

# DOSSIER D'ETUDE N° 103

## Avril 2008



Sylvie Cromer

# Comment la presse pour les plus jeunes contribue-t-elle à élaborer la différence des sexes ?

*Tome 1 : Les suppléments parents*

Université de Lille II

## TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS .....	5
INTRODUCTION .....	7
CADRE THEORIQUE .....	7
PROBLEMATIQUE .....	7
OBJECTIFS DE LA RECHERCHE SUR LA PRESSE POUR LES PLUS JEUNES.....	8
<b>1. LA PRESSE JEUNESSE .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 PRESENTATION GENERALE DE LA PRESSE JEUNESSE .....</b>	<b>10</b>
1.1.1 Caractéristiques générales.....	10
1.1.2 La presse éducative .....	11
1.1.3 Groupes d'édition dominants de la presse jeunesse .....	11
<b>1.2 LES OJECTIFS DES MAISONS D'ÉDITION DU CORPUS .....</b>	<b>13</b>
1.2.1 Bayard .....	13
1.2.2 Disney .....	13
1.2.3 Fleurus.....	14
1.2.4 Milan .....	14
<b>2. CORPUS &amp; METHODE .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 LES CORPUS .....</b>	<b>15</b>
2.1.1 Le corpus des magazines pour enfants .....	15
2.1.2 Le corpus des suppléments parents .....	18
<b>2.2 L'ANALYSE QUALITATIVE DU SUPPLÉMENT PARENTS .....</b>	<b>19</b>
2.2.1 Un matériau hétérogène, un objectif commun .....	19
2.2.2 Les rubriques analysées .....	21
2.2.3 La grille d'analyse.....	21
<b>3. ETUDE QUALITATIVE DES SUPPLEMENTS PARENTS .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 INTRODUCTION .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 SUPPLEMENT DE DISNEY : LES PAGES PARENTS DE <i>BAMBI</i> .....</b>	<b>24</b>
3.2.1 Présentation et composition du supplément parents de la revue de Disney .....	24
3.2.2 Les 52 thèmes des pages parents de <i>Bambi</i> .....	24
3.2.2.1 Les 9 questions concernant les parents.....	25
3.2.2.2 Les 43 questions concernant les enfants .....	25
3.2.2.3 Les rédacteurs et rédactrices.....	25
3.2.2.4 Les destinataires et objets des discours .....	25
3.2.3 La différence des sexes dans Disney .....	26

<b>3.3 SUPPLEMENTS DE FLEURUS : « PARENTS PAPOUM » DE PAPOUM ET LES PAGES PARENTS D'ABRICOT .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.1 Présentation et composition des suppléments parents des deux revues de fleurus .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.2 Les 22 éditoriaux et dossiers de « Parents Papoum » de Papoum .....</b>	<b>28</b>
3.3.2.1 <i>Activités ludiques et conseils pratiques .....</i>	<i>28</i>
3.3.2.2 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	<i>28</i>
3.3.2.3 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	<i>28</i>
<b>3.3.3 Les 55 thèmes des pages parents d'Abricot .....</b>	<b>28</b>
3.3.3.1 <i>Les 13 questions concernant les parents.....</i>	<i>29</i>
3.3.3.2 <i>Les 42 questions concernant les enfants.....</i>	<i>29</i>
3.3.3.3 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	<i>29</i>
3.3.3.4 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	<i>30</i>
<b>3.3.4 La différence des sexes chez Fleurus.....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 SUPPLEMENTS PARENTS DE MILAN : « PICOTI PARENTS » ET «LE JOURNAL DES PARENTS » DE PICOTI, « TOUPIE PARENTS », DE TOUPIE, « TOB Parents », DE TOBOGGAN.....</b>	<b>32</b>
<b>3.4.1 Présentation et composition des suppléments des trois revues de Milan .....</b>	<b>32</b>
<b>3.4.2 Les 28 éditoriaux et les 31 thèmes de « Picoti parents » et du « Journal des parents » de Picoti .....</b>	<b>34</b>
3.4.2.1 <i>Les 10 questions concernant les parents.....</i>	<i>34</i>
3.4.2.2 <i>Les 21 questions concernant les enfants.....</i>	<i>34</i>
3.4.2.3 <i>Les rédacteurs et les rédactrices.....</i>	<i>35</i>
3.4.2.4 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	<i>35</i>
<b>3.4.3 La différence des sexes dans Picoti.....</b>	<b>35</b>
<b>3.4.4 Les 54 dossiers de « Toupie parents » de Toupie.....</b>	<b>37</b>
3.4.4.1 <i>Les 17 questions concernant les parents.....</i>	<i>37</i>
3.4.4.2 <i>Les 37 questions concernant les enfants.....</i>	<i>37</i>
3.4.4.3 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	<i>37</i>
3.4.4.4 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	<i>38</i>
<b>3.4.5 La différence des sexes dans Toupie.....</b>	<b>38</b>
<b>3.4.6 Les 46 dossiers « Zoom » de « Tob parents » de Toboggan.....</b>	<b>39</b>
3.4.6.1 <i>Les 17 questions concernant les parents.....</i>	<i>39</i>
3.4.6.2 <i>Les 29 questions concernant les enfants.....</i>	<i>39</i>
3.4.6.3 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	<i>40</i>
3.4.6.4 <i>Les destinataires et objets de discours.....</i>	<i>40</i>
<b>3.4.7 La différence des sexes dans Toboggan.....</b>	<b>40</b>
<b>3.5 SUPPLEMENTS PARENTS DE BAYARD : « POPI PARENTS » ET « POPI + » DE POPI ET DE « PARENTS POCHE » ET « POMME D'API PARENTS » DE POMME D'API.....</b>	<b>42</b>
<b>3.5.1 Présentation et composition des suppléments parents des deux revues de Bayard.....</b>	<b>42</b>
<b>3.5.2 Les éditoriaux, le courrier des parents, les 58 questions de «Popi Parents » et « Popi +» de Popi.....</b>	<b>43</b>
3.5.2.1 <i>Les 18 questions concernant les parents.....</i>	<i>44</i>
3.5.2.2 <i>Les 40 questions concernant les enfants.....</i>	<i>44</i>
3.5.2.3 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	<i>44</i>
3.5.2.4 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	<i>45</i>
<b>3.5.3 La différence des sexes dans Popi.....</b>	<b>46</b>

<b>3.5.4 Les éditoriaux, le Forum Parents et les 44 thèmes de « Parents poche » et « Pomme d'Api Parents » de Pomme d'Api .....</b>	<b>48</b>
3.5.4.1 <i>Les 15 questions concernant les parents.....</i>	49
3.5.4.2 <i>Les 29 questions concernant les enfants.....</i>	49
3.5.4.3 <i>Les rédacteurs et rédactrices.....</i>	49
3.5.4.4 <i>Les destinataires et objets des discours.....</i>	50
<b>3.5.5 La différence des sexes dans Pomme d'Api .....</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>53</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>55</b>
<b>ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE GENERALE.....</b>	<b>55</b>
<b>ANNEXE 2 : LISTE DES TABLEAUX ET DES ENCADRÉS.....</b>	<b>61</b>

## AVANT-PROPOS

---

En France, la presse enfantine est une publication à part entière. Il s'agit d'une presse éducative, mixte, non sexuée, avant la lecture intensive, pour les enfants jusque 7 ans, regroupant deux tranches d'âge, les 0-3 ans et les 3-7 ans. Largement diffusée dans les familles, les crèches, les relais assistantes maternelles, les bibliothèques, et les écoles, elle a la particularité de concerner non seulement les enfants mais aussi les professionnels de la petite enfance et les parents. C'est pourquoi, en complément du magazine spécifiquement réservé aux enfants, est toujours adjoint - dissimulé à l'intérieur des magazines - un supplément, souvent appelé supplément « parents ».

Ce dossier d'étude porte sur ce supplément parents. Il rend compte d'une partie (Tome 1) d'une recherche réalisée pour la CNAF, par Sylvie Cromer, Carole Brugeilles et Isabelle Cromer sur la construction des rôles sexués dans la presse généraliste et éducative destinée aux moins de 7 ans. Alors que la recherche était au départ centrée principalement sur les magazines enfants<sup>1</sup>, Sylvie Cromer a découvert tout l'intérêt d'étudier séparément ce supplément et de montrer comment parallèlement au magazine enfant, au travers de rubriques traitant d'éducation, de conseils pratiques, d'activités ludiques, de réponses aux lecteurs, il contribue à construire de la différence des sexes et des modèles parentaux sexués, faisant souvent fi du principe de l'égalité des sexes.

La recherche a concerné 9 collections des suppléments parents édités entre 2000 et 2004 par 4 grands éditeurs – Bayard, Milan, Fleurus et Disney. Par l'examen des thématiques abordées, des auteur-es, du sexe des destinataires et des objets des discours, l'analyse met au jour comment s'exerce la socialisation parentale, s'énoncent les normes, les valeurs, les goûts pour faire un parent médiateur de magazine.

### Plusieurs points nous semblent importants à souligner

- L'appui à la mission éducative parentale repose en grande partie sur de nombreuses thématiques et rubriques consacrées à la nécessaire réussite à l'école et l'indispensable suivi scolaire avec une question récurrente : dans quelle mesure les parents peuvent-ils participer à l'acquisition des fondamentaux en matière de lecture/ goût de lire ? Au cœur du processus, les discours des expert-es, avec la prédominance de la psychologie et de l'éducation, réactivent les rapports sociaux de sexe au nom de l'amour et surtout de l'intérêt de l'enfant, de sa réussite personnelle, scolaire, sociale.

Dans ce cadre, ce sont les femmes qui sont désignées comme les médiatrices essentielles. Pour S. Cromer, ce supplément sert à « construire du féminin », en prédisposant les mères à prendre en charge les tâches éducatives et domestiques. Les rôles assignés aux pères par la psychanalyse, séparation de l'enfant, asymétrie et spécificités des positions parentales masculines et féminines restent convenus. Ainsi se dessinent des systèmes de genre concernant les rôles parentaux, sexués, hiérarchisés et enserrés dans la biparentalité hétérosexuelle.

- Si les enfants sont désignés par des termes neutres (« l'enfant »), au masculin dit universel (« le nouveau-né ») ou au masculin pluriel (« les petits »), la question de la différence des sexes n'est pas pour autant tue. Car, au-delà de cette apparente neutralité, le discours des experts (le plus souvent psychologiques) légitime le caractère naturel de la différence des sexes « ... *les dessins des petites filles se font plus minutieux, elles couvrent leurs princesses de belles robes*

---

<sup>1</sup> Les résultats de cette partie de la recherche sont publiés dans le Tome 2 du dossier d'études, n° 104, mai 2008.

*(...) les garçons exploitent la force masculine à travers leurs avions, fusées, voitures supersoniques (...) et leurs pulsions agressives avec leurs véhicules qui lancent des bombes, crachent des flammes* ». Pour la chercheuse, ces représentations sexuées déséquilibrées ouvrent la voie aux magazines destinés spécifiquement aux filles (dont l'âge du lectorat est en baisse constante). Les chercheurs émettent l'hypothèse que cette diffusion massive de représentations sexuées déséquilibrées contrôle le processus d'émancipation féminine que connaît la société, notamment grâce à l'institution scolaire.

Ce travail s'inscrit donc dans la continuité de travaux visant à mieux comprendre la constance des inégalités entre hommes et femmes. Il montre comment la littérature enfantine vient accompagner, confirmer, conforter une lecture sexuée du monde social. On voit bien comment, dans une société qui érige en principe fondamental l'égalité entre les sexes, s'élaborent ces différences entre garçons et filles dans et par les familles. Pour autant, s'il est indéniable qu'il existe toujours une croyance en la différence naturelle des sexes conduisant à une socialisation différenciée des filles et des garçons, on entrevoit aussi dans ce travail comment se fait l'acceptation par les femmes d'une division du travail inégale entre les sexes. En outre, les interrogations portées ici sur le principe de neutralité de ces magazines nous conduisent à interroger l'évidence de ce même principe au niveau des politiques familiales. Ainsi, les dispositifs de conciliation entre la vie familiale et professionnelle proposés ne devraient-ils pas, pour respecter ce principe de neutralité, offrir la possibilité aux hommes de s'émanciper de leur travail et aux femmes de s'affranchir de leur maternité ?

Danielle Boyer  
CNAF – DSER  
[danielle.boyer@cnafr.fr](mailto:danielle.boyer@cnafr.fr)

## INTRODUCTION

---

### CADRE THEORIQUE

---

Malgré l'évolution spectaculaire tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle de la place et du statut des femmes dans la société, entraînant ajustements dans les relations hommes/femmes et mutations profondes en matière d'éducation, de salariat, de famille par exemple, les sciences humaines et sociales ont été relativement lentes à s'emparer de ces transformations pour les analyser et les comprendre (Laufer, Marry, Maruani 2001). Pourtant la question de recherche transversale est bien celle de la différence des sexes et de sa construction sociale. La légitimité d'une « lecture sexuée du monde social » dans le débat académique et social et de ses vertus heuristiques s'est imposée pour renouveler les problématiques et contribuer à faire progresser l'état de nos connaissances sur les sociétés (Bozon, Locoh 2000).

Pendant longtemps, l'occultation de cette question fut en partie liée à l'importance accordée à l'argument biologique, la différence des sexes étant renvoyée à une différence de « nature ». Il n'est plus guère pensable aujourd'hui de renoncer à analyser les rapports de sexe, les places et les rôles des hommes et des femmes, le féminin et le masculin comme des constructions sociales (Héritier 1996, 2002, Mathieu 1991). Dans cette perspective théorique, peut émerger la question de savoir comment, dans une société, s'élabore la différence des sexes, comment se construisent le masculin et le féminin, notamment à usage des enfants. Peut alors être interrogée la socialisation et ses vecteurs comportant des prescriptions en matière de rôles sexués (Guillaumin 1992).

### PROBLEMATIQUE

---

Les écrits à destination des enfants sont une voie majeure de la socialisation, celle-ci étant comprise comme un processus complexe, actif et continu, de construction d'identité dans des situations d'interactions sociales (Dubar 1996). Autrement dit, ces écrits participent au processus qui consiste à « *apprendre à jouer des rôles, partager des significations avec autrui, répondre et anticiper ses attentes, intérioriser des normes, des valeurs, des systèmes de pensée* » (Cherkaoui 1992 p.136). Ainsi s'élaborent des habitudes mentales et comportementales et sont inculquées, de manière explicite ou implicite, des façons d'appréhender et de comprendre le monde. Même (*a fortiori*?) dans notre société multi-médiatique, les ouvrages pour enfants gardent un fort pouvoir de légitimation des règles, des normes et des valeurs et constituent, aux yeux des parents et des éducateurs, le garant à l'accès à la culture dominante et, par là, à la réussite scolaire. Ne sont-ils pas d'ailleurs, sous forme d'albums ou de journaux, omniprésents dans les familles, les crèches et les écoles ? Les succès économiques de l'édition jeunesse et de la presse des jeunes (Charon 2002), l'intérêt porté aux manuels scolaires en tous lieux et à toutes époques (Brugailles, Cromer 2006) en attestent. Ce rôle socialisateur est d'ailleurs fortement revendiqué et mis en avant par les éditeurs : c'est effectivement un argument de vente de poids dans une société en mutation, entretenant une angoisse parentale forte de réussite, source de pressions sur les plus jeunes.

Cet effet socialisateur s'explique par le fait que les représentations se fixent de manière privilégiée, circulant dans les images, les textes, et formant système. Denise Jodelet donne la définition suivante des représentations : « *Forme de connaissance socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social* » (Jodelet 1989 p.53). Savoir de sens commun construit dans les interactions sociales, les représentations, à la fois générées et acquises, sont un mode de connaissance et un outil pour s'ajuster au monde, mais aussi un guide pour l'action et la communication, à l'interface du social et du psychique. De fait, dans le même temps qu'elles constituent un mode de connaissance, elles contribuent à l'élaboration des identités individuelles et sociales, à la diffusion de normes, conduites, valeurs : tout système de représentation est aussi un système de valeurs. Enfin, il est important de souligner que les représentations ne sont pas le reflet de l'état de la réalité, mais « donnent à voir » une mise en forme, voire une mise en ordre de la réalité, visant non seulement à expliciter un ordre social établi, mais aussi à le légitimer.

Marie-Josée Chombart de Lauwe et Nelly Feuerhahn ont bien montré l'importance des représentations, qui, véhiculées grâce à la fiction et ses personnages, permettent d'accroître l'expérience de vie des enfants, sans prendre appui forcément sur un vécu : « *Les récits, qui mettent en scène des personnages,*

*des situations, véhiculent des représentations, qui peuvent être intégrées par les jeunes spectateurs ou lecteurs, en référence à leurs expériences, à leur vécu antérieur. Mais l'enfant se trouve aussi confronté à des aspects nouveaux de l'existence, il peut être amené à élargir et à réajuster ses conceptions et ses représentations, sans passer par des expériences personnelles et par des pratiques réelles » (1989 p.352-353). Or, dans les fictions, foisonnent les représentations de la différence des sexes, notamment par les représentations de la famille, premier espace de socialisation. Une précédente recherche européenne « Attention Album! » (1996-1999) sur toute la production des albums illustrés de fiction publiés pour la première fois en France en 1994 pour les enfants moins de 10 ans l'avait montré (Brugeilles, Cromer et Cromer 2002 ; Brugeilles, Cromer 2007). Dans les 537 albums de la production de 1994, 1905 protagonistes tous types confondus ont été recensés, 1141 de sexe masculin (60%) et 764 de sexe féminin (40%). Quatre albums sur dix traitent de la famille. Au total, 234 familles sont données à voir dans 213 albums, soit plus d'une famille par album en moyenne, incarnées essentiellement par des personnages humains (139 familles d'humains et 86 familles d'animaux habillés).*

Si l'on accepte l'hypothèse que le sexe est la première catégorisation sociale, la question au cœur des textes destinés aux enfants, quoique non explicitée, est, dans la finalité d'une mise en ordre de la réalité sociale, la construction des identités sexuées et des rapports sociaux de sexe. Aussi, au-delà des pratiques et des discours en matière de socialisation (Cromer 2005), est-il important de s'interroger plus méthodiquement sur les représentations sociales du masculin et du féminin qui circulent.

## **OBJECTIFS DE LA RECHERCHE SUR LA PRESSE POUR LES PLUS JEUNES**

---

La recherche sur la presse jeunesse<sup>2</sup> s'inscrit dans la continuité des travaux sur les représentations sexuées dans les albums illustrés (cf. *supra*), les œuvres littéraires inscrites dans les programmes de l'école primaire<sup>3</sup> et les manuels scolaires<sup>4</sup>. Plusieurs raisons ont présidé à cette étude du magazine pour enfant.

Tout d'abord celui-ci s'avère, ces dernières années, un outil de socialisation de premier plan, à l'influence comparable à celle du manuel et de l'album. Il infiltre les familles, les crèches, les bibliothèques, les centres de documentation des écoles, comme un objet familier, à la croisée de la sphère de l'école (dont il copie les cycles scolaires pour distinguer les tranches d'âge de son lectorat) et de la sphère des loisirs, autant produit de loisir qu'outil (para) scolaire.

Cette place de choix dans le paysage des outils de socialisation est confirmée et renforcée par les ambitions éditoriales affichées sans ambiguïté, comme en témoigne le site d'internet du Syndicat de la Presse des Jeunes, réunissant les maisons d'éditions les plus représentatives du secteur. Le magazine serait un repère familier car « *dans notre société l'enfant est parfois marginalisé par la sectorisation qui existe entre vie professionnelle, vie familiale et activités de loisirs. Il est souvent tiraillé entre plusieurs*

---

<sup>2</sup> Elaborée en 2002, l'étude menée par S. Cromer (sociologue, université de Lille 2), C. Brugeilles (démographe, université Paris X Nanterre) et I. Cromer (démographe) s'est déroulée de 2004 à 2006, soutenue par trois institutions, la CNAF, la Mairie de Paris et le Centre International de Littérature de Jeunesse à Charleville Mézières (CIELJ). Que soient ici remerciés les centres spécialisés en littérature de jeunesse qui ont apporté leur soutien et leurs compétences pour faciliter les recherches : L'Heure Joyeuse, La Joie par les Livres, Livres au Trésor à Bobigny, l'Institut Charles Perrault à Eaubonne, le CIELJ. Sans l'aide des principales maisons d'édition de la région parisienne - Fleurus, Disney, Bayard – qui ont permis l'accès à leurs archives, cette étude n'aurait pu être réalisée.

<sup>3</sup> En 2002, l'Éducation nationale française constituait une liste de référence de 180 œuvres de littérature de jeunesse pour des élèves du cycle 3 ayant pour objectif d'aider à construire une culture « partagée ». Une étude soutenue financièrement par le FSE attribué à l'I.U.F.M. Midi-Pyrénées dans le cadre d'une convention pour la promotion de l'égalité des chances entre femmes et hommes a été menée d'avril 2003 à juin 2004 par une équipe pluridisciplinaire : J.-C. Barrère, formateur spécialisé en littérature de jeunesse, C. Brugeilles et I. Cromer, démographes, S. Cromer, sociologue, V. Houadec, conseillère pédagogique, N. Panissal, psychologue. Précisons que depuis lors la liste a été renouvelée, élargie et étendue au cycle 2.

<sup>4</sup> Lors de la Quatrième conférence africaine de la population (Tunis, décembre 2003), un réseau international de recherche fédéré autour d'une méthodologie commune d'analyse quantitative sur les représentations sexuées dans les manuels scolaires (RIRRS) s'est constitué dans le cadre d'un partenariat des institutions de recherche africaines et françaises. Les objectifs sont, d'une part, de renouveler la connaissance des manuels scolaires en étudiant les représentations sexuées, d'autre part, à partir des résultats obtenus, de faire changer les manuels pour une présentation de rapports égalitaires entre les sexes. Le réseau est soutenu par le Centre français sur la population et le développement (CEPED), l'Institut national d'études démographiques (INED), l'Union pour l'étude de la population africaine (UEPA), l'UNESCO. Il a également bénéficié du soutien du Fonds des Nations unies pour la population (UNFPA), de l'Unité de recherche démographique (URD) de Lomé. A la fin 2007, six équipes de recherche fonctionnent, au Cameroun, en Côte d'Ivoire, en République Démocratique du Congo, au Sénégal, au Togo, en Tunisie. C. Brugeilles (démographe, université Paris X Nanterre), S. Cromer (sociologue, université Lille 2) et T. Locoh (démographe, Ined) assurent la coordination scientifique du RIRRS.

*influences à un moment où se forge sa personnalité* » (<http://www.pressedesjeunes.com> consulté le 4/9/2006).

Sur la base du lien affectif privilégié que l'enfant établirait avec son journal, deux vertus essentielles sont prêtées au magazine.

La première est l'apprentissage de la lecture, pour laquelle les chercheur-es sont réquisitionnés : « *Il faut noter, avec différents chercheurs, que la diversité d'écritures utilisées (explicative, scientifique, journalistique...) ou du traitement de l'image (dessin, photo, schéma...) permet des rythmes de lecture extrêmement variés (...). (L'enfant) découvre ainsi en lisant qu'il existe plusieurs manières de lire et qu'elles sont adaptées à différents besoins. Il acquiert ainsi, par la pratique, des stratégies de lecture diversifiées indispensables au bon lecteur* » (*ibid.*).

La seconde vertu de cet objet d'usage courant est de favoriser les interactions familiales, à l'instar d'autres médias (Pasquier 1999), voire de créer du lien social, en permettant de « *se reconnaître dans un groupe de référence et d'établir des relations, des échanges, un dialogue, avec ses pairs, ses parents ou ses éducateurs* ». Le magazine accompagnant la construction de l'identité contribue ainsi « au développement d'une citoyenneté active » : « *Enfin en faisant le choix d'aborder des questions d'actualité, des problèmes de société, de nombreux journaux offrent aux enfants et aux jeunes la possibilité d'appréhender, sous différents aspects, leur environnement, de découvrir des aspects historiques, de développer des acquis culturels. Participant à leur information, au développement de leur esprit critique, favorisant la mise en œuvre de projets individuels et collectifs, ils sont un outil de socialisation* » (*ibid.*).

Autre raison d'étudier le magazine, les études sur les contenus et les fonctions de la presse jeunesse sont rares (cf. bibliographie), malgré l'ancienneté de ce champ (1768 marque l'apparition des premiers périodiques pour les jeunes, cf. Fourment 1987) et malgré les multiples révolutions éditoriales opérées à partir de cet héritage et les transformations qui s'en sont suivies, qui ont conduit à imposer la reconnaissance du magazine comme outil d'apprentissage et de citoyenneté (Vuaroqueaux, s.d.). Certes c'est un objet jetable, vite consommé et oublié, qui ne fait guère l'objet de conservation et donc difficile d'accès. La presse adulte n'en a pas moins fait l'objet de nombreuses études... Ceci renvoie à l'attitude paradoxale des adultes envers les objets de l'enfance, parfois sources de toutes les attentions, mais aussi souvent délaissés, voire méprisés. Enfin le magazine généraliste pour enfant contient en général un supplément parents. Celui-ci éclaire le fonctionnement du magazine, grâce aux présentations des rubriques qui y sont faites et aux utilisations suggérées. Mais surtout, concernant un magazine qui se vend et se vend comme support privilégié de la relation parent/enfant, relation sous le signe de la forte dépendance avant la maîtrise de la lecture, l'objectif essentiel est de délivrer des conseils aux parents à la fois pour instituer leur place de médiateur entre le magazine et l'enfant et pour renforcer leur rôle parental d'éducateur. Or, à notre connaissance, il n'existe pas d'étude à part entière sur les suppléments, même si, au détour d'articles, ils sont évoqués (Bruno 2001).

Ainsi le magazine jeunesse figure aujourd'hui dans le paysage de l'enfance comme un objet d'éducation de choix et son supplément parent peut être considéré comme un ersatz de manuels de savoir-éduquer, un des reflets des conceptions éducatives d'une époque et de l'état de leur vulgarisation, selon les classes sociales. C'est pourquoi, tout comme pour le manuel ou le livre d'images, nous faisons l'hypothèse que la presse jeunesse est une fabrique privilégiée des représentations du masculin et du féminin. Aussi avons-nous mené en parallèle l'étude quantitative des magazines enfants, au travers de toutes les rubriques, et l'étude qualitative des suppléments parents pour appréhender les représentations sexuées qui sont véhiculées dans ces deux supports complémentaires. Quelles images du masculin et du féminin sont proposées aux enfants ? Quelles normes éducatives sexuées sont diffusées envers les parents ?

La recherche sur la presse jeunesse jusque 7 ans a concerné les quatre grands éditeurs français – Bayard, Milan, Disney, Fleurus –, leurs 9 collections de revues généralistes éducatives dites d'éveil pour les enfants jusque 7 ans éditées entre 2000 et 2004. Au total, 505 exemplaires des 9 collections de revues ont été analysés de manière quantitative. Tous les suppléments parents existants dans les 8 de ces 9 collections, soit 398 exemplaires, ont fait quant à eux l'objet d'une analyse qualitative. Étant donné les mutations importantes que connaît la presse jeunesse, il est important de souligner, pour clore cette introduction, que toutes les revues du corpus de la présente recherche sont encore publiées aujourd'hui, qu'aucune n'a disparu.

# 1. LA PRESSE JEUNESSE

---

## 1.1 PRESENTATION GENERALE DE LA PRESSE JEUNESSE<sup>5</sup>

---

### 1.1.1 Caractéristiques générales

Parmi les six grandes caractéristiques du magazine pour tout public qu'énonce Charon (1999), quatre sont communes avec le magazine jeunesse et permettent une première appréhension de cet objet :

- l'importance du visuel ;
- une périodicité ;
- la segmentation du public, à partir des caractéristiques du lectorat et à partir de la spécialisation du contenu ;
- « le contrat de lecture », à partir du « vécu, des valeurs, des sentiments, de l'imaginaire des lecteurs » (p.5).

La première définition pragmatique de la presse jeunesse pourrait être tout titre s'adressant exclusivement à un public de 6 mois à 18 ans. Celle-ci se présente en France comme une famille de publications à part entière, particulièrement innovante et dynamique, créative et réactive, très diversifiée, ce qui en fait un phénomène quasi unique en Europe et dans le monde. En France, 150 titres environ sont diffusés et la production annuelle se situe entre 120 et 130 millions d'exemplaires. Aujourd'hui 90 % des enfants et des adolescents sont des lecteurs de cette presse, qui a comme ambition d'intégrer aux projets d'ordre moral et pédagogique, un aspect ludique et distrayant (Charon 2002). Pourtant, c'est un secteur de publication datant de plus de deux siècles, dont le premier titre *Le Journal de l'Education* paraît en 1768 et dont les traditions éditoriales et philosophiques continuent d'imprégner la presse jeunesse d'aujourd'hui.

En dépit de ce succès, des handicaps sont à signaler :

- les coûts de fabrication engendrés par la qualité recherchée (celle du papier, de l'illustration, de la mise en page, du traitement journalistique...), qui expliquent le coût élevé du magazine, alors que les tirages sont faibles, peu de titres dépassant 100 000 exemplaires ;
- la faiblesse des recettes publicitaires (moins de 10%) ; de fait les recettes financières proviennent essentiellement de la vente, tout particulièrement de la diffusion par abonnement, ressource majeure pour de nombreux titres ;
- la taille restreinte du marché potentiel, de surcroît très fragmenté : 13,5 millions de jeunes en France (de 9 mois à 18 ans), soit le quart du public potentiel des autres presses, découpés en tranches de 3 ans, pour tenir compte des besoins spécifiques et se calquer sur les cycles scolaires (soit 2,5 à 3 millions d'enfants par tranche) ;
- un lectorat insolvable, dépendant et labile (les lecteurs-lectrices grandissant inexorablement), ce qui exige un effort de communication constant... en direction des adultes ;
- une concurrence féroce entre maisons d'édition, mais aussi une concurrence avec les autres offres éducatives (DVD, CD Rom...).

Pour capter un tel lectorat, la presse jeunesse développe, par-delà sa diversification, de fortes caractéristiques :

- un objectif affiché de socialisation progressive des jeunes lecteurs-lectrices, « *individualités en construction* » (Charon 2002, p.5), voire un souci d'apprentissage (cf. introduction) ;
- un chaînage resserré, c'est-à-dire une forte segmentation en âge (de 3 ans en 3 ans, voire de 2 ans), avec, depuis quelques années, un abaissement de l'âge du lectorat (dès 6 mois chez Fleurus) et une sexualisation qui avait disparu dans les années soixante ; à côté d'une presse « non sexuée », mixte, existe désormais une presse pour les filles, de plus en plus jeunes (Destal 2005) ;
- des thématiques démultipliées et de plus en plus fines : à côté de revues généralistes, des magazines sont consacrés à l'apprentissage de la lecture, aux animaux, aux langues, aux sciences, à l'actualité, etc.

---

<sup>5</sup> Nous nous sommes appuyée pour la rédaction de cette partie sur les ouvrages de Charon (2002) et Fourment (1987).

Aussi les deux types de prescripteurs, les parents, et les éducateurs-éducatrices dûment prospecté-es dans le milieu scolaire, sont-ils largement interpellé-es : nombre de magazines comportent des pages spéciales, des livrets encartés et autres propositions pédagogiques sur internet.

### 1.1.2 La presse éducative

Dans ce contexte, la presse dite éducative se taille la part du lion du marché, aux dépens de la presse distractive héritière des illustrés fortement en déclin. Cette presse, constituée de magazines d'éveil, généralistes (non axés sur une thématique) et mixtes, « *prétend jouer un rôle actif dans l'évolution psychologique et intellectuelle, l'éveil, la découverte des autres et de l'environnement, l'acquisition de connaissances par le jeune lecteur. Au cœur de celle-ci figure la question particulièrement sensible de l'apprentissage, de la maîtrise et de l'acquisition du goût pour la lecture* » (Charon 2002, p.36). Pour couvrir ce besoin éducatif, une large diversité de thèmes, de rubriques, de supports (du texte à la photographie, en passant par le dessin, etc.) est monopolisée. C'est pourquoi, les divergences philosophiques entre presse catholique et laïque ne sont, en fin de compte, qu'apparentes, comme en atteste l'Opération Publique d'Achat (OPA) de Bayard sur Milan (cf. *infra*). D'ailleurs même la presse distractive représentée emblématiquement par Disney Hachette Presse (DHP) tente de se rapprocher, pour les plus jeunes au moins, de la presse à vocation éducative. Jusque 7 ans en effet, la tendance est actuellement dans une synthèse des deux démarches.

De surcroît, l'apanage de cette presse éducative est de posséder, dès l'origine, un supplément parents, ainsi désigné par la plupart des titres, qui ne fait l'objet que de rares mentions au détour d'articles, témoignant, en creux, tant de la méconnaissance que du peu d'attention qu'on lui porte, bien que ce supplément soit souvent mis en exergue commercialement. En effet, dans les magazines thématiques (filles, lecture, documentaires, etc.) avant et après 7 ans ne figure aucun outil destiné explicitement aux parents, les « plus » offerts avec le magazine – arguments de vente incontournables – étant des CD ou des objets par exemple<sup>6</sup>. En effet, le supplément apparaît dès la naissance des revues pour enfant, au moment où la presse tente d'opérer une torsion de l'objet ludique vers l'objet éducatif, révolution qui ne peut se faire sans les adultes. D'où, la raison d'être, dès l'origine, d'une sorte de guide parental, certes pour informer du changement, mais surtout pour construire le rôle de médiateur-médiatrice nécessaire pour ce nouveau support qui n'ambitionne pas moins qu'à faire grandir, apprendre, épanouir et donc requiert impérativement la collaboration parentale. Cette formation continue des parents est plus que jamais nécessaire aujourd'hui, avec l'abaissement continu de l'âge du lectorat, public insolvable et dépendant des adultes, pour l'accès matériel et intellectuel au magazine.

Les enjeux économiques importants bouleversent ainsi constamment le paysage de cette presse pour les jeunes. Chaque année, certains disparaissent, d'autres fleurissent. La concurrence féroce se traduit aussi par la course « au plus produit » : des autocollants aux jouets, qui impliquent une vente sous cellophane, peu pratique et « pagailleuse » dans les kiosques et librairies.

### 1.1.3 Groupes d'édition dominants de la presse jeunesse

Les entreprises de presse, soumises à une législation spécifique (la loi du 16 juillet 1949), sont nombreuses et diversifiées. Elles disposent depuis 1954 d'un syndicat réunissant les maisons d'éditions les plus représentatives de ce secteur, qu'elles soient commerciales, associatives ou issues de mouvements de jeunesse : en 1992, le Syndicat national des publications destinées à la jeunesse est devenu le Syndicat de la Presse des Jeunes<sup>7</sup>.

En 2006 des éditeurs indépendants, ainsi que des éditeurs associatifs ou issus d'associations gravitent autour de trois groupes de presse dominants pour les plus jeunes :

- Groupe Hachette Filipacchi Media (HFP) (Disney Hachette Presse) ;
- Groupe Bayard / Milan ;
- Groupe La Vie-le Monde (Fleurus Jeunesse).

<sup>6</sup> Une exception chez Fleurus : le magazine de lecture de contes du monde entier *Mille et une histoires* pour les 3-7 ans contient « six pages pour répondre aux 'pourquoi' de votre enfant et satisfaire votre curiosité sur les mythes et légendes » (publicité sur le site internet de Fleurus). Quant aux suppléments de certains magazines consacrés à l'apprentissage de la lecture, appelés « outils pédagogiques », ils sont officiellement destinés aux enseignants : ainsi de *Tralalire* de Bayard pour les 2-5 ans ou le tout récent *Champions du CP* de Milan (n°1 septembre octobre 2007) pour les 6-7ans et son livret du maître accessible sur le site internet. Pour autant, rien n'empêche les parents connectés et angoissés de s'en emparer...

<sup>7</sup> Cf. <http://www.pressedesjeunes.com/spj/index.html>.

Présentons-les brièvement.

Hachette Filipacchi Médias (HFM) appartient au groupe Lagardère et est le premier éditeur mondial de médias (260 titres dans 41 pays, 38% du CA en 2004). Filiale de Hachette Filipacchi Médias, Disney Hachette Presse (DHP), créé le 1er janvier 1991, concrétise les affinités de Disney et Hachette, depuis le lancement en France en 1934 du *Journal de Mickey*. DHP représente 25% du marché de la presse jeunesse.

Bayard, propriété d'une congrégation religieuse, a été fondé en 1870 par les Augustins de l'Assomption, pour contribuer au mouvement de restauration religieuse et sociale en même temps qu'affirmer une présence catholique dynamique à travers des manifestations de masse (pèlerinages, enseignements, presse...). Le premier titre en direction des jeunes de « La maison de la Bonne Presse » date de 1895. En 1966, Bayard donne le coup d'envoi de la presse éducative contemporaine avec le lancement de *Pomme d'Api*. L'ensemble des productions jeunesse réunit chaque mois deux millions d'acheteurs de magazines et, chaque année, près de six millions d'acheteurs de livres. Un trait marquant de cette maison d'édition est son internationalisation : Bayard compte 36 millions de lecteurs dans le monde et 5 millions d'abonnés, plus de 150 magazines, dont 72 en France (chiffres cités sur le site internet <http://www.bayardpresse.com>).

Fin 2003, après 25 ans d'âpre compétition, tant sur le plan commercial qu'idéologique, Bayard, éditeur catholique, lance une OPA sur Milan, éditeur laïc et, selon l'expression de Charon, le « petit poucet » de la famille des éditeurs jeunesse. Dès sa création en 1980, Milan a été soutenu par la Ligue laïque, la Fédération nationale des francs et franches camarades (Francas) et par l'enseignement public où ses revues sont largement diffusées. Malgré la reconnaissance de la qualité des titres, la rentabilité de Milan est faible, compte tenu des coûts élevés de production et de la concurrence. Alliance<sup>8</sup> – sans fusion des groupes ni des titres, qui n'est qu'en apparence paradoxale. Comme le souligne Marc Baudriller (2003), l'idéologie qu'elle soit religieuse ou laïque a cédé le pas, au fil du temps, devant des ambitions plus pédagogiques, et aussi face à la concurrence féroce avec DHP, dominant le marché :

*« Derrière le gentil sourire de Petit Ours Brun (Bayard) ou celui des héros de Picoti (Milan) se cache une lutte au couteau sur un marché ultra concurrentiel. Les journaux pour enfants, très coûteux à réaliser, sont encore à peu près vierges de publicité. Du coup, malgré un prix au numéro élevé (entre 4 et 5 euros dans la plupart des cas), le point d'équilibre se situe généralement autour de 50 000 exemplaires. Il s'agit donc d'amortir les frais généraux sur une large gamme de titres et de fidéliser les jeunes lecteurs et leurs parents sur une longue durée. Ces trois dernières années, les créations se sont ainsi multipliées chez Bayard, Milan et Fleurus, sans parler de l'arrivée de groupes plus petits comme Play Bac (L'Actu, Mon Quotidien, etc.) ou les éditions Faton (Arkeo Junior, Le Petit Léonard, etc.) ».*

Le rachat finalisé en 2004 permet au nouvel ensemble Milan-Bayard de détenir 27% du marché de la presse enfants, dépassant de peu Disney Hachette Presse, mais il représenterait entre 70 et 80 % de la presse jeunesse éducative.

Le Monde – PVC (Publications de la Vie Catholique). Le groupe des Publications de la Vie Catholique (PVC) a été créé après la fin de la seconde guerre mondiale. En 2002, Le Monde a été retenu par les actionnaires historiques de PVC pour prendre une participation de 30% dans le capital du groupe, participation portée en 2003 à 56%. Filiale du Groupe La Vie-Le Monde, Fleurus Presse est né en 1929 avec *Cœurs vaillants* et tire ses origines de l'Union des Œuvres Catholiques de France. Autrefois connu pour la publication de ses hebdomadaires *Fripounet* et *Perlin*, Fleurus Presse a rénové l'ensemble de sa gamme et « connaît un essor important depuis 5 ans avec une diffusion et un chiffre d'affaires qui a doublé » (Extrait du site internet de Fleurus <http://www.fleuruspresse.fr>, consulté le 22 février 2007).

---

<sup>8</sup> Suite au rachat officialisé le 19 mars 2004 (transaction estimée à 50 millions d'euros), Milan Presse est désormais une Société Anonyme à Directoire (Président : Patrice Amen) et Conseil de surveillance (Président : Hubert Chicou).

## 1.2 LES OBJECTIFS DES MAISONS D'ÉDITION DU CORPUS

---

Nous avons présenté les groupes de presse, exposons succinctement les objectifs des quatre éditeurs qui seront retenus dans notre corpus (cf.infra), à savoir Bayard, Disney, Fleurus et Milan, en nous appuyant notamment sur leurs présentations commerciales.

### 1.2.1 Bayard

Les héros des revues Bayard sont très connus, en dehors même du cercle des lecteurs et lectrices des magazines, le fameux Petit Ours Brun ou la solitaire Mimi Cracra. Mais Bayard tire aujourd'hui encore sa notoriété du premier magazine pour enfants lancé il y a quarante ans, *Pomme d'Api*. Dans une interview réalisée en septembre 2006 par le site internet Ricochet, Anne-Claire Beurthey rédactrice en chef, explique : « *Les parents d'aujourd'hui (...) trouvent une occasion très précieuse de partager un bon moment avec leur enfant en ayant confiance dans la qualité de ce qui est proposé. Tout en évoluant sans cesse, Pomme d'Api est resté fidèle aux intuitions de départ qui font toujours son succès : offrir de la qualité visuelle, faire une belle place à la vie quotidienne en famille, ce terreau sur lequel se construit chaque enfant, s'adresser à la personne tout entière, ses mains, sa tête, son cœur, ouvrir sur le monde et sur les autres, et enrichir la relation parent-enfant* ».

Avec une gamme de 16 « magazines éducatifs » (sans compter la presse religieuse), des thématiques diversifiées, une offre multimédia, Bayard se donne comme « mission » de « *faire le lien, faire grandir et enchanter la vie* », en mobilisant « *les plus grands auteurs, illustrateurs, photographes pour la jeunesse ainsi que de nombreux professionnels de l'enfance* » (Catalogue général du groupe Bayard 2005 p.10). La maison d'édition insiste également sur sa « *collaboration avec des chercheurs en sciences de l'éducation, des enseignants et des parents* » (Catalogue général du groupe Bayard 2005 p.21).

La première caractéristique forte des magazines de Bayard est d'être adossée à « des valeurs », plus laïques d'ailleurs qu'on pourrait le croire, référées à la famille et à la citoyenneté. Ainsi de la rubrique « Les P'tits philosophes » pour « *discuter de questions importantes et transmettre les valeurs auxquelles ils croient* », « *écrites et conçues par la rédaction de Pomme d'Api en collaboration avec des philosophes, des enseignants, et en s'appuyant sur des échanges philosophiques avec des enfants de classe maternelle* ».

La seconde caractéristique est une volonté de diffuser des documents pédagogiques pour les parents et les enseignants. Ainsi la rédaction de Bayard a lancé le 16 octobre 2006 un service pédagogique accessible gratuitement sur son site : « *Les enseignants pourront y trouver des fiches pratiques générales pour organiser un atelier (philosophique) en classe, des fiches sur chaque thème traité par les grandes images et même un espace pour échanger leurs bonnes idées.* » (Interview de Anne-Claire Beurthey, rédactrice en chef en 2005, Ricochet septembre 2006).

### 1.2.2 Disney

Disney tient depuis longtemps une place importante et distinctive dans le paysage de la presse jeunesse française. Contrairement aux trois autres éditeurs de notre corpus, il est le seul à revendiquer le créneau de presse distractive, du moins son héritage, l'objectif affiché aujourd'hui étant de faire une presse ludo-éducative, comme en témoigne la création en 2001 de *Winnie Lecture*, magazine destiné à l'apprentissage de la lecture. La collaboration avec Hachette a permis l'élaboration d'une stratégie éditoriale, structurée en trois pôles :

- les mensuels ludo-éducatifs : *Bambi* (18 mois-4 ans), *Winnie* (3-7 ans), *Winnie Lecture* (5-8 ans), *Disney's Princesse* (3-7 ans) ;
- les magazines généralistes informatifs, interactifs et distrayants : *Le Journal de Mickey* (8-13 ans - hebdomadaire), *Picsou Magazine* (9-13 ans), *Witch Mag* (8-13 ans) ;
- les magazines de BD et de jeux : *Mickey Parade Géant*, *Super Picsou Géant*, *Winnie Jeux*, *Mickey Jeux*.

La revue *Winnie* tente de donner un aspect éducatif avec, parfois, des indications en bas de page à l'attention des parents pour expliquer les modalités du jeu, sans expliciter toutefois les aspects pédagogiques sous-jacents. Par exemple : « *L'enfant reconstituera l'ordre de construction du bonhomme de neige en observant les éléments qui apparaissent peu à peu* ». Il n'en demeure pas moins que la

presse Disney a généralement « mauvaise presse » auprès des bibliothécaires, qui ne l'achètent pas, et ses revues, considérées non comme un achat culturel, mais comme un produit distrayant, qui s'achète par impulsion, sont introuvables dans les centres de jeunesse spécialisés. D'ailleurs Disney n'offre pas de site internet à son lectorat : il ne dispose que d'un site professionnel. Pour une connaissance du groupe Disney, nous renvoyons à l'analyse très complète de Pierre Bruno dans son ouvrage *La culture de l'enfance à l'heure de la mondialisation* (2000).

### 1.2.3 Fleurus

Comptant 12 revues jeunesse, Fleurus a pour devise « *le plaisir de lire, au cœur de notre démarche, du tout petit au plus grand* », en faisant appel à des auteur-es et illustrateur-trices reconnu-es pour la jeunesse. Tentant de se démarquer de Milan à visée pédagogique forte, l'éditeur précise : « *Même si les enfants apprennent plein de choses en lisant leur magazine, notre objectif premier n'est pas pédagogique : notre tâche consiste à créer du plaisir et de la complicité avec les parents* ». Ainsi une publicité de 2000 présente *Papoum* comme un « *instrument d'échanges et de communication* », pour favoriser la relation parent-enfant.

Fleurus présente deux particularités. D'une part, les revues de Fleurus sont en avance de chaînage avec les autres revues : *Papoum* est la seule revue du corpus destinée aux enfants dès 6 mois (trois mois plus tôt que Milan et 6 mois plus tôt que Bayard) et *Abricot* est à cheval sur les deux créneaux d'âge en visant les 2 ans aussi. D'autre part, c'est le premier éditeur ayant ouvert une gamme « Filles », dont le dernier titre est *Les P'tites filles à la vanille* pour les 3-5 ans, la même tranche d'âge qu'*Abricot*. Fleurus dispose d'une équipe d'animatrices pour promouvoir les revues auprès des parents et des enseignant-es : « *Véritable liaison entre l'école, la famille et les magazines Fleurus Presse, elles peuvent guider les parents d'élèves dans le choix de la revue la plus adaptée à leur enfant, les conseiller et répondre à leurs questions sur les abonnements, et faire part de leurs réactions auprès des rédactions* ». De plus une partie du site internet est dédié aux enseignant-es.

### 1.2.4 Milan

En 2000, le groupe Milan Presse compte 15 magazines « *pour apprendre, découvrir, s'informer, aimer lire à tous les âges* » (dépliant publicitaire 2000), aux thématiques diversifiées, avec une offre multimédia. La « devise » de Milan est : « *Un enfant qui aime lire est un enfant qui s'éveille* », mettant ainsi l'accent sur l'importance des apprentissages et la lecture. Même pour les plus petits : « *Toboggan prépare, comme Picoti et Toupie, à l'apprentissage de la lecture sans l'urgence qui s'imposera lors du passage au CP* » (supplément parents de *Toboggan* d'avril 2003). Les parents se doivent de s'impliquer et d'être des alliés de l'école, voire des auxiliaires, et, aiguisés par la double injonction paradoxale de veiller à l'épanouissement de l'enfant et à sa réussite (imposée aux parents comme leurs « préoccupations »), ils sont poussés à anticiper. Et pour cela, on ne manque pas de leur rappeler insidieusement qu'il y aura « urgence » au CP, que « *chaque jour qui passe construit une personnalité où les affects sont déterminants pour la réussite d'une vie personnelle et professionnelle* ».

L'ambition ne s'arrête pas là, comme en témoigne la formule d'être un « *révélateur de personnalité* ». Les revues visent aussi à véhiculer « *des valeurs morales, des règles de vie structurantes* », « *pour que chaque enfant choisisse librement le citoyen et l'adulte qu'il sera demain* » (Claire Kowalski, adjointe au directeur des rédactions jeunesse, supplément parents de *Toboggan* d'avril 2003). C'est pourquoi les thèmes des rubriques sont soigneusement choisis « *avec l'aide de conseillers pédagogiques et d'enseignement* ». La publicité sur le site Milan indique au 8/2/2005 : « *Les publications de Milan Presse Jeunesse sont conçues par des équipes de rédaction spécialisées qui travaillent en collaboration avec des chercheurs en Sciences de l'éducation, des enseignants et des parents. Elles suivent les différentes étapes du développement de l'enfant et répondent à son besoin de découvrir, de comprendre, de faire, d'exercer sa sensibilité et de grandir* ». Pour la diffusion, Milan presse s'appuie également sur un réseau d'animatrices en milieu scolaire.

Comme on le constate, il est bien difficile de tracer des lignes de partage entre les éditeurs, sauf entre Disney et les trois autres. La marge de manœuvre de distinction est effectivement étroite dans le domaine de la presse éducative socialisatrice : d'où un investissement en tout cas plus déclaré par Milan du côté pédagogique ; d'où une ouverture sur la thématique petites filles par Fleurus pour différencier son image.

## 2. CORPUS & METHODE

---

### 2.1 LES CORPUS

---

C'est à partir des magazines pour enfants que les deux corpus d'étude – les magazines enfants et les suppléments parents - ont été définis. C'est pourquoi, nous exposons le corpus des magazines pour enfants.

#### 2.1.1 Le corpus des magazines pour enfants

Deux critères essentiels ont été croisés pour délimiter le corpus des magazines pour enfants et sélectionner les années à retenir. Des critères d'exclusion de corpus, rappelés dans l'encadré 1, ont été également posés.

##### Encadré 1 : Les critères d'exclusion du corpus

- des revues vendues chez les marchands de journaux, mais qui sont en fait des sous-produits de livres, de vidéos ou d'objets, ou bien des recyclages d'histoires traditionnelles, agrémentées de quelques jeux. Il s'agit d'ailleurs de collections très ponctuelles et non périodiques. Exemple : la revue *Lis et joue avec Oui Oui* publiée par Hachette jeunesse, collection présentée comme un mensuel de lecture avec des jeux à partir de 4 ans, est un « relookage » du héros de la série célèbre d'Enid Blyton, grâce à des jeux. Mais la revue n'est pas conçue à partir de la notion de rubriques.
- la presse religieuse ou la presse des Mouvements, c'est-à-dire des journaux de liaison, avec une segmentation moins fine. Exemple : *Copain du monde* du Secours Populaire Français.
- les magazines de contes traditionnels. Exemple : *Mille et une histoires* de Fleurus.
- les magazines de « comics » ou de « toons ».
- les magazines en langues régionales.
- les magazines faits par des enfants. Exemple : *J magazine* des Publications de l'Ecole moderne Française (PEMF).
- les magazines non mixtes, destinés aux filles.
- les magazines CD Rom. Exemples : *Clic d'Api*, *Toboclic*.
- la presse documentaire.
- les magazines qui ont moins d'une année de publication ou disparus à la fin de 2004.

Source : *Étude sur les magazines enfants*

Intéressons-nous plus précisément aux « critères de choix ».

Le premier est le critère d'âge.

Ont été choisis les magazines destinés aux enfants jusque 7 ans, pour lesquels la médiation des adultes est nécessaire tant pour l'achat ou le choix que pour l'accès aux magazines. Après 7 ans, les enfants sont en mesure de choisir et parfois de procéder à leurs achats avec leur argent de poche. De plus, sept ans est la limite d'âge qui enserme les deux premières tranches d'âge de la catégorie dite d'« éveil », créée en 2002 par le Syndicat de la Presse des Jeunes, pour harmoniser les tranches d'âge et mieux cibler le public. Cette nouvelle classification, basée sur l'âge, comprend les catégories éveil, enfance, junior et ados. Mais les âges peuvent se chevaucher. Ainsi la presse « Éveil » commence à partir de 6 mois et ne va pas au-delà de 8 ans (avant la pratique intensive de la lecture) ; le segment « Enfance » concerne les 7-13 ans ; la section « Junior » commence pour certaines maisons d'édition à partir de 6 ans jusque 15 ans ; enfin celle des « Ados » débute à partir de 11 ans. L'âge peut être croisé avec le thème. Milan, par exemple, classe ainsi ses revues : Éveil, Loisirs créatifs, Lecture, Nature, Multimédia, Actualité, Filles.

Le second critère de choix est la thématique.

L'étude a été centrée sur la presse généraliste et éducative, mixte, non sexuée, celle qui, tant pour éveiller l'enfant au monde que pour lui inculquer les prémices de la lecture, raconte des histoires de vie

et de familles en mettant en scène des personnages, humains, animaux habillés, personnages mythologiques. En fait c'est la gamme de presse jeunesse la plus ancienne, la plus importante, la plus diversifiée en rubriques, dont la lecture constitue le socle. Charon la dénomme la « *gamme pivot, l'entrée en lecture pour le tout-petit et ses parents, à partir de laquelle un éditeur va proposer différentes ouvertures sur des thématiques adaptées aux goûts et aux pôles d'intérêt* » (Charon 2002, p.41).

Les deux premiers critères choisis, l'âge et la thématique, entrent bien en congruence, puisque, au-delà de cet âge, les thématiques s'élargissent. Et du côté de la thématique lecture, certains magazines de la presse éducative s'apparentent davantage à des livres de jeunesse, avec des récits plus complexes et une raréfaction de l'image, pour viser l'apprentissage et la pratique intensive de la lecture. Rappelons que la thématique de la lecture apparaît à la fin des années 1970, suivie dans les années 1980 des autres thématiques (nature par exemple), celle des « Filles » émergeant à partir des années 1990 chez Milan et Fleurus, Bayard ayant dès la création de *Pomme d'Api* en 1966 une volonté de mixité qui ne se démentira pas.

Le troisième critère de choix concerne la sélection des années.

Cinq années ont été retenues, car l'étude ne vise pas une analyse diachronique de la presse jeunesse, mais une étude synchronique. Mais, afin de mener à bien une étude quantitative, il est nécessaire de procéder à la collecte des données sur plusieurs années, sans trop étendre le corpus à cause du renouvellement fréquent des magazines : tous les trois ans en partie et tous les huit ans en profondeur (Eisenegger in Alphom 2002). L'étude porte en définitive sur les cinq dernières années, par rapport au début de la collecte, c'est-à-dire sur les années 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.

Enfin, le corpus définitif a été « resserré » autour des quatre principaux éditeurs français : Bayard, Disney, Fleurus et Milan<sup>9</sup>. D'une part, ces éditeurs détiennent des parts de marché importantes, nous assurant ainsi de la diffusion et de la réelle influence des revues ; d'autre part, ils publient des revues « chaînées », qui couvrent complètement les tranches d'âge jusque 7 ans, ce qui permet des analyses de tendance par tranche d'âge.

Le tableau 1 récapitule la liste des 9 revues étudiées. Au total, 505 exemplaires de 9 collections de revues appartenant aux quatre grands éditeurs français ont été étudiés, en utilisant une méthode quantitative (Cf. *infra* Partie 1, 1.5.). Le tableau 1 révèle également que l'âge du lectorat baisse régulièrement depuis 40 ans. La première revue publiée en 1966 ciblait les enfants de 3 ans ; la plus récente parue en 1995 vise les enfants à partir de 6 mois. Il est notable que les revues les plus anciennes restent les plus diffusées.

Tableau 1 : Liste des revues étudiées selon leur ordre chronologique d'apparition, par éditeur, selon leur lectorat

Dates	Revues	Editeurs	Age du lectorat en mois et années	Nbre de revues étudiées sur les 5 années
1966	<i>Pomme d'Api</i>	Bayard	3-7 ans	60
1980	<i>Toboggan</i>	Milan	5-7 ans	60
1985	<i>Toupie</i>	Milan	3-5 ans	60
	<i>Winnie</i>	Disney	3-7 ans	60
1986	<i>Popi</i>	Bayard	1-3 ans	60
1987	<i>Abricot</i>	Fleurus	3-7 ans	55
1989	<i>Picoti</i>	Milan	9 mois-3 ans	60
	<i>Bambi</i>	Disney	18 mois-4 ans	58**
1995	<i>Papoum</i>	Fleurus	6 mois-2 ans	30
<b>Nombre total de magazines enfants étudiés</b>				<b>505</b>

\* N. R. : non renseigné \*\* deux revues n'ont pas été retrouvées chez Disney

Source : *Étude sur les magazines enfants*

<sup>9</sup> Au départ, il avait été envisagé de prendre en compte tous les éditeurs français ou francophones diffusant sur le territoire français, sans considérer leurs parts de marché et leur diffusion. Notamment :

- JIBENA diffusant une seule revue, *Gélatine et Gasto* ;
- TOO CUTE PUBLISHING diffusant une seule revue *Babidoux* ;
- BEST NET diffusant une seule revue *Téchou* ;
- AVERBODE, éditeur belge, peu diffusé sur le marché français.

Le tableau 2 présente un descriptif détaillé des revues du corpus, en termes de contenus et de « poids » sur le marché.

Tableau 2 : Descriptif du corpus définitif des revues généralistes d'éveil pour les enfants jusque 7 ans

Editeurs	Titres	Age du lectorat	Périodicité Format	Rédaction en chef	Tirage OJD10	Nbre de lecteurs11	Taux Pénétration 12
<b>BAYARD</b>	<i>Popi</i>	1-3 ans	Mensuel 12 n°/an 24 p.	Marie-Agnès Gaudrat puis Murielle Szac	81 290	726 560	16
	<i>Pomme d'Api</i>	3-7 ans	Mensuel 12 n°/an 36 à 50 p.	Marie-Agnès Gaudrat puis Marie Aubinais puis Sophie Coucharrière	129 247	803 757	17,7
<b>FLEURUS</b>	<i>Papoum</i>	6 mois-2 ans	Bimestriel 6 n° / an 16 à 24 p.	Pascal Teulade	N.R.*	417.572	9,2
	<i>Abricot</i>	2-5 ans	Mensuel 11 n°/an 36 p.	Pascal Teulade	84 262	504.000	17,2
<b>MILAN</b>	<i>Picoti</i>	9 mois-3 ans	Mensuel 12 n°/an 24 p.	Jeanne Faivelic	48 794	512 766	12,6
	<i>Toupie</i>	3-5 ans	Mensuel 12 n°/an 32 à 36 p.	Jeanne Faivelic	72 866	367 821	8,1
	<i>Toboggan</i>	5-7 ans	Mensuel 12 n°/an 48 p	Claire Kowalski	76 551	563 084	12,4
<b>DISNEY</b>	<i>Bambi</i>	18 mois-4 ans	Mensuel 12 n°/an 32 p	Lisette Morival	51 763	530.000	11,7
	<i>Winnie</i>	3-7 ans	Mensuel 12 n°/ an 32 à 48 p.	Lisette Morival	115 899	853 708	18,8

\* N. R. : non renseigné -.

Source : *Étude sur les magazines enfants*

Le lectorat est tout autant les enfants que les adultes, comprenant parents et enseignant-es, voire médiateurs-médiatrices du livre. L'influence des parents, dont les enfants sont dépendants, permet de masquer la différence sexuée en matière d'accès et de choix de lecture. Ainsi *Pomme d'Api* de Bayard est lu par 50 % de garçons et 50 % de filles (Lallouet 2006). En revanche, il y a bien une différence d'accès entre les catégories socio-professionnelles, comme le montre le tableau 4, extrait de Charon (2002, p.55), avec un écart maximum de 18 %, entre les cadres (74 %) et les ouvriers (56%).

<sup>10</sup> Chiffres OJD 2005-2006 disponibles sur internet (<http://www.ojd.com>). L'OJD, association pour le contrôle de la diffusion des médias de la presse française, est un organisme de référence pour la certification des chiffres de tirage, de diffusion et de distribution de la presse française, ainsi que de la fréquentation des sites internet. C'est un organisme représentatif puisque 97 % des titres diffusant à plus de 100.000 exemplaires sont adhérents.

<sup>11</sup> Selon Consojunior 2006, étude media marché menée auprès de la cible des 2-19 ans tous les deux ans, disponible sur le site internet <http://www.emapmedia.com>.

<sup>12</sup> Selon Consojunior 2006 (voir note précédente). Le taux de pénétration du marché est un terme utilisé en marketing pour désigner la couverture du marché par un produit ou service. Il s'exprime en pourcentage et s'obtient par le rapport suivant : nombre de consommateurs qui possèdent le produit ou service / population totale.

Tableau 3 : Accès au magazine selon les catégories socio-professionnelles (en%)

Cadres	74 %
Professions intermédiaires	67 %
Employés	61 %
Ouvriers	56 %

Source : Charon J.-M. (2002) La presse des jeunes. Paris : La Découverte, p. 55

## 2.1.2 Le corpus des suppléments parents

Dans les 9 collections de magazines enfants sélectionnées des quatre principales maisons d'édition en France, il a été choisi d'étudier également les pages destinées aux parents, qu'elles soient partie prenante du magazine enfant ou qu'elles soient constituées en encarts ou livrets détachables au centre du magazine. Si Bayard, Fleurus, Milan proposent dans chacune de leur revue un supplément parents, Disney, seul éditeur ayant fait le choix explicite de la distraction malgré des magazines dits « ludo-éducatifs », ne publie des pages parents que dans la revue du premier âge *Bambi*, et encore s'agit-il d'extraits déjà publiés dans des magazines pour adultes du groupe éditorial. L'offre est inégale et diversifiée, notamment du point de vue quantitatif, comme le montre le tableau 4 de présentation du corpus des suppléments parents des 4 éditeurs sélectionnés.

Les suppléments pour les parents sont consubstantiels aux magazines pour les enfants, puisque, selon les rédactions interrogées, ils ont été créés dès l'apparition du premier magazine moderne *Pomme d'Api* en 1966, malgré une irrégularité de parution au départ. A l'exception de celui de *Papoum* récemment disparu<sup>13</sup>, ils deviennent au cours des ans plus réguliers, et sans devenir plus luxueux, certains s'étoffent.

Tableau 4 : Présentation du corpus des suppléments parents des 4 éditeurs sélectionnés

Revue et Titres des suppléments parents en 2000/14, selon l'éditeur	Nombre de Suppléments Parents	Descriptif du supplément parents
<b>BAYARD</b>		
<i>POPI – Popi Parents</i>	59	Livret détachable de 8 pages
<i>POMME d'API – Parents Poche</i>	60	Livret détachable de 16 ou 32 pages
<b>DISNEY</b>		
<i>BAMBI – Sans titre</i>	46	2 pages intégrées
<b>FLEURUS</b>		
<i>PAPOUM – Parents Papoum</i>	22	Livret détachable de 24 ou 36 pages
<i>ABRICOT – Sans titre</i>	55	3-4 pages intégrées
<b>MILAN</b>		
<i>PICOTI – Picoti Parents</i>	36	Livret détachable de 4 puis 8 pages
<i>TOUPIE – Toupie parents</i>	60	Livret détachable 8 pages
<i>TOBOGGAN – Tob Parents</i>	60	Livret détachable 16 pages
<b>Nombre total</b>	<b>398 suppléments parents étudiés</b>	

Source : Étude sur les suppléments parents

Au total ont été étudiés, de manière qualitative (cf. *infra* Partie 1, le point 1.5), tous les suppléments existants dans 8 des 9 magazines pour enfants, soit 398 exemplaires.

<sup>13</sup> Selon la rédaction, un choix économique a dû s'opérer entre le maintien d'un supplément parent et la mensualisation du magazine enfant, la bimensualité constituant une exception dans le paysage de la presse et sans doute un handicap commercial.

<sup>14</sup> Effectivement certains suppléments connaissent au cours des cinq années étudiées des modifications et notamment peuvent voir leur titre légèrement modifié : n'est mentionné ici que le titre de l'année 2000.

## 2.2 L'ANALYSE QUALITATIVE DU SUPPLÉMENT PARENTS

Les suppléments parents ont fait l'objet d'une analyse qualitative, notamment étant donné la trop grande hétérogénéité de forme et de fond.

### 2.2.1 Un matériau hétérogène, un objectif commun

Le supplément parents, effectivement destiné aux parents<sup>15</sup>, est un appendice caché du magazine pour enfants, n'accédant pas au statut de magazine doté des caractéristiques générales de la presse telles qu'énoncées plus haut par Charon (1999) (Cf. Partie 1, Point 1.1.1 Caractéristiques générales). Sans valeur marchande, c'est un matériau fortement hétérogène, avec un nombre de pages variant selon les maisons d'édition, de 3 à 36 pages, soit intégrées dans le magazine pour enfant, soit présentées sous forme d'encart détachable permettant aux parents de les garder par devers eux. Dans ce dernier cas, c'est un petit livret de moindre dimension que le magazine enfant, au grammage léger et au graphisme simplifié.

Décrivons-en donc le contenu. Au fil des collections, maintes rubriques se découvrent, comme le montre le tableau 5 : sommaire, éditorial, courrier ou forum de parents, des publicités, des pages non publicitaires de sélection d'objets, de livres, de jeux, etc., des informations culturelles, des présentations ou des sommaires du magazine enfant, des articles sur des questions concernant soit les parents soit les enfants et parfois des activités pour les enfants (coloriages, comptines ou histoires). La forme conditionne assez logiquement le contenu : les brochures les plus importantes comportent plusieurs types de rubriques différentes ; les plus réduites un ou deux.

Dans le pseudo foisonnement de rubriques et sous l'apparente hétérogénéité des suppléments, un point commun se distingue, celui d'offrir au moins un dossier plus ou moins étoffé traitant d'éducation, aux appellations et modalités variées « Question/réponse », « Dossier », « Zoom », « Enquête », « Chronique » etc., comportant éventuellement conseils, témoignages, bibliographie et faisant appel le plus souvent à un-e ou des spécialistes, variant ou non à chaque numéro, extérieur-es à la rédaction, appartenant à diverses disciplines. Quel que soit le supplément, deux axes sont traités : l'un concernant les parents, l'autre les enfants. Les témoignages de parents et des références culturelles par le biais de citations peuvent aussi compléter l'exploration thématique.

Ainsi essentiellement dédié aux parents, même si des activités pour enfants peuvent y figurer, le supplément parents diffuse des savoirs vulgarisés et des normes en matière d'éducation.

Tableau 5 : Présentation détaillée des suppléments parents étudiés par revue et éditeur

Nombre de Revues par éditeur	Rubriques du supplément parent	Dossiers : Équipe rédactionnelle Discipline dominante Sexe majoritaire	Dominantes thématiques des dossiers selon l'axe (parents/enfants)
<b>BAYARD</b> <b>59 POPI</b>  Livret détachable 8 p	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Editoriaux</li> <li>• Courrier des parents</li> <li>• 58 dossiers</li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets...</li> <li>• Publicités</li> <li>• Activités pour enfants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Équipe de rédaction</li> <li>• Des expert-e-s</li> <li>- Sans dominante : psychologie, médecine, éducation</li> <li>- Majorité de femmes</li> <li>• A partir d'août 2002 : un psychologue</li> <li>• Témoignages</li> </ul>	<p><b>58 thèmes</b></p> <p>Parents : 18 Dominantes : transmission et rôles parentaux</p> <p>Enfants : 40 Dominantes : vie quotidienne et apprentissages</p>
<b>BAYARD</b> <b>60 POMME</b> <i>d'API</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Editoriaux</li> <li>• Forum parents</li> <li>• 44 dossiers ou enquêtes ou lettre écrite par une personnalité aux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Équipe de rédaction</li> <li>• Des expert-es nombreux-es</li> <li>- Dominante : arts,</li> </ul>	<p><b>44 thèmes</b></p> <p>Parents : 15 Dominante : relations familiales</p>

<sup>15</sup> Bien que la presse jeunesse investisse les lieux collectifs comme les crèches ou les écoles, il ne semble pas s'adresser aux éducateurs et éducatrices.

Livret détachable 16 ou 32 p	<b>parents</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>12 Livrets d'activités</b></li> <li>• 16 Activités ludiques</li> <li>• 1 BD pour les parents</li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets</li> <li>• Publicités</li> <li>• Activité manuelle à réaliser avec les enfants</li> </ul>	éducation, psychologie - Parité de sexe <ul style="list-style-type: none"> <li>• Références culturelles et témoignages parents, professionnels et enfants</li> </ul>	Enfants : 29 Dominantes : apprentissages (notamment questions métaphysiques)
<b>FLEURUS</b> <b>22 PAPOUM</b> Livret détachable 24 ou 36 p	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>22 Editoriaux</b></li> <li>• 14 Activités pour enfants</li> <li>• 8 Conseils pratiques</li> <li>• Publicités</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Équipe de rédaction</li> </ul>	
<b>FLEURUS</b> <b>55 ABRICOT</b>  3-4 pages intégrées	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>55 dossiers ou interviews</b></li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une journaliste</li> <li>• A partir de 2001, une journaliste et un-e expert-e</li> <li>- Dominante : psychologie</li> <li>- Femmes</li> <li>• Témoignages de mères et références culturelles littéraires</li> </ul>	<b>55 thèmes psychologiques</b> Parents : 13 Dominantes : places familiales et rôles parentaux  Enfants : 42 Dominantes : comportements et vie quotidienne
<b>MILAN</b> <b>60 PICOTI</b>  Livret détachable 4 puis 8 p	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sommaires et brefs éditoriaux</li> <li>• <b>28 Editoriaux</b></li> <li>• <b>31 Dossiers</b></li> <li>• Rubriques Education</li> <li>• Publicités</li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un-e expert-e</li> <li>- Dominante : psychologie</li> <li>- Femmes</li> </ul>	<b>31 thèmes psychologiques</b> Parents : 10 Dominante : les rôles parentaux  Enfants : 21 Dominante : apprentissages
<b>MILAN</b> <b>60 TOUPIE</b>  Livret détachable 8 p	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sommaires et brefs éditoriaux</li> <li>• <b>54 Dossiers</b></li> <li>• Rubriques Education</li> <li>• Informations et rubriques culturelles</li> <li>• Publicités</li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des expert-es</li> <li>- Dominantes : éducation et psychologie</li> <li>- Femmes</li> <li>• Quelques références culturelles</li> </ul>	<b>54 thèmes</b> Parents : 17 Dominantes : les rôles parentaux , les relations familiales et la transmission  Enfants : 37 Dominantes : apprentissages et vie quotidienne
<b>MILAN</b> <b>60 TOBOGGAN</b>  Livret détachable 16 p	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sommaires</li> <li>• <b>46 dossiers</b></li> <li>• <b>Rubriques Education</b></li> <li>• Informations et rubriques culturelles</li> <li>• Publicités</li> <li>• Sélection d'objets, de livres, de jouets</li> <li>• Activités pour enfants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un-e expert-e</li> <li>- Dominantes : éducation et psychologie</li> <li>- Femmes</li> </ul>	<b>46 thèmes</b> Parents : 17 Dominante : informations sur et pour les enfants  Enfants : 29 Dominantes : apprentissages et vie quotidienne

**En gras, les rubriques analysées**

Source : Étude sur les suppléments parents

## 2.2.2 Les rubriques analysées

L'objectif n'est pas d'étudier l'ensemble des normes éducatives en vigueur, mais de décrypter si les normes diffusées dans les discours sur l'éducation comportent une dimension sexuée en matière d'éducation. Une sexualité transparaît-elle, du point de vue des identités ou des rôles des enfants ou des parents ? Autrement dit : est-il question d'enfants et de parents, dans des positions indifférentes, interchangeables, ou bien traite-t-on de filles, de garçons, de pères et de mères, voire d'hommes et de femmes, à des places et dans des relations spécifiques ?

Pour répondre à cette question, nous avons sélectionné les rubriques traitant de questions d'éducation et véhiculant un discours sexué. Dans le corpus, trois rubriques sont concernées : les éditoriaux, le courrier parents, le « dossier éducatif ». En effet, les rubriques consacrées, soit au mode d'emploi du magazine enfant, comme « Ce mois-ci dans... » dans les suppléments Milan, soit une chronique comme « Education » dans le supplément de *Toboggan*, toujours chez Milan, tenue par Eveline Charmeux, professeur honoraire des IUFM, se focalisent sur les apprentissages, évitant soigneusement toute normalisation sexuée. On constate ainsi dans ces rubriques dédiées aux apprentissages un phénomène de « neutralisation » en matière de socialisation, sous influence peut-être de l'école : l'enfant qui apprend à lire est prétendument un neutre comme doit l'être l'élève.

## 2.2.3 La grille d'analyse

Les rubriques « éditorial », « courrier des parents » « éducation » de chaque collection de suppléments parents sont analysées par trois séries de questions.

Dans un premier temps, sont posées des questions formelles :

- De quel nombre de suppléments dispose-t-on par revue ?
- Quelles sont les évolutions durant les cinq années ? Quelle est la composition du supplément, voire les compositions selon les époques ? Précisons que les compositions données sont des compositions standard, qui peuvent être modifiées, notamment par l'ajout de publicités (en particulier en décembre).

Sont précisées les rubriques retenues pour l'analyse.

Dans un second temps, sont étudiés les contenus des rubriques « éditorial », éventuellement « courrier des parents » et « éducation », avec les questions suivantes :

- Quelles sont les thématiques, en distinguant celles concernant les parents et celles concernant les enfants ? Trois sous-thématiques ont été définies dans chacun des axes :
  - a) Axe sur les parents : relations et rôles familiaux/transmission de valeurs/dossiers informatifs
  - b) Axe sur les enfants : vie quotidienne/comportement/apprentissages.
- Quels sont les auteur-es, rédacteur-rédactrices des rubriques ? Des références culturelles sont-elles utilisées ?
- Peut-on déterminer le sexe des « destinataires » ou objets des discours, adultes et enfants ?

Dans un troisième temps, nous avons tenté de cerner si est construite de « la différence des sexes » :

- Adultes et enfants sont-ils évoqués de manière neutre ou sexuée ?
- Evoque-t-on certaines identités et certains rôles en fonction du sexe ?
- Comment s'articulent les identités et les rôles sexués ? quelles théories sont invoquées ?

L'analyse des suppléments parents est présentée par maison d'édition. Puis, selon éditeur, soit l'analyse est globale pour toutes les revues de l'éditeur, soit elle est faite par revue quand les suppléments sont très importants.

\* \* \* \* \*

Les magazines pour enfants et leurs pages parents méritent de retenir l'attention.

En effet, les médias constituent à l'heure actuelle une instance de socialisation à part entière pour les enfants, à côté de la famille, de l'école, des pairs, d'autant que les médias, écrits à tout le moins, infiltrent les lieux d'accueil collectifs et les écoles. En dépit de sa non pérennité, c'est tout à fait le cas du magazine, vecteur éducationnel, tout à la fois outil relationnel entre le parent et l'enfant et trait d'union entre la famille et l'école.

Aux enjeux idéologiques s'ajoutent des enjeux économiques pouvant receler à leur tour d'autres enjeux idéologiques. En effet, certaines maisons de presse se targuent de leur colonisation de l'école pour tenter de vendre leur partenariat à des marques afin qu'à leur tour elles y pénètrent. D'où l'incitation de Pierre Bruno à prendre en compte : « *Le marché de l'éducatif, au sens élargi du terme, mérite cependant d'être regardé d'un œil critique, d'autant que les dérives potentielles ne sont pas le seul fait des multinationales étrangères* » (2002 p.113).

Quant aux fascicules pour les parents, malgré leur apparence anodine, sinon dérisoire, les enjeux ne sont pas moindres, comme en témoigne l'ancienneté de leur existence. Les parents auxquels on s'adresse sont les médiateurs incontournables pour faire prospérer les magazines. Ces petits livrets ont donc pour vocation de socialiser les parents, en s'appuyant sur le double mouvement de la psychologisation et de la pédagogisation de la société.

Pour notre part, nous avons choisi de porter un regard sociologique, adossé aux notions de genre et de représentations, sur ces deux objets. Quelles images de la famille, quels types de pères et de mères, d'hommes et de femmes, de filles et de garçons, quelles relations entre les sexes promeut-on pour ces très jeunes enfants et ces parents qu'on veut explicitement modeler ? Tient-on compte du fait que le 20ème siècle a construit progressivement un système égalitaire de droits, mais que les inégalités subsistent ? Une lecture sexuée a semblé pertinente au regard de la valeur « égalité des sexes », enjeu de notre société démocratique.

### 3. ETUDE QUALITATIVE DES SUPPLEMENTS PARENTS

---

#### 3.1 INTRODUCTION

---

8 des 9 magazines éducatifs pour enfants retenus comprennent des suppléments parents, soit 398 exemplaires : ils ont été étudiés de manière qualitative (cf. tableau 5 pour la présentation des 8 collections).

La lecture des suppléments parents est précieuse, à plus d'un titre.

Elle peut permettre d'éclairer le fonctionnement du magazine enfant, grâce aux présentations des rubriques qui y sont faites, aux interprétations des héros et de leurs comportements qui y sont livrées, aux utilisations qui y sont suggérées. Ces données recueillies ont d'ailleurs été utilisées pour l'étude des magazines pour enfants (Cf. Partie 3). Mais si les suppléments parents ne servaient qu'à cela, ils n'auraient certainement pas lieu d'être - de simples consignes dans les marges des rubriques des magazines enfant, comme il en existe parfois, suffiraient - et ne mériteraient pas une étude à part entière.

Le supplément représente à la fois l'effort de communication constant en direction des adultes pour fidéliser les lectorats soumis à tant d'offres éducatives, et l'effort de socialisation pour modeler la bonne posture du parent, en matière de médiation du magazine comme de travail parental d'éducation. Ainsi le magazine pour les enfants et le livret pour les parents constituent des outils complémentaires de modélisation et normalisation, outils en miroir qui se renforcent mutuellement. A usage des enfants, versus à usage des parents s'énoncent les normes, les valeurs, les goûts : « *Sans doute trouve-t-on déjà, dans les fascicules destinés aux enfants ou dans les livrets d'accompagnement destinés aux parents, des initiations à d'autres outils distinctifs comme le goût ou l'idéologie (ce terme est ici employé au sens réducteur du terme, c'est-à-dire comme ensemble structuré et objectivé de valeurs)* » (Bruno, 2001 p.99).

Nous circonscrivons notre champ d'analyse à décrypter les normes sexuées. Nous verrons que la question de la différence des sexes en tant que telle est rarement abordée de front. En raison du principe d'égalité et aussi de la scolarisation, il n'est guère possible en effet de prôner de socialisation différenciée des enfants. En revanche, les rôles sexués des parents différenciés dans la réalité (Algava 2002, Barrère-Maurisson 2004, Ferrand 2004, Octobre 2004) peuvent, non seulement ne pas être remis en cause, mais renforcés. Par la transmission de modèles parentaux sexués, se construit de la différence des sexes.

## 3.2 SUPPLEMENT DE DISNEY : LES PAGES PARENTS DE *BAMBI*

Deux revues appartenant au groupe Disney ont été étudiées : *Bambi*, revue destinée aux 18 mois-4 ans et *Winnie*, pour les 3-7 ans. Seule la revue *Bambi* comporte, à l'intérieur du magazine de 32 pages, une page ou le plus souvent deux pour les parents, intégrées au magazine. L'encadré 2 rappelle les caractéristiques générales de la revue *Bambi*.

### Encadré 2 : Caractéristiques générales de *Bambi* de Disney

*Bambi*, revue créée en 1989, a une diffusion payée de 51 763 exemplaires (Site OJD 2005-2006) et un taux de pénétration de 11,6% (Consojunior 2006). Mais Disney est le premier éditeur en volume en kiosque, avec des revues considérées comme des produits distrayants et donc des achats « coup de cœur ». Charon (2002) estime son nombre de lecteurs à 530 000. La revue est la moins chère de la gamme (3,90 euros fin 2004 contre 4,70 pour *Popi* de Bayard, 4,50 pour *Papoum* de Fleurus ou *Picoti* de Milan).

Source : *Étude sur les suppléments parents*

### 3.2.1 Présentation et composition du supplément parents de la revue de Disney

Les pages parents sont des reprises d'articles publiés dans *Parents* ou *Top famille* appartenant au groupe Hachette Filipacchi Médias, revues s'adressant aux mères avec enfants en bas âge<sup>16</sup>. Selon la rédaction de *Bambi*, l'ajout de pages « parents » dans le magazine pour enfants a pour objectif d'attirer les publicitaires. En effet, ces derniers se désintéressent en général de la presse du premier créneau d'âge, jugée non rentable (Charon 2002). Rappelons que certaines maisons d'édition effectivement « se tournent (...) vers la prestation de services, voire le conseil spécialisé (création de publicités adaptées aux tout-petits, de jeux concours pour les moyens ou de cahiers édités par les marques comme ce fut le cas, par exemple, pour *Décathlon* avec Pomme d'Api ou *Nestlé* dans les titres de Milan Presse) » (*Marketing Magazine* n°27, 1998, « La presse diversifie ses recettes de publicité et presse jeunesse »).

Même si la rubrique n'est pas élaborée au sein de la rédaction de *Bambi* et donc n'est pas en lien avec le contenu de la revue pour enfants, il a semblé intéressant de procéder à une analyse de ces pages, partie prenante du magazine pour enfant.

Publiées irrégulièrement, on dispose au total de 46 rubriques (12 rubriques pour chacune des années 2000 et 2001, 9 en 2002, 6 en 2003 et 7 en 2004), ainsi composées :

- une page de sélection d'ouvrages, de jouets, d'objets pour les enfants.
- une page de « question(s)/réponse(s) », comportant en 2000, 2 ou 3 questions, puis les années suivantes, une question succincte, censée émaner d'un parent, dont l'identité n'est pas mentionnée. Il s'agit d'une question retravaillée pour s'adresser à un public parental le plus large possible, au-delà de cas individuels et particuliers. La longueur des réponses est fonction du nombre de questions traitées.

Est analysée la rubrique « Des réponses à vos questions ».

### 3.2.2 Les 52 thèmes des pages parents de *Bambi*

Sur les 49 rubriques, 3 sont des recettes de cuisine et 46 des questions de parents, qui abordent 52 thèmes, concernant les parents et majoritairement les enfants.

<sup>16</sup> Cf. la publicité lue sur internet le 19 octobre 2006 : « Pour séduire de nouvelles lectrices (...) le cœur de magazine a été redensifié avec une offre éditoriale autour des relations familiales pour s'ajuster au mieux aux désirs des mamans et les accompagner dans leur quotidien. (...) Top Famille est le titre leader en affinité sur les mères 25/40 ans AB et sur les mères multipares avec enfant de moins de 2 ans. Top Famille, c'est encore et toujours le titre le plus économique, le plus CSP+ de la Presse Féminine Familiale et aussi le plus transversal des féminins familiaux de 0 à 16 ans. »

### 3.2.2.1 Les 9 questions concernant les parents

Les 9 questions pour les parents traitent essentiellement des relations familiales ou des rôles parentaux (8 sur 9) : l'annonce d'une grossesse à l'enfant (2), les problèmes d'organisation liés à la naissance (1), la conciliation du travail et de la maternité (1), la monoparentalité maternelle (1), les relations de la mère, avec la belle-mère (1), avec le mari qui gâte trop l'enfant (1), avec l'enfant (1). Une seule question touche à la transmission de valeurs : la croyance du Père Noël.

### 3.2.2.2 Les 43 questions concernant les enfants

Les questions les plus fréquentes concernant les enfants ont pour objet les comportements (19 occurrences) ; classiquement il s'agit des « problèmes » tels que les peurs, les régressions de l'enfant, les relations, notamment familiales, etc., sauf trois qui évoquent un comportement positif : le désir d'autonomie. Arrive en seconde position avec 16 occurrences la vie quotidienne de l'enfant. Les apprentissages ne sont abordés que 9 fois en 5 ans ; l'école n'apparaît que 3 fois, confirmant que la revue n'est pas centrée sur les apprentissages éducatifs. L'encadré 3 résume les 43 questions concernant les enfants.

### 3.2.2.3 Les rédacteurs et rédactrices

Les parents sont encouragés à écrire avec cette mention : « Une institutrice, un pédiatre, un psychologue vous répondent ». Les rédacteurs et rédactrices de cette page « parents » ne sont pas systématiquement identifiés, néanmoins, quatre noms reviennent à plusieurs reprises : François Trung, psychoclinicien ; Josiane Mattei, directrice d'école maternelle ; Claire André, psychologue ; Yvonne Poncet-Bonissol psychologue. Répondent donc trois psychologues et une éducatrice, trois femmes et un homme, et ce en lien avec les thèmes abordés, thèmes psychologiques liés au développement du petit enfant, plutôt qu'aux apprentissages intellectuels.

#### Encadré 3 : Les 43 questions concernant les enfants dans les pages Parents de *Bambi*

##### 1) Comportements de l'enfant : 19 fois

- Attitudes comportementales et relations (12) : timidité versus hyperactivité (4), les bêtises (1), ne pas prêter ses jouets (1), l'opposition (1), le refus des câlins (1), les disputes entre frères (1), le désir ou les manifestations d'autonomie (3)  
- Peurs ou régressions (7) : le refus de dormir dans son lit (3), le biberon, la tétine (2), le noir (1), l'énurésie (1)

##### 2) Vie quotidienne de l'enfant : 16 fois

- Santé (11) dont l'obésité (6)  
- Loisirs (5 fois) : les jouets (2), l'animal (1), la télévision (2)

##### 3) Apprentissages : 8 fois

Langage et lecture (5), école (3)

Source : *Étude sur les suppléments parents*

### 3.2.2.4 Les destinataires et objets des discours

La plupart des questions émane de mères, ce qui est logique pour des extraits de magazines destinés aux mères. Une fois, il est spécifié que le père à propos d'un enfant mutique pose la question : la gravité de la situation – voire la pathologie – explique-t-elle cette implication paternelle ?

L'identité sexuée n'est d'ailleurs pas cachée : elle transparaît dans la formulation de la question, ne serait-ce que dans les accords grammaticaux - « Je suis épuisée moralement et physiquement », « On peut se sentir étouffée », « L'important est d'agir rapidement pour que vous arriviez à ne plus vous sentir débordée », « Votre rôle est d'être vigilante et disponible pour soutenir, encourager, discuter », etc. Même l'organisation après une naissance ne concerne que la mère : après un conseil compatissant écrit au

féminin, sont prodigués des conseils de cuisine « *aux mères archinulles en cuisine* ». Aussi peut-on légitimement en déduire que les rares fois où aucune marque de sexuation n'apparaît, on s'adresse bien aux mères et que les tâches signalées les concernent : nourrir l'enfant, le protéger du soleil ou de la pollution, l'emmener chez le médecin ou le coiffeur, s'occuper de l'enfant qui veut aider à la cuisine.

Concernant l'enfant, on s'efforce à la neutralité par l'emploi d'un terme neutre comme « l'enfant » (18 fois), mais le plus souvent apparaît un garçon (19 fois). Dans 15 cas, la question concerne une fille.

### 3.2.3 La différence des sexes dans Disney

Disney véhicule une conception naturalisante de la différence des sexes à propos des enfants, plus souvent du garçon, dans deux situations, le jeu à la poupée et le refus des câlins, qui permet d'ailleurs de faire apparaître le père :

- « *Soyez sans inquiétude : jouer à la poupée quand on est un garçon de 2 ans n'a rien d'inhabituel. En effet, souvent à cet âge-là, l'enfant ne reconnaît pas son appartenance à un sexe (...)* Pour votre jeune garçon, le besoin de se différencier du sexe opposé deviendra le moment venu une nécessité ».

- « *Votre fils commence à comprendre que son souhait le plus cher - plus tard quand je serai grand j'épouserai maman - ne se réalisera jamais. Papa est là pour l'interdire* ».

Dans les deux cas, la réponse s'appuie sur des connaissances psychologiques classiques assénées et non explicitées, apportées comme des assurances et évidences naturelles : ainsi la différence des sexes s'impose d'elle-même, en temps voulu, elle advient forcément, sinon le père est là, la loi incarnée.

Concernant les parents, les rôles parentaux sont mis en exergue, puisque les thèmes s'articulent autour de la relation mère/enfant (plutôt même mère/garçon), relation majeure au sein d'une famille nucléaire, les autres liens étant quasi inexistantes, si ce n'est la relation belle-fille/belle-mère. Ils sont fortement sexués et genrés, à partir du rôle de la mère.

Un unique rôle maternel se dessine, dans un contexte où l'individuel, le quotidien, le psychologique priment et où le social et la socialisation sont absents, celui de se consacrer à l'élevage de son enfant. Le travail féminin apparaît une fois, au sujet d'une mère... assistante maternelle, la crèche est un univers inconnu, seule l'école a droit de cité, alors que, rappelons-le, le magazine est destiné aux enfants jusque 4 ans.

Face à l'omniprésence du rôle maternel, est évoqué très en pointillé (à trois reprises) le rôle d'un père absent et abstrait, séparateur de la mère et de l'enfant, constructeur de l'identité sexuée, comme nous l'avons vu plus haut à propos de la sexualité du garçon, incarnant la loi : « *Parlez-en avec son père* » (des bêtises d'un fils). Une seule fois, les rôles des parents sont considérés de manière égalitaire : « *Papa ou Maman lit une histoire et c'est un instant magique où se crée une complicité* ».

Dans Disney, les discours psychologiques tenus par des femmes véhiculent l'idée d'une différence des sexes naturelle qui conduit à une hiérarchisation tacite des rôles parentaux, martelés pour la mère, révélés en creux pour le père, sans référence à la norme d'égalité. Ils sont bipolaires et inégalitaires : une mère au foyer, un père absent (du foyer). Dans ces revues destinées à des catégories socio-professionnelles inférieures, les pages parents se veulent des aides concrètes aux femmes pour remplir leur rôle maternel d'élevage, par des conseils pratiques et normatifs pour régler les aspects de leur vie quotidienne (recettes de cuisine à l'appui) comme les comportements des enfants. Et faire croire aux mères aux « *plaisirs simples de la vie de famille* » (juillet 2002) ?

### 3.3 SUPPLEMENTS DE FLEURUS : « PARENTS PAPOUM » DE *PAPOUM* ET LES PAGES PARENTS D'*ABRICOT*

---

Deux revues du groupe Fleurus ont été analysées : *Papoum*, pour les 6 mois-2 ans et *Abricot*, pour les 2-5 ans. Les deux revues, dont l'encadré 4 rappelle les caractéristiques générales, comportent des suppléments parents.

Les pages parents de *Papoum*, intitulées « Parents Papoum », constituent un livret détachable, comportant entre 24 et 36 pages, apparemment irrégulier. Les pages parents d'*Abricot*, entre 4 et 6, sont incluses dans le magazine pour enfants sans titre spécifique.

#### Encadré 4 : Caractéristiques générales des revues *Papoum* et *Abricot* de Fleurus

*Papoum*, créée en 1995, est une revue bimestrielle de 16 pages en 2000, puis de 24 pages à partir de juillet/août 2002. Son slogan est « Lire c'est grandir ». Nous ne disposons pas d'information sur son tirage. Consojunior 2000 (Charon 2002) indique 173 000 lecteurs de 2 à 7 ans, avec un taux de pénétration du marché de 4 % et de 9,2 % en 2006.

*Abricot*, créé en 1987, est publié 11 fois par an et comprend 36 pages, sans grande modification pendant les cinq années. Dans un encart publicitaire d'octobre 2000, la revue est ainsi présentée : « Pour partager de grands moments de tendresse et de complicité avec votre enfant. Conçu comme une véritable gourmandise à savourer à deux, *Abricot* guide votre enfant dans son développement ». L'OJD donne pour 2005-2006 une diffusion de 84 262 exemplaires. Consojunior 2000 (Charon 2002) indique 504 000 lecteurs de 2 à 7 ans (taux de pénétration de 12 % et de 17,2 % en 2006).

Source : Étude sur les suppléments parents

#### 3.3.1 Présentation et composition des suppléments parents des deux revues de fleurus

Parmi les 30 numéros de *Papoum*, nous n'avons retrouvé que 22 suppléments détachables, soit qu'ils n'existent pas dans tous les numéros, soit qu'ils n'aient pas été conservés. Chaque livret entre 24 et 36 pages est thématique et se compose en général de :

- une page d'éditorial,
- un document thématique,
- trois pages de publicité,
- une page de résultat de concours organisé pour les lecteurs et lectrices du magazine.

Sont analysés globalement les 22 éditoriaux et thèmes.

En revanche, les pages Parents d'*Abricot*, incluses à la fin du magazine et sans titre spécifique, sont régulièrement publiées et nous disposons de 55 « suppléments » thématiques, modifiés au cours des cinq années avec deux périodes essentielles.

Jusqu'en octobre 2001, s'étoffant au fil du temps, les pages parents comptent entre 2 pages et demie et 4 pages et demie. Le thème est traité par une journaliste, suivi de conseils pratiques et/ou de sélection d'ouvrages. L'entretien avec un-e expert-e est facultatif. A partir novembre 2001, sous la direction d'une seule journaliste (Isabelle Bauer), la rubrique oscille entre 3 et 4 pages et s'ouvre sur une photo d'enfant et la présentation du/de la spécialiste. L'interview se déroule sous forme de questions/réponses, suivi de témoignages (les parents ayant été sollicités le mois d'avant), de citations d'auteurs, d'une bibliographie, de conseils. En 2004, l'adresse aux parents est la suivante : « Racontez-vous. Pas facile tous les jours d'être parents, de gérer petits et gros soucis du quotidien ... ou de répondre aux grandes questions des enfants. Les témoignages d'autres parents peuvent vous aider ».

Sont analysés les 55 thèmes.

### 3.3.2 Les 22 éditoriaux et dossiers de « Parents Papoum » de *Papoum*

#### 3.3.2.1 Activités ludiques et conseils pratiques

L'éditorial d'une page, signé par l'équipe de *Papoum*, présente le contenu du livret, lequel n'est pas en lien avec le contenu du magazine. Exceptionnellement, l'éditorial du n°35 de juillet/août 2002 dévoile les nouvelles rubriques du magazine enfant, celui-ci connaissant les modifications les plus importantes au cours de ces cinq ans (à savoir l'augmentation du nombre de pages de 16 à 24 pages, une nouvelle histoire avec un nouveau personnage fidélisateur, de nouvelles rubriques).

L'éditorial insiste sur le côté concret et pratique du livret, qui contient une « mine d'astuces », une foule d'idées, un « guide truffé d'adresses ». Par exemple à propos de Noël : « *Comment faire participer Bébé ? Voici une foule d'idées toutes simples, gourmandes et décoratives, ludiques et festives pour vous livrer avec lui à son premier ou deuxième Noël* ». S'abstenant de tout discours, l'accent est mis sur le côté ludique des activités à faire avec l'enfant ; il n'en reste pas moins qu'une double injonction est faite aux parents, amuser l'enfant et s'amuser avec lui. Ainsi, dans ce bref éditorial, « *Découvrir des sons, le goût de la musique, en s'amusant* » du n° 46 mai-juin 2004, deux messages sont délivrés : des jeux simples ou des activités anodines permettent la découverte des enfants et leur épanouissement ; l'essentiel est le temps accordé par le parent pour favoriser le partage entre parent-enfant et la mise en confiance de l'enfant. On pourrait multiplier les exemples.

Pour modeler ce rôle du bon parent, deux axes sont développés dans les 22 dossiers :

- 14 numéros sur 22 présentent des activités ludiques et culturelles à animer par les parents, dont beaucoup centrées sur la musique et l'expression corporelle ;
- 8 numéros sur 22 donnent des idées, des astuces, des conseils pratiques, des consignes (de sécurité par exemple) aux parents.

Le catalogue des prénoms « qu'on aime » évoque symboliquement la différence des sexes : en rose les prénoms des filles, en bleu ceux des garçons.

#### 3.3.2.2 Les rédacteurs et rédactrices

La rédaction signe sans personnalisation l'éditorial et prend en charge le dossier, sans citation de spécialiste ou de référence, pour construire une continuité entre le magazine enfant et le supplément parents, par le modelage de l'enfant et du parent dans le « faire », dans les activités à mener ou à animer.

#### 3.3.2.3 Les destinataires et objets des discours

L'éditorial tente de rester neutre en utilisant le plus souvent le pronom « vous » (« *A vous de jouer !* »), pronom ambigu qui peut être lu comme un singulier (le père ? la mère ?) ou comme un pluriel (les parents). La neutralité alterne avec le choix d'une parité linguistique scrupuleuse : si l'un des parents est cité, l'autre l'est toujours soigneusement aussi, au moins entre parenthèses. Ainsi de l'éditorial n°21 en 2000 consacré à des recettes de cuisine : « *A lire pour les mamans (et les papas !) qui aiment cuisiner* » ou du livret du n° 28 de mai-juin 2001 qui titre : « *Je jardine avec Papa et Maman* ». S'agit-il de rappeler le « cadre » incontournable de la biparentalité ? Cependant, la mère est plus souvent présente dans l'iconographie.

Pour l'enfant, la neutralité est de mise aussi avec les termes de Bébé<sup>17</sup>, d'enfant, de tout-petit.

---

<sup>17</sup> Pendant un temps le sous-titre du magazine *Papoum* est « Le journal des bébés ».

### 3.3.3 Les 55 thèmes des pages parents d'Abricot

Les 55 thèmes se répartissent en deux axes, 13 sur les parents et 42 sur les enfants.

#### 3.3.3.1 Les 13 questions concernant les parents

Les 13 thèmes sont diversifiés, concernant tant les places familiales et des rôles parentaux (7) - le divorce, la beau-parentalité, la grand-parentalité, l'adoption, la punition, la nudité devant ses enfants - que la transmission de valeurs (4) : Dieu, la mort, le Père Noël, la conception. La question des abus sexuels est posée.

#### 3.3.3.2 Les 42 questions concernant les enfants

L'essentiel des questions concerne les enfants, à quasi égalité sur le comportement et sur la vie quotidienne. A côté de thèmes classiques, on note l'élargissement thématique à la question de l'amour ou de la sexualité, au sens de la fête... L'école ne fait l'objet que de 4 occurrences et il n'y a pas de focalisation sur les apprentissages. Par exemple, l'activité du mercredi n'est pas encouragée : « *J'aurais tendance à dire qu'avant 3 ans, si l'enfant est gardé à la maison, pratiquer une activité est utile pour favoriser sa socialisation. Toutefois, à l'âge de la maternelle si les enfants font beaucoup de choses, on risque de surcharger leur emploi du temps* » (septembre 2004). L'encadré 5 résume les 42 questions concernant l'enfant dans les « Pages Parents » d'Abricot.

#### Encadré 5 : Les 42 questions concernant les enfants dans les pages Parents d'Abricot

##### 1) Comportements de l'enfant : 18 fois

- Attitudes comportementales et relations (13) : l'opposition (4), timidité versus hyperactivité (2), le mensonge (1), l'amour (1), la sexualité (1), l'aîné (1), l'enfant unique (1), la famille (1), l'autonomie (1)  
- Peurs ou régressions (5) : la peur (3), la tétine (1), l'énurésie (1)

##### 2) Vie quotidienne de l'enfant : 16 fois

- Loisirs (10) : l'animal (3), la télévision (2), les vacances (2), les fêtes (3)  
- Santé (6)

##### 3) Apprentissages : 8 fois

- L'école (4), le langage (2), nager (2).

Source : *Étude sur les suppléments parents*

#### 3.3.3.3 Les rédacteurs et rédactrices

Au cours de ces cinq années, la rubrique est toujours signée par une femme journaliste. Au cours de l'année 2000, il est fait appel presque systématiquement à un-e expert-e, à l'identité révélée, dont la publication est un gage de reconnaissance. Au total, on compte 43 « expertises », sans qu'il s'agisse de 43 personnes différentes, car il y a des « habitués-es » de la rubrique.

Malgré la diversité thématique, les psychologues sont le plus souvent sollicités, à 33 reprises, et parmi eux, une majorité de femmes (22 sur 33). Les médecins au sens large arrivent en seconde position, mais loin derrière avec 6 citations paritaires (3 hommes, 3 femmes). Enfin, concernant les 4 dernier-es expert-es, il s'agit de la directrice de l'école des parents, de deux chercheurs et d'une responsable d'association.

Les pages parents, comme le montre le tableau 6, sont illustrées de nombreuses citations (47), des hommes français, écrivains et poètes essentiellement. Deux femmes seulement sont citées : Françoise Dolto et Alexandra David-Neel. Après avoir laissé la parole aux psychologues, en majorité des femmes, s'agit-il d'une volonté de dé-psychologiser le problème, de replacer la question dans un contexte culturel plus large ?

Tableau 6 : Les références culturelles dans les suppléments parents d'Abricot de Fleurus par discipline

Discipline	Noms	Nombre
Ecrivains - Poètes	Homère, Perrault, Voltaire, Balzac, Daudet, France, Renard (2), Wilde, Alain, Allais, Ben Jelloun, Bobin (2), Brassens (2), Char, Cocteau, Daninos, David-Neel Delerm, Gary, Perret, Queneau, Roy, Valéry - Poète arménien (cité anonymement)	26
Humoristes, Artistes	Allen, Bedos, Chaplin, Devos, Desproges (3), Geluck, Topor, Welles, Picasso	11
Philosophes	Barthes, Deleuze, Sartre, Unamuno,	5
Psychanalystes	Freud, Cyrulnik, Dolto	3
Scientifiques	Reeves	1
Personnage imaginaire	Snoopy	1
<b>TOTAL</b>		<b>47</b>

Source : Étude sur les suppléments parents

### 3.3.3.4 Les destinataires et objets des discours

On évite des adresses et des réponses sexuées. En l'occurrence, photos de filles alternent avec photos de garçons, on recourt à l'usage du « vous », du neutre collectif « parents ». Dans une réponse sur le maternage, se trahit brièvement le sexe du parent auquel on s'adresse, avant que le texte ne redevienne neutre : « *Lorsqu'on est une maman débordée, avoir une grand-mère disponible, c'est une sacrée chance* » (mars 2000 sur les grands-parents). La page de témoignages de parents confirme que la rubrique est essentiellement interactive entre mères, avec des témoignages de... 125 mères ou femmes contre 14 pères.

L'enfant est désigné le plus souvent de manière neutre. Sous la neutralité, il peut s'agir en fait d'un garçon, comme dans le dossier d'avril 2002 sur la sexualité, au titre explicite : « *Il touche son zizi tout le temps* ».

### 3.3.4 La différence des sexes chez Fleurus

Fleurus utilise deux voies pour socialiser le parent : « le faire » dans sa revue du premier âge, le dire psychologique dans la seconde.

Dans le supplément du premier âge *Papoum* se dessine le « bon » rôle parental éducatif : une disponibilité souriante et une présence active aux côtés de l'enfant. Le supplément vise à renforcer le rôle de médiateur du parent, entre l'enfant et son magazine : cela semble sans doute nécessaire du fait que le magazine s'adresse à des bébés de 6 mois. Les activités proposées « en plus » comme les conseils ont alors concrètement fonction d'exhorter le parent à développer sa présence parentale ludique auprès des moins de deux ans, « *un climat de complicité indispensable à l'épanouissement des tout-petits* ».

Rien n'est dit de la différence des sexes, du côté des enfants. Quant aux parents, soigneusement la neutralité alterne avec la parité, signifiant qu'il y a (ou devrait avoir ?) deux parents sans que leurs rôles soient différenciés. Mais quel est le parent qui dispose de cette disponibilité et auquel on peut adresser cette exigence ? Les enquêtes sur le temps parental ne laissent sur ce point planer aucun doute (Algava 2002 par exemple).

Le parent disponible masqué dans *Papoum* se révèle de la mère dans les pages parents d'*Abricot*, qui fonctionnent différemment : avec un enfant plus âgé, fréquentant la crèche et l'école, une autre socialisation du parent est nécessaire. C'est pourquoi la rubrique pour les parents, s'appuyant sur les témoignages des mères et un contexte culturel masculin, prend une tournure plus classique en abordant des thèmes éducationnels traités majoritairement par des femmes psychologues.

Concernant les parents, on note que le thème de la conception (mai 2001) est l'occasion d'une mise en garde à double lecture, contre la monoparentalité ou la prétendue toute-puissance maternelle que le père doit contrer : « *Le message important à faire passer, c'est la participation de Papa dans la conception du bébé. Une maman ne fait pas un bébé seule* ». C'est à propos des enfants que la différence des sexes est formulée de manière plus explicite à quatre reprises.

La différence des sexes peut être simplement signalée à propos du comportement hyperactif comme elle avait été rappelée par les couleurs symboliques dans le supplément de *Papoum*. Mais, sur ce simple constat d'existence, peut venir se greffer le discours psychologique, généralement prolix, qui va conceptualiser le caractère naturel de la différence des sexes, « révélée » par les comportements des enfants, censés savoir : « *Votre petite fille se régale de dessiner des princesses et votre fils des avions. Ce n'est pas par hasard : votre petit bout sait à quel sexe s'identifier et il le montre dans ses dessins (...) les dessins des petites filles se font plus minutieux, elles couvrent leurs princesses de belles robes (...) les garçons exploitent la force masculine à travers leurs avions, fusées, voitures supersoniques... et leurs pulsions agressives avec leurs véhicules qui lancent des bombes, crachent des flammes* » (Les dessins, novembre 2000).

Mais, de manière contradictoire comme l'avait dit Belotti en 1974, les parents ont à contrôler le déterminisme des identités : « *Un temps d'indétermination dans la recherche de son identité sexuelle n'a donc rien d'anormal. En attendant que cela lui passe, on peut toujours rappeler à l'enfant la réalité de son sexe : « tu joues à te déguiser en fille (ou en garçon), mais plus tard tu seras un homme comme Papa (ou une fille comme Maman)* » (Le déguisement, mars 2004).

La sexualité, celle du garçon surtout, marqueur d'une identité sexuée plus problématique par peur de l'homosexualité, est le domaine de prédilection du discours psychologique : « *La peur de perdre leur zizi explique que les garçons sont apparemment (sans en faire une généralité) plus pudiques que les filles (...) la petite fille quant à elle se demande pourquoi elle n'en a pas et si un jour il va lui en pousser un. Pour combler ce 'manque', elle va se montrer coquette, mettre des rubans, des barrettes dans ses cheveux, arborer des bijoux* » (La pudeur, janvier 2001).

Poser *a priori* la différence des sexes comme biologique, niant toute construction sociale, favoriser même la construction des rôles sexués différenciés, c'est entériner des statuts inégaux. On ne peut alors s'étonner de la citation d'une comptine traditionnelle, faisant l'apologie de la violence conjugale (en août 2002), alors que les abus sexuels ont été par ailleurs évoqués. Cette reprise folklorique sans commentaire confirme cette tendance à naturaliser la différence des sexes et la domination, au lieu de la contextualiser, de l'historiciser : *Bibi Lolo / De St Malo / Qui tue sa femme à coup de couteau / Qui la console / A coup de casserole / Qui la guérit / A coup de fusil*.

Chez Fleurus, la différence des sexes et les rôles sexués – une mère disponible dans le cadre strict de la biparentalité – ne sont plus tacites : ils sont développés dans les discours psychologiques tenus par des femmes, mais aussi relayés par l'interactivité des mères avec leurs « paires » et inscrits dans le contexte de références culturelles masculines, faisant partie du capital social.

### 3.4 SUPPLEMENTS PARENTS DE MILAN : « PICOTI PARENTS » ET « LE JOURNAL DES PARENTS » DE *PICOTI*, « TOUPIE PARENTS », DE *TOUPIE*, « TOB Parents », DE *TOBOGGAN*

Trois revues du groupe Milan dans la tranche 9 mois-7 ans ont été analysées *Picoti*, *Toupie* et *Toboggan*<sup>18</sup>, classées par la maison d'édition dans la rubrique « Découvertes » ainsi présentée : « *Votre enfant s'éveille. Il s'épanouit, s'intéresse à son univers. Vous voulez partager avec lui ces moments de découverte et l'initier au plaisir des premières lectures* ». Les trois revues, aux caractéristiques générales rappelées dans l'encadré 6, comportent des suppléments parents.

Le supplément parents de *Picoti* est constitué d'un encart de 4 pages, puis de 8 pages à partir de septembre 2002. Le supplément parents de *Toupie* est composé d'un encart de 8 pages dont la composition varie au cours des cinq années. Le magazine *Toboggan* contient un supplément parents de 16 pages.

#### Encadré 6 : Caractéristiques générales des revues *Picoti*, *Toupie*, *Toboggan* de Milan

Créé en 1989, le mensuel *Picoti* de 24 pages s'adresse aux 9 mois-3 ans, avec un premier sous-titre « *Premiers pas, premières lectures* » (en 2000), puis à partir de septembre 2002 : « *Pour éveiller Bébé* ». Sa diffusion est de 48 794 exemplaires (OJD 2005-2006) et son taux de pénétration du marché de 12,6 % (Consojunior 2006).

Créé en 1985, *Toupie* est un mensuel avec comme sous-titres : « *Dès 3 ans, le petit copain câlin* », puis « *Pour découvrir en s'amusant* » (octobre 2002). Elle s'adresse aux enfants dès 3 ans. Le personnage de *Toupie* créé en 2000 est un chien, animal humanisé masculin. Sa diffusion est de 72 866 exemplaires (OJD 2005-2006) et son taux de pénétration du marché de 8,1 % (Consojunior 2006).

Créé en 1980, le mensuel *Toboggan* pour les enfants dès 5 ans est la plus ancienne et la première revue du groupe Milan et a donc fêté ses vingt ans en novembre 2000. Son sous-titre en 2000 « *Le complice à malices* » devient en septembre 2002 « *Apprendre en s'amusant* ». Sa diffusion est de 76 551 exemplaires (OJD 2005-2006) et son taux de pénétration du marché de 12,4 % (Consojunior 2006).

Source : *Étude sur les suppléments parents*

#### 3.4.1 Présentation et composition des suppléments des trois revues de Milan

Sur les 60 numéros de *Picoti*, on dispose de 36 suppléments parents dont la présentation évolue et le titre change. C'est un supplément de 4 pages en 2000 (et ce jusqu'en septembre 2002), encarté dans le magazine enfant qui, soit n'existe pas pour chaque numéro (hypothèse la plus vraisemblable), soit n'a pas été systématiquement conservé<sup>19</sup>. A partir de septembre 2002, il s'étoffe jusqu'à 8 pages. La composition permet de distinguer deux époques :

##### o 8 Suppléments de janvier 2000 à août 2002

La composition du supplément de 4 pages, « *Picoti Parents* », est la suivante :

- une page d'éditorial
- deux pages de dossier ou de sélection de livres, d'objets, etc.
- une page de publicité.

<sup>18</sup> La revue *Bilou* créée en novembre 2000 a été rapidement abandonnée.

<sup>19</sup> Les 36 exemplaires retrouvés se répartissent ainsi :

- en 2000, 4 suppléments parents de 4 pages (mai, août, octobre, novembre)

- en 2001, 3 suppléments parents de 4 pages (septembre, octobre, novembre)

- en 2002, 1 supplément parents de 4 pages en janvier et 4 suppléments de 8 pages, en septembre, octobre, novembre, décembre

- les années 2003 et 2004 sont complètes (24 suppléments).

o 28 Suppléments de septembre 2002 à décembre 2004

La composition du « Le journal des parents » de 8 pages est la suivante :

- une page de « Sommaire » accolée à un éditorial signé
- trois pages « Dossier » avec des bibliographies, des informations pratiques, une petite BD (*Les aventures de Marie-Puce* par Soledad)
- une page « Vitrine » avec une sélection de livres, de jouets, etc.
- une page « Education », sous-titrée « Ce mois-ci dans *Picoti* »
- deux pages de publicité.

Sont analysés les éditoriaux et les dossiers.

Concernant *Toupie*, on dispose des 60 suppléments parents, encarts de 8 pages dont la composition varie au cours des cinq années : si le nombre de pages reste stable, le nombre de rubriques se multiplie pour intégrer le décryptage du magazine enfant et des informations culturelles. Le supplément en 2000 est ainsi composé :

- une page de sommaire du supplément avec un bref éditorial
- quatre pages de dossier
- une page de sommaire du magazine enfant
- deux pages de publicité.

En septembre 2000, le sommaire du magazine enfants, intégré dans ce dernier, est remplacé par une page de sélection de CD Rom. A partir de février 2001, la rubrique « Ce mois-ci dans *Toupie* » donne le fil directeur du magazine enfant, puis devient similaire à la rubrique « Education » de *Picoti*. En 2003 et en 2004, les pages du dossier diminuent pour faire place à des informations culturelles. La composition est la suivante :

- une page de couverture
- deux pages de publicité
- deux pages de dossier
- une page de « Zoom » sur une personnalité ou un « Télex » sur des activités avec les petits
- une page « Culture », sélection d'ouvrages
- une page « Education, ce mois-ci dans *Toupie* ».

Sont analysés les dossiers.

On dispose des 60 suppléments parents de *Tobbogan*, « Tob parents », comprenant 16 pages, ainsi composés en 2000 :

- une page de couverture
- une page de sommaire du magazine avec
- trois à cinq pages de publicité
- deux pages de dossier intitulé « Zoom »
- une page « Education » tenue par Eveline Charmeux<sup>20</sup>
- deux pages d'histoire ou de conte pour enfants
- deux pages d'agenda culturel
- un nombre variable de pages de sélection de livres, de CD ou d'objets.

Le supplément varie peu d'une année sur l'autre, sinon en fonction des publicités et de l'ajout d'une page « Rencontre » avec un-e artiste ou responsable culturel-le. A partir de septembre 2002, une seconde page est consacrée à l'éducation avec « Ce mois-ci dans *Toboggan* ». L'accent est mis sur l'objectif d'apprentissage, d'où la modification du sous-titre qui de « *Le complice à malices* » devient « *Apprendre en s'amusant* ». L'éditorial du supplément parents est sans ambiguïté : « *Toujours soucieux de mieux accompagner votre enfant sur la voie de l'autonomie et des apprentissages fondamentaux, Toboggan a évolué. Nous vous proposons donc une formule enrichie d'infos, de conseils et une deuxième page éducation* ».

---

<sup>20</sup> Eveline Charmeux est ainsi présentée : « *Professeur honoraire de l'IUFM de Toulouse, elle a consacré toute sa carrière à la formation des enseignants, instituteurs et professeurs de collège. Enseignant-chercheur associé à l'INRP durant 26 ans, elle a publié de nombreux ouvrages et articles sur l'enseignement de la lecture, de l'oral et de la production d'écrits.* »

- « Tob parents » de *Toboggan* a deux axes forts, en ébauche dans les suppléments des deux autres âges :
- une composante culturelle avec :
    - a) des sélections de « produits éducatifs », livres, CD, spectacles
    - b) une page « rencontre » irrégulière dédiée à des artistes ou responsables culturel-les
    - c) la majeure partie de ses publicités concernant des produits éducatifs ;
  - une composante éducationnelle avec la rubrique « Education » rédigée par une spécialiste des sciences de l'éducation et « Ce mois-ci dans Toboggan » à partir de septembre 2002 détaillant les compétences de rubriques.

Sont analysés les dossiers.

### **3.4.2 Les 28 éditoriaux et les 31 thèmes de « Picoti parents » et du « Journal des parents » de Picoti**

Les éditoriaux étudiés, les plus conséquents à savoir les 28 de la seconde période, sont signés par Agnès Cathala, la rédactrice en chef. La fonction de l'éditorial est, en quelques lignes, de construire du lien entre la rédaction (féminine) et le lectorat parental (féminin), une connivence marquée par divers procédés stylistiques notables. Au premier chef, la signature personnelle autorise le « je » et des anecdotes ou souvenirs ; par exemple, en février 2003 ou en mars 2003, elle parle de son fils, en août 2003 de sa fille. L'emploi du « nous » ensuite renforce le lien rédaction/lectorat et force aussi l'implication parentale. Ainsi en octobre 2002 : « *Nos enfants méritent notre présence pleine et entière* ». Cette volonté de complicité explique peut-être l'absence de références culturelles (une seule référence à Donald W. Winnicott), susceptibles de mettre à distance certains parents.

En revanche, les éditoriaux martèlent à l'envi la valeur éducative du magazine, manifestant clairement l'enjeu économique sous-jacent (dont attestent les publicités) : fidéliser le parent. Ne citons qu'un exemple, à propos du multimédia : « *Certes un bon CD-ROM peut se visiter à deux comme un bon Picoti ! Mais le magazine ouvre la curiosité et l'imagination des tout-petits mieux que le clavier et l'écran qui captivent leur attention* » (septembre 2004).

Les dossiers constituent la rubrique la plus étoffée du supplément avec en général un thème par dossier.

#### **3.4.2.1 Les 10 questions concernant les parents**

Sur les 10 thèmes consacrés aux parents, 8 concernent les rôles parentaux et familiaux (le père, la mère, le travail des parents, l'adoption, les grands-parents, la garde de l'enfant, l'autorité). La transmission (Noël) et le handicap font l'objet respectivement d'un dossier.

#### **3.4.2.2 Les 21 questions concernant les enfants**

De manière exceptionnelle pour une revue du premier âge, les questions sur les apprentissages arrivent en tête et sont deux fois plus nombreuses que celles sur le comportement de l'enfant, et la vie quotidienne de l'enfant. Ainsi, bien que *Picoti* s'adresse à de petits enfants, les dossiers témoignent de l'objectif clé du magazine : favoriser l'apprentissage dès le plus jeune âge en impliquant les parents. La différence des sexes est traitée une fois. L'encadré 7 présente un résumé des questions concernant les enfants.

**Encadré 7 : Les 21 questions concernant les enfants dans « Picoti parents » et le « Journal des parents » de Picoti**

**1) Apprentissages : 10 fois**

- Le langage (3), le multimédia (1), le goût (2), les émotions (3), le rire (1)

**2) Comportements de l'enfant : 5 fois**

- Attitudes comportementales et relations (3) : l'aîné (1), le partage (1), l'autonomie (1)  
- Peurs ou régressions (2) : les pleurs (1), les peurs (1)

**3) Vie quotidienne de l'enfant : 5 fois**

- Santé (4)  
- Loisirs (1)

**4) Différence des sexes : 1 fois**

*Source : Étude sur les suppléments parents*

### **3.4.2.3 Les rédacteurs et les rédactrices**

L'éditorial est signé, nous l'avons dit, par la rédactrice en chef, de manière personnalisée, signature féminine.

Dans les dossiers, les expert-es sont requis systématiquement à partir de 2002, à raison d'un par thème en général. Ils et elles sont souvent auteur d'un ouvrage (signe de reconnaissance). Au total, on recense 29 interventions. La psychologie au sens large, chercheur-es ou clinicien-nes, est la discipline majoritaire (20 sur 29), suivie de la médecine (5 sur 29). Les autres interventions relèvent du domaine de l'éducation ou de la recherche (4). Les interventions des femmes sont majoritaires (18 sur 29). Les références culturelles sont rares.

### **3.4.2.4 Les destinataires et objets des discours**

Dans l'éditorial, les parents sont souvent apostrophés sous la forme du « Vous » neutre, mais ambigu, comme nous l'avons déjà dit. De même il est question du bébé, de l'entourage. Cependant, au détour de certains thèmes, le parent s'avère une mère. Il en est de même dans les dossiers de la première période. Si la même implication, de principe, est demandée aux parents : « *C'est l'occasion d'être disponible à 100 %. Et si possible à tour de rôle* », la mère est réquisitionnée, dès qu'il est question des plus petits, comme par exemple : « *C'est plutôt du chagrin ; il ne comprend pas que sa mère ne satisfasse pas sans délai ses besoins (...) l'enfant prend conscience que sa mère n'est pas un prolongement de lui-même* ». A partir de 2002, la neutralité s'impose dans l'évocation de la relation parents et enfants. Exceptionnellement une tante, une grand-mère sont citées.

### **3.4.3 La différence des sexes dans Picoti**

L'éditorial multiplie les interpellations aux parents pour mettre en branle leur implication et toutes les rubriques du supplément parents visent à travailler les rôles parentaux, en tout cas celui de la mère, surtout que nous sommes dans une revue du premier âge. Dans le supplément de *Picoti*, deux visions vont circuler à propos de la différence des sexes qui s'entremêlent plus qu'elles ne s'affrontent : une vision naturalisante et une vision actant les mutations sociales.

Concernant les enfants, la différence des sexes est considérée comme allant de soi et ouvre alors sur une remise en cause de pratiques égalitaires.

D'abord la différence des sexes peut être sans commentaire signifiée, à propos des jeux sexuels (février 2003) ou de la littérature de jeunesse et l'identification aux héros d'histoires : « *Il y a des filles qui adorent les héros garçons et des garçons qui adorent les héros filles. Le héros a potentiellement deux*

sexes. *D'une certaine façon il est bisexuel* » (janvier 2004). Rappelons que les travaux de Dafflon Nouvelle (2003) montrent que les filles préfèrent des héroïnes, quand elles ont le choix.

Ensuite, comme dans chacune des revues de Milan, la différence des sexes entre les enfants est abordée frontalement. Dans *Picoti*, le sujet est traité sous le titre « Se reconnaître fille ou garçon : comment naît la différenciation », par Marcel Rufo, psychologue clinicien médiatique. A partir de l'observation « *Très tôt, on s'aperçoit (...) le garçon est plus moteur, la fille plus relationnelle* » entraînant une socialisation différentielle *de facto* « *On n'élève pas semblablement les filles et les garçons* », il trace des destins sociaux différents, dont serait consciente la petite fille (source d'une pseudo supériorité). Il conclut par une mise en garde contre la pratique de l'égalité : « *La petite fille a la caractéristique supérieure au petit garçon de savoir très tôt qu'elle va être 'une petite maman', elle l'envisage comme un métier ! Le petit garçon n'envisage jamais d'être papa. Il veut être policier, aviateur ou pompier. Il faut se méfier des parents trop 'intersexes' qui véhiculent le message 'tous pareils, tous identiques' (...) La différence est tout aussi importante que l'égalité* ». Cette conclusion, reposant sur la confusion des concepts d'égalité et d'identité, est la porte ouverte à la justification des rôles et statuts inégaux.

Concernant les parents, la vision naturalisante est également présente avec un rôle maternel prégnant de mère nourricière, préposée aux soins et tâches domestiques : « *La mère compense le manque d'appétit passer de ses petits en donnant à patienter jusqu'au goûter* » ou « *Votre imagination (et/ou) vos talents de cuisinière feront le reste* ». Et quand le père entre en jeu, on retrouve les dogmes classiques du père séparateur ouvrant sur le monde, permettant l'intériorisation de la loi et la construction de l'identité sexuée : « *La première année, la mère n'est pas symboliquement et physiquement séparée du bébé, elle est avec lui dans le corps à corps (...) Le père du fait même qu'il est extérieur à la grossesse n'est pas dans le même état émotionnel. D'emblée, il est dans une position de différenciation avec le bébé qui lui permet de chercher des réponses et d'être dans un rapport d'ouverture.* » (mai 2004). Si, dans une version « moderniste » 21, Le Camus<sup>22</sup>, professeur de psychologie, insiste dans un dossier de février 2004 sur l'implication nécessaire du père dès la naissance, figure possible d'attachement pour participer au développement de l'enfant dans toutes ses dimensions, les comportements père/mère restent différenciés, avec un père qui favorise le développement multidimensionnel (cf. le père comme « rampe de lancement ») et lance plus de défis, plus de stimulations.

Dans un second cas de figure, des mutations sociales – l'incontournable travail des femmes - sont actées de manière plus ou moins appuyée et on pose le principe d'une égalité parentale, au moins en matière d'autorité « *L'autorité n'est pas sexuée* » (juillet 2003). Le rôle de mère s'élargit et le maternage n'est plus l'apanage de la mère : « *La maternité est moins viscérale, moins corporelle, elle est plus intellectuelle, plus relationnelle, plus langagière. Le maternage s'est transformé, et dans sa forme actuelle, il peut tout à fait être assuré par le père* ». Mais le caractère appris et social de l'état de parent, permettant une construction possible du parent, s'esquisse sur fond de constat d'impuissance : « *Les mères tombent dans le piège tendu par la société où la relation mère/enfant est survalorisée par rapport à la relation père/enfant ou enfant/environnement* ». La psychanalyste Sylviane Giampino (2000), voix discordante (dans Milan comme dans Bayard) ose situer le problème dans le *statu quo* de la relation homme-femme : « *Il va falloir apprendre à être plus intelligent entre hommes et femmes* ». Il n'empêche que c'est aux mères, puisque c'est à elles qu'on s'adresse, soit à s'accommoder du sexisme ambiant, soit à s'engager par leur travail éducatif à forger de futures relations père/mère égalitaires, car on n'envisage guère de mutations paternelles... L'éditorial de janvier 2003 à propos du « métier » de parent est clair : « *Ah si cette révélation pouvait alléger la culpabilité qui tarade les mères (...) à défaut de forger des princes ne pourrions nous pas essayer d'en faire de futurs « pères charmants » ? Des adultes qui sauront partager cette culpabilité avec leur femme* ».

Dans *Picoti*, la question de la différence des sexes est posée en tant que telle par la rédactrice en chef et par des psychologues. Cherchant à travailler le rôle du parent, et non plus à le transmettre comme chez Fleurus, on ne peut le faire qu'à l'aune des réalités actuelles et en s'appuyant sur les mères, principales lectrices et principales éducatrices. C'est pourquoi, ce n'est que le rôle de la mère que l'on module, dans une certaine mesure et modérément. En revanche, la remise en cause des identités sexuées n'est pas à l'ordre du jour pour les enfants.

<sup>21</sup> Pour une analyse critique des nouvelles normes d'implication des pères cf. Coulon Cresson 2008, chapitre 8.

<sup>22</sup> Spécialiste du développement de l'enfant, enseignant à l'Université de Toulouse-le-Mirail et auteur de *Le vrai rôle du père*, Odile Jacob, en 2000.

### 3.4.4 Les 54 dossiers de « Toupie parents » de *Toupie*

Sur les 60 numéros, 54 thèmes sont traités<sup>23</sup>, 17 concernant les parents et 37 les enfants.

#### 3.4.4.1 Les 17 questions concernant les parents

Les rôles parentaux et familiaux arrivent en tête (8) : les nouveaux liens, les grands-parents, l'organisation familiale (2) la séparation parents/enfants, les gardes d'urgence, l'adoption, la résidence alternée, l'autorité (2). La transmission des valeurs suit de peu avec six dossiers. Enfin trois dossiers traitent des droits des enfants, des enfants surdoués, du handicap. Les mutations sociales sont interrogées.

#### 3.4.4.2 Les 37 questions concernant les enfants

Comme dans *Picoti*, les apprentissages sont prédominants, avec la question récurrente de l'école avec 8 occurrences : écoles alternatives, les maternelles, la rentrée scolaire, la cour de récréation, la cantine, les programmes des classes à projets artistiques et culturels. Sans compter qu'à l'occasion d'autres thèmes, comme l'apprentissage de la citoyenneté, de la politesse, des amours enfantines..., le rôle de l'école est évoqué. Le thème des enfants surdoués apparaît.

Le parent de *Toupie* est celui d'un enfant scolarisé et un parent polarisé sur l'école. Les dossiers visent à le munir de connaissances et d'informations en matière d'éducation et de scolarisation, capitales pour réussir dans le système éducatif. De fait les thèmes classiques liés aux problèmes psychologiques rencontrés en matière de comportement sont délaissés ou abordés sous un angle neuf, en termes positifs : le plaisir, les amours enfantines par exemple. La santé, condition nécessaire pour réussir les apprentissages, fait l'objet de 9 dossiers. L'encadré 8 résume les questions traitées.

#### Encadré 8 : Les 37 questions concernant les enfants dans « Toupie parents » de *Toupie*

##### 1) Apprentissages : 17 fois

- L'école (8), l'art (2), le sport (2), le multimédia (2)
- Questions « métaphysiques » ou politiques : la citoyenneté (1), l'écologie (1), le temps (1)

##### 2) Vie quotidienne de l'enfant : 12 fois

- Santé (9)
- Loisirs (3)

##### 3) Comportement de l'enfant : 7 fois

- Attitudes comportementales et relations (4) : la rivalité fraternelle (1), l'amour à la maternelle (1), l'autonomie (1), le mensonge (1)
- Peurs et régressions (3) : la peur (1), la régression (1), le doudou (1)

##### 4) Différence des sexes : 1 fois.

Source : *Étude sur les suppléments parents*

#### 3.4.4.3 Les rédacteurs et rédactrices

Les expertises sont nombreuses et diversifiées. Au total, on recense 118 interventions dont la répartition par discipline et sexe figure dans le tableau 7. Le domaine de l'éducation est dominant devant la psychologie et la médecine. Les femmes sont majoritaires. On note quelques rares et disparates références culturelles : Dolto au premier chef plusieurs fois, Freud, Picasso, Alain Souchon, Roger Caillois, le poète américain Clement Moore.

<sup>23</sup> Pas de dossiers en juillet et août 2000, ni en juillet et août 2001, numéros consacrés aux conseils pour les vacances et à des jeux ; pas de dossiers en janvier 2002, numéro consacré aux « bonnes résolutions », ni en juin 2004 où figurent des conseils pour les anniversaires.

Tableau 7 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de Toupie de Milan par discipline et par sexe

Disciplines	Nombre d'interventions selon le sexe des expert-es		
	Hommes	Femmes	Total
Education (enseignement, éducation jeunes enfants, recherche)	12	33	45
Psychologie et psychanalyse	13	20	33
Médecine	8	9	17
Responsables d'association	2	8	10
Divers : chef cuisinier, éditeur, PDG, artistes	7	6	13
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>76</b>	<b>118</b>

Source : *Étude sur les suppléments parents*

#### 3.4.4.4 Les destinataires et objets des discours

Parents, enfants, adultes, petits sont cités, de manière neutre, mais assez souvent aussi les grands-parents, les enseignants, les copains, la boulangère ! Le réseau de sociabilité dans *Toupie* s'élargit. Se confirme ce que nous pressentions : les pères ne lisent pas les suppléments parents d'après le rappel à l'ordre suivant : « *Au fait, messieurs les papas, lisez notre cahier parents* » (avril 2000).

#### 3.4.5 La différence des sexes dans *Toupie*

Dans le dossier sur les filles et les garçons (avril 2000), Colette Chiland rappelle une vérité trop souvent oubliée : « *Les différences entre deux garçons (...) sont parfois plus nettes qu'entre un garçon et une fille* », cassant l'évidence d'une différence des sexes. La construction sociale de socialisation différentielle entre les sexes est défendue d'ailleurs dans deux dossiers. En février 2000, une institutrice note que les comportements amoureux sont encouragés par les parents, dans une sorte de compétition : à moins qu'il ne s'agisse de contrainte à l'hétérosexualité précoce, en vérifiant de cette manière que l'enfant choisit le « bon objet ». En mai 2001, à propos du marché sexué des jouets, Gilles Brougère, sociologue, précise : « *On a beau répéter que Playmobil et Lego sont des jouets mixtes, les fillettes représentent seulement 20% de la cible. C'est pour cela que les industriels ont lancé des versions fille, rose et pastel. Pourtant les fabricants seraient prêts, je crois, à atténuer cette sexuation. Ce sont les distributeurs qui en rajoutent en aménageant des rayons filles et garçons, alors que dans d'autres pays cette logique cohabite avec d'autres* ».

Concernant les parents, il est d'abord postulé que la mère travaille, « *le travail des mères est un quotidien auquel beaucoup d'enfants se sont habitués* » (mars 2001). Ensuite on insiste sur la volonté « *de faire apparaître le foisonnement des cas particuliers et la notion d'individu au sein d'un même groupe* » et l'encart de septembre 2001 traite les cas d'homoparentalité et des mères seules (mais pas des pères seuls...). Cependant ces nouvelles réalités ne conduisent pas à promouvoir des pratiques égalitaires : il ne fait que conduire au constat d'inégalités persistances, comme le manque de temps des mères qui travaillent et la culpabilité que cela entraîne. En effet, malgré les nouvelles formes familiales, malgré l'activité professionnelle des mères, la mère reste la cheville ouvrière de l'éducation de l'enfant (Algava 2002, Brousse 1999, Ferrand 2004), comme figure d'attachement primordiale et la plus engagée dans les tâches de maternage et le travail domestique, comme le montre avec éclat le dossier d'août 2002, sur la rentrée scolaire, « *jour symbolique pour vous et votre enfant* ». Au départ, il est question d'un enfant et d'un seul parent, mais le voile se lève au fil du texte et à J-7 : « *Demandez un ou deux jours de congé à votre employeur (...) faites un travail sur vous-même (...) J-7 : Et toi Maman tu vas faire quoi ? (...) J-1 « N'oubliez pas de laver et de repasser son tee-shirt préféré* ». Le parent est démasqué comme étant la mère, dotée d'ailleurs d'une activité professionnelle, mais, peu importe, elle doit remplir, avant tout, ses obligations parentales et domestiques.

Le supplément de *Toupie*, du fait de la diversification des spécialistes et de la tenue à l'écart des psychologues, grâce à l'enregistrement sociologique des mutations sociales, donne une vision de la famille moins normative, mais dans laquelle la division du travail parental subsiste, d'autant que l'accent est mis sur les apprentissages qui exigent une mobilisation parentale forte.

### 3.4.6 Les 46 dossiers « Zoom » de « Tob parents » de Toboggan

Au cours de ces cinq années, on compte 46 dossiers<sup>24</sup>, relativement courts, 2 pages, auxquelles peut s'ajouter une page de bibliographie ou d'adresses. En général un-e seul-e expert-e intervient. En revanche, des enquêtes, des chiffres, des informations très concrètes ou des conseils sont fournis. Les dossiers concernent soit les parents, soit les enfants.

#### 3.4.6.1 Les 17 questions concernant les parents

Les questions concernant les parents sont nombreuses et diverses. L'axe le plus important, et c'est novateur, traite d'informations à propos des enfants telles les droits des enfants (2), les jouets, les clowns bénévoles, les cabanes naturelles, l'avenir des enfants... Les relations familiales (5 fois) et la transmission des valeurs (3 fois) passent au second plan.

#### 3.4.6.2 Les 29 questions concernant les enfants

En cohérence avec l'âge du lectorat, mais aussi avec la politique éditoriale de Milan, les dossiers sur les apprentissages sont de loin les plus nombreux (17 fois), devant la vie quotidienne (9 fois). Les comportements de l'enfant ne font l'objet que d'un dossier et la différence des sexes est traitée une fois.

L'école tient une place importante et « Tob parents » se charge d'en fournir le mode d'emploi. C'est pourquoi, il peut être aussi question de l'écolier. L'objectif est de mettre les parents en « prise directe » avec l'école, en donnant des informations (les programmes, l'apprentissage de la lecture, les aides financières...) et en s'interrogeant sur la place possible des parents.

La question récurrente à chaque rentrée est « *Comment vous impliquer dans son apprentissage scolaire ?* » (septembre 2002, septembre 2003, septembre 2004). Même si la maison n'est pas une « annexe de l'école », aux parents il revient d'enseigner les règles de vie, de veiller aux activités ludiques et sportives, de donner le goût d'une langue précise et de la lecture, notamment « *en lisant des histoires, des magazines et des écrits variés* » (Toboggan par exemple ?), mais aussi en lisant une recette de gâteau, en faisant écrire une carte, en dressant avec lui la liste de courses, en déchiffrant les affiches, etc. Exemples précis et style impératif de rigueur contribuent à forger l'idée d'un nécessaire travail parental, tout à la fois dans le domaine éducatif et en matière de besoins fondamentaux, d'où l'importance des thèmes sur la santé : les parents doivent tenir les enfants « prêts » à apprendre en quelque sorte. L'encadré 9 résume les questions traitées concernant les enfants.

#### Encadré 9 : Les 29 questions concernant les enfants dans « Tob Parents » de Toboggan

##### 1) Apprentissages : 17 fois

L'école et les programmes (6), la lecture ou le langage (6), y compris le bilinguisme, l'apprentissage par le jeu (1) ou par l'animal (2), les activités extra-scolaires (1), le goût (1).

##### 2) Vie quotidienne de l'enfant : 9 fois

- Santé (5)
- Loisirs (4)

##### 3) Comportement de l'enfant : 1 fois

Amours enfantines

##### 4) Différence des sexes : 1 fois

Source : *Étude sur les suppléments parents*

<sup>24</sup> Certains suppléments, notamment l'été, comportent soit des coloriages (août 2001, août 2003, août 2004), soit des histoires (décembre 2001), soit des adresses (juillet 2001).

### 3.4.6.3 Les rédacteurs et rédactrices

Les expert-es sont beaucoup moins sollicité-es que dans *Toupié*, puisqu'on ne décompte que 38 interventions. Le domaine de l'éducation est dominant, suivi par la psychologie. Les femmes sont majoritaires. Le tableau 8 présente la répartition par sexe et discipline des expert-es. Il n'y a pas de références culturelles.

Tableau 8 : Les expert-es des dossiers des suppléments de *Toboggan de Milan* par discipline et par sexe

Disciplines	Nombre d'interventions selon le sexe des expert-es		
	Hommes	Femmes	Total
Education (enseignement, éducation jeunes enfants)	3	11	<b>14</b>
Psychologie et psychanalyse	3	8	<b>11</b>
Responsables association, syndicat...	3	3	<b>6</b>
Médecine	2	3	<b>5</b>
Ecrivain-es, artistes	1	1	<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>38</b>

Source : *Étude sur les suppléments parents*

### 3.4.6.4 Les destinataires et objets de discours

L'adresse reste tout à fait neutre dans *Toboggan* et on ne détecte pas les « faux-pas » comme dans les revues des âges précédents. Ce qui ne veut pas dire que les pères soient plus impliqués...

### 3.4.7 La différence des sexes dans *Toboggan*

Dans *Toboggan*, on semble assister à une neutralisation des rôles, liée à la polarisation sur les apprentissages scolaires et au statut prétendument neutre de l'élève, notamment par le biais des rubriques « éducation » dans lesquels la socialisation n'est jamais envisagée de façon sexuée, contrairement au discours psychologique. La scolarisation neutraliserait-elle la différence des sexes<sup>25</sup> ? De fait les mentions sur les rôles sexués se raréfient.

Concernant les enfants, on relève une occurrence, en mars 2003, à partir de la question « *Filles/Garçons, les élève-t-on de la même façon ?* ». Hélène Montardre, écrivaine interviewée à propos de son ouvrage *Parent de fille, parent de garçon*, édité par Milan, constate que « *Garçons et filles sont différents* », observation entraînant une socialisation différentielle *de facto* : « *on ne peut donc pas les élever de la même façon et c'est très bien ainsi* ». Elle précise toutefois que « *différences ne signifie pas inégalités* » et prône une éducation à l'égalité : « *Il faut lui apprendre que les deux groupes sont d'égale valeur et que chacun est apte à accomplir toutes les tâches* ». Cependant, poser *a priori* la différence des sexes comme la différence fondamentale, c'est ouvrir la porte à la naturalisation de la différence des sexes, sur laquelle se construisent des rôles et des statuts sexués différenciés.

Concernant les parents, les occurrences ne sont guère plus nombreuses : deux fois en cinq ans. La question de la différence des sexes est alors réaffirmée comme naturelle. D'abord dans une incise de janvier 2003 : « *Banaliser (le repas) pour qu'il ne devienne pas un instrument de chantage, surtout entre la mère et l'enfant* ». Puis, en octobre 2001, au sujet de la Conférence de la famille et de la revalorisation du rôle paternel, Martine Gruère, Directrice de l'École des parents, véhicule une vision traditionnelle, de rôles sexués, bipolaires et diphasiques (une mère assignée à la petite enfance et un père intervenant à partir du fameux « âge de raison ») : « *Si la période de la petite enfance requiert une présence parentale plutôt 'maternelle', les choses changent à partir de cinq ans. Les rapports aux autres deviennent sexués. Filles et garçons se construisent à l'aide de référents par des phases d'identification ou d'opposition. A cette époque, les garçons se rapprochent de leur papa, et les filles copient leur maman. Cette ouverture au monde nécessite donc deux référents, masculin et féminin. Sans quoi les enfants ne s'ouvriraient pas au monde* ». On comprend mal alors comment peut advenir l'évolution du rôle du père souhaitée.

<sup>25</sup> Les manuels scolaires africains par exemple montrent des portraits d'élèves neutralisés par le métier d'élève, c'est-à-dire très semblables, contrairement aux portraits adultes très différenciés. Cf. Brugeilles et Cromer 2006 a et b.

La question de la différence des sexes dans *Toboggan* s'estompe davantage encore, devant l'importance des apprentissages et de leur construction nécessaire par les parents. Mais quand elle resurgit, elle est plutôt naturalisée. L'essentiel semble être de construire un parent éducateur appartenant à une classe sociale aisée qui a les moyens de diversifier les centres d'intérêt de l'enfant. D'où aussi la multiplication des pages culturelles, qui s'ajoutent aux informations scolaires, nécessaires pour constituer un capital culturel.

En prenant en considération l'ensemble des rubriques, les suppléments parents de Milan visent à construire d'une part un système de goûts et produire ainsi de la « distinction » par la masse d'informations culturelles ; d'autre part à polariser le parent sur l'école et sur son rôle-clé de parent dans l'acquisition des apprentissages, y compris de type scolaire, comme en atteste le rajout de deux pages de contes ou d'histoires dans chaque supplément.

Dans cette perspective, le rôle parental éducatif est fortement travaillé, à l'aune des réalités sociales. S'il faut instituer, notamment par le biais du discours psychologique, de la différence des sexes dans le supplément du premier âge pour requérir l'implication maternelle et ainsi établir des rôles sexués différenciés, la différence devient tacite au fur et à mesure que l'enfant grandit : est-ce parce que la division du travail parental et la mobilisation des mères sont alors instaurées ou implicitement construites par les énormes exigences requises de disponibilité, sous peine de culpabilisation ?

### 3.5 SUPPLEMENTS PARENTS DE BAYARD : « POPI PARENTS » ET « POPI + » DE *POPI* ET DE « PARENTS POCHE » ET « POMME D'API PARENTS » DE *POMME D'API*

Deux revues appartenant au groupe Bayard ont été étudiées : *Popi* pour les 1-3 ans et *Pomme d'Api* pour les 2-5 ans. Les deux revues, aux caractéristiques générales rappelées dans l'encadré 10, contiennent des suppléments parents.

Les suppléments parents « *Popi parents* », puis « *Popi + (plus)* » sont des encarts de 8 pages. Le supplément parents « *Parents poche* », devenu à partir de janvier 2004 « *Pomme d'Api parents* », est également détachable. Il comporte en général 16 pages et, 3 ou 4 fois par an s'étoffe jusque 32 pages.

#### Encadré 10 : Caractéristiques générales des revues *Popi* et *Pomme d'Api* de Bayard

Créé en 1986, *Popi*, destiné aux enfants de 1 à 3 ans, est un mensuel de 24 pages (*Popi* est le nom du doudou singe masculin du petit garçon Léo, un des héros du magazine). Le slogan publicitaire est « *Avec Popi, les bébés ont aussi leur journal* ». Sa diffusion est de 81 290 exemplaires (OJD 2005-2006) et son taux de pénétration du marché de 16 % (Consojunior 2006).

Créée en 1966, *Pomme d'Api* est la plus ancienne des revues contemporaines pour enfants. Elle s'adresse aux 3-7 ans. Son slogan est « *Le journal des 3-7 ans pour croquer la vie !* » En 2004, la revue mensuelle a été restructurée et enrichie pour faire alterner rubriques importantes (entendons éducatives) et rubriques ludiques. De plus, elle est devenue thématique, un bandeau de couverture annonçant le thème. Elle compte alors 50 pages. Sa diffusion (OJD 2005-2006) est de 129 247 exemplaires et son taux de pénétration du marché de 17,7 % (Consojunior 2006). Son lectorat atteint 900 000 enfants selon l'éditeur.

Source : *Étude sur les suppléments parents*

#### 3.5.1 Présentation et composition des suppléments parents des deux revues de Bayard

Sur les 60 numéros de *Popi* notre corpus, on dispose de 59 suppléments parents (le numéro de juin 2000 n'a pas été retrouvé chez Bayard). Ce supplément a évolué au cours des cinq années, avec une césure en mars 2001.

##### ○ *Supplément de janvier 2000 à mars 2001*

De janvier 2000 à mars 2001, le supplément se présente comme un petit livret de 8 pages en demi A4, encarté dans le magazine et dénommé « *Popi Parents* ». Ces 8 pages comportent :

- une page d'éditorial avec le courrier des parents
- trois pages de publicité
- deux pages de dossier intitulées tour à tour « question du mois », « dossier », « rencontre » avec, selon les cas, des réactions des parents, une sélection de livres sur le thème traité
- une page de sélection de livres récemment édités, « le kiosque »
- une page d'activité à réaliser avec les enfants : recette, atelier, etc.

##### ○ *Supplément de mars 2001 à décembre 2004*

En mars 2001, en même temps que le magazine *Popi* est restructuré<sup>26</sup> et sa nouvelle formule expliquée dans le supplément Parents, l'encart est modifié. Il porte un nouveau titre « *Popi + (plus)* » : le livret de 8 pages devient un A3 replié avec un recto pour les parents et un verso destiné aux enfants (poster, comptine, coloriage), Ce qui voudrait dire que cette nouvelle formule n'a pas vocation à être conservée. Les 4 pages du recto comportent :

- une page d'éditorial signé « la rédaction »
- deux pages de dossier
- une page de publicité.

<sup>26</sup> Parmi les modifications, l'affichage de la thématique comme fil rouge : « *Aborder un même thème sur plusieurs facettes c'est permettre aux enfants de repérer des correspondances, d'établir des liens et de pousser un peu plus loin le plaisir de la lecture* » (*Popi +* mars 2001).

Sont analysés les éditoriaux, le courrier des parents, les dossiers.

On dispose de 60 numéros du supplément parents de *Pomme d'Api*, « Parents poche », puis « Pomme d'Api parents » à partir de janvier 2004. Le nouveau titre souligne la continuité entre le fascicule parents et la revue pour enfant. Le livret parents comporte en général 16 pages et, 3 ou 4 fois par an, il s'étoffe jusque 32 pages, proposant, soit des activités à faire avec les enfants (12 fois), soit une réflexion sur une thématique (7 fois). Chaque numéro aborde le thème du magazine pour l'enfant.

On recense les rubriques suivantes :

- une page de BD d'Olivier Schwartz intitulée « Du côté de chez Fred », qui met en scène une famille biparentale avec 2 enfants, un garçon aîné et une benjamine. Le personnage sous les feux de la rampe est le père Fred.
- 1 page d'éditorial
- 2 à 5 publicités
- une activité manuelle à réaliser avec les enfants
- une sélection d'ouvrages sur la thématique
- le kiosque : actualité du livre pour enfants
- le cœur du magazine est composé :
  - soit d'un dossier thématique avec témoignages d'adultes – professionnels et parents - et d'enfants (ou d'une classe),
  - soit, à partir de 2001, d'une enquête thématique, version nettement plus étoffée du dossier, avec interventions d'expert-es et références culturelles : dans ce cas le livret compte 32 pages,
  - soit deux à trois fois par an d'un livret d'activités de 32 pages consacré, selon la saison, à la fabrication de déguisements (mars 2000, février 2002, février 2004), aux jeux en voiture (mai 2004), aux goûters d'anniversaire (juin 2000, juin 2003), à des recettes de cuisine (juillet 2001), à la préparation de Noël (décembre 2000, 2001, 2002, 2003, 2004),
  - soit, à partir de 2003, une fois par an, d'une lettre écrite par une personnalité aux parents (Maurice Titran pédiatre, Agnès Rosenthal, auteure-illustratrice en 2004).

Sont analysés les éditoriaux et les dossiers, sauf ceux concernant des activités. Notons cependant qu'en juin 2000 sur les idées de fête, alternent des photos de filles et de garçons, mais que ce sont deux femmes qui les aident ; en juin 2003 sur les goûters d'anniversaire, les garçons sont renvoyés à l'univers des pirates, les filles sont déguisées en vahiné, princesse, etc.

### **3.5.2 Les éditoriaux, le courrier des parents, les 58 questions de «Popi Parents » et « Popi +» de Popi**

Sauf de mars 2001 à avril 2003, les éditoriaux sont signés par une journaliste de la rédaction, qui peut évoquer anecdotes ou souvenirs personnels. Par exemple, en mai 2003, l'éditorialiste Murielle Szac pastiche Perec : « *Je me souviens... la cuiller de Papa, la voix de Maman...* ».

Les éditoriaux de *Popi* présentent le contenu du magazine enfant, une nouvelle rubrique du magazine, de nouveaux personnages (l'histoire de Cocotte et le loup en janvier 2000) ou bien la nouvelle formule du supplément (mars 2001). A partir de mars 2001, ils introduisent la thématique du magazine.

Le courrier des parents est peu abondant, quelques courriers en 2000 et 2001. Une majorité de mères écrivent, en signant de leur nom ou de leur qualité de mère, puis des prénoms de leurs enfants. Elles prêtent aussi leur plume à leurs enfants. On lit aussi des réactions de grand-mère, de nounou, de quelques papas. Un courrier de janvier 2000 estime *Popi* sexiste, en ne présentant que des histoires de garçons. La rédaction répond : « *Il est plus facile cependant pour une petite fille de s'identifier à un héros masculin (Léo, petit Ours brun) que pour un petit garçon de s'identifier à un héros féminin... eh oui ! P.S. Lili Souris, Jeanne ou Lapinette et maintenant Cocotte, ce sont bien des filles, non ?* ». On retrouve l'argument classique du héros masculin universel avant d'être masculin. Quant aux héroïnes évoquées, précisons que ce sont des animaux habillés, voire des animaux doués de parole comme Cocotte, plus proche de la poule que de la petite fille. Les enfants se réfèrent-ils au genre grammatical ou identifient-ils ce type de personnages à un sexe féminin ?

Les 58 dossiers constituent la rubrique la plus étoffée du supplément, avec deux axes, les questions concernant les parents et celles concernant les enfants. On ne constate pas de différence dans les thématiques selon la période, alors que les rédacteurs-trices et expert-es changent (cf. *infra*).

### **3.5.2.1 Les 18 questions concernant les parents**

La question de la transmission de repères arrive en tête (10 fois), suivie de celle des rôles parentaux (7 fois) : la place du père (2), des parents (1), la mère (1), l'autonomisation (1), la séparation (1), la tendresse (1), l'autorité (1).

### **3.5.2.2 Les 40 questions concernant les enfants**

La vie quotidienne et les apprentissages sont traités quasi à égalité devant le comportement de l'enfant et les apprentissages. L'encadré 11 détaille les 40 questions.

#### **Encadré 11 : Les 40 questions concernant les enfants dans «Popi Parents » et « Popi +» de Popi**

##### **1) Vie quotidienne de l'enfant : 16 fois**

- Loisirs (7) : les sorties (1), le jeu (2), la TV (1), les animaux (2)
- Santé (9)

##### **2) Apprentissages : 15 fois**

Compter (1), la motricité (1), l'eau (4), les émotions (2), la curiosité (1), la patience (1), le langage (2), le toucher (1), la différence (1), le rire (1)

##### **3) Comportement de l'enfant : 9 fois**

- Peurs et régression (3) : le pouce (1), la peur (2), la propreté (1)
- Comportement et relations (5) : les copains (1), la dispute (1), l'aîné (1), l'autonomie (2).

*Source : Étude sur les suppléments parents*

### **3.5.2.3 Les rédacteurs et rédactrices**

Dans les éditoriaux, à la signature personnalisée féminine selon les périodes, une seule personnalité, Charlie Chaplin, est mentionnée à propos du rire : est-ce pour éviter la distance éventuelle avec le lectorat ? Il n'en sera pas de même dans le supplément de *Pomme d'Api*.

Dans les dossiers, de janvier 2000 à juillet 2002, à l'exception d'un numéro, un-e expert-e (parfois mais rarement deux) répond à la « question du mois » ou participe à la « rencontre du mois ». Certain-es expert-es viennent à plusieurs reprises. Au total on recense 30 interventions. Trois disciplines sont représentées à quasi égalité : éducation, psychologie, médecine, entendues au sens large. Les deux tiers des intervenant-es sont des femmes. Le tableau 9 détaille les interventions dans les dossiers.

Tableau 9 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de Popi de Bayard par discipline et par sexe

Disciplines	Nombre d'interventions selon le sexe des expert-es		
	Hommes	Femmes	Total
Education (enseignement, éducation jeunes enfants)	7	4	<b>11</b>
Psychologie et psychanalyse	2	7	<b>9</b>
Médecine	2	7	<b>9</b>
Designer	0	1	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>30</b>

Source : Étude sur les suppléments parents

A partir d'août 2002, le rendez-vous parental est fixé avec un seul expert, Maurice Titran, pédiatre, directeur du Centre d'action médico-social précoce (CAMSP) à Roubaix. M. Titran fait partie des « nouveaux Dolto »<sup>27</sup>, aux côtés de Marcel Rufo, Caroline Eliacheff, Marie-Rose Moro, etc. Il travaille avec des familles en détresse et des enfants en difficultés et a inventé le « diagnostic guidance », une alliance thérapeutique visant à resserrer les liens entre parents, enfants et professionnels.

A la diversité des voix du point de vue disciplinaire et du sexe de la première période (2000-2002) qui favorise une variété des points de vue, succède une seule voix masculine, avec une vision psychologique. La césure est forte entre les deux époques. En effet, M. Titran se fonde sur le lien noué durant la grossesse entre la mère et l'enfant et se centre sur la relation bébé/mère, considérée comme première et primordiale. De surcroît, en restant très proche de la grossesse et de la naissance, l'enfant visé est un tout-petit : ce repli sur le nourrisson, alors que la revue s'adresse aux bébés et aux petits enfants (1-3 ans) ne manque pas d'étonner. Prendre comme point de départ à toute situation – quasi systématiquement - la grossesse et la naissance est propice à une conception biologisante de la question éducative. Le comportement de l'enfant est peu analysé en soi (3 sujets), il est regardé au prisme de la relation avec la mère. L'enfant est toujours désigné de manière neutre (enfant, bébé, nouveau-né, tout-petit), même si la reprise se fait par le pronom personnel « il », grammaticalement correct. Une fois, à propos de la propreté (mai 2004), on ne cite que le garçon.

Quelle que soit la période, il n'y a pas de références culturelles.

### 3.5.2.4 Les destinataires et objets des discours

Dans les éditoriaux, le titre du supplément changeant (le mot « parents » ne figurant plus dans le titre) à partir de mars 2001, le texte commence par « Chers Parents ». Le sous-titre est « 3 pages pour les Papas et les Mamans ». Par exemple en mars 2001 : « 3 pages pour les Papas et les Mamans avec des infos, une sélection de livres et des idées pour jouer à l'eau et un grand poster à colorier pour les enfants ». A partir de janvier 2002, la mention « pour les papas et les mamans » disparaît au profit de la mention « pour les parents » ou un simple « Vous », à l'ambiguïté déjà soulignée. La dyade enfants/parents est mise en lumière, par divers outils linguistiques : l'utilisation de l'adjectif possessif récurrent « votre », du pronom personnel « vous » interpellatif, voire du « nous », « notre », « nos » (« nos enfants ») resserrant les liens éditeur/parents comme pour forcer l'implication parentale, l'utilisation enfin de l'impératif (« Aidons les enfants »). Pour créer une forte implication parentale par la proximité et la complicité, l'emploi du pronom indéfini « on » est rare, les autres adultes aussi : Mamie, Papi (décembre 2000), la nounou, la crèche (septembre 2002), les copains (mai 2002). Les enfants, désignés par des termes neutres ou au masculin pluriel, (les bébés, les enfants, les petits, les tout-petits) sont sexués une seule fois, en janvier 2000, avec l'emploi de « lecteurs et lectrices » à l'occasion de la présentation de nouveaux personnages Cocotte et le loup. En affinant l'analyse, une sexualité parentale se fait jour déjà dans les éditoriaux. Le père et la mère sont plusieurs fois mentionnés en tant que tels, mais la mère... plus souvent !

Dans les dossiers, quelle que soit la personne désignée, le style tente de ne pas sexuer les comportements, ni ceux des enfants, ni ceux des parents. La tentative est plus aisée pour les petits que pour les grands. Les enfants, comme dans les éditoriaux, sont toujours désignés par des termes neutres du point de vue du sexe, mais masculin du point de vue du genre. Une seule fois, on parle du grand frère

<sup>27</sup> Titre d'un article de l'Express du 17 janvier 2002 examinant l'héritage Dolto.

(pas de grande sœur mentionnée). Les pairs sont signalés... au masculin : les copains. Quant aux adultes, le cercle familial (parents, grands-parents) s'élargit aux personnes, aux gens, à la nounou de la crèche, les déménageurs, la voisine, à l'amie ! Le « vous » alterne avec la parité linguistique : « *Papa et maman s'occupent de moi* ». Mais la neutralité peut vite s'effacer... et en relation avec le tout-petit, il est fait allusion à la femme enceinte, aux bébés et aux mères.

Dans les dossiers de la seconde époque, le cercle se rétrécit. Les adultes sont essentiellement les parents, parfois « les grandes personnes, « les personnes qui l'aiment », « les êtres chers », une marraine, « les personnes qui représentent des repères affectifs ». De fait, le « Vous », devient souvent (et en tout cas au premier chef) de la mère dans le corps du texte. Dans les dossiers, les réactions des mères sont plus nombreuses (9 contre 3 réactions de père, 2 de parents). Une éducatrice est nommée une fois.

### 3.5.3 La différence des sexes dans *Popi*

Il n'est rien dit dans *Popi* de la différence des sexes concernant les enfants. En revanche, les annotations abondent sur les rôles parentaux (une quinzaine de fois), annoncés par les adresses qui ont installé la biparentalité hétérosexuelle : « *Les parents sont des intermédiaires indispensables* » (février 2003) ; « *Accepter l'arrivée d'un petit frère ou d'une petite sœur n'est pas facile pour un enfant. Il a besoin de se sentir de nouveau rassuré dans la permanence des liens tissés avec son papa et sa maman* » (mai 2003) ; « *Sa maman, son papa et l'amour que chacun lui porte sont pour lui des repères stables* » (août 2004). En effet, dès les éditoriaux, l'enfant a clairement deux parents, une mère, dont le rôle est davantage évoqué, et un père. Ainsi il pourra être expliqué, comme dans le dossier « *Un père, une mère, c'est irremplaçable* » de mai 2001, « *quelle sorte de lien se tisse entre un enfant et sa mère et quelle place revient au père* ».

De manière classique, le rôle maternel primordial s'élabore, non à partir du principe d'égalité et des évolutions sociales, comme semble le suggérer un titre trompeur « *On n'est pas une maman, on le devient !* »<sup>28</sup>, mais dans et par la grossesse, expérience fondatrice et explicative des liens mère/enfant et qui rend la mère autant tributaire du nourrisson que l'inverse :

- « *Une naissance, c'est d'abord une rencontre amoureuse entre une maman et son bébé, essentielle à la construction psychique de l'un et de l'autre* » (juin 2004).

- « *Le bébé perçoit le monde à travers sa mère (...) sa mère aussi est habituée à percevoir le monde à travers son enfant* » (septembre 2002).

- « *Cette relation première entre la maman et son bébé est une façon de naître au monde l'un par l'autre. Elle permet aussi à l'enfant de construire sa pensée* » (octobre 2004).

Mère et enfant sont rivés l'un à l'autre par le maternage, longuement décrit : « *C'est d'elle dont le nourrisson dépend pour les soins nourriciers sans lesquels il mourrait* » (mai 2001). La mère est foncièrement viscérale, nourricière, figure d'attachement, toute puissante en puissance : « *Une maman, ça marque et pour longtemps* » (juin 2004) ou « *A un, deux, ou trois ans, une maman est un être magique. Signe patent de sa puissance : ses bras sont le meilleur remède aux bobos, aux chagrins, aux peines légères. A un, deux, ou trois ans, on aime sa maman comme on respire* » (mai 2001). Aussi est-elle réquisitionnée pour les soins, la sécurité (cf. encadré 12), sans oublier les tâches domestiques, en les vantant comme expressions, canal de la tendresse, « *lors des changements de couches (...) ou quand on lui donne à manger* ».

Les chroniques de M. Titran, lequel s'exprime plus volontiers sur le rôle maternel, contribuent à renforcer cette vision d'une maternité biologique, comme le montre l'encadré 12.

En tout état de cause, ce rôle de mère viscérale s'inscrit et ne peut prendre sens que dans une bipartition sexuée de la parenté hétérosexuelle, qui limite la prétendue toute puissance maternelle et remet la mère à sa place : « *Vivant avec lui ou pas, un père doit garder sa place auprès de son enfant* » (juin 2002). Deux versions du père émergent, l'une traditionnelle d'un père abstrait, l'autre plus récente d'un père

---

<sup>28</sup> Paraphrase de la célèbre phrase de Simone de Beauvoir qui ouvre, dans la quatrième partie du *Deuxième sexe* intitulée Formation, le chapitre premier. Simone de Beauvoir, en désaccord avec les psychologues actuels, récuse l'idée d'une identité de sexe : « *En tant qu'il existe pour soi l'enfant ne saurait se saisir comme sexuellement différencié* ». Pour elle, c'est l'assignation sociale à un sexe qui produit cette différenciation sexuée : « *Si, bien avant la puberté, et parfois même dès la toute petite enfance, elle nous apparaît déjà comme sexuellement spécifiée, ce n'est pas que de mystérieux instincts immédiatement la vouent à la passivité, à la coquetterie, à la maternité : c'est que l'intervention d'autrui dans la vie de l'enfant est presque originelle et que dès ses premières années sa vocation lui est impérieusement insufflée* ».

paternant, les deux étant non exclusives. En effet, père et mère ont de toute façon des positions irrémédiablement et nécessairement différentes, et hiérarchisées, qui s'agencent à partir de la grossesse de la mère.

Dans une version traditionnelle, le rôle du père est de séparer la mère et l'enfant, « d'accoucher » l'enfant au monde, de permettre la construction de l'identité sexuée et l'intériorisation de la loi :

- « *Un papa porte, câline, joue, explique, encourage. Un papa est unique. Mais le plus précieux de tout, c'est qu'il coupe le cordon ombilical (...) Par sa présence et sa participation aux activités de l'enfant, il accompagne donc la mère pour sortir de cette relation si fusionnelle avec son bébé. Pour le plus grand bien du petit et de la mère aussi. Grâce à lui, le bébé découvre un autre horizon que le giron maternel. Il s'ouvre au monde* » (juin 2002).

- « *C'est le père qui permet de mettre un peu de distance entre la mère et l'enfant. Le regard du père est le premier regard extérieur. Le père détourne le nourrisson du visage de la mère, il ouvre l'enfant vers l'extérieur (...) Le père aide l'enfant à aller vers l'autonomisation. Le père représente la loi (...) Aujourd'hui ils ont plus de mal à l'assurer. Ils ont une plus grande facilité à exprimer ce qui est de l'ordre du féminin en eux – la tendresse – ils participent plus volontiers aux soins du nourrisson, ils sont dans le jeu (...) Du coup ils répugnent un peu à se mettre du côté de l'interdiction et de la frustration (...) c'est au père de tenir ce rôle car une mère toute puissante (...) ce n'est pas bon pour le développement de l'enfant* » (mai 2001).

- « *Le bébé en état d'interdépendance très grand ne fait pas de différence entre lui et sa mère (...) le père permet à l'enfant de se détacher de sa maman. Il récupère sa femme une fois qu'elle a traversé ce chemin amoureux vers son enfant, tout en garantissant leur sécurité et leur autonomie* » (octobre 2003).

On constate au travers de ces exemples que toute tentative pour enfreindre les dogmes – notamment par des pratiques parentales égalitaires – est sévèrement jugée.

Le père ouvre également *de facto*, à l'apprentissage abstrait, comme à la notion de compter : « *Bébés, ils ne font qu'un avec maman. En grandissant, ils vont apprendre tout doucement à se dissocier. Ils vont découvrir le « trois » (le papa) et rencontrer l'autre, les autres, le multiple.* » (octobre 2001). Bel exemple de sujet scientifique<sup>29</sup>, psychologisé et idéologisé.

Dans cette configuration, le père peut rester abstrait ou lointain, ce qui justifie son absence dans les tâches parentales tant domestiques qu'éducatives, y compris dans des thèmes où classiquement il a sa place comme figure de l'autorité, comme à propos de la dispute (octobre 2004).

Le professeur de psychologie<sup>30</sup> réfute en partie la doxa classique qui définit le père sur un mode abstrait et nominaliste au profit d'un père concret doté de trois caractéristiques : réalité de la présence, diversité des apports, continuité de l'implication. Est revalorisé le père, comme père paternant, dont la présence corporelle paternelle est invoquée pour « donner corps » et chair à cette relation père/enfant mise en scène de manière privilégiée : « *la main de maman qui est chaude, la joue de papa qui pique* », « *la poitrine de maman ou de papa* » Prenant en compte en effet les changements sociologiques de la famille, l'implication nécessaire du père dès la naissance, en même temps que la mère donc, est posée, figure possible d'attachement, pour participer au développement de l'enfant dans toutes ses dimensions (le père comme « rampe de lancement »). En fait le père peut et devrait faire la même chose que la mère, mais autrement. Il n'est pas sûr que les discours les plus modernes soient davantage porteurs d'égalité ; le père paternant ne permet-il pas plus de contrôle de la mère ?

<sup>29</sup> Dans le dossier il n'est pas du tout traité sur ce mode psychologique, mais par un directeur d'école.

<sup>30</sup> Voir note 21.

### Encadré 12 : Omniprésence de la mère, florilège, dans les dossiers de *Popi*

- Sur le sommeil (janvier 2003) : « *Sachez que votre propre sommeil est changé depuis sa naissance* ».
- Sur la curiosité (février 2003) : « *Le contact avec la mère va l'apaiser... le bébé perd sa mère de l'intérieur, mais la retrouve de l'extérieur* ».
- Sur l'arrivée d'un second (mai 2003) : « *Expliquez que le cœur des mamans pendant la grossesse grandit en même temps que son ventre. Dans le cœur d'une maman il y a de la place pour chaque enfant* » (Et le père dont le ventre ne grossit pas ?). *Il est conseillé de : « pour se sentir bien ensemble... trier dans la corbeille de linge propre les affaires de bébés, de papa, de maman ».*
- Sur la nourriture (juin 2003) : « *Dans le ventre de sa maman, le bébé goûte les aliments (...) Enceinte, ne mangez pas trop sucré* ».
- Sur l'apprentissage du langage (juillet 2003) : « *Un bébé dans le ventre de sa maman entend les sons, mais ressent aussi l'effet qu'il produit chez sa maman* ».
- Sur le jeu (novembre 2003) : « *Un bébé fixe son hochet. Sa maman attentive suit son regard* ».
- Sur les rythmes de la civilisation (janvier 2004) : « *Régulièrement l'odeur de sa maman, mais aussi sa voix, ses bras doivent revenir pour refabriquer une maman en lui* ».
- Sur les saisons (avril 2004) : « *Le moral d'une maman joue aussi sur le moral de son bébé (...) un bébé peut aimer le ciel gris parce qu'il aime sa maman qui aime le ciel gris* ».
- Sur la propreté (mai 2004) : « *Apprenons la propreté aux enfants sans faire de lien avec 'ça fait plaisir à Maman'. Car inconsciemment cela devient : 'je contiens mes sphincters quand je suis heureux ou quand je veux rendre quelqu'un heureux... Imaginez un enfant qui croit qu'il n'est aimé de sa mère qu'à travers la continence de ses sphincters* ».

Source : Étude sur les suppléments parents

Dans *Popi*, les points de vue sur les rôles parentaux s'entrecroisent, mais le discours psychologique d'une maternité biologique s'impose au fil du temps : les mères sont seules confrontées à la vie quotidienne, autant de belles occasions perdues pour les psychologues de réinjecter du père...

#### 3.5.4 Les éditoriaux, le Forum Parents et les 44 thèmes de « Parents poche » et « Pomme d'Api Parents » de *Pomme d'Api*

L'éditorial vise à faire découvrir les nouvelles formules du magazine (septembre 2003, janvier 2004), les nouvelles rubriques du magazine ou du supplément, les nouveaux héros, voire une nouvelle revue du groupe (*Tralalire* en septembre 2004). Par exemple :

- en avril 2001, deux nouveaux héros – des garçons ! – sont mis en lumière : « *Petit Tom et Gaston accompagnent au plus près les enfants dans leurs questions à caractère scientifique ou métaphysique* ».
- en septembre 2001 est annoncé un prochain nouveau documentaire *Zig et Zag* : « *S'appuyer sur les principes de toute démarche scientifique : poser des questions, formuler des hypothèses, rechercher des informations* ». Figure le nom du conseiller technique de la rubrique, André Giordan, scientifique et chercheur en éducation. Le personnage du chien Zag fait l'objet d'une présentation : « *avec ses pouvoirs d'exploration peu ordinaires, il incarne une manière de devenir auteur de son savoir* ». En revanche la protagoniste Zig, petite fille brune à couettes, n'est pas signalée...

Le forum parents organisé à partir de novembre 2001 témoigne d'une sensibilité aiguë au thème des rôles familiaux : ceux-ci sont en effet, implicitement ou explicitement, au cœur des histoires du magazine de l'enfant (comme du supplément parents). La rédaction n'hésite pas à relayer les critiques. A une mère de Montréal qui proteste contre les histoires biparentales (janvier 2002), une autre rétorque de plusieurs schémas familiaux dans *Pomme d'Api*. La rédaction en mars 2002 prend position : « *Il existe beaucoup de situations familiales, mais nos enfants ont besoin de repères et la famille Choupignon nous les donne tout simplement* ». En juin 2002, il est reproché de ne faire aucune mention du père dans le dossier « *Pourquoi on court Maman ?* ». C'est encore une mère en juillet 2003 qui pointe les clichés sexistes de la famille Choupignon, le père à l'ordinateur et la mère à la cuisine (mars 2003).

Les thèmes sont abordés dans 42 dossiers et deux lettres aux parents sur la famille. Les dossiers de 32 pages sous forme d'enquête sont particulièrement riches. Pour les plus grands, Bayard privilégie deux axes, la parentalité en cohérence avec la responsabilisation parentale, et les apprentissages en cohérence avec les objectifs de la rédaction et l'âge du lectorat.

#### **3.5.4.1 Les 15 questions concernant les parents**

Les nombreuses questions concernant les parents concernent au premier chef les rôles dans la famille et les repères (12). L'organisation de la vie quotidienne et l'épanouissement de l'enfant font l'objet de trois dossiers.

#### **3.5.4.2 Les 29 questions concernant les enfants**

Les apprentissages arrivent en tête (17 occurrences) avec l'apparition du sous-thème des « questions métaphysiques », en lien avec l'éducation à la citoyenneté. Si la question des inégalités sociales est abordée une fois, la question de l'égalité entre les sexes ne l'est pas. En toute logique, l'axe concernant le comportement de l'enfant est peu important.

#### **Encadré 13 : Les 29 questions concernant les enfants dans « Parents poche » et « Pomme d'Api Parents » de Pomme d'Api**

##### **1) Apprentissages : 17 fois**

- l'école (4) la lecture (1), les histoires (2), la musique (1), l'humour (1)
- les « questions métaphysiques » (8) : l'injustice, la violence, l'actualité, la vie, la mort, etc.

##### **2) Vie quotidienne de l'enfant : 8 fois**

- Loisirs (3)
- Santé (5)

##### **3) Comportement de l'enfant : 4 fois**

- La peur (2)
- Les relations (2) : les copains, l'amour.

*Source : Étude sur les suppléments parents*

#### **3.5.4.3 Les rédacteurs et rédactrices**

L'éditorial est toujours signé personnellement, « je » et « nous » sont souvent utilisés, comme dans *Popi*, pour créer une complicité entre la rédaction et le lectorat, en l'occurrence la mère, comme le révèle cet extrait : « *C'est en pensant à nous, à vous et à toutes celles qui mieux organisées ont l'art d'anticiper que l'équipe de Parents poche a concocté ce spécial déguisement* » (mars 2000). Quinze références culturelles émaillent les éditoriaux, il s'agit essentiellement d'écrivains : Alain, Perrault, Grimm, Matthew-Barne, Carroll, La Fontaine. Freud et le pédagogue Rodari bénéficient d'une mention. Du côté des femmes, Dolto a droit de cité deux fois, l'écrivaine Colette une fois.

Dans les dossiers, les personnalités, hommes et femmes, appartiennent à diverses disciplines. Elles sont nombreuses (106) et diversifiées. De manière surprenante, arrivent en tête les artistes au sens large, écrivain-es, illustrateur-trices, photographes, comédien-nes, etc. (39 fois), devant les psychologues au sens large (28 fois) et les enseignant-es ou éducateur-trices (17 fois). Il y a aussi des médecins, des chercheur-es, un juge pour enfant, un prêtre, la défenseure des enfants. La parité homme/femme est presque atteinte grâce à l'éducation où les femmes dominent et la psychologie où elles interviennent à part égale. La diversité permet de croiser les regards et de nuancer les discours, comme pour donner le choix à la lectrice d'élaborer son point de vue. Le tableau 10 détaille ces interventions.

Tableau 10 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de Pomme d'Api de Bayard par discipline et par sexe

Disciplines	Nombre d'interventions selon le sexe des expert-es		
	Hommes	Femmes	Total
Création artistique ou intellectuelle	24	15	39
Education	12	19	31
Psychologie et psychanalyse	14	14	28
Médecine	3	2	5
Divers	2	1	3
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>51</b>	<b>106</b>

Source : Étude sur les suppléments parents

Aussi n'est-il guère étonnant que les citations culturelles soient nombreuses. Les spécialistes et personnalités citent des références massivement masculines, avec une prédilection pour les écrivains, comme le montre le tableau 11.

Tableau 11 : Les références culturelles des suppléments parents de Pomme d'Api de Bayard par discipline et par sexe

Disciplines	Hommes	Femmes	Total
Ecrivain-es	Dumas, Hugo, Montaigne (2), Molière, Michelet, Nietzsche, Rimbaud, Guitry, Delerm, Erri de Luca, Sartre, Collodi, Tanizaki, Miller		15
Peintres Musiciens	Kupka, Miro, Rembrandt, Savignac Mozart		5
Psychanalystes		Dolto (3)	3
Scientifiques	Vinci, A. Kahn		2
Acteurs-trices, Humoristes	Begnini, Desproges	Signoret, Allégret	4
Autres	Gandhi	Blanche-Neige	2
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>6</b>	<b>31</b>

Source : Étude sur les suppléments parents

Sur 34 témoignages de parents, les mères prédominent avec 21 réactions, contre 8 pour les pères et un témoignage de couple. Le cercle des témoins s'élargit timidement vers les grands-parents (2 grands-mères, 1 grand-père), les animateurs-trices (3).

#### 3.5.4.4 Les destinataires et objets des discours

Les éditoriaux, centrés sur les enfants et les parents, évoquent néanmoins une gamme élargie d'adultes et d'enfants, en utilisant des termes neutres ou au masculin pluriel : des enseignants, des maîtres et des maîtresses, des élèves, des copains. L'école prend place dans le paysage enfantin. On remarque une volonté de neutraliser, voire de dénaturer le rôle parental, mais les mères font l'objet de deux numéros et, lorsqu'il est question du quotidien, la mère revient au galop. Ainsi dans l'éditorial de février 2002 présentant le livret d'activités sur les déguisements : « Ces déguisements sont tous faciles à réaliser, la plupart sont sans couture ! Toutes les mamans – y compris celles qui ne savent pas coudre et celles qui ont peu de temps – y arriveront ! ». Certes divers modèles de mères sont énumérés, mais la couture ou s'occuper des enfants restent du ressort maternel.

Si la mère s'immisce dans les éditoriaux, elle est soigneusement cachée dans les dossiers. La neutralité ou plutôt la neutralisation des sexes est de mise, pour les adultes comme pour les enfants, dans les désignations.

### 3.5.5 La différence des sexes dans *Pomme d'Api*

C'est essentiellement à propos des parents qu'il est question de différence des sexes, même si le thème « *Faut-il prendre leurs amours au sérieux ?* » (février 2003) est l'occasion d'aborder la violence sexuelle et en filigrane l'inégalité des sexes : « *A un petit garçon qui a baissé la culotte d'une petite fille il faut expliquer qu'on ne force pas quelqu'un* ». On retrouve les deux mouvements que ceux relevés dans la revue pour les plus âgés de Milan : une mère viscérale versus une mère qui serait sociale ; un père traditionnel versus un père paternant. Il est d'ailleurs intéressant de noter que les mêmes psychologues médiatiques sont cités : Giampino (2000) et Le Camus (2000).

En mai 2000 et en avril 2003, la psychanalyste Sylviane Giampino affirme qu'il n'y a pas de mauvaise mère et donc pas de conseils à donner sur la conduite à tenir. Si elle ne remet pas en cause les différences sexuées, elle réfute un modèle théorique et figé des rôles maternels : « *La maternité est moins viscérale, moins corporelle, elle est plus intellectuelle, plus relationnelle, plus langagière. Le maternage s'est transformé, et dans sa forme actuelle, il peut tout à fait être assuré par le père* ». De fait le rôle de mère s'élargit : « *Etre mère c'est aussi transmettre les valeurs et avoir des idées sur la solidarité, la couche d'ozone* ». Néanmoins elle constate les résistances sociales : « *(la société) cantonne la femme dans son rôle de maman et l'homme dans son rôle de père* » et appelle au changement des rapports homme/femme.

Mais plus obsédant est le mythe de la famille éternelle et stable (Coulon Cresson 2008) fondée sur la biparentalité, bipolaire et sexuellement différenciée : « *L'idée de la famille pérenne, figure d'éternité, est très fondatrice pour l'enfant. La bisexualité du couple et de ses parents l'est aussi (...) un enfant fait avec son père des découvertes, des apprentissages ou des expériences qu'il ne fera pas avec sa mère et inversement (...) Une mère et un père ne pensent pas le monde de la même façon, il est fondamental que l'enfant soit porté par ces deux façons de penser le monde* » (dossier sur la famille comportant 19 interventions 2002). Sont implicitement critiqués les désirs de transformations.

C'est pourquoi est agitée la figure de la mauvaise mère, rappelant aux mères le rôle classique de la mère nourricière. Marie-Thérèse Iguemane, directrice de la Maison des Orphelins d'Auteuil, stigmatise la mère en cas d'abandon, malgré la souffrance : « *Je me souviens de deux fillettes dont la maman nous avait dit : « Quand elles sont venues au monde, elles ont tué ma vie. Elles auraient mieux fait de ne pas naître. Depuis je n'ai que souffrance ». Chaque fois que la mère venait voir ses fillettes, elle les 'cassait'. Elle était véritablement néfaste pour ses enfants.* » A aucun moment n'est posée, du moins esquissée, la responsabilité d'un père.

Dans ce contexte, les images du père restent traditionnelles, amarrées à l'expérience de la grossesse, considérée comme un état biologique, en dehors du social : « *Attention je ne dis pas qu'il y a des domaines réservés aux femmes. Je me place du point de vue de l'enfant. Je crois qu'un enfant attend certaines choses de la mère qu'il n'attend pas du père et inversement. Pendant la grossesse et l'allaitement, l'enfant vit en symbiose avec sa mère. C'est le père qui va lui permettre d'aller vers l'extérieur et de ne pas continuer à se fondre dans le plaisir éprouvé auprès de sa mère. Tout père qui nourrit, reconforte, soigne, etc. remplit une fonction tournée vers la maison* » (mai 2003).

Le rôle du père devient un « travail du père » valorisé, actif, versus la passivité fusionnelle de la mère. Ainsi, on retrouve en août 2003 le pédiatre M. Titran qui tient une chronique régulière dans *Popi*. Dans sa « Lettre » centrée sur les pères et le divorce, le père est décrit non seulement « *celui qui détache* » (titre de la lettre), mais comme le seul moteur du couple. La passivité de la mère se surajoute à la passivité de la femme. Le vocabulaire est révélateur : des verbes d'action décrivent le père et mari, alors que la femme-mère semble « agie » dans cette pièce de théâtre en cinq actes de la constitution de la famille :

- Acte 1 : c'est le père qui est acteur de la conception grâce à son amour : « *c'est celui qui a aimé suffisamment cette femme pour que des fruits de leurs amours naisse un enfant* ».
- Acte 2 : « *La femme tombe amoureuse de l'enfant* », mais elle se trompe... puisque...
- Acte 3 : « *Après la naissance c'est lui qui aidera sa femme à tomber amoureuse de leur enfant tel qu'il est et non tel qu'elle l'avait rêvé avant qu'il naisse* ».
- Acte 4 : « *C'est encore le père qui sera là pour récupérer sa femme dans l'état où elle sera à ce moment-là* » (quand l'enfant se détache).
- Acte 5 : « *Il faut qu'il aide cette femme à retomber amoureuse de lui et lui d'elle* ».

L'homme est le héros de bout en bout : il doit à chaque étape lutter contre la passivité et l'erreur féminines... C'est lui qui dirige (qui doit diriger) toutes les opérations amoureuses et familiales, comme un véritable chef de guerre, semble-t-il, en veillant quand même «*au seuil de tolérance de chacun* ».

Dans ce contexte, sont stigmatisées les tentatives d'égalité, au nom du «*point de vue de l'enfant* ». Et les évolutions sont considérées comme des menaces de fragilisation du rôle du père, évolutions scientifiques (comme le clonage) ou juridiques : «*La fonction du père aujourd'hui est fragilisée et modifiée par les différentes évolutions de la société : la figure du chef de famille a disparu, le partage de l'autorité parentale est inscrit dans la loi.* » (mai 2003).

Dans *Pomme d'Api*, la question des rôles sexués est un fil rouge. Mais la diversité des points de vue – par exemple celui non «*autorisé* » de l'actrice Emmanuelle Béart «*Je pense que le schéma de la femme, de la mère qui n'avait pas pu se réaliser et qui donc poussait ses enfants à tout prix pour qu'ils réussissent s'efface petit à petit. Le statut de la mère au foyer existe aujourd'hui plus par choix que par résignation* » - permet-elle réellement de nuancer les propos des spécialistes, dont certains traditionnels vont jusqu'à la condamnation de l'égalité.

Dans Bayard, il est fait appel à des écoles apparemment différentes pour expliquer les rôles parentaux, mais comme aucune théorie ne remet en cause la biparentalité hétérosexuelle, la diversité théorique semble peu gênante sans doute : «*En conséquence, la sensibilité du milieu psy aux transformations à l'œuvre dans la société ou plutôt leur adaptation à ces changements se révèle toute relative. Leur conception, quelle que soit leur représentation de la différence des rôles, reste amarrée à la conviction biparentale* » (Mehl 2003 p.83). Bayard pointe l'intérêt d'une étude de réception : à quels messages les mères sont-elles en définitive sensibles ?

## CONCLUSION

---

Mis en avant dans les arguments de vente, le supplément pour les parents dans les magazines d'éveil pour les enfants jusque 7 ans n'est pas un simple « plus », permettant une meilleure compétitivité entre maisons d'édition, comme son nombre de pages conséquent le prouve : de 3-4 pages pour les plus modestes à 32 pages. Opuscule caché du magazine enfant, c'en est le véritable complément qui lui confère sa dimension d'outil d'éducation : il atteste que celui-ci ne saurait être seulement un objet ludique, « affaire des enfants », mais que cela concerne au premier chef les parents, pas seulement parce que l'enfant ne sait pas lire, mais parce qu'ils ont une mission éducative, voire pédagogique, que le supplément, véritable guide parental, les invite, les exhorte même et leur promet de les aider à assumer...

Ainsi le fascicule pour les parents assume plusieurs fonctions.

Il a une fonction économique sous-jacente et néanmoins clé, puisque c'est grâce au supplément que l'on va convaincre les parents de la valeur éducative du magazine enfants, promesse tant d'épanouissement que de réussite scolaire, et ainsi tenter de fidéliser un lectorat si labile, si évolutif, soumis à tant d'offres éducatives. Dans la même veine, le supplément est accessoirement un support publicitaire plus important que la revue enfant. En effet, malgré sa diversité liée à la segmentation qui s'est imposée depuis les années 1980, la presse enfants reste un acteur mineur du marché publicitaire. Selon l'article de *Marketing*, la première raison de ce désintérêt des annonceurs publicitaires est qu'elle « ne pèse aucun poids face à la grande distribution. L'audience maximale titre à titre ne dépasse jamais les 900 000 individus avant 14 ans, tandis que certains films diffusés le mardi soir sur TF1, par exemple, regroupent plusieurs millions d'enfants ».

Pour instaurer un parent médiateur efficace (et donc susceptible d'être fidèle...), il s'agit, en conséquence, tout à la fois de construire et de développer la nécessité d'un travail parental éducatif intensif, de longue haleine, sans oublier, surtout pour le premier âge, les tâches domestiques... et de se proposer d'assurer la « formation continue » des parents. Mettre sous tension pour mieux rassurer, agiter angoisses et espérances, telle est la recette en ce temps de scolarisation de l'enfance. C'est pourquoi, le cœur de tous les suppléments est constitué d'un dossier aux appellations et formats divers, autour de deux axes : un axe concernant les parents, autour des relations et des rôles familiaux, de la transmission des valeurs ou de dossiers informatifs ; un axe toujours plus important, concernant les enfants, allant du comportement de l'enfant, de la vie quotidienne aux apprentissages et à la formation des goûts des enfants ou des valeurs morales. Le dosage entre les thématiques choisies, et surtout les « voix » et modalités choisies pour les traiter, donne aux suppléments des colorations différentes.

Ainsi dans le supplément de *Bambi* de Disney, la rédaction recycle des conseils déjà publiés dans des revues de vulgarisation psychologique à destination des mères, qui depuis les interventions médiatiques de Françoise Dolto font florès, et les thèmes évoquent, d'un point de vue psychologique, le comportement et la vie quotidienne de l'enfant, centrés sur la relation mère/fils.

Fleurus, dans le supplément parents du second âge, privilégie les mêmes thématiques que Disney, mais avec en contrepoint des témoignages de mères d'une part et des citations culturelles d'autre part, qui dépsycholisent et dédramatisent la question posée.

En revanche, Bayard et Milan se caractérisent par leur plus grand intérêt pour les apprentissages. Mais alors que Bayard s'appuie, pour traiter les thématiques, sur une diversité disciplinaire de l'expertise, des références culturelles et des témoignages de parents du moins pour le second âge, Milan fait surtout appel aux spécialistes, soit de la psychologie, soit du champ de l'éducation, démultipliant par ailleurs les rubriques sur l'éducation et les informations culturelles. Le supplément se transforme en pendant du « livre du maître », en guidant les parents à l'utilisation de la revue pour enfant (validée par des spécialistes de l'enfance, testée dans des classes selon la publicité de Milan en septembre 2005) : explicitation du rôle de tel héros, interprétation d'histoire, fonction de telle rubrique, présentation systématique des modifications, etc.

Enfin, notons que Fleurus pour le premier âge renonce au discours pour privilégier une socialisation parentale par le faire : la relation parent/enfant et l'implication parentale sont travaillées par de nombreuses activités proposées dans le supplément parents, en plus donc de celles contenues dans le

magazine enfant. Milan et Bayard ne négligent pas d'ailleurs cette voie, qui distillent dans certains de leurs suppléments quelques activités semblables.

Enfin, si le supplément parents dans sa forme semble neutre ou s'adresser aux parents des deux sexes, comme le veut le principe d'égalité de notre société, il s'avère subrepticement s'adresser aux femmes comme le montrent divers indices : rôle maternel plus souvent évoqué, interactions plus nombreuses avec les mères, exigences de disponibilité auxquelles seules quelques-unes d'entre elles peuvent répondre, même si toutes y tendent, sous l'effet de la pression sociale. D'autant que les comparaisons des deux enquêtes emploi du temps de l'INSEE de 1986 et 1999 (Brousse 1999) montrent d'une part que la mise en couple et la présence d'enfants conduisent à une spécialisation des rôles et d'autre part que les évolutions restent mineures : les femmes ont en charge la plus grande part des tâches domestiques liées à la présence d'enfants. Les soins matériels aux enfants et la charge éducative et affective les occupent 30 et 10 minutes par jour, contre 7 et 6 pour les hommes. De plus, la traditionnelle répartition en domaines privilégiés d'interaction et d'intervention subsiste : l'affectif, le matériel et le travail scolaire pour elles, le ludique et la transmission d'un goût ou d'un hobby pour eux. Et ce, même si « *le champ de la définition de la paternité s'élargit au fur et à mesure que le niveau scolaire des parents s'élève et que l'activité professionnelle de la mère se rapproche de celle du père (en particulier en terme d'investissement personnel)* » (Ferrand, 2004). Ce sont bien les mères qui sont les médiatrices essentielles. De même que ce sont essentiellement des femmes qui dans les rédactions signent les éditoriaux et qui sont sollicitées comme expertes.

Dans ce cadre, se dessine, même en pointillé et en creux, un système de genre, ou plutôt des systèmes de genre, selon les suppléments, plus en fonction des âges que des éditeurs. Les modèles parentaux sont plus ou moins genrés, allant d'une naturalisation d'identités et de rôles inégalitaires dans les perspectives psychologiques les plus traditionnelles à une neutralisation des sexes par le biais de la focalisation des apprentissages, en passant par une modulation de la différence des sexes, par une mise en facteur des mutations sociologiques ou la prise en compte d'avis de personnalités différentes.

Aussi pouvons-nous affirmer que ce type de magazine sert aussi à construire du féminin<sup>31</sup>. Comme le montre Irène Jonas (2006a) à propos de la littérature foisonnante d'ouvrages à succès pour régler les problèmes de communication dans le couple, qui semblent a priori impliquer hommes et femmes et une « lecture mixte », alors qu'« *ils ne sont finalement qu'une nouvelle forme de 'traités de savoir-vivre' à l'usage des femmes* ». De même magazines pour enfants et suppléments parents, en écho, réactivent les rapports sociaux de sexe, non cette fois au nom de l'amour conjugal, mais au nom de l'amour et surtout de l'intérêt de l'enfant, de sa réussite personnelle, scolaire, sociale, sans oublier les menaces de stigmatisation agitées. Il s'agit d'amener les mères à consentir à endosser des obligations éducatives et domestiques, et donc à la fois de les replier vers la sphère du domestique pour accomplir ce travail parental et de les subordonner à la hiérarchie masculine familiale.

---

<sup>31</sup> Dans la construction du féminin, la presse féminine joue un rôle majeur, en transmettant aux femmes que la beauté notamment résulte d'un travail sur le corps, de règles de vie à s'imposer, de styles de vie à adopter, etc. (cf. Dardigna Anne-Marie 1978, *La presse « féminine », fonction idéologique*. Paris, Maspéro).

### ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE GENERALE<sup>32</sup>

---

#### OUVRAGES

- Actes de La Recherche en Sciences Sociales (1990) *Masculin/Féminin*. Paris, n°83 et n° 84
- Agnès, J., Landa F. Serryn D. (1988) *La Presse des Jeunes*. Paris : Syros
- Albert P. (2000) *Histoire de la presse*. Paris : PUF, Que sais-je ? (9ème ed.)
- Barrère-Maurisson M.-A., Buffier-Morel M., Rivier S. (2001) *Partage des temps et des tâches dans les ménages*. Cahier Travail et Emploi. Paris : La Documentation française.
- Baudelot C et al. (1999) *Et pourtant ils lisent*. Paris : Seuil
- Baudelot C, Establet R. (2007) *Quoi de neuf chez les filles ? Entre stéréotypes et libertés*. Paris : Nathan
- Beauvoir S. (de) (1949) *Le deuxième sexe*. Paris : Gallimard
- Belotti E. G. (1974), *Du côté des petites filles. L'influence des conditionnements sociaux sur la formation du rôle féminin dans la petite enfance*. Paris : Edition Des Femmes.
- Bellanger C. et al. (1975, 1976) *Histoire générale de la presse française*. Tomes 4 et 5. Paris : PUF
- Bouchard P., Boily I., Proulx M.-C. (2003) *La réussite scolaire comparée selon le sexe : catalyseur des discours masculinistes*. Ottawa : Condition féminine Canada
- Bourdieu P. (1998) *La domination masculine*. Paris : Seuil
- Bozon M., Locoh T. (dir.) (2000) *Rapports de genre et questions de population*. T.1 Genre et population, France 2000. Paris : INED, dossiers et recherches n°84.
- Brougère G. (1995) *Jeu et Education*. Paris : L'Harmattan
- Brugeilles C, Cromer S. (2005) *Analyser les représentations du masculin et du féminin dans les manuels scolaires*. Paris : Ceped, collection « Les clefs pour... ».
- Bruno P. (2000) *La culture de l'enfance à l'heure de la mondialisation*. Paris : In Press
- Certeau de M. (1980) *L'invention du quotidien*. Tome.1 Arts de faire. Paris : UGE
- Charon J.-M.  
(2002) *La presse des jeunes*. Paris : La Découverte, coll. Repères, 128 p.  
(1999) *La presse magazine*. Paris : La Découverte, coll. Repères, 128 p.
- Chartier A.-M., Hebrard J. (2000) *Discours sur la lecture (1880-2000)*. Paris, BPI-Centre Pompidou : Fayard
- Chombart de Lauwe M.-J., Bellan C. (1979) *Enfants de l'image*. Paris : Payot
- Couderc M.-A. (2005) *La semaine de Suzette. Histoires de filles*. Paris : CNRS
- Coulon N., Cresson G., 2008, *La parentalité et ses genres, entre familles et crèches, entre sexe et genre*. Paris : L'Harmattan, coll. Logiques sociales
- Crépin T. (2001) *Haro sur le gangster : la moralisation de la presse enfantine 1934-1954*. Paris : CNRS
- Dafflon Nouvelle A. (2006) *Filles-Garçons, socialisation différenciée ?* Paris : PUG
- Dardigna A.-M. (1978) *La presse féminine, fonction idéologique*. Paris : Maspéro
- Destal C.  
(2000) *La presse enfantine*. Université de Bordeaux  
(2006) *Analyse des stéréotypes féminins dans la presse fillette et pour adolescentes*, étude réalisée dans le cadre de l'étude européenne Women and Media in Europ
- Détrez C. (2002). *La construction sociale du corps*. Paris : Seuil
- Détrez C. et Simon A. (2006) *A leur corps défendant. Les femmes à l'épreuve du nouvel ordre moral*. Paris : Seuil
- Direction du Développement des Médias (2002) *Tableaux Statistiques de la presse*. Paris : La Documentation française

---

<sup>32</sup> Nous ne reprenons pas ici tous les ouvrages et articles concernant le genre dans la littérature de jeunesse dont nous avons fait une recension dans : Carole Brugeilles, Cromer Isabelle et Sylvie Cromer (2002) « Les représentations du féminin et du masculin dans les albums illustrés ou comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre », *Population*, 57,2, 2002, 261-292.

- Dizier C., Nibona M., Willems I. (s.d.) *L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias*. Université de Liège, Rapport final à la Direction de l'Égalité des chances du Ministère de la Communauté française.
- Dolto F.  
(1999) *Lorsque l'enfant paraît*. Paris : Seuil, Points (1ère édition 1977)  
(1995) *La Cause des enfants*. Paris : Robert Laffont, Pocket (1ère édition 1985)
- Donnat O. (1998) *Les pratiques culturelles des Français, enquête 1997*. Paris : La Documentation Française
- Dubar C. (1996) *La Socialisation*. Paris : Armand Colin
- Dunnigan L. (1975) *Analyse des stéréotypes masculins et féminins dans les manuels scolaires du Québec*. Québec : Conseil du Statut de la Femme
- EPHESIA (ed.) (1995) *La place des femmes. Les enjeux de l'identité et de l'égalité au regard des sciences sociales*. Paris : La Découverte
- Escarpit D. (dir.) (sd) *L'enfant, l'image et le récit*. Paris, la Haye, New York : Mouton
- Falconnet G., Lefaucheur N. (1977) *La fabrication des mâles*. Paris : Seuil.
- Ferrand M. (2004) *Féminin Masculin*. Paris : La découverte, coll. Repères
- Fourment A. (1987) *Histoire de la presse des jeunes et des journaux d'enfants (1768-1988)*. Paris : Eoles
- Gabszewicz G., Sonnac N. (2006) *L'Industrie des médias*. Paris : La Découverte, collection Repères
- Giampino S. (2000) *Les mères qui travaillent sont-elles coupables ?* Paris : Albin Michel
- Gockisch U. (1995) *La presse des jeunes en France*. Paris : CREDIF
- Goffman E. (2002) *L'arrangement des sexes*. Paris : La dispute (1ère ed. 1977)
- Guillaumin C. (1992) *Sexe, race et pratique du pouvoir. L'idée de nature*. Paris : Côté-Femmes
- Héritier F.  
(1996) *Masculin / Féminin, la pensée de la différence*. Paris : Odile Jacob  
(2002) *Masculin / Féminin, dissoudre la hiérarchie*. Paris : Odile Jacob
- Horellou-Lafarge C., Segré M. (1999) *Regards sur la lecture en France. Bilan des recherches sociologiques*. Paris : Harmattan
- Hurtig M.-C. & Pichevin M.-F. (1986) *La différence des sexes. Questions de psychologie*. Paris : Tierce
- Hurtig M.-C, Kail M., Rouch H. (ed.) (1991) *Sexe et genre. De la hiérarchisation entre les sexes*. Paris : CNRS
- Jodelet D. (dir.) (1989) *Les représentations sociales*. Paris : PUF
- Laqueur T. (1992) *La fabrique du sexe, essai sur le corps et le genre en Occident*. Paris : Gallimard
- Laufer J., Marry C., Maruani M. (2001) *Masculin-féminin : questions pour les sciences de l'homme*. Paris : PUF
- Le Camus J. (2000) *Le vrai rôle du Père*. Paris : Odile Jacob
- Lemel Y., Roudet B. (dir) (1999) *Filles et garçons jusqu'à l'adolescence, socialisations différentielles*. Paris : L'Harmattan
- Mathieu N.-C. (1991) *L'anatomie politique*. Paris : Côté-femmes
- Mehl D. (2003) *La bonne parole. Quand les pys plaident dans les médias*. Paris : La Martinière
- Mollo S. (1969) *L'école dans la société. Psychosociologie des modèles éducatifs*. Paris : Dunod
- Moscovici S. (1976) *La Psychanalyse, son image et son public*. Paris : PUF
- Oakley A. (1972) *Sex, gender, society*. New York : Harper Colophon Books
- Octobre S. (2004) *Les loisirs culturels des 6-14 ans*. Paris : Ministère de la culture et de la communication. La Documentation française
- Parmegiani C.-A. (dir.) (1993) *Lectures, livres et bibliothèques pour enfants*. Paris : Cercle de la Librairie
- Pasquier D. (1999) *La culture des sentiments, l'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris : MSH
- Pasquier D, Jouët J. (coord.) (1999) *Les jeunes et l'écran*. Paris : Hermès Science publication, n°92-93
- Patureau F. (1992) *Les pratiques culturelles des jeunes*. Paris : La documentation française
- Poulain M., dir. (1993) *Lire en France aujourd'hui*. Paris : Cercle de la librairie
- Poulain-Dubois D. (coord.) (2006) *Garçons et filles : le développement des stéréotypes*. Revue Enfance, juillet 3/2006.
- Preissing C, Wagner P. (2006) *Les tout-petits ont-ils des préjugés ? Education interculturelle et antidiscriminatoire dans les lieux d'accueil*. Ramonville : Eres
- Prokhoris S. (2000) *Le Sexe prescrit*. Paris : Aubier
- Renonciat A. (s.d.) *L'image pour enfants : pratiques, normes, discours (France et pays francophones, XVIe-XXe siècles)*. Poitiers : La licorne

- Roussel C., Bertrand G., Corset P. (1991) *Les jeunes et leur télévision. Les grandes caractéristiques de l'univers des jeunes de 8 à 16 ans*. Etude de Médiamétrie pour le Ministère de la culture de la communication et des grands travaux. Paris : Documentation française
- Saadi-Mokrane D. (dir.) (1999) *Sociétés et cultures enfantines*. Actes du colloque, Université Charles de Gaulle-Lille 3, novembre 1997. Villeneuve d'Ascq : SRED
- Segalen M. (1981) *Sociologie de la famille*. Paris : Colin
- Sonnac N., Le Floch P (2005) *Economie de la presse*. Paris : La Découverte (nouvelle édition)
- Vincent S. (2000) *Les usages sociaux du jouet. Le jouet comme révélateur des relations familiales d'éducation*. Paris : La dispute
- Winnicott D. W. (1997) *Conseils aux parents*. Paris : Payot
- Zazzo B. (1993) *Féminin masculin à l'école et ailleurs*. Paris : PUF

## ARTICLES

- Algava E. (2002) « Quel temps pour les activités parentales ? », DREES, *Etudes et résultats* n°162, mars 2002
- Barrère-Maurisson M.-A. (2004) « Masculin/féminin : vers un nouveau partage des rôles ? », *Famille(s) et politiques familiales, Cahiers français* n° 322, septembre-octobre. Paris, La Documentation française, p.22-28
- Bergonnier-Dupuy G. (1999) « Pratiques éducatives parentales auprès des jeunes enfants », *Filles et garçons jusqu'à l'adolescence, socialisations différentielles*. Paris : L'Harmattan
- Brousse C. (1999), « La répartition du travail domestique entre conjoints reste très largement spécialisée et inégale », *France Portrait social 1999-2000*. Paris : Insee, p.135-151.
- Brugeilles C., Cromer I. et Cromer S. (2002) « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre », *Population*, vol. 57 n° 2 p. 261-292
- Brugeilles C., Cromer S. (2006) « Les manuels scolaires de mathématiques ne sont pas neutres. Le système de genre d'une collection panafricaine de l'enseignement primaire ». *Revue Autrepart* n° 39, p.149-166.
- Brugeilles C., Cromer S. (2007) « Albums illustrés créés par des femmes, albums illustrés créés par des hommes: quelles différences? (Le cas de la production française de 1994). In *Femmes et Livres*, actes du colloque, Danielle Bajomée, Juliette Dor, Marie-Elisabeth Henneau (eds). Paris : L'Harmattan, collection des Idées et des Femmes.
- Bruno P. (2001) « Qu'apprend la presse éducative ? » in *Le Français aujourd'hui* n°132, p.97-104
- Bruno P. (2001) « Du rôle de la presse dans l'éducation des filles », in *Nous voulons lire !* n°139-140 été, p.89-94
- Bruno P. (2002) « Savoirs à vendre », *Le Français aujourd'hui* n° 140
- Bruno P. (2005) « La presse jeune : ségrégations des publics et marchandisation des inquiétudes parentales », mis en ligne 5 décembre 2005 <http://www.acrimed.org>
- Bruno P. (2005) « Comment l'esprit ne vient pas aux filles. La presse pour adolescentes et préadolescentes (1990-2002) », mis en ligne 7 décembre 2005 <http://www.acrimed.org>
- Chamboredon J.-C., Prévot J. (1973) « Le métier d'enfant : définition sociale de la prime enfance et fonctions différentielles de l'école maternelle », *Revue française de sociologie*, 14 (3), juillet-septembre 1973, p.295-335.
- Cherkaoui M. (1992 ) « Les types de socialisation », in Boudon R. (ed.) *Traité de sociologie*. Paris : P.U.F., p. 136.
- Chombart de Lauwe M.-J., Feurhahn N. (1989) « La représentation sociale dans le domaine de l'enfance » in Jodelet, *op cit* : 352-353.
- Chombart de Lauwe M.-J., Bellan C. (1977) « Images des massmedia et socialisation des enfants », in *Femmes, sexisme et sociétés*, Andrée Michel (dir.). Paris : PUF
- Chombart de Lauwe M.-J., Bellan C. (1978) « Typologie des personnages d'enfant dans la littérature d'enfance et de jeunesse », in *Cahiers de littérature générale et comparée*, n° spécial «La littérature d'enfance et de jeunesse». Aix : Société française de littérature générale et comparée
- Cromer S. (2005) « Vies privées des filles et des garçons, des socialisations toujours différentielles ? », in *Femmes, sexe et genre*, dir. M. Maruani. Paris : La Découverte, l'Etat des savoirs.

- Cromer S., Turin A. (1998) *Que voient les enfants dans les livres d'images ?* Association du Côté des Filles, 16 p
- Dafflon Nouvelle A.  
(2002a) « Les représentations multidimensionnelles du masculin et du féminin véhiculées par la presse enfantine francophone », *Swiss Journal of Psychology* 61 (2). Berne : Hans Huber  
(2002b) « La littérature enfantine francophone publiée en 1997. Inventaire des héros et des héroïnes proposés aux enfants. *Revue Suisse des Sciences de l'Education*, 24 (2), p.309-326  
(2003) « Histoires inventées : quels héros et héroïnes souhaitent les garçons et les filles ? » *Archives de psychologie*, 70, p.147-173
- Dafflon Nouvelle A., Ferrez E. (2003) « Sexisme dans la littérature enfantine. Analyse des albums avec animaux anthropomorphiques » *Les cahiers internationaux de Psychologie sociale* 57.
- Détrez C. (2006) « Il était une fois le corps... la construction biologique du corps dans les encyclopédies pour enfants », *Sociétés contemporaines, Ecole publique/école privée : des frontières poreuses*, n° 59/60.
- Dumontier F, Singly F., de, Thélot C. (1990) « La lecture moins attractive qu'il y a vingt ans », *Economie et statistiques* n°233, juin 1990, p.63-90
- Duparc D. (2002) « Créative, la presse jeune ! », in *Union Presse* n°247 d'avril, p.55-57
- Eisenegger A. (2002) « L'année en journaux », *Revue pour enfants* n°207
- Neveu E. (1999) « Pour en finir avec 'l'enfantisme'. Retours sur enquêtes ». *Réseaux* n°92-93, Edition Hermès sciences
- Jonas I.  
(2006a) « L'antiféminisme des nouveaux 'traitements de savoir-vivre à l'usage des femmes' », *Nouvelles Questions Féministes*, vol 25 n° 2-2006 p.82-95  
(2006b) « Le nouveau travail féminin dans 'l'entreprise-couple' », *Cahiers du genre* 41-2006 p.181-196  
(2007) « Les relations entre hommes et femmes au miroir de la littérature de thérapie de couple », *Recherches et prévisions* n° 39 septembre, p. 21-30
- Lallouet M. (2006) « La mixité dans la presse jeunesse ». Dossier : La lecture est-elle réservée aux adolescentes ? *Lecture Jeune* n° 120.
- Octobre S. (2005) « La fabrique sexuée des goûts culturels. Construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles », *Développement culturel* n° 150, décembre
- Pasquier D. (2002) « Les 'savoirs minuscules', le rôle des médias dans l'exploration des identités de sexe », *Education et Sociétés* 2002-2, n°10, p.35-44
- Salles D. (2005-2006) « La presse des jeunes », *L'école des lettres des collèges* n° 8 p.3-20
- Tavan C. (2003) « Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance ». Insee première n°883 février.
- Tessier G. (1992) « Enfants de l'image, images d'enfants, les représentations du corps enfantin à travers la presse de jeunesse ». *Revue française de pédagogie* n°98 jan fev mars 1992, p. 13-19
- Tiberghien M. (2001) « Escapade à Toulouse : Milan a 20 ans », *Livres Jeunes aujourd'hui*, mars n°3
- Vandroux K. (1998) « Les enfants et leurs lectures ou l'histoire des publications pour enfants » *Jouet MAG* n°12 octobre 2001 (article internet musée du jouet Moirans en Montagne, musee-du-jouet.com)
- Vincent C. (2006) « La presse prend les fillettes au berceau », *Le Monde*, 4.10.2006
- Vuaroqueaux G.-A. (s.d.) « Les enfants et le phénomène des périodiques », *asp.ricochet-jeunes.org*

## NUMÉROS DE REVUES

- *Réseaux* n°70 (1995) Dossier Médias, identités et culture du sentiment, coordonné par Dominique Pasquier.
- *Réseaux* n°105 (2001) Dossier la presse magazine. Hermès sciences
- *Education et Sociétés*, n°2 et n°3, *Sociologie de l'enfance*, INRP, De Bock 1998, 1999
- *Textes et documents pour la classe*, CNDP, du 15 au 31 janvier 2002, n° 828 et 848 du 15 janvier 2003
- *CB News* n°30, 15 février 1999, Dossier la presse enfantine
- *Parole* n° 51, printemps 2002, Association romande pour l'enfance et la jeunesse. Institut suisse jeunesse et médias. Les représentations du masculin et du féminin véhiculées par la littérature et la presse jeunesse.

## ARTICLES DE PRESSE

- « Avec le rachat de Milan, Bayard détient 27 % de la presse enfants » *Stratégies* 1302 du 13/11/2003, M. Baudriller ([www.strategies.fr](http://www.strategies.fr))
- « Presse jeunesse : la fin de la mixité ? » *CB News* n°792, du 24 au 30 mai 2004
- « La presse prend les fillettes au berceau », *Le Monde*, 4 octobre 2006
- « *Pomme d'Api* a quarante ans » *La Croix*, 20 septembre 2006
- F.K. (1998) « La presse diversifiée ses recettes publicité et presse jeunesse » *Marketing Magazine* n° 27
- Sur le site de Ricochet, <http://www.ricochet-jeunes.org/entretien> - consulté le 19 octobre 2006 : Entretien avec Anne-Claire Beurthey, réalisé en septembre 2006, rédactrice en chef de *Pomme d'Api* de Bayard.

## GUIDES ANNUAIRES

- Alphom, *Le Guide de la presse*, 1993, 2002
- *Annuaire de la presse et de la publicité* (APP) Paris, société d'édition de l'Annuaire de la presse 1968-2002
- *Media Sig* (2002). Les 7000 noms de la presse et de la communication.
- *Union presse*. Au cœur du réseau pour vendre plus. Annuaire du diffuseur de presse 2002-2003, n°250, juillet-août 2002

## SITES INTERNET

- Action, critique, médias <http://www.acrimed.org>
- Association française pour la lecture : <http://www.lecture.org>
- Association Lab-elle, un label attentif aux potentiels féminins : <http://www.lab-elle.org>
- Centre de recherche et d'information sur la Littérature jeunesse : <http://crilj.club.fr/index.htm>
- Citrouille (Association des libraires spécialisés en littérature jeunesse) : <http://citrouille.net>
- CLEMI : <http://www.cleml.org>
- CRLJ, Centre de ressources sur la littérature de jeunesse de Midi-pyrénées : [www.crlmidipyrenees.asso.fr](http://www.crlmidipyrenees.asso.fr)
- Enquêtes consojunior, cf. le site de Mondadori France : <http://www.emapmedia.com/index.asp>
- Fédération française des industries du jouet et de la puériculture : <http://www.fjp.fr>
- Groupe de recherche d'éducation aux médias : [www.grrem.fr](http://www.grrem.fr)
- Institut international de Littérature Jeunesse, Jeu, Multimedia Charles Perrault : <http://www.institutperrault.org/>
- Joie par les Livres : <http://www.lajoieparleslivres.com/>
- Livres au trésor : [www.livresautresor.net](http://www.livresautresor.net)
- OJD (organisme de référence pour la certification des chiffres de tirage, de diffusion et de distribution de la presse française). <http://www.ojd.com/>
- Paris lecture : <http://www.centre-lecture.com>

- Ricochet (Centre International d'Etudes en Littérature de Jeunesse, CIELJ) : <http://www.ricochet-jeunes.org/>
- Syndicat de la Presse des jeunes : <http://www.pressedesjeunes.com/>
- Stratégies.fr [www.strategies.fr](http://www.strategies.fr)
- Télémaque, CRDP de Créteil : [w.crdp.ac-creteil.fr/telemaque/](http://w.crdp.ac-creteil.fr/telemaque/) (janvier 2003)
- Université de Lille 3, département jeunesse : [www.univ-lille3.fr/ufr/idist/jeunet](http://www.univ-lille3.fr/ufr/idist/jeunet)

## BIBLIOGRAPHIES SUR LE GENRE DANS LA LITTÉRATURE DE JEUNESSE

- les filles dans la littérature de jeunesse : site de Livres au trésor : [www.livresautresor.net/centre/bibliofilles.htm](http://www.livresautresor.net/centre/bibliofilles.htm) (consulté le 11 janvier 2006)
- Féminin/masculin, in Télémaque : [www.crdp.ac-creteil.fr/telemaque/?comite/fem-masculin.htm](http://www.crdp.ac-creteil.fr/telemaque/?comite/fem-masculin.htm) (janvier 2003)
- Le statut de la femme dans l'album de jeunesse : [www.crdp-toulouse.fr](http://www.crdp-toulouse.fr)

## PRINCIPAUX CENTRES SPÉCIALISÉS EN LITTÉRATURE DE JEUNESSE

- L'Heure Joyeuse, 6-12 rue des prêtres Saint-Séverin, 75005 Paris. Tel : 0156 8115 60 (pas de site internet)
- La Joie par les Livres, Paris - <http://www.lajoieparleslivres.com/>
- Livres au Trésor, Bobigny - [www.livresautresor.net](http://www.livresautresor.net)
- Institut Charles Perrault, Eaubonne - <http://www.institutperrault.org>
- Centre International de Littérature Jeunesse, Charleville Mézières - <http://www.ricochet-jeunes.org/>

## SITES DES ÉDITEURS ÉTUDIÉS

- Bayard : <http://www.bayardpresse.com/>
- (La maison d'édition Bayard est la seule à disposer d'un centre de documentation accessible sur rendez-vous au 3 rue Bayard à Paris)
- Disney : <http://www.dhpregie.com/> (le site est seulement accessible aux professionnels)
- Fleurus : <http://www.fleuruspresse.fr>
- Milan : <http://www.milanpresse.com/>

## ANNEXE 2 : LISTE DES TABLEAUX ET DES ENCADRÉS

---

Sauf mention spéciale, les tableaux et encadrés sont des données de l'auteure, dans le cadre de l'étude sur les suppléments parents.

### \* LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1 : Liste des revues étudiées selon leur ordre chronologique d'apparition, par éditeur, selon leur lectorat
- Tableau 2 : Descriptif du corpus définitif des revues généralistes d'éveil pour les enfants jusque 7 ans
- Tableau 3 : Accès au magazine pour enfant selon les catégories socio-professionnelles (en %)
- Tableau 4 : Présentation du corpus des suppléments parents des 4 éditeurs sélectionnés
- Tableau 5 : Présentation détaillée des suppléments parents par revue et éditeur
- Tableau 6 : Les références culturelles dans les suppléments parents d'*Abricot* de Fleurus par discipline
- Tableau 7 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de *Toupie* de Milan par discipline et par sexe
- Tableau 8 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de *Toboggan* de Milan par discipline et par sexe
- Tableau 9 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de *Popi* de Bayard par discipline et par sexe
- Tableau 10 : Les expert-es des dossiers des suppléments parents de *Pomme d'Api* de Bayard par discipline et par sexe
- Tableau 11 : Les références culturelles dans les suppléments parents de *Pomme d'Api* de Bayard par discipline et par sexe

### \* LISTE DES ENCADRES

- Encadré 1 : Les critères d'exclusion du corpus
- Encadré 2 : Caractéristiques générales de *Bambi* de Disney
- Encadré 3 : Les 43 questions concernant les enfants dans les pages Parents de *Bambi*
- Encadré 4 : Caractéristiques générales des revues *Papoum* et *Abricot* de Fleurus
- Encadré 5 : Les 42 questions concernant les enfants dans les Pages Parents d'*Abricot*
- Encadré 6 : Caractéristiques générales des revues *Picoti*, *Toupie*, *Toboggan* de Milan
- Encadré 7 : Les 21 questions concernant les enfants dans « Picoti parents » et le « Journal des parents » de *Picoti*
- Encadré 8 : Les 37 questions concernant les enfants dans « Toupie parents » de *Toupie*
- Encadré 9 : Les 29 questions concernant les enfants dans « Tob Parents » de *Toboggan*
- Encadré 10 : Caractéristiques générales des revues *Popi* et *Pomme d'Api* de Bayard
- Encadré 11 : Les 40 questions concernant les enfants dans « Popi Parents » et « Popi + », suppléments parents de *Popi*
- Encadré 12 : Omniprésence de la mère, florilège, dans les dossiers de *Popi*
- Encadré 13 : Les 29 questions concernant les enfants dans « Parents poche » et « Pomme d'Api Parents », supplément parent de *Pomme d'Api*