

UQTR



Université du Québec
à Trois-Rivières

6

mars 2018

Les Cahiers du CEIDEF

« Être une bonne mère »

Représentations de la maternité
dans deux magazines canadiens
sur l'art d'être parent

Mireille Lalancette

Patricia Germain

Les éditions



CEIDEF

LES CAHIERS DU CEIDF

« Être une bonne mère »

Représentations de la maternité
dans deux magazines canadiens
sur l'art d'être parent

Mireille Lalancette
Patricia Germain

mars 2018

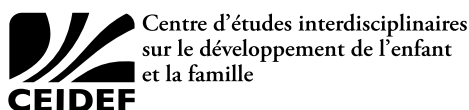
« Être une bonne mère » :
représentations de la maternité
dans deux magazines canadiens sur l'art d'être parent

Mireille Lalancette et Patricia Germain

© 2018 CEIDEF/UQTR

La reproduction totale ou partielle de ce document est autorisée
à la condition de mentionner la source de la manière suivante :

Lalancette, M. & Germain, P. (2018). « Être une bonne mère » :
représentations de la maternité dans deux magazines canadiens
sur l'art d'être parent. Dans *Les Cahiers du CEIDEF : Vol. 6*.
Trois-Rivières, QC: CEIDEF/UQTR.



CEIDEF
Département de psychologie
Université du Québec à Trois-Rivières
C.P. 500
Trois-Rivières (Québec) G9A 5H7
CANADA

819-376-5156
www.uqtr.ca/ceidef/

Le Centre d'études interdisciplinaires sur le développement
de l'enfant et la famille (CEIDEF) est un centre de recherche
de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) qui regroupe
des chercheurs provenant de différents départements.
Le centre jouit d'une réputation internationale et développe
de nombreux partenariats avec les milieux académiques,
institutionnels et communautaires.

ISBN 978-2-924451-21-2 (version imprimée)
ISBN 978-2-924451-22-9 (PDF)

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2018
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives du Canada, 2018



Le Groupe de recherche
et d'intervention auprès des enfants
vulnérables et négligés (GRIN)
participe financièrement
à la production des Cahiers du CEIDEF.



**publication réalisée
par Les éditions CEIDEF**

coordination
Marleen Baker

comité de rédaction
Carl Lacharité
Marleen Baker
Marc Ludvik

comité de lecture
Carl Lacharité
Jason Luckerhoff
Tamarha Pierce

**conception graphique
et mise en page**
Marc Ludvik

révision linguistique
Ariane Normand

principales polices de caractères :
Myriad Pro

Les Cahiers du CEIDEF

Les Cahiers du CEIDEF constituent une collection de publications consacrées à des sujets reliés à la vie familiale, l'enfance, l'adolescence, la parentalité, la conjugalité et l'environnement sociopolitique entourant les familles.

Le but des Cahiers est de mettre en valeur les connaissances tirées de la recherche sur ces sujets, notamment en sciences humaines et sociales, en sciences de la santé et en sciences de l'éducation. Cette mise en valeur vise en particulier les travaux des chercheurs, des étudiants et des partenaires de milieux de pratique associés au Centre d'études interdisciplinaires sur le développement de l'enfant et la famille (CEIDEF). Des travaux provenant de collaborateurs externes peuvent aussi faire l'objet d'un numéro des Cahiers. La mission de transfert de connaissances des Cahiers touche principalement un auditoire composé de professionnels (en formation ou en exercice), de gestionnaires d'établissements ou d'organismes, d'agents de planification et de mise en œuvre de politiques sociales et de décideurs publics.

Après de cet auditoire, les Cahiers visent trois objectifs spécifiques :

- ❖ **Diffuser des connaissances** sous forme de synthèses de la documentation et d'analyses de faits saillants sur un thème particulier, synthèses et analyses pouvant s'avérer pertinentes pour les acteurs de terrain;
- ❖ **Proposer une réflexion**, appuyée sur une argumentation étoffée et portant sur un thème particulier, réflexion qui ouvre de nouvelles perspectives ou explore des perspectives moins connues à propos de ce thème et qui suscite une mise en question ou un regard critique concernant les pratiques sociales actuelles;
- ❖ **Décrire, analyser des pratiques sociales** reliées à un thème particulier de façon à faire apparaître leurs fondements, leurs enjeux et leurs effets. Ces pratiques peuvent relever d'un large spectre d'actions cliniques/thérapeutiques, éducatives, psychosociales, mais aussi d'actions reposant sur une logique de développement des communautés (ou développement social local), de santé publique ou de politique publique.

Les Cahiers du CEIDEF

Sujets traités par les Cahiers du CEIDEF :

- 1** **Participation des parents et services de protection de l'enfance**
Carl Lacharité — janvier 2015
- 2** **Quelques figures de proue du mouvement communautaire famille**
Andrée Rivard — novembre 2015
- 3** **Penser la parentalité au Québec : un modèle théorique et un cadre conceptuel pour l'initiative Perspectives parents**
Carl Lacharité, Tamarha Pierce, Sylvie Calille, Marleen Baker et Maxime Pronovost — décembre 2015
- 4** **La perspective des parents sur leur expérience avec de jeunes enfants : une recherche qualitative reposant sur des groupes de discussion dans le cadre de l'initiative Perspectives parents**
Carl Lacharité, Sylvie Calille, Tamarha Pierce et Marleen Baker — mai 2016
- 5** **L'ethnographie institutionnelle : une approche critique de la recherche sur les rapports entre les personnes et les institutions**
Carl Lacharité — juin 2017
- 6** **« Être une bonne mère » : représentations de la maternité dans deux magazines canadiens sur l'art d'être parent**
Mireille Lalancette et Patricia Germain — mars 2018

vii À propos des auteures

ix Note des auteures

Table des matières

1 **Contexte de l'étude**

2 __ La maternité et la parentalité en temps incertains

3 __ La maternité dans les magazines sur l'art d'être parent

4 __ Analyse critique du discours, processus rhétoriques
et répertoires interprétatifs

6 __ Processus analytiques

7 __ Corpus et unité d'analyse

9 **Analyses** : Les répertoires interprétatifs

10 __ **Premier répertoire**

_ La performance dans la maternité domestique
(ou les joies de la mère en contrôle)

_ Simple comme bonjour : passer à travers les corvées
de la vie quotidienne avec aisance tout en contrôlant l'anxiété

11 __ **Deuxième répertoire**

_ « *Kidologie* » (la science de l'enfant)
ou les conseils pour la mère qui ne sait rien de rien

12 _ Protéger leur santé : dans la maternité, rien n'est simple

14 _ Se corriger pour éviter les nombreux pièges
en matière de discipline et d'éducation

14 __ **Troisième répertoire**

_ Du temps pour les mamans :
prendre soin et reprendre le contrôle de votre corps.
Ou l'importance de se bichonner

17 **Discussion**

À propos d'une vision normative de l'art d'être parent

23 **Références**

Mireille Lalancette et Patricia Germain

« Être une bonne mère » : Représentations de la maternité dans deux magazines canadiens...

Mireille Lalancette, Ph. D.

est titulaire d'un doctorat en communication de l'Université de Montréal, elle s'intéresse à la communication politique, aux médias sociaux, aux représentations et aux discours médiatiques avec un accent particulier sur l'argumentation.

Elle est professeure agrégée en communication sociale à l'Université du Québec à Trois-Rivières, où elle y enseigne notamment la communication politique et la méthodologie de la recherche. Chercheure au Groupe de recherche en communication politique (GRCP), elle mène actuellement des recherches sur la politique digitale avec des chercheurs canadiens et américains.

À propos
des auteures

Patricia Germain, Ph. D.

est professeure à l'UQTR au Département des sciences infirmières et chercheure régulière au CEIDEF. Détentrice d'une maîtrise en sciences infirmières et d'un doctorat en sciences humaines appliquées, elle a auparavant œuvré comme infirmière pédiatrique pendant une dizaine d'années à l'hôpital Ste-Justine, et elle a également participé à des missions humanitaires dans des orphelinats en Chine, au Vietnam et à Haïti. Ses travaux portent sur le développement de l'enfant, sur l'adoption internationale, sur les soins aux familles immigrantes de même que sur les aspects interculturels de la santé.

Mireille Lalancette et Patricia Germain

« Être une bonne mère » : Représentations de la maternité dans deux magazines canadiens...

Cette recherche provient d'un projet intitulé « *Mediatizing Motherhood* ». Plus précisément, ce texte est inspiré du papier intitulé « *Performing Motherhood : Work-Life Balance in the Eyes of Two Canadian Parenting Magazines* », préparé en vue de la participation à la conférence : A « *New Motherhood ?* » : *Evolving Policies, Practices, and Families*, qui a eu lieu à New York au *Museum of Motherhood* en mai 2013.

Nous avons, à la suite de cette étude, analysé de façon aléatoire les numéros publiés entre les années 2014 et 2017 afin de vérifier si ces répertoires sont toujours d'actualité. C'est bien le cas. Ils sont toujours récurrents dans ces publications.

Les auteures remercient chaleureusement les évaluateurs et évaluatrices de ce texte pour leurs commentaires constructifs.

Note des auteures

Mireille Lalancette et Patricia Germain

« Être une bonne mère » : Représentations de la maternité dans deux magazines canadiens...

Dans cette ère où la popularité grandissante des blogues de mères et de la fascination de l'expérience parentale des célébrités, les discours contradictoires au sujet de la maternité sont légion. Notre regard de chercheuses s'est donc posé sur les fameux magazines que l'on retrouve bien souvent près des caisses dans les épiceries et les pharmacies, ainsi que dans les salles d'attente des cliniques de périnatalité et de pédiatrie.

Contexte de l'étude

On peut alors supposer que si ces magazines sont là, ils sont en quelque sorte acceptés et sanctionnés par les professionnels de la santé. Il y a toutefois lieu de se demander : quels sont les messages communiqués par ces magazines ? Quelles sont les représentations de la maternité véhiculées dans ces magazines canadiens sur l'art d'être parent ? Comment présentent-ils les défis reliés au fait d'être parents aujourd'hui ? Dans un premier temps, mieux comprendre les messages qui sont proposés par ces magazines permettrait sans aucun doute aux professionnels de la santé qui accompagnent les familles, ainsi qu'aux professionnels d'autres secteurs de services (services sociaux, services de garde, organismes communautaires, etc.), aux acteurs des médias de masse ainsi qu'aux parents qui sont actifs (et souvent des relais du discours professionnel) sur la scène des médias sociaux à travers des blogues (ou autres modalités siconumériques) d'être plus sensibles aux questions et discours des parents et plus particulièrement aux attentes, angoisses et questionnements des mères. Dans un second temps, mettre en lumière les contradictions de ces discours offrirait aux parents eux-mêmes la possibilité de mieux comprendre leur côté à la fois séduisant et troublant, voire oppressant.

Nous voulons ainsi réfléchir à la maternité et aux multiples façons dont les médias en construisent les représentations. Plus spécifiquement, cette recherche explore la façon dont la maternité est construite de manière discursive dans *Enfants Québec* et *Today's Parent*, les deux magazines sur l'art d'être parent au Québec francophone et dans les provinces anglophones du Canada. En dépit de leurs noms, les magazines sur l'art d'être parent sont écrits principalement pour les mères, qui demeurent le public cible principal des articles et de la publicité (sites internet de *Today's Parent* et d'*Enfants Québec*). À l'image des magazines féminins, les magazines sur l'art d'être parent présentent de beaux bébés, des parents souriants, une philosophie dynamique et aussi des idéaux de perfection (Gill, 2009). La nature plaisante de ces magazines est associée à un côté pratique; ils offrent des « habiletés de survie aux mamans en difficulté en cette ère d'anxiété », pour reprendre les propos de Warner (2005).

1 Nous avons, à la suite de cette étude, analysé de façon aléatoire les numéros publiés entre les années 2014 et 2017 afin de vérifier si ces répertoires sont toujours d'actualité. C'est bien le cas. Ils sont toujours récurrents dans ces publications.

2 Ce répertoire est inspiré par les travaux de Gill (2009) à propos des magazines féminins. Dans son article intitulé « *Mediated Intimacy and Postfeminism : a Discourse Analytic Examination of sex and Relationships Advice in a Women's Magazine* », paru dans la revue savante *Discourse and Communication*, elle faisait état du répertoire nommé « *men-ology* » ou « science de plaire aux hommes ». Afin de respecter l'esprit de cette recherche dans laquelle nos travaux s'inscrivent, nous garderons le terme « *kidologie* » tout au long de cet article.

3 Pour Douglas et Michaels (2004), le post-féminisme tourne autour de l'idée que l'égalité des sexes a été rendue possible grâce au féminisme et que nous n'en avons plus besoin.

4 Dans ce sens, le congé parental au Québec devrait être vu comme un choix de société.

En utilisant une perspective d'analyse critique du discours, trois répertoires interprétatifs clés ont émergé de l'analyse des 68 numéros publiés entre janvier 2009 et mars 2013¹ : la performance dans la maternité domestique, la « *kidologie*² » (la science de l'enfant) et l'importance des mamans bichonnées.

La maternité et la parentalité en temps incertains

Pour Douglas et Michaels (2004), « [l]a maternité est devenue une des plus grandes obsessions des trois dernières décennies dans les médias, ayant explosé particulièrement dans le milieu des années 1980, sans relâche jusqu'à ce jour » (p. 7). Cette fascination amène Hall et Bishop (2009) à argumenter sur le fait qu'il existe une « anxiété culturelle » liée à la maternité; cette anxiété peut s'observer dans les informations médiatiques, dans les émissions de divertissements et dans les blogs de mères. Nous vivons maintenant dans un monde de folie de la perfection, amenant les mères à vivre dans une anxiété constante estime Warner (2005).

Cette situation amène Douglas et Michaels (2004) à dénouer *Le mythe de la mère parfaite*, en exposant l'idéologie du « *new momism* ». Qu'est-ce que le « *new momism* » ? Il s'agit d'un « ensemble d'idées, de normes, de pratiques, représentées la plupart du temps de façon puissante dans les médias et qui, en surface, semblent célébrer la maternité, mais qui, en réalité, font la promotion de normes de perfection hors de portée » (traduction libre, p. 4-5). L'idée de « choix » est au centre de ce concept de « *new momism* » qui est un produit du discours et de l'idéologie post-féministes³. Elle est basée sur « l'insistance du féminisme à dire que les femmes ont des choix, qu'elles sont des agents actifs en contrôle de leur propre destinée, qu'elles ont de l'autonomie » (p. 5). Le « *new momism* » est en lien direct avec la philosophie de Hays (1996), soit la « maternité intensive », qui prône que les mères doivent développer des habiletés d'expertes afin d'être thérapeutes, pédiatres, professeures, pour leurs enfants. Un des principes clés du « *new momism* » est l'idée que la maternité est un accomplissement individuel et solitaire, faisant en sorte que les succès et les échecs sont les vôtres et non ceux de la société⁴ dans laquelle vous vivez. Afin de mieux comprendre le « *new momism* », Douglas et Michaels (2004) sont particulièrement intéressées au rôle des médias de masse qui produisent ce « *new momism* », car « les médias constituent le(s) principal(aux) distributeur(s) d'idées et de normes ayant trait à la maternité : des millions [de personnes] ont consulté les médias pour de l'information pratique et des conseils sur l'art d'être parent. Plusieurs, en fait, ont préféré les conseils prodigués par les médias à ceux que nos mères leur ont donnés » (p. 11).

La maternité dans les magazines sur l'art d'être parent

Les discours sur la maternité sont partout⁵; nous avons ciblé les discours dans les médias, incluant les magazines sur l'art d'être parent. Ceci est important, étant donné le fait que le rôle des médias dans la construction des idéologies sur la maternité a reçu peu d'attention (Johnston et Swanson, 2003a). De plus, dans la recherche sur la communication de masse, les magazines sont étonnamment sous-étudiés (Mahart, 2012). De même, les études sur les mères qui allaitent ne portent pas attention à ces discours et aux effets possibles de ceux-ci sur les pratiques reliées à la maternité. Ces discours pourraient donc être en conflit.

La recherche sur les magazines féminins est plus répandue que celle sur les magazines traitant de l'art d'être parent. Les chercheurs féministes étudient les magazines féminins et offrent principalement une analyse critique de leur contenu. Tel que résumé par Gill (2009), les chercheurs féministes conçoivent les magazines féminins comme étant un « site clé (ou même une source clé) d'idées culturelles à propos des femmes, des hommes et des relations entre les sexes » (p. 346). Les magazines sont vus comme des *textes culturels* faisant la promotion de la féminité et des normes auxquelles il faut satisfaire pour être une femme. Nous adoptons également cette vision des magazines. Nous supposons qu'il est en de même pour les magazines sur l'art d'être parents.

Dans la lignée d'autres travaux portant sur la question de la maternité dans la culture populaire (Kaplan, 1992; Bassin, Honey et Kaplan, 1994; Hall et Bishop, 2009; Podnieks, 2012) nous aimerions offrir une compréhension complexe et multidimensionnelle des représentations de la maternité. Plus encore, suivant plusieurs auteurs (Glenn, 1994; Johnston et Swanson 2003a, 2003b), nous envisageons la maternité en tant que construction sociohistorique et non comme une situation biologiquement ou socialement attribuée.

Tel qu'expliqué précédemment, en dépit de leurs noms, les magazines sur l'art d'être parent sont écrits principalement pour les mères, qui demeurent la principale cible visée par les articles et la publicité. On retrouve par exemple beaucoup d'articles et de publicités sur les produits de beauté et la mode féminine. Étant donné que les magazines sur l'art d'être parent sont à l'image des magazines féminins, il n'est pas surprenant de constater qu'ils parlent de la façon d'être une femme, une mère et qu'ils soient plus stéréotypés que neutres en termes de genre (Greve et Zimmerman, 2003). Dans ce sens, nous envisageons ces magazines comme étant des éléments générant la culpabilité, ou soulageant celle-ci, pour ce qui est de leur audience en besoin d'orientation ou d'évasion (Keller, 1994; des Rivières-Pigeon, Gagné et Vincent 2012). Ces magazines offrent des « habiletés de survie » pour faire face à différents enjeux, allant de la féminité jusqu'à l'allaitement, en passant par des trucs pour

⁵ Sur les tablettes des bibliothèques et des librairies, aux côtés d'autres livres, les femmes trouveront aussi d'autres publications documentant la maternité et le fait d'être mère, parfois d'un ton pratique, normatif, ou personnel : les best-sellers comme *The Conflict. How Modern Motherhood Undermines the Status of Women* (Badinter, 2012), *What to Expect when You are Expecting* (Murkoff, 2012), *The Yummy Mommy* (Williams, 2008), *Knocked Up: Confessions of a Modern Mother-to-be* (Eckler, 2004), les livres traitant de comptes rendus d'une première grossesse et d'une première maternité. Cette description ne prend pas en considération d'autres sources culturelles comme les blogues, les films, les livres pour enfants et les romans impliquant les mères.

⁶ Notons que les magazines ne sont pas les seules sources d'information. Les parents consultent des livres, des magazines, leur réseau social, les professionnels de la santé, et également internet (Nichols et al., 2009). Les recherches récentes montrent que c'est internet qui prend de plus en plus de place (voir notamment à ce sujet, Skranes et al. 2014 à ce sujet). Dans la mesure où les magazines transposent leur contenu sur le web, on peut supposer que les femmes y retrouveront des informations similaires.

gérer une carrière et faire plaisir à un conjoint. Considérant le fait que les parents éprouvent un besoin constant d'information (Lavoie et Fontaine, 2016; Nichols, Nixon, Pudney et Jurvansuu, 2009) et que cette identité amène des défis constants, les femmes pourraient bien lire ces magazines⁶ pour confirmer leur vision du monde et leurs valeurs (Freichs, Andsager, Campo, Aquilino 2006; Siebold, 2011). Nous savons déjà que les magazines féminins font la promotion d'une philosophie dynamique au sein de laquelle les femmes sont représentées comme étant capables de tout accomplir si elles travaillent suffisamment et si elles suivent les trucs utiles offerts par le magazine (Gill, 2009, p. 199). Notre objectif est de faire la lumière sur les contradictions et les ambiguïtés présentées dans les magazines pour parents, afin de mieux comprendre les messages envoyés par ceux-ci. Nous ne négligeons également pas le fait que les magazines sont alimentés par les puissantes organisations commerciales. Par ailleurs, nous sommes conscientes que les textes présentés dans les magazines peuvent donc être lus et interprétés différemment (Mahart, 2012, p. 854), que leur influence n'est pas absolue, comme l'ont montré différentes chercheuses (notamment, Hermes, 1995 et Odland, 2010).

Dans la lignée de travaux portant sur les magazines féminins, nous envisageons ceux-ci comme étant des lieux pertinents pour l'observation des enjeux de société et des transformations socioculturelles (Keller, 1994; Shertz, 2009; Odland, 2010; Pierce, 2008). Ces magazines ont des impacts réels dans la vie des mères tel que démontré par Foss et Southwell (2006), qui ont illustré la relation entre le contenu des médias en matière d'alimentation des bébés et les taux d'allaitement aux États-Unis.

Analyse critique du discours, processus rhétoriques et répertoires interprétatifs

Nous envisageons donc les magazines pour parents comme de puissants objets culturels, produisant des représentations spécifiques de la maternité et du rôle parental. C'est pourquoi nous estimons qu'il est important de réaliser une analyse critique du discours de ces magazines. Dans la prochaine section, nous expliquerons ce qu'est l'analyse critique du discours, pourquoi les processus rhétoriques sont en jeu dans notre analyse et de quelle façon nous avons identifié les trois répertoires interprétatifs qui sont au centre de cette analyse. En accord avec Fairclough (1995) et Page (2003), nous envisageons les discours médiatiques comme des artefacts culturels jouant un rôle actif dans la construction de la réalité sociale. Ils sont aussi pour nous les baromètres des changements socioculturels. De la même façon, nous sommes intéressées à la nature sociale des discours, qui sont considérés comme des pratiques socioculturelles avec une organisation rhétorique. Ceci nous a menées à étudier les composantes linguistiques des discours, en portant une attention particulière aux choix de vocabulaire, aux répétitions dans les textes ainsi qu'aux recours à certaines stratégies argumentatives (par exemple, l'utilisation

des métaphores). En soulignant les propriétés de ces discours, nous espérons ainsi mettre l'accent sur les points de tension où les forces de reproduction et de contestation sociales se jouent (Lazar, 2005a). En ce sens, notre but n'est pas seulement descriptif; nous désirons aussi aborder les silences dans leurs aspects discursifs (Fairclough, 2010).

En gardant ceci à l'esprit, nous ne visons pas à évaluer si les représentations construites par les discours et à travers ceux-ci sont vraies ou pertinentes. Nous désirons plutôt souligner la façon dont les enjeux liés à la maternité sont présentés dans les magazines sur l'art d'être parent. Pour ce faire, nous nous concentrons sur la façon dont ces discours sont organisés. Notre attention est plus spécifiquement centrée sur les processus rhétoriques et les stratégies argumentatives, puisqu'ils sont d'une utilité importante en matière d'organisation discursive et jouent ainsi un rôle dans la persuasion (Drolet, Lalancette et Caty, 2015).

En portant attention aux processus rhétoriques et aux stratégies discursives, en étudiant par exemple les métaphores récurrentes et en concentrant notre attention sur les termes utilisés lors de la caractérisation des actions, des événements et autres phénomènes, nous sommes en mesure d'identifier plusieurs répertoires interprétatifs. Qu'est-ce qu'un répertoire interprétatif ? Il s'agit d'« éléments de base utilisés par les gens pour construire une version mentale des actions, des processus cognitifs et des autres phénomènes de leurs discours » (Potter, McKinlay et Wetherell, 1993, p. 147). Suivant Gill (2009), nous envisageons ces répertoires comme des outils analytiques, permettant « aux chercheurs d'aller plus loin que les textes et de relier ceux-ci à des contextes et des formations sociales plus vastes » (notre traduction, p. 351). Ils sont ainsi utiles pour identifier des habitudes répétitives en matière de fonctionnement de l'idéologie et du pouvoir au sein des discours et à travers ceux-ci. « En pratique, bien sûr, les répertoires s'entremêlent et coexistent dans tout texte et tout contexte » (Gill, 2009, p. 361 — notre traduction). C'est ce que nous verrons d'ailleurs dans la partie résultats présentée plus loin.

Processus analytiques

Nous avons débuté l'analyse par la lecture des articles en portant une attention particulière à la façon dont ils présentaient les enjeux ayant trait à la maternité. Nous avons aussi regardé de près la façon dont les mères y sont présentées. Nous avons par la suite identifié les thèmes, les métaphores, les processus rhétoriques, les stratégies argumentatives et les récits récurrents. Cela nous a permis d'établir comment ces derniers sont utilisés pour convaincre et faire la promotion de comportements spécifiques ainsi que de produits de consommation. Ce dépouillage systématique des magazines nous a permis de constater qu'ils s'appuyaient de manière importante sur une panoplie d'experts. Ces derniers étaient des professionnels de la santé — des nutritionnistes aux infirmières, en passant par les médecins ou bien les psychologues — ou bien des spécialistes d'autres domaines — pédagogie, coaching ou esthétique. Ces experts peuvent être considérés comme des « autorités rhétoriques » et leurs interventions sont utiles pour des fins de vulgarisation (Perleman et Olberchts-Tyteca, 2008, p. 410-411).

Les experts mobilisés dans ces publications rejoignent les trois différents types d'autorité identifiés par des Rivières-Pigeon, Gagné et Vincent (2012, p. 63-67) dans leurs travaux, soit : l'autorité acceptée, l'autorité relative et l'opinion unanime. En premier lieu, nous retrouvions **l'autorité acceptée** dont les compétences et les connaissances sur un sujet précis participent à son influence et au respect qu'on lui porte. Les pédiatres, les psychologues, les médecins, ou les avocats font partie de cette catégorie, tout comme les chercheurs scientifiques. Par exemple, mentionner que plusieurs études démontrent un lien entre l'allaitement et le fait qu'un enfant ait de meilleures notes à l'école fait partie de la catégorie de l'autorité acceptée. Deuxièmement, nous retrouverions des **autorités relatives**, lesquelles rassemblent des personnes ou organisations compétentes dans leur domaine et ayant de l'expérience ou des habiletés dans une certaine sphère. Un parent ou une organisation parentale telle que *Mothers Against Drunk Driving* (MADD), l'Association des parents d'enfants handicapés, la Fédération des parents adoptants du Québec, ainsi que les mamans blogueuses possèdent ce type d'expertise. Finalement, l'autorité peut aussi avoir la forme de l'**opinion unanime**. Celle-ci est basée sur un consensus de connaissances de sens commun. Cela prend habituellement une forme plus abstraite telle que « il paraît que... », « tout le monde sait que... ». Ces affirmations sont persuasives parce qu'elles sont difficiles à contester.

Corpus et unité d'analyse

Dans le cadre de cette recherche, nous avons analysé les parutions de *Today's Parent* et *Enfants Québec* publiées entre janvier 2009 et mars 2013. Au total, 68 magazines ont été analysés. Au moment de faire l'analyse, *Today's Parent* faisait⁷ partie du groupe de publications de *Rogers Media*⁸ et *Enfants Québec* des Éditions Transcontinental⁹. Les deux sont de gros conglomerats de presse canadiens et on y retrouve de la publicité dans chaque parution. Ce sont habituellement des annonces de produits pour bébés (p. ex., couches ou nourriture) et produits pour femmes (p. ex., shampoings et crèmes).

⁷ Depuis, il y a eu diverses fusions-acquisitions dans le monde des magazines québécois. Pour plus de détails à ce sujet, voir notamment : <http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201411/17/01-4819617-quebecor-achete-les-magazines-de-transcontinental.php>

⁸ <https://www.rogersmedia.com/brands/todays-parent/>

⁹ <http://enfantsquebec.com/qui-sommes-nous/>

Les magazines sur l'art d'être parent offrent des types d'articles standards :

- ◆ Les articles « demandez à un expert »
- ◆ Les articles « comment faire » (p. ex., comment cuisiner, coudre et éduquer vos enfants)
- ◆ Une chronique écrite par une personnalité
- ◆ Un article sur l'éducation des enfants écrit au « je »
- ◆ De courts articles de nouvelles sur la santé, la nutrition, les activités et produits pour enfants

Nous nous sommes principalement concentrées sur les articles et les chroniques (types 1, 2 et 5, tout dépendant des parutions et des thèmes récurrents dans les magazines). Notre unité d'analyse était le « segment thématique », qui pouvait être composé d'un groupe de mots, d'une phrase, d'un groupe de phrases, ou même d'un paragraphe complet. L'importance était alors d'identifier les thèmes véhiculés et de les catégoriser en fonction de leur singularité (des Rivières-Pigeon, Gagné et Vincent 2012).

Le lectorat de ces magazines est celui des parents de 0 à 12 ans dans le cas d'*Enfants Québec* (site internet *Enfants Québec*, 2018), tandis que *Today's Parent* est plus explicite dans ses intentions et dit viser les femmes en charge des ménages qui ont des enfants de 18 ans et moins (site internet *Today's Parent* 2018). Le magazine dit rejoindre 1/5 des mères canadiennes¹⁰. Ces magazines rejoignent donc les parents et, dans le cas de *Today's Parent* plus spécifiquement les mères, et ciblent les publicitaires intéressés par ce groupe démographique.

¹⁰ Au moment d'écrire ces lignes, le magazine présentait ainsi son lectorat : « *Our trusted, compelling content translates into a growing readership. With circulation approaching 90,000, Today's Parent, now published six times per year, boasts an audience of 1,304,000—including more than 400,000 within the GTA. Additionally, our robust digital platforms (an award-winning website, tablet edition, and apps) help us reach our consumers wherever, whenever and however they want* » (Site internet de *Today's Parent*, section « metrics »). Les données pour 2012 ne sont toutefois plus disponibles. On peut toutefois supposer que le lectorat était similaire comme ce sont les deux magazines les plus lus au Québec et au Canada.

ANALYSES

Les répertoires interprétatifs

Trois répertoires interprétatifs ont émergé de notre analyse : 1) la performance dans la maternité domestique, 2) la « *kidologie* » (science de l'enfant) et 3) les mamans bichonnées. Nous expliquerons dans les prochaines pages chaque répertoire et offrirons une interprétation de ceux-ci. Avant de les présenter, nous aimerions attirer l'attention sur le fait que nous ne prétendons pas que ces discours sont tous mauvais et/ou dangereux. Nous désirons plutôt mettre en lumière une partie de leur fonctionnement afin d'illustrer leur rôle dans la maternité et dans la parentalité en cette époque d'anxiété. Nous avançons que ces discours par leur côté normatif peuvent avoir un effet délétère pour ses lectrices.

Tel que nous l'avons mentionné plus tôt, ces discours prennent appui sur les avis d'experts — nutritionnistes, psychologues, pédiatres, médecins, mères et pères — lesquels offrent des conseils sur les défis rencontrés dans la vie quotidienne. Ils peuvent alors devenir une source de préoccupations et de peurs plutôt que d'apporter du réconfort aux mères qui cherchent à bien exercer leur rôle de mère dans cette ère de maternité intensive (Hays, 1996). Ainsi, en présentant des situations qui se rapprochent peu de la réalité de leurs lectrices, les magazines peuvent leur causer de l'insécurité quant à leur habileté à être de bonnes mères. La relation établie pourrait alors en être une de dépendance; les lectrices pourraient douter d'elles-mêmes en raison de la nature des discours tenus dans les magazines. Cela semble plus probable avec les mères anxieuses et inquiètes à l'égard 1) de leur performance domestique, 2) de l'éducation et du soin de leurs enfants et 3) de la relation avec leurs corps (Douglas et Michaels 2004; Odland 2010; Johnston et Swanson 2003b). Elles pourraient lire ces magazines en y cherchant un réconfort, mais y trouvent plutôt des raisons de s'inquiéter (des Rivières-Pigeon, Gagné et Vincent, 2012; Mahart, 2012; Gill, 2009).

En mettant en lumière les processus rhétoriques¹¹ et les stratégies argumentatives que l'on retrouve dans ces magazines, nous espérons offrir une meilleure compréhension de certaines anxiétés éprouvées par les mères en lien avec ces discours normatifs, parfois contradictoires et offrant des idéaux inatteignables.

¹¹ Il est à noter que comme le texte original qui a inspiré cet article était en anglais, cet article comprend plus d'extraits tirés de *Today's Parent*. Ces choix ont été faits à titre illustratifs seulement et ne représentent pas une tendance plus liée à ce magazine. Les trois répertoires se retrouvent autant dans les pages d'*Enfants Québec* que dans celles de *Today's Parent*.

Premier répertoire

La performance dans la maternité domestique (ou les joies de la mère en contrôle)

Premièrement, les magazines présentent principalement des mères dans un environnement domestique. La question du travail n'est souvent pas abordée, comme si ces mères ne travaillaient pas en dehors de leur foyer (ou du moins, cela n'est pas mentionné). L'aide et les conseils offerts aux femmes suivent les thèmes des saisons : Noël, Pâques, le retour à l'école, etc. Chaque saison amène des raisons d'être performante et de nouvelles façons de l'être. C'est pourquoi le premier répertoire s'intitule **la performance de la maternité domestique** ou « *comment vous simplifier la vie tout en étant une bonne mère* ». La maman moderne a besoin de temps. Les magazines répondent à ce besoin en offrant des réponses rapides et faciles aux défis rencontrés dans la vie quotidienne : de la préparation et la planification des repas aux tâches ménagères, en passant par les anniversaires des enfants et les festivités comme Noël, Pâques ou la St-Valentin. La clé du succès est de s'organiser et d'avoir du contrôle sur sa propre vie. Dans ce répertoire, tout tourne autour de la vie de famille et du foyer.

Simple comme bonjour : passer à travers les corvées de la vie quotidienne avec aisance tout en contrôlant l'anxiété

Dans le répertoire de la performance lié à la maternité domestique, le langage met l'accent sur la simplicité et le faible degré d'efforts requis par les propositions offertes par le magazine. Sur la page couverture de presque chaque numéro, le mot « *facile* » est présent. Ces articles incluent des photos attirantes de recettes simples. Celles-ci sont présentées de pair avec des images de parents et d'enfants en train de préparer le repas ensemble. Ou encore, on y voit des enfants souriants, en train de manger. Par exemple :

¹² Dans nos exemples, TP réfère à *Today's Parent* et EQ à *Enfants Québec*.

¹³ Nous avons traduit les différents extraits en anglais. Pour éviter la redondance, nous ne le mentionnerons pas pour les autres extraits. Dans le même esprit, à moins d'avis contraire, lorsque le gras est utilisé, c'est nous qui soulignons.

Afin d'alléger le texte, nous ne l'indiquerons pas à chaque usage.

« *Faites vos propres collations. Oubliez le sucre ajouté et le gras présents dans les collations prêtes-à-manger avec ces biscuits santé (**faciles !**) faits maison* » (TP¹², avril, 2012, p. 110 — notre traduction; nous soulignons¹³).

« *Nourriture pour bébés à faire soi-même. **C'est plus simple que vous le pensez*** » (TP, septembre, 2010, p. 151-156).

« *Poulet du printemps. Cinq façons, fraîches, **faciles**, de cuisiner un souper en famille rapidement* » (TP, mai, 2010, p. 136).

Les trucs offerts par les magazines peuvent être bienvenus par les mères. Néanmoins, nous pouvons nous demander de quelle façon ces discours peuvent aussi déclencher des sentiments de culpabilité lorsque le temps ou l'énergie manquent pour préparer ces plats santé, faciles et alléchants pour les enfants.

Des solutions accessibles sont aussi présentées pour des projets de décoration, comme celui de mettre au goût du jour une chambre de fillette (TP, mars, 2011, p. 96-106). De manière semblable, à chacune des saisons, on présente aux mères des plats à la portée de tous et des projets faits-maison (*DIY : Do It Yourself*) à préparer avec ou sans les enfants pour Pâques, la St-Valentin, Noël ou l'Halloween. L'Halloween, en particulier, amène des suggestions de costumes « *simples* » qu'une mère astucieuse peut faire pour ses enfants. Avec de la couture et un peu d'expérience artistique, un costume peut être fait en moins de deux heures (EQ, octobre, 2010, p. 67).

La question de l'organisation s'amplifie avec les enjeux liés au retour à l'école. Il y a des courses à faire, des routines à rétablir et là encore, les experts viennent à la rescousse. Une nutritionniste explique « *comment **attaquer** l'horaire du retour à l'école en commençant dans la cuisine* » (EQ, septembre, 2012, p. 59). Les parents apprennent aussi « comment s'organiser de façon à **survivre** lors du retour aux classes après les vacances d'été » (EQ, septembre, 2010).

Dans ce répertoire, les mères sont représentées d'une façon où elles doivent être performantes sur le plan domestique. Selon ces articles, les mères ont besoin de conseils, leurs vies semblent difficiles et le fait d'avoir des enfants représente un fardeau lourd à porter. Faire face à ces responsabilités semble éprouvant. On y représente les mères comme des êtres essayant de survivre à leur nouvel horaire, tout en étant dans une constante course contre la montre. La plupart de ces articles tournent autour des corvées de la vie quotidienne. Ils abordent rarement des sujets reliés à d'autres sphères de la vie avec les enfants, tels que la façon d'épargner de l'argent ou de planifier pour l'avenir. De plus, les magazines étudiés semblent reposer sur des idées préconçues à propos des mères : celles-ci savent par exemple cuisiner et coudre. On imagine que ce n'est pas le cas pour toutes les lectrices de ces magazines.

Deuxième répertoire

« *Kidologie*¹⁴ » (la science de l'enfant) ou les conseils pour la mère qui ne sait rien de rien

Notre second répertoire s'intitule « *kidologie* » (la science de l'enfant) et s'organise autour des discours paradoxaux où les trucs et conseils sont présentés conjointement aux « à faire et à ne pas faire ». La science de l'enfant couvre ce que vous devez savoir pour correspondre à la norme en tant que parent et pour élever des enfants heureux, qui se comportent de façon appropriée. Les conseils sont présentés dans un guide contenant des connaissances parfois présentées comme vitales. Le vocabulaire utilisé

¹⁴ À ce sujet, voyez l'analyse textuelle de Dworkin et Wachs (2004) du *Shape Fit Pregnancy*.

explique quoi faire et tourne autour du concept qu'il faut avoir les bons outils pour faire face à chaque situation. Les deux magazines offrent de nombreux conseils de professionnels. Ils mobilisent les experts, tant acceptés que relatifs, en lien avec une panoplie de sujets, de façon à guider les parents dans ce qui semble être le difficile périple d'être parent. Cette instrumentalisation des conseils constitue le noyau de ce répertoire et la « kidologie » révèle des connaissances incomplètes et déconstruit les présomptions passées en ce qui a trait aux situations quotidiennes. Sous-jacente à ce discours se retrouve l'idée que les choses ne sont pas toujours telles qu'elles paraissent. Les mères doivent donc se méfier des nombreux dangers qu'elles peuvent rencontrer dans leur périple en tant que parent.

Protéger leur santé : dans la maternité, rien n'est simple

Le concept de danger est au centre du répertoire de la « kidologie », la sécurité devient donc un sujet important. Les parents doivent apprendre à garder leurs enfants en sécurité en les protégeant de l'étouffement (TP, septembre, 2010, p. 45), en les empêchant de se blesser lorsqu'ils sont dans leur siège dans la voiture (TP, janvier, 2010, p. 69), de se blesser lorsqu'ils traversent la rue (TP, mai, 2010, p. 115-120), ou en utilisant internet (TP, septembre, 2010, p. 131-138). Les parents peuvent même faire un quiz et apprendre comment être « *intelligent dans la rue* » (TP, mai, 2010, p. 115-120). Après ce quiz, ils seront « *armés de l'information dont [ils] ont besoin pour aider [leurs] enfants à rester en sécurité (et rester calmes) lorsqu'[ils ne sont] pas avec eux* » (Ibid).

L'utilisation du vocabulaire militaire suggère qu'il existe une sérieuse préoccupation concernant un danger menaçant à l'extérieur de la maison, lorsque le parent n'est pas là pour protéger l'enfant. Si vous devez être « *armé* », vous devez vous préparer au pire et être prêt à vous défendre contre de possibles ennemis. Ceci pourrait contribuer à l'anxiété et correspond à l'idéologie de la *maternité intensive* qui est dominante aux États-Unis (Hays, 1996) et aussi au Canada (Butler, 2010). Cette idéologie stipule qu'il existe une façon socialement appropriée d'élever les enfants et c'est lorsque les mères sont aux premières lignes des soins à donner et de l'éducation à inculquer. Cette idéologie est « *centrée sur l'enfant, guidée par les experts, émotionnellement prenante, elle requiert beaucoup de travail et coûte cher financièrement* » (Hays, 1996, p. 8 — notre traduction). Ceci, dans la même ligne de pensée que l'idéologie canadienne « *d'investissement dans les enfants* » (Jenson, 2004 — notre traduction), où le gouvernement crée des politiques et des mesures incitatives dans l'intérêt des enfants. Tel que le prescrit la « *kidologie* », « *être une "bonne mère" implique qu'il faut agir d'une façon prescrite, de façon à ce que les autres vont ensuite reconnaître comme un indicateur de succès en ce qui a trait à l'éducation des enfants* » (Butler, 2010, p. 247 — notre traduction).

Un exemple de cette idéologie se retrouve dans le besoin qu'ont les mères de protéger leurs enfants des nombreux dangers causés par le soleil.

« **L'écran solaire est le super héros** de la peau, partout, nous protégeant contre les rayons UV par le biais d'une simple application. Mais à l'instar de plusieurs merveilles masquées, on ne rend pas toujours justice à l'écran solaire, en dépit de l'ampleur de la surexposition aux UV. De quelle **ampleur** ? **Selon l'Association canadienne de dermatologie** (ACD), la principale cause de **cancer** de la peau (le cancer le plus courant au monde) est une exposition trop élevée aux **rayons UV**. En dépit de nos meilleures intentions, la plus grande partie de la surexposition aux rayons UV arrive pendant les premières années de la vie. **Certaines données montrent** que les parents sont assidus pour protéger leurs enfants pendant les premières années de la vie de ceux-ci, mais subséquemment, leurs efforts diminuent » explique Cheryl Rosen, directrice nationale du Programme de prudence au soleil de l'ACD. « Nous devons continuer de penser à l'écran solaire alors que nos enfants grandissent » (TP, juin 2010, p. 41).

L'analogie entre l'écran solaire et le super héros sert l'argument qui veut que : l'exposition aux rayons UV est très dangereuse (tellement dangereuse que vous avez besoin d'un super héros !). La gravité du danger est accrue par les propos de l'expert cité, en tant qu'autorité acceptée. L'utilisation de mots tels que « *ampleur* », « *rayons UV* » et « *cancer* » augmentent la gravité de la situation. L'importance de l'acte de la mère qui applique, ou non, la lotion solaire, est amplifiée par la menace d'une exposition dans les premières années de la vie. Bien que le fait de dire que « *certaines données montrent* » semble moins significatif, le fait que la citation repose sur des « *données* » ajoute à l'impact persuasif de cet énoncé, car la recherche constitue aussi une autorité acceptée. Un effort incessant doit être fait par les mères afin de protéger leurs enfants à tout âge, spécialement pendant les premières années de leur vie. À n'importe quel coût, la mère doit, tel un super héros, ou avec l'aide de quelqu'un, sauver ses enfants non seulement des effets nocifs de l'exposition au soleil, mais elle doit aussi les protéger contre d'autres dangers.

Les parents doivent aussi être les gardiens de la santé de leurs enfants en surveillant ce que ceux-ci mangent. Dans la « *kidologie* », il est aussi question des connaissances que vous avez besoin d'avoir en ce qui concerne les enfants, d'où la nécessité d'obtenir l'opinion d'experts tels les pédiatres et les nutritionnistes. On exhorte les parents à « *oublier ce que vous pensiez que vous connaissiez à propos de la nutrition — nos experts proposent leur regard nouveau à l'heure des repas* » (TP, mars, 2011, p. 56-62). Les mères doivent suivre « *les 4 commandements des céréales* » (TP, mars, 2011, p. 56-62). De par cette référence biblique, l'importance de suivre ces règles semble inévitable. Dans un autre article, un expert reconnu comme étant un gourou de l'éducation des enfants et un pédiatre, parle

de la façon dont les parents doivent « *nourrir la tête de leurs enfants* » étant donné que « *la quantité et la fréquence auxquelles les enfants mangent représentent la clé non seulement pour leur santé, mais aussi pour leur comportement et leur capacité d'apprendre* » (TP, février, 2010, p. 67-70). Le répertoire de la « *kidologie* » se concentre sur le contrôle et la surveillance des actions des parents à l'égard de la santé de leurs enfants. Les magazines offrent de l'information à jour sur ce sujet.

Se corriger pour éviter les nombreux pièges en matière de discipline et d'éducation

De façon similaire, le répertoire de la « *kidologie* » se concentre sur les règles et les normes de notre société de façon à ce que le comportement des enfants à la maison et en dehors de celle-ci soit adéquat. Si les enfants se comportent bien, cela fait partie des accomplissements de leurs parents. Les enfants doivent être une réussite. Pour avoir des enfants qui représentent cette réussite, si vous êtes un parent, vous avez besoin de l'aide et de la sagesse des experts pour vous améliorer et « *rectifier vos reculs en matière de discipline* » (TP, avril 2012, p. 89), de façon à améliorer le comportement de vos enfants pour les années à venir. Vous devez « *stopper vos réactions spontanées* » (TP, septembre, 2010, p. 113-118), éviter les « *pièges et complots* » (TP, mai, 2010, p. 71-76) et apprendre à « *gérer votre tempérament* » (TP, mai, 2011, p. 75-78). Les magazines offrent aussi des trucs en matière d'éducation, là encore, avec l'aide d'experts. Les parents peuvent apprendre « *comment faire en sorte que les enfants soient enthousiastes envers la lecture* » (TP, mai, 2010, p. 51), comment aider les enfants à aimer les mathématiques (TP, mars, 2011, p. 51), comment pratiquer l'approche parentale fondée sur l'attachement (TP, juillet, 2010, p. 79-84). Là encore, l'idée qu'il existe une bonne et une mauvaise façon de faire les choses est présentée comme un fait présumé. Nous supposons que cela pourrait amener les parents à se sentir inadéquats et alimenter leur anxiété. Fait intéressant, ici c'est le parent qui doit savoir comment corriger « *ses* » erreurs afin de bien éduquer son enfant et de lui donner le bon élan dans la vie.

Troisième répertoire

Du temps pour les mamans : prendre soin et reprendre le contrôle de votre corps. Ou l'importance de se bichonner

Dans le même ordre d'idées que les discours post-féministes où la féminité est traitée comme une commodité (Gill, 2007b), le corps des mères-lectrices est scruté à la loupe afin d'être méticuleusement bien entretenu. Dans les sections des magazines appelées « *du temps pour les mamans (mom-time)* », « *mode et beauté express* » et « *enceinte, sexy et belle* »,

on exhorte les lectrices à prendre soin d'elles-mêmes. Ces concepts propagent l'idée qu'une exfoliation, un changement de look ou une nouvelle coupe de cheveux aideront les mères à rester heureuses et conséquemment, aideront aussi leurs enfants à rester heureux. L'idée de « retrouver son corps »¹⁵ après la naissance d'un bébé y est aussi très présente. La notion de contrôle est également importante dans ce répertoire : les mères doivent se fixer des objectifs, reconnaître leurs accomplissements et s'impliquer activement dans leurs soins personnels. Ici encore, la voix des experts est essentielle. Esthéticiennes, coiffeurs et maquilleurs suggèrent des solutions faciles pour les mères qui ont peu de temps. Parfois, de vraies mères racontent comment elles y sont arrivées. Le discours en est aussi un de prise de contrôle, étant donné qu'elles « peuvent le faire ». Ceci est directement aligné avec la culture des médias post-féministes (Gill, 2007b) où :

¹⁵ À ce sujet, voyez l'analyse textuelle de Dworkin et Wachs (2004) du *Shape Fit Pregnancy*.

« Le corps est présenté simultanément comme une source de pouvoir pour les femmes et aussi, comme étant toujours indiscipliné; il requiert donc constamment un contrôle, une surveillance, une discipline et doit être constamment remodelé (et nécessite des dépenses chez la consommatrice), de façon à se conformer aux jugements de plus en plus étroits en matière de beauté féminine. Effectivement, la surveillance du corps des femmes constitue peut-être le plus vaste contenu médiatique à travers tous les genres et toutes les formes de médias »
(Gill, 2007b, p. 149 — notre traduction).

Dans cette ligne d'idées, les mères doivent être attirantes et aimer se faire jolies; des articles à chaque saison présentent aux femmes ce qu'elles doivent faire à cet effet. L'été, on doit se faire faire une pédicure et s'épiler de manière à avoir des jambes douces et soyeuses. Les femmes doivent avoir un ventre plat et traiter les repousses entre les teintures de cheveux et contrôler leur pilosité. Beaucoup d'options à faire soi-même (*do it yourself*) sont proposées aux lectrices, comme on peut le voir dans l'exemple ci-dessous :

*« Les incontournables. **Assurez-vous que vos jambes (ainsi que vos aisselles et votre ligne du bikini) soient prêtes pour l'été avec ces trucs d'épilation.** OBTENEZ UNE PEAU DOUCE ET SOYEUSE, DANS LE CONFORT de votre maison cet été. Les options "à faire vous-même" sont meilleures que jamais et tout le monde peut y trouver son compte – [...] dit cette esthéticienne de Toronto »*
(TP, juillet, 2012, p. 32 — majuscules du magazine).

« La touche Midas. Rayonnez d'un air naturel cet été en seulement quelques minutes avec ces trucs d'une pro, à faire à la maison. Rien n'évoque mieux les costumes de bain et la crème glacée que la peau qui semble hâlée par le soleil. "Il s'agit d'un look frais, naturel pour la saison", dit cette maquilleuse de chez Elizabeth Arden, connue à travers le monde. Mais c'est un look

*à faire devant le miroir de votre salle de bain et non assise dans votre chaise de jardin. Tel que nous le savons tous, l'exposition au soleil peut causer le vieillissement prématuré et le cancer de la peau, donc, **le faux lumineux est un « must » (incontournable)**. Que vous ayez 2 minutes ou 20, nous avons la routine bronzante sans problèmes juste pour vous »* (TP, août, 2012, p. 32).

Ces citations démontrent comment il est simple de se faire jolie et d'être à la mode. C'est un incontournable (« *a must* »). Cependant, étant donné que le manque de temps est un élément central du répertoire de la maman bichonnée, celle-ci devrait donc investir le peu de temps libre qu'elle a à ces activités rapides et ces solutions simples.

Prendre soin de son corps est présenté comme une activité agréable que l'on fait aussi pour se gâter : il s'agit de temps dédié exclusivement aux mamans. Ces processus sont tous reliés à l'idéologie post-féministe (Gill, 2007b), où la dominance du paradigme d'un changement de look est centrale. Dans le même ordre d'idées, les mères peuvent voir dans certains numéros, un changement de look de « maman », étape par étape. Dans l'introduction de cet article, elles peuvent lire, « En préparation pour son retour au travail après un congé de maternité, nous avons pris la routine beauté **quasi inexistante** d'une maman et nous l'avons amenée à un look parfaitement léché » (TP, mai, 2012, p. 107). On publie l'idée d'une amélioration qui se fait par le biais des produits de beauté, des vêtements appropriés et de la bonne coupe de cheveux. En rêvant d'une métamorphose similaire, les lectrices peuvent tenter de rafraîchir leur propre look avec 10 produits (dont les prix varient entre 5\$ et 65\$), utilisés dans le changement de look de cette maman chanceuse (TP, mai, 2012, p. 107). La coloration des cheveux est présentée comme un moyen d'égayer l'humeur de la maman. Ici encore, l'accent est mis sur la notion de contrôle. Il a été démontré que les femmes intériorisent ces normes culturelles plutôt que de les critiquer et il en résulte une logique d'auto-blâme (Dworkin et Wachs, 2004). Par ailleurs, dans le répertoire de la maman bichonnée, il est presque toujours question d'achats de produits « miracles » qui sauront égayer l'humeur des mères. On se retrouve donc ici directement dans les diktats de la société de consommation qui prône le bonheur par le biais du magasinage.

Discussion

À propos d'une vision normative de l'art d'être parent

Tel qu'expliqué en introduction, la plupart des gens consultent des magazines de façon assez régulière. En cela, ils demeurent un média très populaire. Selon un récent sondage, 76% des gens en lisent (Martellini, 2017). Les magazines sur l'art d'être parent sont facilement accessibles dans les épiceries, les salles d'attente des médecins et sur les appareils électroniques (liseuses, tablettes et cellulaires). Ils apparaissent parfois comme le complément parfait aux livres sur l'éducation des enfants pour les parents à la recherche d'autres conseils.

Dans cette optique, l'objectif de cette recherche était de comprendre la façon dont la maternité est représentée dans les magazines sur l'art d'être parent en mettant en lumière certains répertoires interprétatifs véhiculés par ces discours médiatiques. Même si ces magazines n'ont pas de prétentions scientifiques et qu'ils s'inscrivent plus dans la culture populaire, ces publications offrent aux femmes des discours à propos de leurs pratiques parentales ainsi que sur la bonne et la mauvaise façon d'être une mère, d'éduquer les enfants et d'être une femme et une conjointe.

Cette étude illustre que ces discours mobilisent abondamment les experts dans les trois répertoires, soit : la performance dans la maternité domestique, la « *kidologie* » (la science de l'enfant) et les mamans bichonnées. Ces répertoires s'inscrivent en droite ligne de l'idéologie de la *maternité intensive* (Hays, 1996; Butler, 2010). La maternité et l'éducation des enfants deviennent alors une science qui doit être maîtrisée avec l'aide de nombreux experts. Ce faisant, cela soulève des questions. Les attentes contradictoires par exemple être à la fois une experte en éducation des enfants ainsi qu'une maman bichonnée, peuvent créer des doubles contraintes pour les mères. Pour Johnston et Swanson (2003a, p. 31 — notre traduction), « les doubles contraintes, par conséquent, génèrent des sentiments de culpabilité et d'incapacité ». Les magazines pourraient faire partie des discours de double contrainte, alors qu'ils font la promotion des représentations stéréotypées au sujet des femmes et de la féminité — par exemple, le stéréotype de la « *soccer mom* » à la maison et de la conjointe sexy (Van Zoonen, 1994; des Rivières-Pigeon, Gagné et Vincent 2012).

Il ne faut toutefois pas oublier que ces magazines, à l'image des magazines féminins classiques, présentent des images et des discours hautement attrayants en matière d'attentes culturelles à l'égard des rôles maternels des femmes — elles doivent être à fois une maman ET être sexy (Johnston et Swanson, 2003a, p. 24 — notre traduction). Dans cette optique, on ne peut être qu'en accord avec Gill (2009) lorsqu'elle affirme que « l'aspect contradictoire des magazines féminins est en fait être au centre de la cohérence de leur message idéologique » (p. 347 — notre traduction). Ainsi, malgré leurs discours contradictoires sur la parentalité, ces magazines, tout comme les magazines féminins, restent attrayants, instructifs et agréables à consulter. Leur contenu est dynamique, bien présenté et facile à parcourir.

Nous avançons par ailleurs que les discours tenus dans les magazines sont directement liés à l'idéologie du « *new momism* » (Douglas et Michaels, 2004), car on y voit une célébration de la beauté de la maternité dans presque chaque page des magazines. Nous nous demandons donc si ces magazines créent aussi une norme inaccessible de perfection à l'instar des magazines féminins. Tel qu'expliqué dans l'introduction, au centre du « *new momism* » se trouve la notion de « choix ». Cette notion de choix est présente dans deux des répertoires : la performance dans la maternité domestique et les mamans bichonnées. La notion de contrôle de la vie domestique et du corps de la mère est cruciale dans ces répertoires qui s'organisent autour d'un vocabulaire qui met de l'avant l'idée suivante : « vous pouvez le faire si vous êtes organisée ». Dans un contexte culturel, où tout va vite pour les familles et où les solutions rapides, faciles, à faire chez soi peuvent alors apparaître comme une promesse de bonheur.

Par ailleurs, le répertoire de la « *kidologie* » (science de l'enfant) est, quant à lui, relié à la philosophie de « la maternité intensive » de Hays (1996). Nous sommes conscientes que les magazines étudiés tentent d'aider les mères à travers leur périple pour l'éducation des enfants. Le recours aux divers professionnels vise à les amener à développer leurs propres habiletés pour élever, protéger, discipliner et éduquer leurs enfants. Les représentations de la maternité disséminées dans les magazines sont de nature individuelle; un spectacle solo. Par conséquent, les mères sont les seules responsables du succès ou des échecs qu'elles vivent. Ceci est particulièrement manifeste dans le répertoire de la « *kidologie* » (la science de l'enfant), où les discours se concentrent sur les dangers et les écueils de la vie parentale. Les magazines contribuent donc à établir des idéaux et des normes en matière de maternité et de parentalité. Nous désirons maintenant centrer notre attention sur les représentations de la maternité, sur certains des silences dans les articles et sur des questions qui pourraient être l'objet d'études additionnelles dans le futur.

Au sein des discours tenus dans ces magazines, les mères sont présentées en tant que soignantes principales. Seulement quelques articles parmi les 68 numéros de magazines que nous avons analysés ont abordé la paternité. Ces articles parlaient du fait que les pères sont maintenant

plus impliqués lorsqu'il s'agit de prendre soin de leurs enfants. La représentation dans les deux magazines est positive : « Le nouveau visage de la paternité »¹⁶ titrait *Enfants Québec*. Ce phénomène est davantage présent dans ce magazine. Dans les quelques articles à ce sujet, nous retrouvons plusieurs images de pères affectueux, jouant avec leurs enfants, ou effectuant des tâches comme coiffer les cheveux de leur petite fille. Les représentations de la paternité dans les magazines pourraient donc faire l'objet de plus d'études. Tout comme d'autres chercheurs, Adams, Walker et O'Connell, (2011) ont mentionné que la place des pères pourrait être étudiée davantage. Il serait ainsi intéressant de voir si, tel que Lazar l'a fait ressortir pour les hommes, il semble y avoir une « coexistence sans problèmes de la famille et de la carrière, et si la carrière des hommes est représentée comme étant enrichie de façon positive par la vie de famille » (2000, p. 386 — notre traduction). Dans le cas des femmes présentées dans les magazines étudiés, la question de la conciliation famille/travail reste peu importante. On note aussi dans les magazines sur l'art d'être parent qui ont été analysés une absence de vrais articles au sujet du travail. Et lorsqu'il y en a, ils sont reliés aux enjeux tels que celui de prendre soin d'un enfant malade ou d'un enfant ayant des besoins spéciaux comme ceux qui sont affectés par le syndrome d'Asperger (TP, mai 2012, p. 66) ou comment le fait d'être mère a aidé les femmes à développer des compétences utiles au travail (EQ, avril, 2010, p. 66-69).

¹⁶ Un dossier a été consacré à cet enjeu dans TP (juin 2010: 54-62) et dans EQ (avril 2011: 57-60).

Il existe également un silence sur la place du couple, qu'il soit hétérosexuel ou de même sexe. Le couple implicite est donc hétérosexuel, proposant ainsi une vision hétéronormative de la parentalité. Nous avons remarqué qu'il y a peu d'exemples de travail en équipe lorsqu'on parle d'élever les enfants, lorsqu'il s'agit de cuisiner ou de choisir une garderie. La relation du couple n'est pas souvent abordée. Mis à part certains articles qui parlent de la façon de faire plaisir à votre partenaire et de garder la flamme vivante, la relation de couple est rarement discutée. Si elle l'est, c'est dans l'optique d'agir (donc ici encore la notion de contrôle est présente) afin de faire en sorte que son couple soit durable ou bien son partenaire heureux. Dans une optique similaire, les choix de vie comme ceux d'être un parent seul, de rester la maison pour élever les enfants ou bien le fait d'avoir des horaires de travail atypiques sont rarement abordés. Dans ce sens, tout comme dans les magazines féminins, la relation entre les sexes n'est pas problématisée (Gill, 2007a), discutée, déconstruite ou bien débattue. D'autres sujets sont, quant à eux, représentés seulement d'un point de vue médical, comme c'est le cas en ce qui concerne l'allaitement (Bayard, 2012) ou la dépression post-partum (Dubriwny, 2010).

Par ailleurs, on n'y questionne jamais le coût de toutes ces idées « super » et « faciles », pas plus que celui des produits offerts dans les articles. On semble présumer que si les mères aiment leurs enfants, elles feront toutes ces choses pour eux et elles dépenseront beaucoup d'argent pour la nourriture, les activités, les costumes et les produits pour enfants. Ici encore, la maternité intensive refait surface comme on y voit que

« [...] la valeur de l'enfant n'a pas de prix et les bonnes mères sont celles qui dépensent une quantité considérable de temps, d'énergie et d'argent pour assurer le sain développement de leurs enfants » (Butler, 2010, p. 249 — notre traduction). Comme Sunderland (2006) le souligne dans son étude des magazines portant sur les soins aux enfants, nous sommes conscientes du fait que les auteurs de magazines ne sont pas encouragés à bousculer ces normes ni à les mettre à l'épreuve et qu'ils adoptent une approche éditoriale extrêmement prudente lorsqu'ils ciblent leur audience. Nous sommes sensibles au fait que les magazines doivent aussi plaire aux annonceurs qui constituent leurs principaux commanditaires. Dans ce sens, les représentations de la maternité construites dans les magazines pourraient être différentes de la réalité des mères qui les lisent. La nature paradoxale de ces discours pourrait donc être étudiée, documentée et problématisée davantage afin de voir de quelles façons ces discours jouent un rôle dans la construction des représentations de « bonnes mères ».

Notre analyse s'est concentrée sur la portion rhétorique des discours présentés dans les magazines sur l'art d'être parent. La nature plaisante de la lecture d'un magazine vient en grande partie des images et des photos lustrées qu'on y présente. Ainsi, nous pourrions ajouter un volet à notre enquête en étudiant les images utilisées dans le contenu éditorial ainsi que dans la publicité. Nous pourrions alors en apprendre davantage sur la façon dont les magazines et les images qu'ils offrent à leurs lectrices participent à essentialiser et à idéaliser la maternité ou à promouvoir le patriarcat, tel que montré par Mager et Helgeson (2011) ou Lazar (2005b). Enfin, ces analyses du contenu discursif de ces magazines soulèvent plusieurs questions :

- ◆ Comment les parents réagissent-ils à ces discours ?
- ◆ Sentent-ils que ceux-ci leur donnent du pouvoir ou sont-ils confrontés par ces discours ?
- ◆ Se sentent-ils confiants en leurs habiletés et rôles en tant que parents, travailleurs, citoyens ?
- ◆ Ces magazines alimentent-ils l'anxiété culturelle à l'égard de la maternité ?

Nous pourrions répondre à ces questions en interviewant des lectrices de ces magazines. Ceci nous aiderait à mettre en lumière la manière dont les mères et les pères sont interpellés (Althusser, 1970) par l'idéologie du « *new momism* » et la philosophie de la maternité intensive; cela nous aiderait ainsi à comprendre comment les parents négocient et mettent à l'épreuve les modèles offerts par les normes prescrites par la société contemporaine.

- Althusser, L. (1970). Idéologie et appareils idéologiques d'État (notes pour une recherche). *La Pensée*, 151, 67-125.
- Adams, M., Walker, C., & O'Connell, P. (2011). Invisible or involved fathers? A content analysis of representations of parenting in young children's picturebooks in the UK. *Sex Roles*, 65(3-4), 259-270.
- Bassin, D., Honey, M., & Kaplan, M. M. (1994). Introduction. Dans D. Bassin, M. Honey & M. M. Kaplan (Éds), *Representations of motherhood* (pp. 1-25). New Haven, CT: Yale University Press.
- Badinter, E. (2012). *The conflict : How modern motherhood undermines the status of women*. Toronto, ON: Harper Collins.
- Bayard, C. (2012). Les représentations sociales de l'allaitement maternel : points de vue des femmes québécoises rencontrées durant leur grossesse. Dans S. Lapierre & D. Damant (Éds), *Regards critiques sur la maternité dans divers contextes sociaux* (pp. 47-71). Québec, QC: Presses de l'Université du Québec.
- Butler, K. (2010). Intensive mothering in British Columbia : Understanding the impact of an "investing-in-children" framework on mothering ideology. *International Journal of Canadian Studies*, 42, 243-253.
- des Rivières-Pigeon, C., Gagné, C., & Vincent, D. (2012). *Les paradoxes de l'information sur la dépression postnatale : mères dépressives mais pimpantes*. Montréal, QC: Nota bene.
- Douglas, S., & Michaels, M. (2004). *The mommy myth : The idealization of motherhood and how it has undermined all women*. New York, NY: Free Press.
- Drolet, M. J., Lalancette, M., & Caty, M. E. (2015). *L'ABC de l'argumentation pour les professionnels de la santé ou toute autre personne qui cherche à convaincre*. Québec, QC: Presses de l'Université du Québec.
- Dubriwny, T. N. (2010). Television news coverage of postpartum disorders and the politics of medicalization. *Feminist Media Studies*, 10(3), 285-303.
- Dworkin, S. L., & Wachs, F. L. (2004). Getting your body back : Postindustrial motherhood in shape fit pregnancy magazine. *Gender & Society*, 18(5), 610-624.
- Eckler, R. (2004). *Knocked up : Confessions of a modern mother-to-be*. Toronto, ON: Anchor.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London, Angleterre: Arnold.
- Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis*. Harlow, Royaume-Uni: Pearson Education Limited.
- Foss, K. A., & Southwell, B. G. (2006). Infant feeding and the media : The relationship between parents' magazine content and breastfeeding, 1972-2000. *International Breastfeeding Journal*, 1(10), 1-9.
- Freichs, J. L., Andsager, S., Campo, S., Aquilino, M., & Dyer, C. S. (2006). Framing breastfeeding and formula-feeding messages in popular US magazines. *Women & Health*, 44, 95-118.
- Gill, R. (2007a). *Gender and the media*. Cambridge, Angleterre: Polity Press.

Références

- Gill, R. (2007b). Postfeminist media culture : Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166.
- Gill, R. (2009). Mediated intimacy and postfeminism : A discourse analytic examination of sex and relationships advice in a women's magazine. *Discourse and Communication*, 3(4), 345-369.
- Glenn, E. N. (1994). Social constructions of mothering : A thematic overview. Dans E. Nakano Glenn, G. Chang & L. R. Forcey (Éds), *Mothering: Ideology, experience, and agency* (pp. 1-29). New York, NY: Routledge.
- Greve Spees, J. M., & Schindler Zimmerman, T. (2003). Gender messages in parenting magazines. *Journal of Feminist Family Therapy*, 14(3-4), 73-100.
- Hall, A. C., & Bishop, M. J. (2009). *Mommy angst : Motherhood in American popular culture*. New York, NY: Preager.
- Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Hermes, J. (1995). *Reading women's magazines : An analysis of everyday media use*. Cambridge, Angleterre: Polity Press.
- Jenson, J. (2004). Changing the paradigm: Family responsibility or investing in children. *Canadian Journal of Sociology*, 29(2), 169-192.
- Johnston, D. D., & Swanson, D. H. (2003a). Invisible mothers: A content analysis of motherhood ideologies and myths in magazines. *Sex Roles*, 49(1-2), 21-33.
- Johnston, D. D., & Swanson, D. H. (2003b). Undermining mothers : A content analysis of the representation of mothers in magazines. *Mass Communication & Society*, 6(3), 243-265.
- Kaplan, A. E. (1992). *Motherhood and representations : The mother in popular culture and melodrama*. Londres, Angleterre: Routledge.
- Lavoie, A., & Fontaine, C. (2016). *Mieux connaître la parentalité au Québec : un portrait à partir de l'Enquête québécoise sur l'expérience des parents d'enfants de 0-5ans 2015*. Québec, QC: Institut de la statistique du Québec.
- Keller, K. (1994). *Mothers and work in popular American magazines*. Londres, Angleterre: Greenwood Press.
- Lazar, M. M. (2000). Gender, discourse and semiotics : The politics of parenthood representations. *Discourse & Society*, 11(3), 373-400.
- Lazar, M. M. (2005a). Politicizing gender in discourse : Feminist critical discourse analysis as political perspective and praxis. Dans M. M. Lazar (Éd.), *Feminist critical discourse analysis* (pp. 1-28). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Lazar, M. M. (2005b). Performing state fatherhood : The remaking of hegemony. Dans M.M. Lazar (Éd.), *Feminist critical discourse analysis* (pp. 139-163). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Mahart, M. (2012). The attractiveness of magazines as 'open' and 'closed' texts : Values of women's magazines and their readers. *Mass Communication and Society*, 15(6), 852-974.
- Mager, J., & Helgeson, J. G. (2011). Fifty years of advertising images : Some changing perspectives on role portrayals along with enduring consistencies. *Sex Roles*, 64(3-4), 238-252.
- Martellini, C. (2017, 18 octobre). Quotidiens québécois : la perte d'auditoire imprimé compensée par la hausse du lectorat numérique. Infopresse. Repéré à <http://www.infopresse.com/article/2017/10/18/quotidiens-quebecois-vividata>

- Murkoff, H. (2012). *What to expect when you are expecting*. New York, NY: Workman Publishing Co.
- Odland, S. B. (2010). Unassailable motherhood, ambivalent domesticity : The construction of maternal identity in ladies' home journal in 1946. *Journal of Communication Inquiry*, 34(1), 61-84.
- Nichols, S., Nixon, H., Pudney, V., & Jurvansuu, S. (2009). Parents resourcing children's early development and learning. *Early Years*, 29(2), 147-161.
- Page, R. E. (2003). Cherie: Lawyer, wife, mum' : Contradictory patterns of representation in media reports of Cherie Booth/Blair. *Discourse & Society*, 14(5), 559-579.
- Perleman, C., & Olberchts-Tyteca, L. (2008). *Traité de l'argumentation*. Bruxelles, Belgique: Presses de l'Université de Bruxelles.
- Pierce, J. B. (2008). Science, advocacy, and "the sacred and intimate things of life" : Representing motherhood as a progressive era cause in women's magazines. *American Periodicals*, 18(1), 69-95.
- Podnieks, E. (2012). *Mediating moms : Mothers in popular culture*. Montréal, QC: McGill-Queen's University Press.
- Enfants Québec. (2018). Publicité magazine.
Repéré à <http://enfantsquebec.com/publicite-magazine/>
- Today's Parent (2018). Metrics.
Repéré à <https://www.rogersmedia.com/brands/todays-parent/>
- Skranes, L. P., Lohaugen, G. C. C., Botngard, A., & Skranes, J. (2014). Internet use among mothers of young children in Norway – a survey of Internet habits and perceived parental competence when caring for a sick child. *Journal of Public Health*, 22, 423-431.
- Siebold, C. (2011). Factors influencing young women's sexual and reproductive health. *Contemporary Nurse*, 37, 124-136.
- Sunderland, J. (2006). 'Parenting' or 'mothering' ? The case of modern childcare magazines. *Discourse & Society*, 17(4), 503-527.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Warner, J. (2005). *Perfect Madness : Motherhood in the age of anxiety*. New York, NY: Riverhead Books.
- Williams, P. (2008). *The yummy mommy*. Toronto, ON: HarperCollins.

PROGRAMME
2131

PROFIL RECHERCHE

Doctorat en psychologie

CONCENTRATION *Études familiales*

La concentration en études familiales permet aux étudiants provenant de milieux différents de se rencontrer afin de faire progresser les connaissances sur la famille québécoise dans un contexte d'ouverture aux autres disciplines.

plus de détails à www.uqtr.ca/programme

PROGRAMME
0831



Études familiales

programme court
de 3^e cycle

UQTR

plus de détails à www.uqtr.ca/programme

Ce programme court a été conçu dans le but de faciliter son accès aux professionnels déjà actifs sur le marché du travail.

Les cours sont donnés selon des modalités d'enseignement s'appuyant sur des cours intensifs et des cours en conférence web.

PROGRAMME
UNIQUE

0744

programme court
de 2^e cycle

UQTR

Pratique participative en **intervention psychosociale**

Ce programme court propose une synthèse théorique et clinique de plusieurs approches d'interventions qui s'intéressent à la participation des personnes dans le cadre des services sociaux et des soins qu'elles reçoivent.

plus de détails à www.uqtr.ca/fc.pratiqueparticipative

UQTR



Université du Québec
à Trois-Rivières