épisode où ils doivent s'inspirer de la cuisine louisianaise, sont tous disponible sur le site ICI Tou.TV/*Les Chefs!*.

3.3.2 Recrutement des participants

Notre projet, soit le dossier S-03-21-6616, a reçu une approbation du comité éthique de l'Université d'Ottawa le 4 juin 2021 (voir Annexe 3). Nous avons donc débuté la période de recrutement peu après, sur deux réseaux sociaux, soit Instagram et Facebook. Alors que 14 personnes s'inscrivaient dans nos critères, 3 d'entre eux ne possédaient ni compte Instagram, ni compte Facebook. Un message d'invitation a été envoyé aux 11 autres personnes, soit 2 femmes et 9 hommes. Instagram a été priorisé en raison de son accessibilité, puis des messages ont été envoyés sur Facebook si les messages n'étaient pas lus sur Instagram. En effet, Instagram nous indique si les messages ont été lus ou non. 5 personnes ont donc été contactées uniquement sur Instagram, une uniquement sur Facebook, et 5 sur Instagram et Facebook.

De ces 11 personnes contactées, 6 ont accepté de participer au projet dans un délai de moins d'une semaine. Deux de ces derniers se sont par la suite désistés. Une personne a lu le message d'invitation sans y répondre, et 4 n'ont jamais lu le message. Nous notons qu'aucune femme n'a accepté de participer à la recherche.

En raison de la situation actuelle³, ainsi que de la notoriété des participants, nous considérons ce taux de participation d'un peu plus de 35% (4 participants sur 11 contactés) peu surprenant.

3.3.3 Participants

Tel que partagé avec les participants dans le formulaire éthique, il nous est impossible de garantir l'anonymat de ces derniers en raison des parallèles effectués entre leur expérience et le contenu des épisodes à l'étude. Nous choisissons donc de nous référer aux participants à l'aide des initiaux de leurs prénoms.

3.3.3.1 N.

N est d'origine hongroise et a grandi à Châteauguay, où il cuisine depuis son plus bas âge avec sa grand-mère. Il aime tout particulièrement mettre en valeur les produits locaux lorsqu'il cuisine. N participe à la saison 9 de l'émission, et donc à l'épisode que nous avons sélectionné portant sur les traditions culinaires cubaines.

³ Nous notons la réouverture des restaurant qu'environ 2 mois avant le début de nos entrevues à la suite d'une fermeture de près de 8 mois en raison de la pandémie de la Covid-19. Il nous est donc confirmé par certains participants que ces facteurs, en plus de la saison touristique, font que notre période de recrutement est très occupée pour l'industrie de la restauration³. Nous pouvons donc présumer qu'en faisant abstraction d'une pandémie mondiale, le taux de réponse à nos invitations aurait été plus élevé. De plus, nous notons en observant les comptes Instagram des participants potentiels que plusieurs des personnes contactées n'ayant pas répondu étaient en vacances pendant la période de recrutement.

3.3.3.2 R.

R est originaire de l'île de la Réunion où il réside jusqu'à l'âge de cinq ans. Ce dernier possède une éducation formelle en cuisine, soit un diplôme de l'École de cuisine Jacques-Rousseau, et partage son temps entre Montréal et la Corse, où il travaille au moment où nous menons nos entrevues. Il participe à la saison 10 de l'émission, soit aux épisodes portant sur la cuisine louisianaise et japonaise.

3.3.3.3 RP.

RP développe un intérêt pour la cuisine comme enfant, alors qu'il se tient dans les restaurants dans lesquels son père travaille. À 24 ans, il est déjà co-propriétaire d'un restaurant. RP participe à la saison 10 de la série, où il est éliminé lors de l'épisode portant sur la cuisine japonaise. Il note souvent s'inspirer de découvertes faites lors de voyages.

3.3.3.4 G.

G possède lui aussi une éducation formelle en cuisine, soit un diplôme de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, où il se spécialise en cuisine italienne. Au moment où l'on mène nos entrevues, G travaille d'ailleurs dans un restaurant italien à Montréal. Il précise être d'origine autochtone, ce qui influence non seulement les plats qu'il cuisine, mais aussi la manière dont il approche la nourriture. Ce dernier participe à la saison 10 de l'émission, où il termine la course en deuxième place. Il participe donc aux épisodes sélectionnés sur la culture louisianaise et japonaise.

3.4 Analyse de contenu

Farr (1993) précise l'importance d'adopter une approche méthodologique variée dans l'étude des représentations sociales. Il stipule:

One needs to intercept and analyse the information circulating in society concerning the object of one's study as well as sampling people's perceptions of that object. (...) Social psychologists in America tend to omit the first of these two stages. They are curiously uninterested in the media. (p. 191)

Jodelet (2008), dans la même veine d'idées, discerne les approches méthodologiques adoptées dans la TRS, de celles adoptées en psychologie sociale à l'habitude. Elle propose: « One can interpret this propensity for diversity as a sign of innovation. It contrasts with the univocal methodological choices in the field of social psychology (...) » (p. 423). Moscovici, dans son étude séminale sur les représentations sociales, emploie d'ailleurs une combinaison de questionnaires, d'entrevues et d'analyse de contenu de la Presse française (Voelklein & Howarth, 2005). Afin de varier notre méthodologie, et pour appuyer les résultats du petit nombre d'entretiens effectués, nous avons donc décidé de compléter une analyse de contenu qualitative additionnelle des 3 épisodes à l'étude. Cette analyse de contenu nous permet d'identifier quel est l'écart entre la perception des participants face à leur expérience et le produit final, soit les épisodes diffusés. De se pencher sur cet écart nous permet d'identifier le rôle de la production dans le processus de médiatisation de l'expérience des participants.

Nous justifions tout d'abord le choix des 3 épisodes à l'étude par leur accessibilité. En effet, les 2 saisons dans lesquelles ont été sélectionnés les épisodes sont les seules à être disponibles sur

la plateforme de Radio-Canada, Tou.TV. De plus, sur ces 20 épisodes (10 par saison), uniquement les 3 sélectionnés sont axés sur la culture d'un autre pays. Finalement, de choisir des épisodes s'inscrivant dans les 2 saisons les plus récentes de l'émission *Les Chefs!* nous permet d'ancrer notre étude dans le moment présent. D'une part, l'expérience des participants est fraîche dans leur mémoire ce qui nous permet de minimiser les risques d'oublis chez ces derniers. De plus, les recherches portant sur les représentations sociales ne peuvent pas être transposées, en raison de l'importance du contexte dans la construction de ces représentations.

Moscovici (1994) propose comme illustration de ce principe une de ses propres études sur les représentations sociales entourant l'avortement. Alors que les méthodes contraceptives ne sont pas mentionnées par les chercheurs, la plupart des participants s'y réfèrent en se penchant sur la question de l'avortement. Moscovici (1994) remarque le lien entre l'avortement et les méthodes contraceptives au sein des représentations sociales concernant les pratiques sexuelles au moment de l'étude, soit le début des années 1980. L'auteur conclut donc que les attitudes analysées dans cette étude, attitudes influencées par les représentations sociales, ne seraient pas nécessairement les mêmes à une autre époque ou dans un autre contexte socioculturel. Hall (1997) déclare d'ailleurs, sans se référer à Moscovici, mais dans la même veine d'idée, « (...) the representations (...) they're likely to be very different as you move from one person to another, one group or another, one part of society or another, one historical moment and another (...) » (p. 7)

Les 3 épisodes à l'étude ont été visionnés à maintes reprises depuis le début de notre projet, visionnements qui ont permis de prendre des notes descriptives, sur les grands thèmes se dégageant. Ces visionnements nous ont aussi permis d'adapter les guides d'entrevues afin de

refléter l'expérience de chaque participant interviewé. Par exemple, N n'a participé qu'à l'épisode portant sur les traditions culinaires cubaines, alors que R n'a participé qu'à l'épisode portant sur les traditions culinaires louisianaises. RP et G ont, toutefois, tous deux participé à l'épisode portant sur les traditions culinaires louisianaises ainsi qu'à celui portant sur les traditions japonaises. De plus, les visionnements des épisodes à l'étude ont révélé des propos émis par certains participants qui méritaient d'être approfondis et qui ont donc été soulignés dans les guides d'entrevues.

3.5 Codification des données

3.5.1 Entrevues

Les transcriptions des entrevues semi-dirigées comportent 4 documents qui totalisent environ 50 pages. L'analyse des entrevues a été effectuée d'une manière similaire à celle des épisodes. Plusieurs lectures préliminaires du corpus ont été effectuées à la suite des transcriptions, où nous avons créé un document de notes préliminaires. Des catégories thématiques ont par la suite été discernées à l'aide de codes de couleurs, telles que l'agentivité des participants, ou encore les perceptions face à la culture dominante en cuisine.

3.5.2 Épisodes

Les 3 épisodes à l'étude ont été transcrits par la chercheuse principale à l'aide des enregistrements effectués directement sur la plateforme Zoom, ainsi que sur un ordinateur portable. Nous avons aussi contacté la compagnie de production de l'émission *Les Chefs!*, soit *Attraction Images*, qui a accepté de nous faire parvenir 3 documents comprenant le sous-titrage

des émissions en question. Ces documents nous ont permis d'effectuer une révision de nos transcriptions.

Une codification des données a subséquemment été complétée en se rapportant à ces documents. Afin de se pencher sur les attitudes des participants et des juges, une attention particulière a été portée à la nature des commentaires venant de ces derniers. Certains thèmes récurrents ont par la suite été identifiés à l'aide de codes de couleurs, tels que les qualificatifs employés pour décrire les traditions culinaires des cultures en question. Des tableaux (échantillon - Annexe 2) ont ensuite été effectués où nous avons isolé l'ensemble des citations se rapportant à certains thèmes récurrents nous permettant d'appuyer notre analyse, tels que l'opposition entre les commentaires de nature positive et négative venant des juges lors des défis.

3.6 Limites de la méthodologie

L'échantillonnage non probabiliste à choix raisonné comporte ses lacunes. Nous reconnaissons le petit échantillon de participants interviewés et les limites qui pourraient en découler. Nous jugeons, toutefois, que les avantages d'adopter cette approche sont plus nombreux que les désavantages. Les études mettant en scène les participants aux « gamedocs » sont peu nombreuses. Le fait d'avoir pu nous entretenir avec quatre participants apporte donc, tout de même, une certaine contribution à la littérature existante. Nous notons aussi que l'échantillonnage non probabiliste ne nous permet pas de généraliser les résultats de l'étude. Toutefois, cette méthode d'échantillonnage nous permet de nous entretenir avec un pourcentage considérable du petit nombre d'individus qui détiennent un savoir précieux dans le cadre de notre recherche, pour ainsi d'explorer la perception de ces derniers face à leur expérience à la télévision, et à l'approche d'une

cuisine s'inscrivant dans une culture autre que la leur. Nous réitérons aussi avoir mené une analyse de contenu des épisodes à l'étude afin de combler les lacunes que pourrait causer un petit échantillonnage.

Nous notons aussi une inquiétude chez la chercheuse principale que les participants ayant accepté de participer à l'étude aient d'autres préoccupations les empêchant d'être totalement présents mentalement lors des entrevues. Ces préoccupations comptent la réouverture des restaurants après 8 mois de fermeture en raison de la pandémie de la Covid-19, l'achalandage de la saison touristique ou encore la période de vacances des participants.

CHAPITRE 4 : RÉSULTATS ET ANALYSE

Dans cette section, nous présentons les résultats combinés de notre analyse des entrevues semi-dirigées et du contenu des épisodes sélectionnés. Le chapitre est structuré selon les grands thèmes relevés dans les analyses de contenu des transcriptions des entrevues menées, ainsi que de celles des épisodes à l'étude, soit la question de la prétention à la réalité ainsi que la perception des participants face aux traditions culinaires en question. La présentation des résultats sera suivie par une section « discussion », dans laquelle les résultats sont analysés à la lumière de notre cadre théorique, de notre question de recherche ainsi que des études existantes présentées dans notre chapitre consacré à la revue de littérature.

4.1 Origine des participants

En raison de la question de rapports de pouvoir entre cultures abordée dans l'analyse qui suit, il importe, tout d'abord, de comprendre la perception des participants face à leur propre culture. Cela permettra de saisir, de manière très générale, la perspective à partir de laquelle chacun des participants aborde l'autre, sa cuisine et sa culture. Le mentor Daniel Vézina note dans un extrait de l'épisode sur le Japon, que « La cuisine québécoise puise ses racines dans la cuisine française ». Les propos de nos participants, tant en lien avec leurs origines que leurs pratiques en cuisine, tendent à appuyer la remarque de Vézina.

Tout d'abord, trois participants se décrivent comme ayant des racines européennes, qu'elles soient lointaines ou non. N partage que son père est d'origine hongroise, R est né sur l'Île de la Réunion, alors que RP mentionne avoir des racines européennes ancestrales. Seul G se démarque en notant brièvement, « On ne s'habille pas, on ne fait pas de rituels dans ma famille, mais j'ai du sang amérindien. » Il note cependant plus tôt, « Moi je suis issu d'une famille bien ordinaire québécoise. »

Trois des quatre participants interviewés notent l'influence de leurs origines culturelles sur leur cuisine. Le participant dont le père est d'origine Hongroise remarque, par exemple,

Vu que mon père est à moitié hongrois, à moitié québécois, c'est sûr que (...) depuis que je suis tout petit j'ai (goûté) des affaires très fortes en épices, du côté européen j'en ai mangé énormément. (...) j'ai beaucoup travaillé sur des classiques français, tu sais des repas très européens, très lourds, mais j'aime ajouter une touche un peu plus québécoise à l'intérieur. (N)

Le participant réunionnais rajoute, « (...) je suis né à l'Île de la Réunion, qui est un peu un sang un peu plus chaud. C'est sûr que ça se voit dans la cuisine, j'aime plus les épices... » (R).

Quant à G, il dit être influencé par les valeurs de ses racines autochtones dans son métier. Il précise,

(...) je pense que d'avoir, d'être un peu spirituel comme ça, un peu plus centré sur mon intérieur, ça m'aide à ce que.... Je n'ai pas besoin de faire un plat servi dans une belle vaisselle, dressé avec des pinces pour que ce soit bon, tu sais, puis ça m'aide à ce niveau-là. (G)

Une des questions posées lors des entretiens était, « Vous identifiez-vous comme faisant partie de la culture dominante? » Les participants ont interprété cette question comme se référant à leur personnalité, ou encore leur approche dans la cuisine et dans leurs relations interpersonnelles. G répond, « (...) la culture dominante ça peut être interprété de plusieurs façons, parce que ça peut suivre des courants comme la mode, le végétalisme, il y a aussi la fermentation,

l'alimentation de par les produits locaux puis tout ça. » N rajoute, « (...) je n'ai pas envie de faire partie du même lot, j'ai envie d'avoir ma personnalité à moi, mes goûts, mes saveurs (...) ». Ils semblent donc tous deux interpréter le terme « culture dominante » comme se référant aux tendances culinaires. R note, « Avant j'étais beaucoup plus le type si on veut dominant, mais très énervé, agressif en cuisine (...) », interprétant donc de son côté le même terme comme se référant à une personnalité dominante en cuisine.

En abordant ce thème dans les entretiens, nous entendions pourtant « culture dominante » comme se rapportant à l'appartenance culturelle du participant, pour ainsi déterminer s'il s'identifiait comme faisant partie d'une majorité, ou d'une minorité culturelle. Notre réaction initiale a été de considérer modifier la question pour que les réponses s'alignent avec nos intentions, avant de noter la pertinence de cet écart entre le sens encodé dans cette question et le sens décodé par les participants. Nous avons donc intentionnellement laissé place à l'interprétation pour la suite des entretiens.

N note, cependant : « L'Europe va toujours être très dominante dans notre métier, dans notre personnalité aussi en tant que cuisinier. » G rajoute, en se référant à un plat servi à son retour de La Nouvelle-Orléans, « (...) moi j'ai servi quelque chose de très soigné, de très européen, un peu à la manière dont moi je l'ai appris. » Tous deux semblent donc identifier la culture dominante en cuisine comme étant la culture européenne. Ces propos sont très pertinents étant donné l'origine culturelle européenne de la plupart des participants. Sans l'affirmer explicitement, les participants s'identifieraient donc comme faisant partie de la culture dominante, selon notre sens encodé, en cuisine. Quoique nous n'ayons pas établi de lien de causalité définitif, il importe de se questionner

à savoir si la position des participants comme faisant partie de la culture dominante ait influencé leur interprétation de notre question lors des entretiens.

4.2 « Prétention à la réalité »

4.2.1 *Perception des participants face à la production*

En guise de rappel, le « gamedoc » est un format proposé en réponse à la remise en question du terme « réalité » dans le cadre de « télé réalité », au cours des années 1990. Corner (2002) soutient qu'en se démarquant de la tradition documentaire, le « gamedoc » placerait l'individu au centre du « claim to reality » de l'émission. En effet, ce dernier précise que les situations dans lesquelles les participants se trouvent sont explicitement construites, mais que les actions des participants relèveraient, en théorie, du réel – c'est-à-dire qu'elles sont naturelles et relèvent de leur propre volonté. La place de l'individu dans cette « claim to reality » vient justifier la pertinence de se pencher sur la perception de ce dernier face à son expérience dans l'émission.

Nous avons constaté que les participants perçoivent la compétition culinaire et l'aspect médiatique de l'émission – c'est-à-dire la manière dont la compétition est mise en scène à des fins de divertissement – comme deux entités complètement séparées. La plupart disent s'être inscrits spécifiquement pour la compétition culinaire et précisent avoir été réticents face à l'aspect télévisé de la compétition avant leur participation. Cette réticence semble se référer à l'impact hypothétique du processus de production sur la concordance entre la réalité vécue par les participants et celle projetée à l'écran.

RP affirme d'ailleurs lors de nos entrevues : « (...) moi au début, ce dont j'avais le plus peur c'était de me dire, ok ça va plus être de la télé que de la cuisine (...) j'avais peur, mettons, qu'ils nous fassent des coupures qu'on ne voit pas à la télé, que ce soit plus du fake. » Ceci fait écho aux propos d'un autre participant, diffusés dans le premier épisode de la saison 10 : « Je pense qu'on voulait juste que ça commence et qu'on se lance dans la cuisine parce qu'on est là pour cuisiner, puis c'est ça qu'on voulait faire. » R soulève pendant nos entrevues, « (...) c'était vraiment plus dur que je pensais, surtout l'aspect télévisé, en fait, que compétitif (...) », il note aussi, « (...) dès qu'il y a eu les caméras dans ma face c'est devenu vraiment bizarre (...) ». G rajoute, au sujet de l'aspect médiatique de la compétition, « Ils ont pris des photos, on a fait des vidéos de présentation, on a fait toutes les affaires que ça ne me tentait pas de faire là, genre salut, je m'appelle [G], blablabla. » En nous basant sur les commentaires émis dans l'émission, ainsi que les commentaires recueillis lors de nos entrevues, nous notons donc que les participants semblent percevoir l'aspect médiatique comme un sacrifice à faire pour avoir la chance de participer à la compétition culinaire.

Alors que la plupart disent avoir été, finalement, agréablement surpris par le professionnalisme de l'équipe de production, ainsi que leur volonté de représenter fidèlement la participation des compétiteurs, tous les participants interviewés avaient des commentaires sur l'impact des contraintes de production sur la fidélité de leur représentation, ou de celle de leurs collègues, à la télévision. Il semble donc exister une contradiction entre certains propos des participants.

R remarque, par exemple, « La production est vraiment *nice* à Les Chefs. » RP rajoute, au sujet du travail de production, « Ils réussissent vraiment à mettre l'expérience des candidats de l'avant. » RP souligne toutefois, dans la même entrevue, « (...) des fois c'est juste dans l'interprétation de nos interviews, (...) des fois juste la façon qu'ils amenaient les trucs, c'était comme, ah, moi dans ma tête j'allais plus dans ce sens-là. », alors que R note l'aspect « un peu showbiz » des choix de production.

Ces commentaires sont particulièrement intéressants en ce qu'ils viennent nuancer les propos de Corner (2002) comme quoi l'individu se trouverait au centre de la « prétention au réel » du « gamedoc ». En effet, alors qu'ils sont au cœur de l'action, les participants eux-mêmes semblent partagés quant à leur place dans la « prétention au réel » de l'émission. Ces derniers admettent non seulement avoir eu des inquiétudes face à l'impact de la production dans cette « prétention au réel », mais aussi avoir observé un impact concret sur la fidélité de leur représentation à la télévision en visionnant l'émission. Cette perception de la part des participants semble donc faire écho à la nuance apportée par Ouellette et Murray (2009) comme quoi il serait plus justifié de se référer à la « réalité » de la « télé réalité » comme étant « the entertaining real », et non pas une représentation fidèle, libre de toute médiatisation.

Certains choix de production, relevés par les participants eux-mêmes, ainsi que dans l'analyse de contenu des épisodes à l'étude, viennent appuyer la pertinence d'employer le terme « the entertaining real » tel que proposé par Ouellette et Murray (2009) lorsque nous nous référons à la « réalité » de la télé réalité. Ces choix, abordés ci-bas, confirment la présence d'une certaine médiatisation dans la construction de la « prétention au réel » de l'émission *Les Chefs!*.

4.2.2 Réalité projetée : inclusions et omissions

4.2.2.1 Suspense

Certains participants laissent sous-entendre que les contraintes médiatiques, plus précisément une préoccupation face aux cotes d'écoute, mèneraient à certains choix douteux du côté de la production. Après avoir visionné l'émission à laquelle ils ont participé, quelques participants notent, par exemple, qu'un accent disproportionné a été mis sur les échecs en cuisine lors du montage. Par exemple, N affirme : « (...) pour moi ça reste, entre gros guillemets, une télé-réalité. On va focuser sur la personne qui va se planter (plus) que sur le métier ou même l'art culinaire. » Dans la même veine d'idée, G rajoute :

(...) si tu lèves un poisson et que tu fais bien ça, tu n'as pas de belles shots. Il faut aussi que tu te mettes dans la peau du producteur, si quelqu'un ne sait pas comment faire, c'est là que ça fait du contenu, parce que là la personne est en train de massacrer.

Les commentaires des juges – Jean-Luc Boulay, Pasquale Vari et Normand Laprise – lors des défis corroborent les propos des participants. Ils ponctuent les images de commentaires colorés et dramatiques et contribuent ainsi à l'aspect divertissant de l'émission. Lors du défi sur la cuisine louisianaise, un juge affirme ceci : « Je pense qu'ils ont trop fêté en Louisiane, ils ont oublié les bases en cuisine », perpétuant du même coup l'image stéréotypée que l'on associe à cet état américain. Ou encore, « Mon Dieu qu'ils se compliquent la vie. » Au sujet d'un plat de gnocchis dans l'épisode portant sur les traditions culinaires cubaines, un juge souligne, « Une catastrophe. Ma grand-mère est en train de tourner dans sa tombe », et, « Quel risque il prend là! » Dans l'épisode sur la cuisine japonaise, les juges notent, « On la sent désorganisée aujourd'hui Marilou. »

Un accent considérable est aussi mis sur des commentaires rappelant la tension de la compétition, comme sur les contraintes de temps auxquelles font face les participants lors de leurs défis. Un juge exprime son inquiétude lors du défi sur la nourriture louisianaise : « À moins qu'on aille l'aider, je ne crois pas qu'il va finir. » L'animatrice rajoute : « (...) il regarde le temps, il n'y arrivera pas. » En regardant le chronomètre lors du défi sur la nourriture cubaine, un juge déclare, « Il a perdu tellement de temps. », un autre juge rajoute, « Il vient de perdre deux minutes, c'est deux minutes qui vont être super utiles à la fin de la compétition. » Dans l'épisode sur le Japon, un juge dit : « Trente minutes ça va être limite en fait de temps. Ils ont quand même trois plats à nous servir. Je commence à être inquiet un peu, moi. », alors qu'un autre souligne, « Il va falloir qu'il accélère, ça va être limite. » L'animatrice rajoute, en s'adressant au juge invité, « Vous allez voir les dernières minutes, c'est fou! »

Alors que les participants interviewés sont bien conscients des contraintes de la compétition, ils ne perçoivent pas toujours ces dernières comme étant négatives. R remarque avoir été moins taquin qu'à l'habitude en cuisine en raison des contraintes de temps : « Moi qui est quelqu'un de joueur (...) dans la cuisine, de voir le *timer* défiler, (...) tu perdais un peu la réalité de, bien d'habitude je m'amuse. » Toutefois, alors que les commentaires relevés de l'émission sont de nature négative – c'est-à-dire présentés comme une contrainte pouvant nuire au participant –, certains individus interviewés, dont R, mentionnent apprécier l'adrénaline des contraintes de la compétition. Ce dernier dit s'être pratiqué à la maison avant l'enregistrement : « J'aimais le côté un peu compétitif, la durée du temps, je me mettais chez nous dans ma petite cuisine avec un *timer*, (...), je trouvais ça hot. » G note dès les auditions son appréciation des contraintes : « Daniel

Vézina a dit, ok, arrêtez tout, vous devez inclure un artichaut dans votre plat, (...) Puis là j'ai aimé le thrill de faire ça, j'ai dit, c'est nice (...) Comme une espèce de sécrétion de dopamine. »

Peu de commentaires positifs sont partagés par les juges, le mentor et l'animatrice lors des défis dans les trois émissions analysées. Ils se font toutefois un peu plus nombreux dans l'épisode sur la cuisine japonaise, soit le seul pays que les participants n'ont pas visité dans les trois épisodes analysés. Par exemple, un juge affirme, « Elle a une bonne technique. », et un autre souligne la présentation d'un plat, « Très épuré, c'est clean. » Nous avons d'ailleurs demandé aux participants lors des entrevues s'il y avait une différence entre leur approche lors des défis sur la cuisine louisianaise et cubaine, donc des régions visitées, et la cuisine japonaise. G note une différence au niveau des attentes des juges : « Quand les juges ils t'envoient en voyage quelque part puis que tu reviens, les attentes sont super élevées, donc il faut que tu livres encore plus quelque chose de bon (...) » (G) Alors que les participants sont exposés aux traditions culinaires cubaines et louisianaises dans leur lieu d'origine, on leur présente un format de défi identique pour approcher les traditions culinaires japonaises. Les commentaires de G indiquent toutefois que les contraintes de production, soit la capacité de voyager dans certains pays et d'autres non, semblent avoir un impact sur la façon dont le culinaire est représenté à la télévision, étant donné les attentes différentes des juges.

N perçoit des lacunes au côté « humain » de l'émission. Il affirme s'intéresser beaucoup plus à ce côté « humain » que de « garocher et faire du bruit dans une cuisine ». Ce dernier illustre sa définition de ce côté « humain », lorsqu'il dit : « (...) tu as certains talents puis certaines personnalités où ce serait meilleur de les mettre en valeur, et comprendre aussi pourquoi cette

personne-là a décidé de faire ce plat-là (...) » Il souligne aussi, « (...) mon émission de télé préférée c'est Top Chef. (...) tu apprends à connaître chaque candidat (...). Parce qu'une compétition le but c'est d'avoir une personnalité. Voir qui va faire quoi, puis comment il va faire, puis comment il s'est rendu. » Nous notons, pour appuyer les propos de ce dernier portant sur le « bruit » en cuisine, un extrait où un participant cri « CHAUD! » dans l'épisode portant sur la Nouvelle-Orléans. Ces cris sont assez déstabilisants pour créer un moment de silence, puis un rire répandu chez les juges et les autres participants. On entend ce même participant crier « OUI CHEF! » dans l'épisode portant sur la cuisine japonaise. N'insinue donc qu'un accent particulier a été placé sur les moments de chaos dans la cuisine, au détriment des aptitudes et motivations des participants eux-mêmes.

L'analyse ci-haut montre qu'un accent particulier est placé par la production sur le suspense de la compétition. L'effet de suspense est construit en plaçant une emphase sur les commentaires négatifs des juges, les contraintes de temps, ainsi que les personnalités fortes en cuisine. Tel qu'observé par G, ces commentaires négatifs se font d'ailleurs plus nombreux lorsqu'il est question de pays que les participants ont visités, étant donné la différence chez les attentes des juges. Ce suspense serait priorisé lors du montage au détriment d'autres aspects importants pour les participants, comme les réussites en cuisine et le côté « humain » de ces derniers. Comme on peut le voir dans ce qui suit, il est aussi parfois cultivé au mépris de la réalité telle qu'elle est vécue par les participants.

4.2.2.2 Fausses réactions

En traitant d'omissions de la part de l'équipe de production, nous ne pouvons ignorer certains propos des participants se rapportant au tournage lors des voyages.

Certains participants affirment avoir dû feindre certaines réactions et comportements lors du voyage en Nouvelle-Orléans. Une anecdote, qui nous a été racontée par trois des quatre participants interviewés, illustre ces propos. Lors d'une sortie au restaurant Chez Antoine, les participants ont goûté à des huîtres Rockefeller, une spécialité louisianaise que les participants devront d'ailleurs cuisiner dans le cadre d'un défi. Tous les participants interviewés ont précisé avoir détesté les huîtres; un participant note même avoir souhaité recracher sa première bouchée. On aurait toutefois demandé aux participants de feindre d'aimer le plat.

Alors que les participants interviewés déclarent avoir été poussés à feindre une réaction positive, ces réactions ne sont pas nécessairement traduites à l'écran. En effet, l'extrait en question ne comporte aucun commentaire de la part de ces derniers. On montre des images des participants mangeant les huîtres Rockefeller, mais leurs expressions semblent, d'un regard extérieur, neutres. Pour accompagner ces images, on entend plutôt le mentor Daniel Vézina dire,

On s'attendait à avoir des épinards, du bacon avec une petite béchamel, avec du fromage, quelque chose comme on connaît. Pantoute! C'était de la mie de pain mélangée avec du persil. Ce que je trouve extraordinaire dans cette recette-là c'est que près de 100 ans après, ils servent encore la même recette.

Ses commentaires expriment donc ses attentes face aux huîtres Rockefeller, et non son appréciation du plat. Les autres extraits où les participants dégustent des plats sont toutefois tous ponctués de marques d'appréciation. Alors qu'il ne s'agit pas d'un mensonge, d'omettre inclure des marques d'appréciation, ou dans ce cas-ci de dédain, permet à la production de contrôler le fil narratif de l'épisode.

Durant leur voyage, les participants visitent deux autres restaurants où ils dégustent des plats qui, selon le mentor Daniel Vézina, seraient traditionnels en Nouvelle-Orléans. En opposition à l'extrait tourné au restaurant Chez Antoine, les deux extraits suivants comportent des jugements de valeur explicites et répétitifs sur les plats dégustés.

En goûtant à de la soupe à la tortue au restaurant Brennan's, un participant dit « Ça sent bon! » Un deuxième rajoute « C'est délicieux. », alors qu'un troisième renchérit, « C'est vraiment bon. » R partage dans un extrait d'entrevue : « La soupe à la tortue j'ai vraiment aimé ça parce que j'aime beaucoup les stew style chili con carne et ça rappelait un peu ça (...) J'ai trouvé ça super bon. » En dégustant des écrevisses au restaurant Deanie's, un participant partage, « Oh la la, c'est délicieux. », alors qu'un autre note, « C'est vraiment bon. ».

Les réactions partagées à l'écran lors des visites à ces deux restaurants semblent donc être fidèles à la réalité perçue des participants. Les réactions traduites à l'écran face aux huîtres Rockefeller sont toutefois assez neutres, alors que la perception des participants recueillie lors de nos entrevues est très négative et unanime. Il existe donc une contradiction entre la réalité représentée dans l'émission et l'expérience des participants.

Tel qu'évoqué plus tôt, les pages précédentes viennent illustrer la pertinence d'employer le terme « the entertaining real » (Ouelette et Murray, 2009) en se référant à la « réalité » de l'émission *Les Chefs!*. En effet, les choix de production, tels que de créer un effet de suspense à l'aide de commentaires négatifs et de contraintes de temps, ou encore d'omettre certaines

réactions, viennent confirmer la présence d'une médiatisation dans la construction de la « prétention au réel » de l'émission.

Alors que la présence d'une certaine médiatisation confirme le rôle de la production dans la « prétention à la réalité » de l'émission *Les Chefs!*, l'analyse qui suit indique aussi une agentivité de la part des participants dans la construction de cette prétention.

4.2.3 Construction d'une réalité fictive par l'agentivité des participants

Les entretiens viennent appuyer l'argument soulevé dans notre revue de littérature comme quoi le pouvoir de la production ne serait pas absolu dans le processus de construction d'une réalité fictive dans les « gamedocs »; il se conjugue plutôt aux actions des participants.

On retrouve en effet une forme d'agentivité dans les comportements de tous les participants interviewés, c'est-à-dire la capacité d'agir sur le cours des événements. La plupart mentionnent avoir étudié les saisons précédentes de l'émission avec l'objectif de pouvoir anticiper, par exemple, certains défis et attentes des juges. R remarque, par exemple, avoir regardé les saisons précédentes, « (...) pour essayer de m'inspirer, puis voir aussi ce qui allait pouvoir tomber un peu (...) » Alors que G rajoute, « (...) j'ai essayé de trouver des patterns, j'ai essayé de trouver des failles, si je peux dire, comme des espèces de trucs qui se répètent. » Il découvre par exemple, en étudiant les saisons précédentes, « Quand ils nous donnent beaucoup de temps avec un défi qui n'est pas compliqué, c'est parce qu'ils vont rajouter quelque chose. »

En plus d'employer son agentivité pour influencer le déroulement de la compétition, un participant se démarque en tentant de contrôler son image représentée à la télévision, en se mettant dans la peau des producteurs. Il précise, « Je ne suis pas quelqu'un de très calme dans la vie, puis j'ai eu l'air de quelqu'un de très calme, mais c'est parce que je ne voulais pas montrer de failles ».

Il rajoute :

Il faut que tu te mettes dans la peau du producteur. Si quelqu'un ne sait pas comment faire, c'est là que ça fait du contenu, parce que là la personne est en train de massacrer, donc j'essayais d'être très neutre. (G)

L'animatrice de l'émission remarque d'ailleurs, lors du défi portant sur la cuisine japonaise, « G est vraiment calme. » L'image que G tente de projeter est donc reçue comme telle, même si elle ne reflète pas les émotions réelles de ce dernier.

Tel que soulevé dans notre revue de littérature, Montemurro note, en se penchant sur la construction identitaire du participant à l'écran, « This manufacture is the product of both actions of producers, media at large, and the contestants themselves. » (2007, p. 94) Alors que nous avons déjà démontré, ci-haut, l'impact de la production sur la représentation des participants, les propos de G viennent appuyer les propos de Montemurro (2007) comme quoi le participant aurait un rôle actif dans la construction de son identité à l'écran. En effet, en ayant acquis une bonne connaissance des codes de la production, G s'inspire des constantes dans les choix de production antérieurs afin de modifier son comportement, et ainsi se représenter comme il le veut. En faisant preuve d'agentivité, les participants arrivent donc d'une part à avoir un avantage dans la composante de compétition culinaire, mais aussi à avoir un pouvoir rivalisant celui de la production sur la réalité représentée à l'écran.

En somme, il existe une tension entre cette appropriation des codes de la télévision chez les participants, et leur réticence, soulevée ci-haut, face à l'aspect médiatisé de la compétition. Alors que les participants expriment leurs inquiétudes face à l'impact du processus de production sur la concordance entre la réalité vécue et celle projetée à l'écran, ces derniers emploient les codes de la télévision afin d'avoir eux-mêmes un impact sur cette réalité projetée, se donnant ainsi à une forme de détournement de la production.

4.3 Perception de la cuisine louisianaise et cubaine, vs du Japon

Nous avons jugé pertinent de comparer l'approche des participants face à la cuisine louisianaise et cubaine, et face à celle d'un pays qu'ils n'ont pas visité, soit le Japon. Les défis se rapportant aux trois pays suivent une formule semblable. À leur retour de La Nouvelle-Orléans, les participants sont invités à préparer des plats incorporant des ingrédients typiques de la région, tels que le homard et l'alligator. Dans la même veine d'idées que dans l'épisode sur la Louisiane, les participants revenant de Cuba sont invités à préparer des plats mettant en valeur le vivaneau et la volaille, deux ingrédients très présents dans la cuisine cubaine. Dans l'épisode axé sur le Japon, les participants sont invités à préparer des plats japonais, tels qu'un dashi et un plateau de sushis, dans le même délai de temps que les deux défis précédents.

Alors que les participants reviennent d'un voyage en Nouvelle-Orléans, ou d'un voyage à Cuba, aucun d'entre eux n'est allé au Japon au moment du défi. De plus, les entrevues menées avec les participants laissent présumer qu'ils avaient très peu de connaissance de ces cultures à priori : le fait de s'y exposer, ne serait-ce que quelques jours, pourrait donc avoir un impact considérable sur leur perception de ces traditions culinaires. Nous avons donc jugé pertinent de

comparer l'approche des participants lorsque vient le temps d'élaborer un plat propre à une région qu'ils ont visitée, et leur approche face à la cuisine d'une région qu'ils n'ont pas visitée. Notre objectif en effectuant cette comparaison était de nous pencher sur les types d'ancrages mobilisés par les participants, lorsque confrontés au nouveau, soit à la cuisine d'une culture étrangère, en opposition aux ancrages mobilisés lorsque confronté aux traditions culinaires d'un pays qui leur est familier. De nous pencher sur l'expérience des participants lors de leurs voyages nous permet aussi d'aborder l'impact de la production sur la construction d'une « prétention au réel », en illustrant l'écart entre cette expérience vécue et le produit final diffusé, soit l'épisode donné.

4.4 Perceptions de La Nouvelle-Orléans, de Cuba, et de leurs cuisines

4.4.1 *Avant les voyages*

Préalablement à leur voyage en Nouvelle-Orléans, la plupart des participants avaient une idée vague et stéréotypée de la culture et de la cuisine louisianaise. Un participant interviewé note, « (...) c'est quoi la cuisine louisianaise, j'ai aucune idée. (...) je dis, (...) on va aller dans les bayous, on va se promener en aéroglisseur, super cliché. » (G) Un autre participant rajoute, « (...) on s'en va en Nouvelle-Orléans, puis je n'avais jamais entendu parler de ça avant, à part le mardi gras (...) » (R) Dans la même veine d'idées que les propos recueillis lors des entrevues, un participant déclare dans un extrait de l'épisode en question, « Disons que La Nouvelle-Orléans je vois plus ça du côté Jazz, musical. La bouffe, je ne connaissais pas grand-chose en fait, voire quasiment rien, donc c'était la découverte. » (J)

R précise que son idée stéréotypée de la Louisiane lui provient des médias, plus précisément des films et des jeux vidéo. Il mentionne, « (...) c'est vraiment film de jeunes, on lance les colliers de perles, Hangover, dans ce style-là (...) » Il rajoute,

(...) je joue à un jeu vidéo qui se passe dans les bayous de la Louisiane, (...) je me disais ayoye, ça va être comme dans mon jeu. Finalement on est allés dans la ville, c'était un peu différent, (...) je n'avais vraiment pas la même conception de la Louisiane. Pour moi c'était vraiment que des bayous, des crocodiles partout (...)

Le participant de la saison précédente interviewé note, en opposition aux participants de l'épisode sur la Louisiane, avoir eu une idée précise de ce qu'était la cuisine cubaine avant son voyage. Il précise, « (...) il y a quelques ingrédients, soit des légumes racine ou certains légumes (...), on ne les trouve pas ici, mais sinon côté saveurs, côté technique culinaire, je trouve que ça ressemble beaucoup à l'Amérique du Nord puis l'Europe. » (N)

4.4.2 *Après les voyages*

Nous nous attendions à ce que le voyage des participants vienne confirmer ou infirmer leurs idées préconçues face à la Louisiane et à Cuba. Cependant, ces derniers notent plutôt lors de nos entrevues que leurs voyages n'étaient pas assez représentatifs des deux régions pour se prononcer. Les participants soulèvent la courte durée de leurs voyages, les contraintes de production, ainsi que la planification des voyages comme facteurs ayant affecté leur expérience. Ainsi, leurs propos viennent contredire ceux de Daniel Vézina concernant la raison de ces voyages. Au sujet du voyage à Cuba, ce dernier remarque, « L'idée c'était de comprendre l'essence de cette cuisine-là. Je pense qu'avec ce qu'ils ont découvert là-bas, ils ont en masse de choses pour s'inspirer pour leur défi de ce soir. »

En se référant à la courte durée du voyage, R note, lors de nos entrevues, « (...) même le fait d'aller en Nouvelle-Orléans, peut-être que j'ai un peu une idée, ou je peux un peu cuisiner style Nouvelle-Orléans, mais il faudrait vraiment que je passe un été là-bas pour comprendre, puis pour pouvoir adapter ma cuisine à leur vraie technique (...) » En se référant au voyage à Cuba, lors de la saison précédente, N rajoute, « (...) c'est tellement rapide, c'est un voyage de trois jours (...) »

En se référant à la planification du voyage, plusieurs participants notent leur mécontentement face aux choix de restaurants à visiter. N précise, « On a été manger dans un restaurant qui est dans un film de culture très populaire, on est allés manger là, on a mangé du poulet rôti super normal, mais au lieu d'avoir des frites on avait du riz et des haricots noirs. » Ce dernier se réfère ici au restaurant El Aljibe à Cuba, où la spécialité, selon le mentor Daniel Vézina, est le poulet rôti. En effet, dans l'extrait se déroulant au restaurant en question, on voit les participants danser. Ces derniers font des commentaires sur l'ambiance du restaurant, mais l'extrait ne comporte aucun commentaire sur la nourriture. En revanche, dans l'autre extrait où les participants visitent un restaurant à Cuba, soit *La Guardia*, ces derniers font des commentaires explicitement positifs sur les plats, comme, « C'était vraiment bon, bien assaisonné, bien fait. », en se référant à un carpaccio de poulpe.

G rajoute, « (...) on n'était pas satisfaits de la cuisine louisianaise, donc on dit là on sort, on s'en va manger dans une vraie cuisine louisianaise. » Ce dernier précise, « (...) faire un voyage par moi-même je pense que je m'imprènerais plus de la cuisine louisianaise qu'on l'a fait, de par les chercheurs qui ont fait des recherches sur Internet. » D'ailleurs, RP révèle s'être inspiré d'une

expérience vécue lors du voyage pour préparer un plat à son retour de la Louisiane, mais précise que cette expérience était issue de sa propre initiative et non de la planification effectuée par l'équipe de production. En effet, ce participant note,

(...) j'ai voulu aller chercher un plat que j'avais mangé un peu en sandwich (...). On arrive à l'hôtel, nous on se dit, ok tout le monde allez faire une sieste, allez (vous) reposer, nous on décide ok, on va se promener. On trouve un petit resto... Finalement on regarde, on fait, c'est un garage? Ah non, il y a l'air d'avoir des tables, il y a l'air d'avoir de la bouffe, on arrête là. On mange un sandwich à l'alligator frit avec une sauce un peu tomatée, on se dit ok, c'est vraiment ça la Nouvelle-Orléans, on est sur le bord de l'eau. Donc ça a été un peu plus d'y aller avec un souvenir, que d'y aller avec quelque chose que je me dis que peut-être ils font là-bas.

N souligne aussi le choix de quartier comme étant non représentatif de la culture locale. Il précise,

(...) on était dans un quartier super touristique pis j'essayais de m'éloigner, mais quand tu t'éloignes dans les quartiers à Cuba, les places un peu plus pauvres, c'est là que tu réalises qu'on couvre juste les belles petites places agréables de Cuba (...)

Il rajoute, « Tu vas dans des secteurs super touristiques pour représenter une culture, mais ces places-là s'adaptent aux touristes. » Ce même participant remarque cependant, dans un extrait diffusé, « Je me suis senti très privilégié d'avoir ce luxe-là. », en se référant à l'hôtel où ils furent logés. Dans un autre extrait, une participante déclare, « On arrive ici dans l'hôtel le plus luxueux de la Havane, on est super bien logés. En plus de ça, l'hôtel est tellement bien situé. »

En se référant plutôt aux contraintes de production lors des voyages, N mentionne,

(...) ils n'avaient pas le droit de filmer donc ils ont laissé faire le gros marché, la poissonnerie c'était la même affaire, au bout de la ligne je suis sorti de là avec les mêmes connaissances que j'avais. Ça ne m'a pas amené plus.

Dans un extrait diffusé, Daniel Vézina note toutefois, « Pour découvrir une culture, la meilleure façon c'est d'entrer dans un marché. » De plus, un juge remarque lors du défi, « Si on

veut vraiment voir la culture de ces pays-là, c'est en visitant les marchés et en parlant avec des gens locaux. »

En opposition à la perception des participants interviewés, le mentor Daniel Vézina souligne dans un extrait de l'épisode sur La Nouvelle-Orléans,

Ce que j'ai beaucoup aimé c'est qu'ils sont allés en Louisiane et ça leur a apporté beaucoup parce qu'ils ont découvert de nouveaux produits, de nouvelles épices, de nouvelles techniques et c'est ça qu'on veut en cuisine. Un cuisinier doit voyager.

Lorsque l'animatrice de l'émission demande à ce dernier, lors de la saison précédente, « Quand tu regardes leurs assiettes ce soir, trouves-tu que ça a valu la peine d'aller en voyage à Cuba? », Vézina déclare, « Tout à fait, tout à fait. », et rajoute, « C'était toute une immersion dans la culture cubaine. » Toutefois, comme illustré ci-haut, les entrevues que nous avons menées ne corroborent pas la perception de Vézina comme quoi ces voyages à Cuba et en Nouvelle-Orléans auraient « apporté beaucoup » aux participants.

Nous pouvons donc conclure que les participants interviewés ont eu l'impression de ne pas avoir été suffisamment exposés à la culture et à la cuisine des deux régions en question pour avoir une perception de ces dernières, fidèle à la réalité. La courte durée de leurs voyages, les contraintes de production, ainsi que la planification des voyages seraient à blâmer pour ces séjours plutôt décevants. Toutefois, nous remarquons que certains propos recueillis lors des entrevues s'opposent aux propos des participants, des juges et du mentor dans l'émission. Alors que pendant nos entrevues les participants disent ne pas avoir été suffisamment exposés à la culture locale, les extraits diffusés projettent une image exclusivement positive de leurs voyages. Nous soulignons, par exemple, les propos inclus ci-haut (4.4.2.) des participants faisant l'éloge des plats dégustés,

notant être « privilégiés », ou encore les propos de Daniel Vézina selon lesquels les voyages auraient apporté beaucoup de nouvelles connaissances aux participants.

4.5 Perception de la cuisine japonaise

Les participants, lors des entrevues, ont tous une perception claire de la cuisine japonaise, même s'ils notent tous ne jamais être allés au Japon. G perçoit la cuisine japonaise comme étant « stricte », soit respectant les traditions à la lettre, et « simple », soit axé sur la fraîcheur et qualité des ingrédients. Ce dernier note justement, pour illustrer cette simplicité, « (...) qu'est-ce que je pourrais enlever à ce plat-là pour qu'il soit encore plus traditionnel japonais? » R se réfère plutôt à des ingrédients qu'il perçoit comme étant propres à la cuisine japonaise : il identifie, par exemple, la bonite, soit des flocons de crevettes séchées, et le yuzu, un agrume japonais. L'essence de la cuisine japonaise comporterait donc, selon les participants, des différences significatives avec la cuisine louisianaise. En effet, en opposition à la simplicité de la cuisine japonaise, la cuisine louisianaise mettrait plutôt de l'avant des produits frits, ainsi que des profils de saveur « ronds » (R) et prononcés, tels que les épices cajuns.

RP mentionne les réseaux sociaux comme étant la source principale de sa perception de la cuisine japonaise. Il note, « (...) le Japon pour moi, c'est beaucoup parce que je suis des chefs, soit sur Instagram, sur Facebook... Soit des chefs français qui sont là-bas depuis des années, beaucoup de chefs japonais aussi que je suis. » G reconnaît toutefois les limites des représentations sociales véhiculées dans les médias, même s'il admet en avoir été victime. Il note tout d'abord, s'éloignant de sa perception du Japon pour aborder sa perception d'autres minorités culturelles, « (...) je disais en blague, le premier noir que j'ai vu c'est dans un vidéoclip, mais c'est vrai, donc tu sais, tu te

fais une conception de l'afro-américain qui est souvent associé à des clans criminels (...) » Il rajoute par la suite, « (...) je me disais en fait que les idéaux préconçus véhiculés par les médias sont juste une représentation de ce que ça peut être, ce n'est pas vraiment ça, mais c'est mon interprétation que je fais (...) »

N précise plutôt que sa perception de la cuisine japonaise lui vient de son éducation. Il affirme,

Prend l'Asie, l'Asie c'est très bien installé ici. À l'école on voit des techniques, que ce soit faire des rouleaux, faire des sushis, faire des sauces ou peu importe, servir du poisson cru, tout ça, on voit cette base (...)

G rajoute que sa perception du Japon lui provient d'une curiosité personnelle et d'une éducation autodidacte. Il précise avoir eu un intérêt prononcé pour l'histoire de la Deuxième Guerre mondiale dans sa jeunesse. Puisque le Japon était un allié du parti Nazi, cet intérêt l'aurait donc introduit à la culture japonaise. Il précise être originaire d'une région assez éloignée du Québec, où le multiculturalisme était quasi inexistant. Son exposition aux différentes cultures, quelles qu'elles soient, lui provenait donc uniquement d'une éducation autodidacte, et non d'un contact direct.

RP avance que certaines de ses perceptions de la cuisine japonaise lui proviennent de contacts directs dans le milieu culinaire. Il précise avoir travaillé avec des chefs ayant visité le Japon, ainsi qu'avec des chefs japonais : « (...) j'ai travaillé en France, j'ai travaillé avec des Japonais de souche, donc certains petits trucs qu'ils nous avaient faits pendant qu'on faisait des repas entre nous. Donc c'est un peu un amalgame de tout ça. » Daniel Vézina remarque d'ailleurs dans un extrait d'épisode, « C'est certain que c'est très difficile, la cuisine japonaise. Pour la

connaître, il faut s'imprégner de la culture japonaise ou travailler avec des chefs japonais. » Il note ainsi l'importance de ces relations interpersonnelles dans l'approche d'une nouvelle culture en cuisine.

Alors que cette perception de la cuisine japonaise semble bien définie chez les participants lors des entrevues, l'épisode diffusé ne comporte aucun commentaire de ces derniers quant à cette perception. Cependant, l'épisode compte plusieurs extraits où les juges et le mentor partagent leur idée de ce qu'est la cuisine du Japon. En effet, les juges notent, entre autres, « l'élégance » de la cuisine japonaise ainsi que le goût « umami » dominant, et Vézina remarque qu'il s'agit d'une cuisine « d'esthétisme et de raffinement ».

De plus, quoi que lors de nos entrevues les participants semblent confiants de leur définition de la cuisine japonaise, quelques extraits de l'émission indiquent une certaine contradiction entre la perception de ces derniers et celle des juges. En soulevant une confusion chez les participants entre les cuisines asiatiques dans leur ensemble et la cuisine japonaise, un juge remarque : « Ils se sont (...) mélangés avec des cuisines asiatiques, mais en général c'était correct. » De plus, les juges qualifient « d'erreur fatale » l'emploi d'huile d'olive par RP lors du défi, l'huile d'olive n'étant pas utilisée dans la cuisine japonaise.

Pour résumer, nos entretiens, ainsi que l'analyse de contenu des épisodes à l'étude, ont tout d'abord révélé que les participants se considèrent comme faisant partie de la « culture dominante » en cuisine, soit la culture européenne. De connaître la position à partir de laquelle les représentations sociales sont, d'une part, adoptées, et d'autre part construites et partagées, va nous

permettre de nuancer ces dernières. Nous avons par la suite démontré l'impact de la production sur la construction de la « prétention à la réalité » du « gamedoc » *Les Chefs!*, à travers certains choix effectués à des fins de divertissement. De même, nous avons illustré le rôle actif des participants dans la construction de cette « prétention à la réalité » à travers leur agentivité. Par exemple, en ayant acquis une bonne connaissance des codes de la production, G s'inspire des constantes dans les choix de production antérieurs afin de modifier son comportement, et ainsi se représenter comme il le veut. Dans la même veine d'idées que Montemurro (2007), ces constats viennent appuyer l'idée que la « prétention à la réalité » du « gamedoc » serait construite de pair avec la production et les participants. Pour terminer, nous avons exploré la provenance des représentations sociales auxquelles les participants du « gamedoc » se réfèrent lorsque confrontés à une culture étrangère. Trois provenances ont été relevées lors de notre analyse, soit les médias, l'éducation, ainsi que les relations interpersonnelles.

4.6 Discussion

Deux questions principales sont soulevées dans la littérature se penchant sur le lien entre médias de masse et représentations sociales, soit « How and how much do mass communications influence social representations ? », et, « How and how much do mass communications reflect social representations ? » (Rouquette, 1996, p. 223) Rouquette (1996) avance toutefois qu'il ne suffit pas de se pencher sur les correspondances entre médias de masse et représentations sociales de manière descriptive, mais qu'il importe plutôt d'aborder le processus de production de ces deux derniers :

To say that A is like B, even supposing it were true, does not explain why it is so and makes evident no necessity. This appears particularly clear with the notion of reflect, often used

in the study of mass communications: is it the media which reflect representations or the reverse? (p. 223)

Les propos de Rouquette illustrent le caractère bidirectionnel et indissociable entre représentations sociales et médias de masse. Quoiqu'il ne prétendions pas répondre à la question soulevée par Rouquette, les résultats de notre recherche nous permettent de nous pencher sur ces processus du point de vue des acteurs qui reçoivent, créent et partagent ces représentations.

Castrechini et al. (2014) remarquent, de manière plus générale, que « (...) the media as a cultural organisation generates and shares social knowledge that influences individual and social perceptions, experiences and actions. » (p. 215) Les résultats présentés ci-haut fournissent une piste d'analyse sur la provenance des représentations sociales mobilisées par les participants du « gamedoc », ainsi que sur le rôle de ces derniers dans la construction et le partage de représentations sociales dans les médias.

4.6.2 L'individu au centre des représentations sociales

Hoijer (2011) souligne l'importance de l'individu dans la théorie des représentations sociales. Il note, « (...) individuals contribute to the formation of social representations in the interplay between social structure and individual. » (p. 4) Volklein et Howarth (2005), dans une recension de critiques de la TRS, nuancent, quant à eux, l'étendue de l'influence de la société sur l'individu. Selon ces derniers, la TRS, « (...) is said to neglect the human capacity of reflexivity (...) » (p. 438), et, « that people are not described as active agents but as passive entities unable to break free from the existing framework of social representations. » (p. 438)

Dans la même veine d'idées que les critiques de la TRS, les entretiens menés, ainsi que l'analyse qualitative des trois épisodes à l'étude, confirment le rôle actif des individus dans le processus de création de représentations sociales dans l'émission *Les Chefs!*. Comme soulevé dans la présentation de nos résultats, R affirme, par exemple, avoir regardé les saisons précédentes, « (...) pour essayer de m'inspirer, puis voir aussi ce qui allait pouvoir tomber un peu (...) » De plus, G remarque lors des entretiens, « Je ne suis pas quelqu'un de très calme dans la vie, puis j'ai eu l'air de quelqu'un de très calme, mais c'est parce que je ne voulais pas montrer de failles, (...) » Il rajoute, « Il faut que tu te mettes dans la peau du producteur. Si quelqu'un ne sait pas comment faire, c'est là que ça fait du contenu, parce que là la personne est en train de massacrer, donc j'essayais d'être très neutre. » L'animatrice de l'émission remarque d'ailleurs, lors du défi portant sur la cuisine japonaise, « G est vraiment calme. », confirmant ainsi les efforts du participant de projeter une certaine image qui ne représente pas fidèlement ses émotions. En se référant aux saisons précédentes, G assimile les codes de la production pour s'en servir afin de se représenter comme il le veut.

Quoi que cette agentivité ne se rapporte pas explicitement aux représentations sociales portant sur Cuba, la Louisiane et le Japon – et donc à l'aspect de notre recherche portant sur les rapports interculturels – elle démontre le pouvoir de l'individu dans la construction de représentations à la télévision. Alors que les résultats de notre analyse viennent appuyer les propos de Montemurro (2007) selon lesquels la construction identitaire des participants se ferait en deux parties, soit d'une part par la production et d'autre par l'individu en question, ce deuxième aspect mérite d'être approfondi. Tel que soulevé dans notre recension de littérature, la Théorie des représentations sociales est critiquée pour son caractère « acritique », qui ne prendrait en

considération que les représentations sociales issues d'une position dominante, en invalidant ainsi la possibilité d'une représentation alternative. Cette construction double de l'identité du participant, soulevée par Montemurro (2007), nous porte à nous questionner sur la position de la production, et celle du participant dans la construction de représentations sociales dans les « gamedocs ». Jovchelovitch précise que « (...) some groups have more access to resources and thus a better chance of imposing their versions of reality and truth (...) » (Voelklein & Howarth, 2005, p. 446) Nous notons que dans un processus de co-construction de représentations sociales, la production du « gamedoc » aurait accès à plus de ressources matérielles et financières que le participant. De plus, quoique certains participants se soient approprié les codes de production afin de les employer à leur avantage, nous suggérons que la production elle-même possède une meilleure maîtrise de ces codes, ainsi que le dernier mot quant à ce qui est diffusé à la télévision. Il serait donc justifié de déclarer la production comme étant en position dominante dans ce processus de construction de représentations sociales à l'émission *Les Chefs!*. En confirmant l'agentivité du participant, nous arrivons donc à valider une représentation alternative qui aurait, autrement, été négligée dans la TRS telle qu'initialement conçue par Moscovici.

Illustrer l'importance de l'individu dans la théorie des représentations sociales vient justifier la pertinence de se pencher sur la perception de ce dernier, à l'aide d'entretiens, afin de mieux comprendre la provenance de ces représentations.

4.6.3 Provenance des représentations sociales

Tel qu'établi dans la présentation de nos résultats, les entretiens menés indiquent que les représentations sociales mobilisées par les participants dans l'émission *Les Chefs!* sont issues de trois milieux principaux, soit les médias, l'éducation, ainsi que les relations interpersonnelles.

4.6.3.1 Médias : des « représentations collectives » aux « représentations sociales »

Penchons-nous tout d'abord sur les médias comme provenance de représentations sociales pour les participants. Les médias abordés par les participants ne se limitent pas aux médias traditionnels, tels que la télévision et la presse. Quoique certains mentionnent la télévision, d'autres soulèvent les réseaux sociaux, ou encore les jeux-vidéos comme source de représentations sociales se rapportant à leur perception de la Louisiane et du Japon. Par exemple, tel que présenté dans la section 4.4.1., R précise que son idée stéréotypée de la Louisiane lui provient des films et des jeux vidéo, tel que *The Hangover*. De même, dans la section 4.5., RP mentionne les réseaux sociaux comme étant la source principale de sa perception de la cuisine japonaise.

L'évolution entre les termes « représentations collectives » de Durkheim, et « représentations sociales » de Moscovici est particulièrement pertinente lorsqu'il est question d'études médiatiques, et encore plus de médias non traditionnels, comme les réseaux sociaux ou jeux vidéo mentionnés par R et RP lors de nos entretiens. En effet, la décentralisation du savoir grâce aux médias fait écho aux préoccupations de Moscovici quant à la définition statique des « représentations collectives ». Tel que noté dans notre revue de littérature, Moscovici remplace le terme « collectif » par « social » dans l'objectif de moderniser la théorie de Durkheim pour qu'elle s'applique au caractère dynamique, changeant, et fragmenté des représentations de notre société moderne (Moscovici, 1984). Nous jugeons donc que la provenance des représentations

sociales reconnues par R et RP tendent à réitérer, une cinquantaine d'années plus tard, la pertinence de se référer aux « représentations sociales », plutôt qu'aux « représentations collectives ».

En effet, quoique les travaux centraux de Moscovici précèdent l'avènement des jeux vidéo et des réseaux sociaux, la pertinence d'une théorie des représentations « sociales » plutôt que « collectives » est appuyée par le caractère décentralisé des médias non traditionnels développés au cours des dernières décennies, et mobilisés par les participants du « gamedoc » *Les Chefs!*. Alors que la télévision permet un accès sans précédent au savoir décentralisé, elle se limite à une circulation de savoir unidirectionnelle et ancrée dans le temps. Les médias non traditionnels, tels que les réseaux sociaux, permettent, eux, un partage de savoir bidirectionnel et continu, partage de savoir que Moscovici qualifierait sans doute de « dynamique ».

Il importe, ici, de se référer à la relation entre représentations sociales et médias, telle que soulevée par Rouquette (1996). Alors que ce dernier se questionne à savoir « (...) is it the media which reflect representations or the reverse? » (p. 223), nos entretiens tendent à illustrer le caractère bidirectionnel entre représentations sociales et médias. Les représentations sociales sont, d'une part, adoptées par R et RP en se référant à divers médias, soit des films, des réseaux sociaux et des jeux vidéo, et sont, d'autre part, reproduites dans le « gamedoc » à travers les commentaires émis et plats cuisinés par ces derniers.

4.6.3.2 Éducation : cuisine « asiatique » et ancrage par désignation

Tel que soulevé dans la section 4.5, N précise que sa perception de la cuisine japonaise lui vient plutôt de son éducation. Il affirme lors de nos entrevues,

Prend l'Asie, l'Asie c'est très bien installé ici. À l'école on voit des techniques, que ce soit faire des rouleaux, faire des sushis, faire des sauces ou peu importe, servir du poisson cru, tout ça, on voit cette base (...)

Alors que N se réfère à l'Asie lorsqu'interrogé sur le Japon, il importe de soulever les commentaires d'un des juges lors du défi portant sur les traditions culinaires de ce pays, « Ils se sont (...) mélangés avec des cuisines asiatiques (...) » R propose lors de nos entretiens, dans la même veine d'idées, « C'est sûr que quand on parle de cuisine japonaise, pour moi, c'est tout ce qui est un peu asiatique (...) ». R note lui aussi que certaines de ses perceptions sur le Japon lui viennent d'une éducation autodidacte, où il effectuerait des recherches en ligne. Tel que présenté dans notre recension de littérature, Moscovici, dans la TRS, propose divers types d'ancrages dont la principale fonction serait pour les individus d'ancrer le nouveau dans ce qui leur est déjà familier afin de s'orienter. Nous proposons donc que lorsqu'il est confronté au nouveau, soit la culture japonaise, N et R se soit référés à l'ancrage par désignation – soit un ancrage qui se fait en nommant le phénomène inconnu – en se référant de manière générale aux traditions culinaires asiatiques auxquelles ils se sont familiarisés au cours de leur éducation.

Hojjer (2011) précise que les stéréotypes s'inscrivent souvent dans cette catégorie d'ancrage. Nous avons, de plus, établi dans la section 2.4.5 que les stéréotypes, tel que de généraliser les traditions culinaires japonaises pour les désigner comme étant asiatiques, n'ont pas uniquement pour fonction d'ancrer l'inconnu dans un cadre de références familier, ils contribuent aussi à la création de représentations sociales. En effet, le rôle des stéréotypes avancés par N et R dans le processus de construction de représentations sociales à l'écran est illustré par les propos

d'un juge cités ci-haut : lors de la création de leurs plats, les participants auraient confondu les traditions culinaires japonaises et asiatiques. Cet exemple réitère le caractère bidirectionnel des représentations sociales soulevé ci-haut. En effet, la représentation sociale selon laquelle la cuisine japonaise et asiatique seraient confondues est d'une part assimilée par les participants, puis diffusée à travers les plats cuisinés lors de défis.

Les résultats présentés ci-haut fournissent une piste d'analyse sur la provenance des représentations sociales mobilisées par les participants du « gamedoc », ainsi que sur le rôle de ces derniers dans la construction et le partage de représentations sociales dans les médias.

4.6.3.3 Relations interpersonnelles : médiation et représentation de la réalité

RP avance plutôt, tel qu'indiqué dans la section 4.5, que ses perceptions de la cuisine japonaise lui proviennent de contacts directs dans le milieu culinaire, soit de relations interpersonnelles avec des chefs d'origine japonaise. Daniel Vézina remarque dans un extrait d'épisode, « C'est certain que c'est très difficile, la cuisine japonaise. Pour la connaître, il faut s'imprégner de la culture japonaise ou travailler avec des chefs japonais. » Les propos de ce dernier nous portent à croire que les relations interpersonnelles seraient soumises à moins de médiations que les médias ou l'éducation, identifiés comme étant les sources de représentations sociales pour d'autres candidats. Il aurait donc été logique de spéculer que la représentation des traditions culinaires japonaises mise de l'avant par RP lors du défi serait plus fidèle à la réalité que celles mises de l'avant par des participants se référant aux médias ou à leur éducation pour représenter la culture en question. À l'encontre de cette spéculation, RP est virulemment critiqué

pour son emploi de l'huile d'olive lors du défi, ingrédient qui ne s'inscrit pas dans les traditions culinaires japonaises. Cette erreur lui coûte d'ailleurs sa place dans la compétition.

L'écart entre les traditions culinaires japonaises fidèles à la réalité et les représentations sociales véhiculées par les participants du « gamedoc » *Les Chefs!* nous ramène à la question : à qui revient le pouvoir de construire et partager les représentations sociales d'une culture donnée?

4.6.4 Politique culturel : à qui revient le pouvoir de construire et partager les représentations sociales?

Nous défendons, dans notre revue de littérature, l'importance de considérer les rapports de pouvoir dans le processus de construction des représentations sociales. Nous rappelons que même si Moscovici reconnaît que, « (...) what is represented and how it is represented is given a meaning in terms of the position of the person who enunciates it. » (1988, p. 230), les travaux initiaux de ce dernier sont qualifiés par certains de « acritical » et, « (...) fail(ing) to seriously address issues of power and ideology. » (Voelklein et Howarth, 2005, p. 444). Howarth critique l'omission chez Moscovici de l'aspect politique de l'univers réifié, soit l'univers scientifique. Voelklein et Howarth déclarent, « Reification infuses social representations with ideological power by legitimizing their dominant and dominating position over alternative representations. » (Voelklein et Howarth, 2005, p. 446) Selon Howarth, le processus de reconnaissance d'un certain savoir comme étant un « savoir expert » est donc politique en soi. Cette dernière admet, « (...) some groups have more access to resources and thus a better chance of imposing their versions of reality and truth (...) » (p. 446) Elle n'aborde toutefois pas explicitement l'aspect politique de l'univers consensuel, soit l'univers du sens commun, où les représentations sociales sont créées, négociées et transformées (Voelklein et Howarth, 2005). Nous proposons que l'aspect politique retrouvé dans

l'univers consensuel, est tout aussi pertinent que celui retrouvé dans l'univers réifié. En effet, il est primordial de considérer la position de ceux qui construisent et partagent les représentations sociales afin de distinguer les représentations sociales issues de la culture dominante, des représentations alternatives marginalisées, souvent exclues en totalité du discours dominant.

Tel que présenté ci-haut, la plupart des participants interviewés déclarent être d'origine européenne. Daniel Vézina remarque d'ailleurs dans l'émission que la cuisine québécoise tire ses racines de la gastronomie française, et que la cuisine japonaise est donc déstabilisante pour les participants. En opposant la cuisine québécoise à la cuisine japonaise, le mentor fait appel à l'ancrage antinomique en créant une dichotomie souvent présente en communication interculturelle, soit Nous/L'Autre. Certains commentaires, tel que, « L'Europe va toujours être très dominante dans notre métier, dans notre personnalité aussi en tant que cuisinier. » (N), nous conduit à penser que les participants identifient la culture dominante en cuisine comme étant la culture européenne. Sans le noter explicitement, les participants s'identifieraient donc comme faisant partie de la culture dominante, selon notre sens encodé, en cuisine. Il importe de considérer cette position comme faisant partie intégrale du processus de construction et de partage de ces représentations.

Comme noté préalablement, les entrevues menées conduisent à penser que la perception des participants face à Cuba, la Louisiane et le Japon est, selon eux, issue des médias, de leur éducation et de leurs relations interpersonnelles. De plus, les participants interviewés ont eu l'impression de ne pas avoir été suffisamment exposés à la culture et à la cuisine de Cuba et de la Louisiane lors de leurs voyages pour avoir une perception de ces régions, fidèle à la réalité.

Toutefois, l'analyse qualitative effectuée sur les transcriptions des épisodes en question conduit à penser que les participants ont été directement influencés par leurs voyages lors de l'élaboration de leurs plats, et ainsi lors du partage de représentations sociales de ce qu'est la culture des pays en question. Un participant remarque, « J'ai essayé de m'inspirer (...) des huîtres Rockefeller qu'on a (mangées) là-bas. », alors qu'un autre présente un élément de son plat aux juges, soit « (...) une petite salsa (dont) je me suis inspiré là-bas. » Un des juges remarque, « J'ai vu qu'ils utilisaient beaucoup la racine de yucca, ce soir. Et ça, normalement, ils l'auraient pas utilisée. Ça tu vois, c'est des choses qu'on a vues là-bas. », et une participante mentionne, en se référant à un des restaurants visités à Cuba, « Après être allée à La Guarida à Cuba, je me suis dit : pourquoi pas la pieuvre, à soir? »

Tel que présenté dans la section consacrée aux résultats, les participants, surtout lors du voyage à Cuba, ont la perception d'être logés, et de visiter, que les quartiers luxueux et touristiques de la Havane. En témoignent les commentaires de ces derniers :

(...) on était dans un quartier super touristique pis j'essayais de m'éloigner, mais quand tu t'éloignes dans les quartiers à Cuba, les places un peu plus pauvres, c'est là que tu réalises qu'on couvre juste les belles petites places agréables de Cuba (...)

N rajoute, « Tu vas dans des secteurs super touristiques pour représenter une culture, mais ces places-là s'adaptent aux touristes. » Ce dernier remarque cependant, dans un extrait diffusé, « Je me suis senti très privilégié d'avoir ce luxe-là. », en se référant à l'hôtel où ils furent logés. Dans un autre extrait, une participante déclare, « On arrive ici dans l'hôtel le plus luxueux de La Havane, on est super bien logés. En plus de ça, l'hôtel est tellement bien situé. »

L'influence directe des voyages effectués par les participants sur la conception de leurs plats, ainsi que le caractère « luxueux » et « touristique » de ces voyages, tel que perçu par ces participants, nous permettent donc de conclure à l'impact de leur position, soit, dans ce cas-ci, privilégiée, sur la construction et le partage de représentations sociales dans l'émission *Les Chefs!*. Cette conclusion viendrait appuyer les propos des auteurs prônant une approche « critique » à la théorie des représentations sociales, approche qui considérerait la position des acteurs impliqués, et de même les rapports de pouvoir au cœur des processus de construction et de partage des représentations sociales.

CHAPITRE 5 : CONCLUSION

5.1 Rappel de la problématique

Tel qu'établi dans notre revue de littérature, le genre de la télé réalité sert de miroir aux normes et idéologies de la culture contemporaine (Montemurro, 2007). La notion de « réalité » est toutefois remise en question au cours des années 1990, menant à l'émergence d'une nouvelle sous-catégorie de télé réalité : le « gamedoc », où la « prétention au réel » se trouverait dans les actions des participants ordinaires dans des situations plausibles, mais explicitement construites. Nous avons jugé pertinent de nous pencher plus précisément sur les séries de compétitions culinaires, étant donné qu'elles représentent une grande partie des « gamedocs », mais aussi en raison de leur sujet central, la nourriture, qui nous a permis d'explorer la dynamique par laquelle les traditions culinaires d'une culture donnée sont représentées à la télévision. Étant donné la place centrale des participants dans le format des « gamedocs », ainsi que la problématique entourant l'approche d'une culture autre à la sienne dans le cadre de compétitions culinaires, la présente étude cherchait à répondre à la question : quel est le rôle des individus participant aux séries de compétitions culinaires dans la manière dont diverses cultures sont représentées à la télévision? La Théorie des représentations sociales de Moscovici nous a permis d'acquérir une meilleure compréhension de la provenance de ces représentations, ainsi que du partage de ces dernières. Nous avons choisi d'effectuer une étude de cas sur l'émission québécoise *Les Chefs!*. Cette dernière nous a permis de faire des constats fort intéressants.

5.2 Rappel des résultats

Nous réitérons la question de Rouquette (1996), présentée au début de la section 4.6, soit : « (...) is it the media which reflect representations or the reverse? » (p. 223) À l'encontre de Rouquette (1996), notre recherche nous permet de conclure que nous ne pouvons pas considérer les représentations sociales comme étant unidirectionnelles, comme l'insinue la question de ce dernier. Les entretiens menés, ainsi que l'analyse de contenu effectuée, ont indiqué, tout d'abord, que les participants se réfèrent aux représentations sociales issues de divers médias (médias sociaux, films, jeux vidéo) dans leur conception des traditions culinaires des pays à l'étude. Puis, les représentations sociales auxquelles se réfèrent les participants, tels que des stéréotypes face à la nourriture japonaise, sont partagées à travers la cuisine de plats lors de défis. En premier lieu, les représentations sociales reflètent donc les médias, et en deuxième lieu, l'inverse est illustré. En effet, notre recherche nous permet donc d'arriver à une meilleure compréhension du caractère bidirectionnel entre représentations sociales et médias de masse.

Nous avons posé, dans le cadre de cette recherche, la question : à qui revient le pouvoir de construire et partager les représentations sociales d'une culture donnée? À la lumière de nos résultats, nous répondons qu'il importe moins de demander à qui revient ce pouvoir, mais plutôt de considérer la position à partir de laquelle les représentations sociales sont partagées.

De fait, après avoir identifié la perception des participants face à leur position dominante, notre analyse nous a permis d'établir un rapport direct entre la position du participant et la construction et le partage de représentations sociales dans l'émission *Les Chefs!*. Nous avons tout d'abord illustré l'agentivité des participants dans la construction de représentations sociales,

appuyant ainsi les critiques de la TRS (Volklein et Howarth, 2005) qui stipulent qu'on ne peut pas négliger le rôle de l'individu dans la construction de ces dernières. Nous avons par la suite identifié l'influence directe des voyages effectués par les participants sur la conception de leurs plats dans le cadre de défis, ainsi que le caractère « luxueux » et « touristique » de ces voyages, tel que perçu par ces participants, afin de conclure à l'impact de leur position sur la construction et le partage de représentations sociales dans l'émission *Les Chefs!*. Comme anticipé dans notre revue de littérature, cette conclusion vient appuyer les propos des auteurs prônant une approche « critique » à la théorie des représentations sociales, approche qui considérerait la position des acteurs impliqués, et de même les rapports de pouvoir au cœur des processus de construction et de partage des représentations sociales.

Malgré l'importance des participants du « gamedoc » dans la « prétention à la réalité » du genre de télé réalité, peu de recherches se penchent sur la perception de ces derniers. À la lumière de nos résultats, nous pouvons toutefois conclure que les entretiens menés avec les participants de l'émission *Les Chefs!* ont rajouté énormément à la richesse de nos données. Ces données ont permis de faire des constats, tels que sur la position de ces derniers, où la provenance des représentations sociales auxquelles ils se réfèrent, qui ont permis d'acquérir une meilleure compréhension du processus de construction des représentations sociales.

5.3 Pistes de recherches futures

Quoique la rédaction de cette thèse nous ait permis d'explorer certains enjeux, elle a aussi suscité plusieurs questionnements qui pourraient servir de pistes de recherches futures. Tel qu'illustré dans la revue de littérature, certains critiquent la théorie des représentations sociales

telle que développée initialement par Moscovici en raison de son caractère acritique. Tel qu'illustré dans notre discussion, nous proposons toutefois qu'il s'avère primordial de considérer ce statut lors de l'analyse de représentations sociales. Nous avons identifié, dans le cadre de notre recherche, la provenance des représentations sociales auxquelles adhèrent les participants sur les pays à l'étude, le statut dominant en cuisine de ces derniers, et arrivons à établir un lien entre les deux. Toutefois, une recherche de nature qualitative ne nous permet pas d'établir un lien de causalité entre ces deux variables. De plus, l'envergure d'une étude permettant d'établir ce lien de causalité ne se prête malheureusement pas à une thèse de maîtrise. Il nous semblerait pertinent de mener, dans le cadre d'une étude future, une recherche de nature quantitative permettant d'explorer ce lien de causalité.

Hojer (2011) stipule que l'emploi de la TRS en études médiatiques est toujours peu exploré. Nous l'abordons dans notre discussion : il est possible d'identifier un lien entre la provenance des représentations sociales auxquelles adhèrent les participants interviewés, comme les nouveaux médias, et la transition entre la théorie des représentations collectives telle que présentée par Durkheim, et celle des représentations sociales telle que développée par Moscovici. Il serait intéressant de se pencher plus amplement sur ce lien, une soixantaine d'années après cette transition, à la lumière des nouveaux médias, tels que ceux abordés dans notre recherche.

BIBLIOGRAPHIE

Almerico, Gina. (2014). Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*. 8(4)

Archibald, Mandy & al. (2019). Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection: Perceptions and experiences of Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods*. 18, p. 1-8.

Arditi, Benjamin. (2015). The People as Re-Presentation and Event. Dans Carlos de la Torre (ed.), *Power to the People? Populism, Insurrections, Democratization*, Lexington: University of Kentucky Press, p. 91-112

Barthes, Roland. (1961). Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine. *Économies, sociétés, civilisations*. 16(5), p. 977-986.

Belleau, Pascale. (2014). *Pour ou contre l'utilisation d'animaux en science?: Enquête sur les représentations sociales qui informent le débat*. (Thèse de maitrise, Université d'Ottawa).

https://ocul-uo.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma991030219599705161&context=L&vid=01OCUL_UO:UO_DEFAULT&lang=fr&search_scope=OCULDiscoveryNetworkNew&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,pascale%20belleau&sortby=rank&mode=basic

Bourdieu, Pierre. (1976). Anatomie du goût. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 2(5), p. 2-81.

Bourdieu, Pierre. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 30, p. 3-6.

Bonneville, L. & al. (2007). Introduction aux méthodes de recherche en communication. Gaëtan Morin, Montréal.

Bulot, V. & al. (2007). Agentivité: se vivre ou se juger agent? *L'Encéphale*. 33(4), p. 603-608.

Castrechini, A. & al. (2014). Media representations of environmental issues: From scientific to political discourse. *Revue européenne de psychologie appliquée*. 64, p. 213-220.

Carlsson, Bo & Svensson, Martin. (2015). Masterchef and the Sportification of Popular Culture... and Society. Tiré de <https://idrottsforum.org/carlsson-svensson150930/>

Corner, John. (2002). Performing the Real: Documentary Diversions. *Television and New Media*. 3(3), p. 255-269.

Couldry, Nick. (2003). Live “reality” and the future of surveillance. Dans *Media Rituals*, Taylor & Francis.

Couldry, Nick. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New media & society*. 10(3), p. 373-391.

Couldry, Nick. (2009). Teaching Us to fake It: The Ritualized Norms of Television’s “Reality” Games. Dans S. Murray (Éd.), *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York: New York University Press.

Curnutt, Hugh. (2016). Cooking on Reality TV: Chef-Participants and Culinary Television. Bradley P. (eds) *Food, Media and Contemporary Culture*. Palgrave Macmillan, Londres.

De Certeau, Michel. (1990). *L’invention du quotidien*. 1. Arts de faire. Éditions Gallimard. Folio essais, Paris. 349 p.

De Morais Sato, Priscila et al. (2016). The use of Pierre Bourdieu’s distinction concepts in scientific articles studying food and eating: A narrative review. *Appetite*. 1(96), p. 174-186.

Esposito, Angela. (2018). *International food television show formats in the digital era*. (Thèse de doctorat, Université de Glasgow, Glasgow).

Farr, Robert. (1993). Common sense, science and social representations. *Public Understand. Sci.* 2, p. 189-204.

Farr, Robert. (1998). From Collective to Social Representations: Aller et Retour. *Culture & Psychology.* 4(3), p. 275-296.

Farr, Robert. (1987). Social Representations : A French Tradition of Research. *Journal for the Theory of Social Behaviour.* 17(4), p. 343-369.

Fraser, Colin. (1994). Attitudes, Social Representations and Widespread Beliefs. *Papers on Social Representations.* 3(1), p. 1-13.

Green, Shiloh. (2017). New Show Pilot on Travel Channel: Culturally Appreciative Foods. *Toyon Literary Magazine.* 63(1).

Griffin, Joshua. (2020). Pacing Climate Precarity: Food, Care and Sovereignty in Inupiaq Alaska. *Medical Anthropology.* 39(4), p. 333-347.

Grindstaff, Laura. (2010). Just be yourself – only more so: Ordinary celebrity in the era of self-service television. Dans M. Kraidy & K. Sender (Éds.), *The Politics of Reality Television: Global perspectives*, Taylor & Francis Group.

Grindstaff, Laura. (2012). Reality TV and the Production of “Ordinary Celebrity”: Notes from the Field. *Berkeley Journal of Sociology*. 56, p. 22-40.

Haarman, Louann & al. (2015). *Values and Choices in Television Discourse: A View from Both Sides of the Screen*. Palgrave Macmillan.

Hall, Stuart. (1980). Encoding/decoding. Dans S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willias (Éds), *Culture, Media, Language* (p. 128-138). Londres, Royaumes-Unis.

Hall, Stuart. (1997). Representation and the Media. (Transcription). Tiré de <https://www.mediaed.org/transcripts/Stuart-Hall-Representation-and-the-Media-Transcript.pdf>

Hauck-Lawson, Annie. (1998). When Food is the Voice: A Case Study of a Polish-American Woman. *Journal for the Study of Food and Society*. 2(1), p. 21-28.

Heldke, Lisa. (2001). Let’s Eat Chinese!: Reflections on Cultural Food Colonialism. *Gastronomica*. 1(2), p. 76-79.

Hoijer, Birgitta. (2011). Social Representations Theory: A New Theory for Media Research. *Nordicom Review*. 32(2), p. 3-16.

Howarth, Caroline. (2006). A social representation is not a quiet thing: exploring the critical potential of social representations theory. *British Journal of social psychology*. 45(1), p. 65-86.

Howarth, Caroline & Voelklein, Corina. (2005). A review of Controversies about Social Representations Theory: A British Debate. *Culture and Psychology*. 11(4), p. 431-454.

Jodelet, Denise. (2008). Social Representations: The Beautiful Invention. *Journal for the Theory of Social Behaviour*. 38(4), p. 411-430.

Jovchelovitch, Sandra. (2001). Social representations, public life and social construction. Dans Deaux, Kay; Philogene, Gina (Éds.), *Representations of the Social*, Blackwell Publishing.

Kilborn, Richard. (1994). How Real Can You Get?: Recent Developments in Reality Television. *European Journal of Communication*. 9, p. 421-439.

Kjus, Yngvar. (2009). Idolizing and Monetizing the Public: The Production of Celebrities and Fans, Representatives and Citizens in Reality TV. *International Journal of Communication*. 3, p. 277-300.

Kompare, Derek. (2009). Extraordinarily Ordinary: The Osbournes as “An American Family”. Dans S. Murray (Éd.), *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York: New York University Press.

Lee Dawdy, Shannon. (2010). A Wild Taste: Food and Colonialism in Eighteenth-Century Louisiana. *Ethnohistory*. 57(3).

Lee Dawdy, Shannon. (2003). La ville sauvage : Enlightened Colonialism and creole improvisation in New Orleans, 1699-1769. (Thèse doctorale, Université du Michigan, Michigan, É-U.)

Leer, Jonathan & Kjaer, Meldgaard. (2015). Strange Culinary Encounters. *Food, Culture & Society*. 18(2), p. 309-327.

Lemieux, Marc-André. (2022, mars). Les chefs restent au goût du jour. *La Presse*. Tiré de <https://www.lapresse.ca/arts/television/2022-03-31/les-chefs-restent-au-gout-du-jour.php>

Les Chefs!: candidats. (2020). *Radio-Canada*. Tiré de <https://ici.radio-canada.ca/tele/les-chefs/site/candidats>

Les Chefs!: saison 10, épisode 5. (4 mai 2020). *Radio-Canada*. Tiré de <https://ici.tou.tv/les-chefs/S10E05?lectureauto=1>

Levenstein, Harvey & Conlin, Joseph. (1986). Les habitudes alimentaires des immigrants italiens en Amérique du Nord : Étude de la persistance d'une culture culinaire et de la montée du fast food en Amérique du Nord. *Culture technique*. p. 32-39.

Long, Lucy. (2018). Cultural Politics in Culinary Tourism with Ethnic Foods. *Journal of Business Management*. 58(3), p. 316-324.

Montemurro, Beth. (2007). Toward a Sociology of Reality Television. *Sociology Compass*, 2(1), p. 84-106.

Moscovici, Serge. (1984). The phenomenon of social representations. Dans R.M. Farr et S. Moscovici (Éd.), *Social Representations*, Cambridge: Cambridge University Press.

Moscovici, Serge. (1988). Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*. 18, p. 211-250.

Moscovici, Serge. (1994). Social representations and pragmatic communication. *Social Science Information*. 33(2), p. 163-177.

Moscovici, Serge. (2011). An essay on social representations and ethnic minorities. *Social Science Information*. 50(3-4), p. 442-461.

Nabi, Robin. (2007). Determining Dimensions of Reality: A Concept Mapping of the Reality TV Landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 51(2), p. 371-390.

Neville, Morgan (réalisateur). (2018, 23 février). Fried Chicken (saison 1, épisode 6). *Ugly Delicious*. Netflix.

Oren, Tasha. (2013). On the Line: Format, Cooking and Competition as Television Values. *Critical Studies in Television*. 8(2), p. 20-35.

Ouellette, Laurie & Murray, Susan. (2009). Dans S. Murray (Éd.), *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York: New York University Press.

Petri, Alexandra et Slotnik, Daniel. (2021, 26 février). Attacks on Asian-Americans in New York Stoke Fear, Anxiety and Anger. *New York Times*, <https://www.nytimes.com/2021/02/26/nyregion/asian-hate-crimes-attacks-ny.html>

Rouquette, Michel-Louis. (1996). Social Representations and Mass Communication Research. *Journal for the Theory of Social Behavior*. 26(2), p. 221-231.

(2016, December 1rst). Something Old, Something New (saison 14, episode 1) *Top Chef USA*. Charleston, États-Unis: Bravo.

Sokka, Sakarias. (2015). Raymond Williams on culture and society: essential writings. *International Journal of Cultural Policy*. 21(5), p. 631-636.

Stowell, Olivia. (2021). *We Want to See You on the Plate: Power, Race, and History in Top Chef*. (Thèse de maîtrise, Université de Villanova, É-U).

Top chefs in New Orleans. (2020). Tiré de
<https://www.neworleans.com/restaurants/chefs/>

UK Carlton fined 2m for faked documentary. (1998, décembre). *BBC News*. Tiré de
http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/237715.stm

UK Guardian renews claims of faked documentary. (1998, mai). *BBC News*. Tiré de
http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/88866.stm

Wagner, Wolfgang. (1994) Introduction : aspects of social representation theory. *Social Science Information*. 33(2), p. 155-161.

Wagner, Wolfgang et al. (1999). Theory and method of social representations. *Asian Journal of Social Psychology*. 2, p. 95-125.

Watson, James & Caldwell, Melissa. (2005). *The Cultural Politics of Food and Eating: A Reader*. Blackwell Publishing, Malden, MA. 320 p.

Webre, Stephen. (1984). The Problem of Indian Slavery in Spanish Louisiana, 1769-1803. *Louisiana Historical Association*. 25(2), p. 117-135.

Williams, Raymond. (1958). *Culture and Society: Coleridge to Orwell*. Chatto & Windus, Londres, Royaume Unis. 363 p

Wilson, Nicole & Al. (2021). Governing water insecurity: navigating indigenous water rights and regulatory politics in settler colonial states. *Water International*, 46(6), p. 783-801.

Wood, Helen & Skeggs, Beverly. (2010). The affective economy of an “extended social/public realm” dans *The Politics of Reality Television: Global Perspectives*. Taylor & Francis Group.

ANNEXE 1 – GUIDE D'ENTREVUE

Guide d'entrevue – G

1. Présentation du projet

- Déroulement de l'entretien
 - Entrevue semi dirigée, je te pose des questions et je te laisse élaborer, si tu as besoin du temps pour y penser, on peut prendre une pause, prendre du recul
 - Ce que je fais : communication avec théories de psychologie sociale DONC je m'intéresse à tes perceptions
 - Pas de tricked question, une section où les questions vont te sembler étranges, je veux te laisser interpréter
- Formulaire éthique : réviser?
- Autres questions avant qu'on commence?

2. Parcours du participant (débuter enregistrement)

Parcours professionnel

- Quel poste occupez-vous actuellement?
- Quel(s) chemin(s) vous ont menés à la cuisine?
- Quelle est votre formation en cuisine? Formelle? Informelle?

3. Identité

- Quelle est votre origine? (Laisser le participant interpréter le terme origine)
- Vous identifiez-vous comme faisant partie de la culture dominante? (Laisser le participant interpréter le terme culture dominante)
 - Comment considérez-vous votre sentiment d'appartenance à X (origine culturelle)?
- Est-ce que ce sentiment d'appartenance a un impact sur votre métier?
 - Auquel cas, comment?
 - Impact sur votre choix de métier? Sur les plats que vous cuisinez? Sur vos relations dans le milieu de travail?

4. Participation à l'émission *Les Chefs!*

- Qu'est-ce qui vous a poussé à vouloir vous inscrire à cette compétition?
- Pouvez-vous me parler un peu du processus de recrutement? Des étapes après votre inscription?
- Avez-vous regardé l'émission *Les Chefs!* avant d'y participer?

- Auquel cas, quelle était votre perception face à l'émission? Aux participants? Est-ce que vos perceptions ont changé après y avoir participé (ex. face à la production)?
- Avez-vous regardé les épisodes dans lesquels vous avez participé?
 - Auquel cas, croyez-vous que votre participation ait été représentée fidèlement?
 - Il s'agit d'une situation construite : côtés de vous qui ont été représentés dans l'émission qu'on ne verrait pas dans la vie de tous les jours, en raison du contexte?
- Quels plats avez-vous choisi de cuisiner dans le cadre des épisodes sur la Nouvelle-Orléans et sur le Japon?
 - Qu'est-ce que les cuisines de la Nouvelle-Orléans et du Japon pour vous?
 - Aviez-vous une idée de ce qu'était la cuisine de la Nouvelle-Orléans avant votre voyage? Auquel cas, est-ce que cette idée a changé? D'où venait votre perception de la cuisine de la Nouvelle-Orléans préalablement au voyage?
 - D'où venait votre idée de ce qu'est la cuisine du Japon?
 - Mise en situation (si jamais allé au Japon) : Comment avez-vous abordé différemment cuisiner la bouffe d'un pays où vous êtes allés vs non?
 - Avez-vous puisé dans vos expériences personnelles? Ce que vous voyez dans les médias?

5. Mot de la fin

- Avez-vous autre chose à rajouter? Quelque chose qui vous semble pertinent que je n'ai pas abordé?
- Autres questions pour moi?

ANNEXE 2 – ANALYSE THÉMATIQUE

Analyse thématique

Thèmes relevés des analyses de transcriptions : culture dominante, perceptions compétition culinaire + télé, production et reflet de la réalité, ancrages

Culture dominante

Extraits

RP : oui sur certains domaines, parce que moi je veux essayer au maximum d'utiliser les produits du terroir, donc d'utiliser toute ma culture pour dominer un peu notre domaine, mais en même temps j'aime être influencé par tout le monde, donc je suis quelqu'un autant qui veut diriger, qui veut dominer, mais aussi qui aime regarder ce que les autres font.

G (sur les origines) : Je pense que dans une société un peu capitaliste, tous et chacun cherchent à acquérir de l'argent rapidement dans le court d'une vie pour pouvoir s'acheter des trucs, ou voyager, ou faire des affaires, liberté, mais dans le fond c'est comme un... Chaque fois que tu fais de l'argent tu te dis, bien je pourrais en faire plus. Tu sais l'appât du gain... J'essaye de plus en plus de laisser ça de côté pour me centrer plus sur moi-même. Donc je dirais que je viens d'une époque lointaine où est-ce que l'argent n'existait pas, puis qu'il y avait juste un partage de connaissances et de savoir de par les traditions familiales et autres.

G : On ne s'habille pas, on ne fait pas de rituels dans ma famille, mais j'ai du sang amérindien

G : Euh, la culture dominante ça peut être interprété de plusieurs façons ces jours-ci, parce que ça peut suivre des courants comme la mode, pour donner des exemples, le végétalisme, il y a aussi la fermentation, l'alimentation de par les produits locaux puis tout ça.

Notes initiales

G mentionne brièvement ses traditions amérindiennes.

Les participants ne comprennent pas la question... Intéressant de voir si une personne d'une minorité visible aurait interprété différemment? MAIS on parle toujours de pouvoir. Importance de définir les termes. Réponses ne s'alignent pas avec l'objectif initial de la question.

Perception compétition culinaire + télé

Extraits

RP : Ben moi au début, ce dont j'avais le plus peur c'était de me dire, ok ça va plus être de la télé que de la cuisine, mais en réalité, dès la première émission j'ai ok, c'est vraiment plus centré sur la cuisine. Moi j'avais peur mettons que, qu'ils nous fassent de coupures qu'on ne voit pas à la télé, que ce soit plus du *fake*, mais en réalité ils réussissent à nous mettre une vraie compétition de cuisine, puis à côté de ça on a les caméras.

Notes initiales

Les perceptions sont divergentes entre les candidats.

Production et reflet de la réalité

Extraits

RP : Bien, des fois c'est juste dans l'interprétation de nos interviews, parce qu'ils nous posaient plein de questions où il fallait ramener la question dans la réponse, dans la boîte noire, puis des fois juste de la façon qu'ils amenaient les trucs, c'était comme, ah, moi dans ma tête j'allais plus dans ce sens-là, ou des fois quand ils mettaient des bouts de texte, qu'ils coupaient une mini partie, qui changeait la forme de la phrase, mais ça met du piquant dans l'émission, donc ça ne nous mettait pas en désavantage, mais des fois t'es comme, ah, ça aurait été plutôt ça.

G : je n'ai pas encore été capable de *revisonner* les épisodes, parce que j'ai l'impression que ce n'est pas moi, pas que ce n'est pas moi, mais je me dis, tu sais j'étais dans un mode... Ça a duré un mois les tournages, un mois et demi, tu sais c'était super, on avait des défis à tous les 2 jours. Donc c'était très très récurrent comme défis, donc je suis tombé vraiment dans un mode, ok, c'est ça que je fais, donc ouin.

G : S'il y a des affaires qui sont ressorties... (hésitation) Bien, mon calme, je ne suis pas quelqu'un de très très calme dans la vie, puis j'ai eu l'air de quelqu'un de très calme, mais c'est parce que je ne voulais pas montrer de failles, d'émotions, parce que je me dis, si tu montres que, aye là je ne suis pas sûr, ils embarquent dans cette craque-là, plus qu'ils embarquent dans la craque, plus que ça craque, tu sais. Exemple, mettons, tu ne sais pas quoi faire quelque chose, tu ne sais pas comment faire lever un poisson, mais si tu lèves un poisson et que tu fais bien ça, tu n'as pas des belles *shots*, tu as la *shot* de caméra... Il faut aussi que tu te mettes dans la peau du producteur, mais si quelqu'un ne sait pas comment faire, c'est là que ça fait du contenu, parce que là la personne est en train de massacrer, donc j'essayais de pas, d'être très neutre.

G : Puis Camilo il trouvait ça tough, il a eu l'air, tu sais, il a gagné la finale, tout ça, puis c'était une finale, mais au cours des derniers défis, plus que l'entonnoir se rapetissait, lui il manque, il n'avait pas beaucoup d'expérience, il manquait d'expérience, il avait fait une espèce de... La demie finale c'était de l'agneau du Québec qu'il fallait mettre en valeur, moi j'ai fait une belle cuisson médium saignant avec 2, 3 morceaux différents pour les textures, lui il a essayé de faire un agneau braisé, mais la pièce ne se prêtait pas à la manière dont il l'a cuite, donc ça démontrait son genre de, il commençait à se fatiguer, tout ça, tandis que moi, ça me donnait de l'énergie

G : C'était dégueulasse là, ce n'était pas mangeable, à recracher, mais là t'as pas le choix puis c'est dans ta bouche, c'est l'affaire la plus dégueulasse que j'ai jamais mise dans ma bouche. Là, *esti*, on fait, c'est ça la cuisine Louisianaise?

Notes initiales

Note sur la production, agentivité de Guillaume = avoir l'air calme pour berner la production

G a appris de la production en étudiant les saisons précédentes (objectif de berner la production, agentivité), est-ce que les autres participants ont fait la même chose ? Donc, la production ne contrôle pas tout, n'est pas la main de Dieu.

Ancrage : Nouvelle-Orléans vs Japon

Extraits

RP : Donc ça a été un peu plus d'y aller avec un souvenir, que d'y aller avec quelque chose que je me dis que peut-être ils font là-bas.

RP : L'idée du radis c'est parce que j'aime le côté un peu piquant, puis je voulais rappeler le côté wasabi. La morue avec cette sauce-là, c'est que moi dans ma tête, c'était d'aller rechercher un peu le goût du soba. Donc c'était d'aller chercher un peu des techniques japonaises, en les amenant autrement.

RP : Bien en fait, le Japon pour moi, c'est beaucoup parce que je suis des chefs, soit sur Instagram, sur Facebook... Soit des chefs Français, comme Michel (Troigros?), (Brach?), qui sont là-bas depuis des années, beaucoup de chefs Japonais aussi que je suis. Un peu aussi de techniques qu'on avait fait à mon restaurant avec les souvenirs de voyage de mon collègue, et aussi, j'ai travaillé en France, j'ai travaillé avec des Japonais de souche, donc certains petits trucs qu'ils nous avaient fait pendant qu'on faisait des repas entre nous. Donc c'est un peu un amalgame de tout ça.

RP : Au moment où ils nous ont annoncé qu'on allait en Nouvelle-Orléans, on est quelques-uns à s'être regardés, mais c'est où exactement aux États-Unis ça? Donc ça a plus été le soir, on s'est mis à regarder, là j'ai fait ok, ça va être plus la cuisine style texane. C'était quand même un peu ça, mais le Po Boy, jamais je n'aurais pensé que ça venait de là, quelques petits trucs comme ça

G : Nouvelle-Orléans, puis j'ai dit, c'est quoi la cuisine Louisianaise, j'ai aucune idée. J'ai aucune idée, puis Romain il dit, ah on va manger de l'alligator, puis dans ma tête je dis, criss, on va faire, on va aller dans les bayous, on va se promener en aéroglisseur, super cliché.

G : Donc là attend à l'aéroport, commence à *checker* mon *cell*, la cuisine Louisianaise, je vois gumbo, des affaires que je n'ai jamais entendues, puis je sais que de lire Wikipédia, de cliquer, puis tu te perds, tu te mets à cliquer puis à dévier du sujet, puis tu finis par regarder autre chose, puis j'essayais de m'imprégner avant de partir, bon on va manger des crevettes puis ça va être...

G : (...) puis là le soir on s'est dit, là on était pas satisfaits de la cuisine Louisianaise, donc on dit là on sort, on s'en va manger dans une vraie cuisine Louisianaise. On est allés dans un restaurant et on a *clanché* du *cash* terrible pour goûter de la gastronomie Louisianaise, on est allés manger dans un super bon resto, on a but du vin nature, c'était comme, enfin, qu'est-ce que la cuisine Louisianaise est, puis c'était justement plus proche de ce que moi j'espérais que ce soit en fait.

G : L'attente des juges, je pense. Quand les juges ils t'envoie en voyage quelque part puis que tu reviens, les attentes sont super élevées,

G : (...) je me disais en fait que, tu sais, les idéaux préconçus, véhiculés par les médias sont juste une représentation de ce que ça peut être, ce n'est pas vraiment ça, mais c'est mon interprétation que je fais. Un peu comme l'allégorie de... L'allégorie de la caverne (...)

Notes initiales

Donc, les juges semblent présumer que si tu n'y es pas allé tu ne connais pas la cuisine japonaise. Les représentations ne reflèteraient donc pas la réalité.

ANNEXE 3 – CERTIFICAT ÉTHIQUE

Université d'Ottawa

Bureau d'éthique et d'intégrité de la recherche

University of Ottawa

Office of Research Ethics and Integrity

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE | CERTIFICATE OF ETHICS APPROVAL

Numéro du dossier / Ethics File Number

S-03-21-6616

Titre du projet / Project Title

Le "politique" culinaire: espace partagé entre culture dominante et Autre Exotique

Type de projet / Project Type

Thèse de maîtrise / Master's thesis

Statut du projet / Project Status

Approuvé / Approved

Date d'approbation (jj/mm/aaaa) / Approval Date (dd/mm/yyyy)

04/06/2021

Date d'expiration (jj/mm/aaaa) / Expiry Date (dd/mm/yyyy)

03/06/2022

Équipe de recherche / Research Team

**Chercheur /
Researcher**

Affiliation

Role

Camille PAGÉ-TAILLON

Département de communication / Department of Communication

Chercheur Principal / Principal Investigator

Philippe ROSS

Département de communication / Department of Communication

Superviseur / Supervisor

Conditions spéciales ou commentaires / Special conditions or comments

Université d'Ottawa

Bureau d'éthique et d'intégrité de la recherche

Le Comité d'éthique de la recherche (CÉR) de l'Université d'Ottawa, opérant conformément à l'*Énoncé de politique des Trois conseils* (2014) et toutes autres lois et tous règlements applicables, a examiné et approuvé la demande d'éthique du projet de recherche ci-nommé.

L'approbation est valide pour la durée indiquée plus haut et est sujette aux conditions énumérées dans la section intitulée "Conditions Spéciales ou Commentaires". Le formulaire « Renouvellement ou Fermeture de Projet » doit être complété quatre semaines avant la date d'échéance indiquée ci-haut afin de demander un renouvellement de cette approbation éthique ou afin de fermer le dossier.

Toutes modifications apportées au projet doivent être approuvées par le CÉR avant leur mise en place, sauf si le participant doit être retiré en raison d'un danger immédiat ou s'il s'agit d'un changement ayant trait à des éléments administratifs ou logistiques du projet. Les chercheurs doivent aviser le CÉR dans les plus brefs délais de tout changement pouvant augmenter le niveau de risque aux participants ou pouvant affecter considérablement le déroulement du projet, rapporter tout événement imprévu ou indésirable et soumettre toute nouvelle information pouvant nuire à la conduite du projet ou à la sécurité des participants.

Germain ZONGO

Responsable d'éthique en recherche / Protocol Officer

Pour/For **Barbara GRAVES** Président(e) du/ Chair of the **Comité d'éthique de la recherche en sciences sociales et humanités / Social Sciences and Humanities Research Ethics Board**

University of Ottawa

Office of Research Ethics and Integrity

The University of Ottawa Research Ethics Board, which operates in accordance with the *Tri-Council Policy Statement* (2014) and other applicable laws and regulations, has examined and approved the ethics application for the above-named research project.

Ethics approval is valid for the period indicated above and is subject to the conditions listed in the section entitled "Special Conditions or Comments". The "Renewal/Project Closure" form must be completed four weeks before the above-referenced expiry date to request a renewal of this ethics approval or closure of the file.

Any changes made to the project must be approved by the REB before being implemented, except when necessary to remove participants from immediate endangerment or when the modification(s) only pertain to administrative or logistical components of the project. Investigators must also promptly alert the REB of any changes that increase the risk to participant(s), any changes that considerably affect the conduct of the project, all unanticipated and harmful events that occur, and new information that may negatively affect the conduct of the project or the safety of the participant(s).