

LE CORPS PRESCRIT. SPORT ET TRAVAIL DE L'APPARENCE DANS LA PRESSE POUR FILLES

Martine Court

L'Harmattan | « Cahiers du Genre »

2010/2 n° 49 | pages 117 à 132

ISSN 1298-6046

ISBN 9782296137646

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-cahiers-du-genre-2010-2-page-117.htm>

Pour citer cet article :

Martine Court, « Le corps prescrit. Sport et travail de l'apparence dans la presse pour filles », *Cahiers du Genre* 2010/2 (n° 49), p. 117-132.
DOI 10.3917/cdgc.049.0117

Distribution électronique Cairn.info pour L'Harmattan.

© L'Harmattan. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Le corps prescrit. Sport et travail de l'apparence dans la presse pour filles

Martine Court

Résumé

L'objectif de cet article est de décrire et de comparer les usages du corps qui sont prescrits aux filles dans deux magazines pour préadolescentes. On étudie pour cela les modèles de conduites proposés dans le domaine du sport et du travail de l'apparence. Si ces deux magazines dictent à leurs lectrices des usages du corps globalement conformes aux stéréotypes de genre, ces prescriptions ne sont cependant pas strictement identiques les unes aux autres. Elles varient, en l'occurrence, en fonction des propriétés sociales des lectrices à qui elles s'adressent et reflètent des habitudes corporelles caractéristiques de classes sociales différentes.

ENFANCE — CORPS — SPORT — PRODUCTIONS CULTURELLES — PRESSE JEUNESSE
— STÉRÉOTYPES SEXUÉS

Les travaux sociologiques consacrés au corps ont montré depuis longtemps que les usages du corps varient fortement en fonction du sexe des individus et que ces différences se constituent dès l'enfance (Détrez 2002). À l'âge de l'école primaire, elles s'observent de manière particulièrement nette dans deux domaines : le sport et le travail de l'apparence (Court 2010). Les filles et les garçons de cet âge ne pratiquent, en effet, pas les mêmes activités sportives et ils ne les pratiquent pas de la même façon (Davisse 2006). Ils n'expriment en outre pas le même intérêt pour

les vêtements, les bijoux, le maquillage et la coiffure (Vincent 2001).

Curieusement, les sociologues se sont peu interrogés sur les processus de socialisation qui engendrent de telles conduites. Si les différences qui s'observent entre les sexes en ce qui concerne les manières de traiter son corps et d'en user peuvent être analysées, à un niveau macrosociologique, comme un produit de la position dominée que les femmes occupent dans la société (Guillaumin 1992 ; Bourdieu 1998 ; Young 2005), il reste toutefois à examiner, à un niveau plus microsociologique, où et comment ces différences se constituent. Pour cela, il convient de s'interroger sur le travail de socialisation effectué par la famille, l'école et les pairs, mais il est également nécessaire d'analyser la façon dont les usages du corps sont représentés dans les produits culturels destinés aux enfants. Comme l'ont montré de nombreux travaux, des supports tels que les livres et la presse contribuent, en effet, de façon importante à la construction des différences entre garçons et filles en diffusant dans leurs pages des modèles de conduites sexués (Brugeilles *et al.* 2002 ; Dafflon Nouvelle 2002 ; Détéz 2005 ; Épiphanie 2007).

L'objectif de cet article est d'analyser les prescriptions formulées au sujet du sport et du travail de l'apparence dans un segment particulier de la presse pour enfants, celle qui s'adresse spécifiquement aux filles. Cette presse destinée aux filles existe en France depuis la fin du XIX^e siècle. Elle a disparu à la fin des années 1960, au moment où s'est développée une presse éducative soucieuse de mixité, puis elle est réapparue à la fin des années 1990. En parallèle, aucun titre n'a été créé à destination exclusive des garçons. Un mensuel de ce type — intitulé *Hugo et Lucas* — a paru en 2003, mais seulement pendant quelques mois¹.

De manière plus précise, nous nous proposons d'étudier ici deux magazines relevant de ce segment de presse, *Julie* et *Witch Mag*². Ces deux mensuels s'adressent à la même tranche d'âge

¹ Cette information est donnée par Corinne Destal : www.grem.org/web10106/website/doc/presse_fillette.doc.

² Ces deux magazines ont déjà fait l'objet d'études réalisées par des chercheurs en sciences de l'information et de la communication (Bruno 2001 ; Destal 2006). Par rapport à ces recherches, la spécificité de notre travail est de s'intéresser

(les 8-13 ans) et offrent des contenus qui se recouvrent en grande partie. Tous les deux publient ainsi des articles proches de ceux que l'on trouve dans les magazines féminins pour adultes : des pages de mode, des conseils de beauté, un courrier des lectrices fortement orienté autour des questions sentimentales et des tests 'psychologiques'. En même temps, ces deux magazines présentent l'intérêt d'occuper des positions différentes dans le champ de la presse pour enfants et préadolescents. *Witch Mag* et *Julie* se caractérisent en effet par des projets éditoriaux distincts et leur comparaison permet donc de faire apparaître un certain nombre de variations relatives aux usages du corps qui y sont prescrits. En reprenant la classification proposée par Jean-Marie Charon (2002), on peut distinguer, dans l'ensemble des magazines destinés aux 8-13 ans, trois types de publications : une presse 'ados', consacrée aux vedettes de la chanson et de la télévision (par exemple *Hit girl*, *Star Club*), une presse 'distractive', qui publie principalement des bandes dessinées et des jeux (*Le journal de Mickey*, *Super Picsou géant*), et une presse 'éducative', qui a pour ambition de favoriser le goût pour la lecture et l'acquisition de connaissances proches de celles dispensées à l'école. Cette presse 'éducative' se subdivise elle-même en plusieurs catégories. À côté de magazines généralistes (comme *Astrapi* ou *Okapi*), on trouve tout un ensemble de titres spécialisés autour de différents thèmes : la lecture (*D Lire*, *Moi je lis*), la nature, l'histoire et la géographie (*Wapiti*, *Images Doc*), l'apprentissage des langues (*I love English*), le multimédia (*Mobiclic*) ou encore l'actualité (*Le journal des enfants*).

Dans l'ensemble de ces publications, *Julie* se situe clairement du côté de la presse 'éducative'. Publié par les éditions Milan (qui appartient au groupe Bayard depuis 2004), il propose, en effet, à côté d'articles typiques des magazines féminins, la plupart des rubriques habituelles de la presse éducative généraliste : des reportages sur des sujets proches de ceux qui sont traités en classe, une rubrique consacrée à l'école, une autre à la lecture. *Witch Mag*, en revanche, appartient plutôt à la presse 'distractive'. Édité par Disney Hachette presse, il ne publie

uniquement aux représentations du sport et du travail de l'apparence, et de les étudier de manière approfondie.

aucune de ces rubriques traitant de thèmes ‘scolaires’. En outre, alors que *Julie* est souvent présent dans les centres de documentation des écoles et les bibliothèques municipales, ce n’est pas le cas de *Witch Mag*³.

En 2008, *Witch Mag* et *Julie* se vendent aussi bien que des magazines du même type (‘éducatif’ ou ‘distractif’) qui s’adressent aux deux sexes et ce, bien qu’ils soient apparus plus récemment. *Julie*, né en 1998, a une diffusion légèrement inférieure à celle d’*Astrapi* et d’*Okapi*, magazines ‘éducatifs’ mixtes publiés par Bayard presse depuis les années 1970⁴. *Witch Mag*, qui paraît depuis 2003, se vend aussi bien que *Picsou magazine*, publié lui aussi par Disney Hachette presse, mais né en 1972⁵.

Diffusion moyenne (au numéro) de quelques titres susceptibles d’être lus par les 8-13 ans, en 2008 (OJD. www.ojd.com)

Presse ‘éducative’	
<i>Images Doc</i>	95 208
<i>Astrapi</i>	73 338
<i>Okapi</i>	67 886
<i>Julie</i>	65 105
<i>D Lire</i>	51 969
<i>Moi je lis</i>	30 209
Presse ‘distractive’	
<i>Super Picsou géant</i>	198 232
<i>Le journal de Mickey</i>	148 355
<i>Picsou magazine</i>	134 864
<i>Witch Mag</i>	134 740
Presse ‘ados’	
<i>Fan 2</i>	91 657
<i>Star Club</i>	60 748
<i>Hit Girl</i>	56 721

³ En 2010, *Julie* et *Witch Mag* se partagent le marché de la presse s’adressant aux filles de 8 à 13 ans avec un troisième magazine, publié par les éditions Fleurus, qui est intitulé *Les petites sorcières*. Le contenu de ce magazine diffère cependant sensiblement de celui des deux titres que nous avons choisis d’étudier. Centré sur une histoire complète, *Les petites sorcières* s’apparente en effet à un magazine éducatif spécialisé sur la lecture et non, comme c’est le cas de *Julie* et de *Witch Mag*, à un magazine féminin pour préadolescentes.

⁴ *Astrapi* s’adresse aux 7-11 ans, *Okapi* aux 10-15 ans. Tous les deux sont des bimensuels.

⁵ *Picsou magazine* est un mensuel.

En 2008, *Witch Mag* possède un lectorat nettement plus important que celui de *Julie* (134 740 lectrices en moyenne chaque mois, contre 65 105 pour *Julie*). Cette différence quantitative se double d'une différence qualitative : les deux magazines s'adressent à (et ils sont vraisemblablement lus par) des publics différenciés en termes de classes sociales. Dans la mesure où il possède une ligne éditoriale 'éducative', *Julie* séduit assurément plus que *Witch Mag* les parents bien dotés en capital culturel. De même, plusieurs éléments donnent à penser que le lectorat de *Julie* est plus favorisé que celui de *Witch Mag* du point de vue économique. Le prix de vente de *Julie* est ainsi un peu plus élevé que celui de *Witch Mag* (respectivement 4,6 € et 3,9 € en 2007). Les vêtements présentés dans les pages mode de *Julie* sont également plus souvent que ceux présentés dans *Witch Mag* des vêtements de marques relativement coûteuses comme IKKS ou Kenzo (les vêtements présentés dans *Witch Mag* sont pour la plupart des vêtements distribués en grande surface ou par correspondance)⁶. Enfin, lorsque *Witch Mag* parle de ses lectrices (que ce soit en leur donnant la parole ou en s'adressant à elles), il fait régulièrement allusion au fait que certaines d'entre elles disposent de ressources financières limitées (*Julie* ne le fait jamais). Par exemple, à l'intérieur d'un test intitulé : « Prends-tu les choses trop à cœur ? », l'une des situations décrites est : « *Tes copines vont au ski sauf toi, car tes parents n'ont pas assez d'argent* ».

Le corpus étudié ici est constitué des douze numéros de *Julie* parus en 2007 et des douze numéros de *Witch Mag* parus en 2008⁷. L'analyse de ce corpus se fera en deux temps : nous

⁶ Pierre Bruno (2001) et Corinne Destal (2005) font la même observation sur leurs propres corpus.

⁷ En 2008, nous avons effectué un premier travail sur les numéros de *Julie* de 2007, en nous procurant ces numéros dans une bibliothèque municipale. Par la suite, nous avons souhaité réaliser un second travail sur *Witch Mag*, afin de comparer le contenu des deux magazines. *Witch Mag* n'étant pas disponible en bibliothèque, nous avons cherché à acheter ce magazine sur le marché de l'occasion sur Internet. Or au moment de cette recherche, il n'était pas possible d'acquérir par ce moyen les douze numéros de *Witch Mag* de l'année 2007. Les douze numéros de 2008 étaient en revanche disponibles, et nous avons donc choisi de travailler sur ce corpus-là, en jugeant qu'il valait mieux disposer de

nous intéresserons en premier lieu aux prescriptions formulées au sujet du travail de l'apparence, puis en second lieu à celles relatives à la pratique sportive.

Les représentations du travail de l'apparence

En ce qui concerne le travail de l'apparence, *Julie* et *Witch Mag* proposent tous les deux à leurs lectrices des modèles de conduites stéréotypés. Ils leur adressent, en effet, des invitations récurrentes à s'occuper et se préoccuper de leur beauté. Comme on l'a indiqué plus haut, les deux magazines publient des pages sur la mode dans tous leurs numéros et livrent régulièrement des astuces pour embellir son corps ou sa chevelure⁸. *Julie* explique notamment comment se faire une coiffure « *chic* » pour « *jouer les starlettes* », comment avoir des cheveux « *brillants et tout doux* », ou « *avoir de belles dents* ». *Witch Mag* décrit de la même manière comment se fabriquer « *une huile scintillante pour le corps* » ou se faire des tatouages éphémères avec de l'*eye-liner*. De façon plus manifeste, les deux magazines adressent également à leurs lectrices des invitations explicites à se soucier de leur apparence. *Julie*, par exemple, dans un article intitulé « *Dix astuces pour voir la vie en rose* », affirme que travailler son apparence rend heureux et donne de l'énergie (« *Quand on est jolie, on se sent tout de suite moins fatiguée et de meilleure humeur !* »). De même, dans les résultats d'un test intitulé : « *Es-tu coquette ?* », *Witch Mag* formule un commentaire sans équivoque à l'intention des filles qui ont obtenu le 'score' le plus faible de coquetterie :

Il va falloir prendre les choses en main ! déclare l'auteur-e de ce test. *Ta mère s'arrache les cheveux pour que tu sois plus féminine et elle n'a pas tort. Réfléchis-y. Voici des astuces pour t'aider. [...] Si tu fais plus attention, tu paraîtras plus soignée et les gens viendront vers toi.*

deux années complètes même décalées d'un an, plutôt que de travailler sur des numéros de la même année mais avec des séries incomplètes.

⁸ Les magazines généralistes qui s'adressent à la même tranche d'âge que *Witch Mag* et *Julie*, sans être destinés spécifiquement aux filles (*Astrapi* et *Okapi* du côté de la presse éducative, *Le journal de Mickey* et *Picsou magazine* du côté de la presse distractive) ne publient pas de telles rubriques.

En première analyse, les discours que *Julie* et *Witch Mag* tiennent aux filles à propos du travail de l'apparence sont donc les mêmes. Cependant, un examen approfondi fait aussi apparaître des différences entre ce que les deux magazines disent et montrent à ce sujet. D'abord, on trouve dans *Witch Mag* une invitation à se montrer soigneuse à l'égard de ses vêtements et de son apparence qui est totalement absente dans *Julie*. On en a vu une première illustration dans le commentaire du test : « Es-tu coquette ? » (« *Si tu fais plus attention, tu paraîtras plus soignée et les gens viendront vers toi.* ») On peut aussi en donner d'autres exemples. La rubrique « Mode » de l'un des numéros explique ainsi comment porter un jean large sans « *tomber dans le look garçon ou négligé* ». De même, dans un article intitulé « Dis-moi comment tu fais ta valise, je te dirai qui tu es... », où le/la journaliste de *Witch Mag* décrit le profil de la fille « cool » qui range sa valise sans aucun soin, cette conduite est commentée en ces termes :

Le contenu de ta valise ressemble davantage à un fourre-tout qu'à un véritable bagage. Tout y est jeté pêle-mêle. Quant à tes vêtements, ils sont vaguement pliés, voire carrément en boule. [...] D'accord tu accordes peu d'importance à ton apparence, mais tu n'as sans doute pas envie de ressembler à un clown !

Or la valeur symbolique accordée à cette qualité consistant à être « *soigneuse* » (que cette qualité s'exprime à l'égard de l'apparence ou qu'elle se manifeste dans d'autres domaines) semble nettement située dans l'espace des classes sociales. Dans son travail sur le choix du conjoint, Michel Bozon (1991) observe en effet que les hommes de milieux populaires (les ouvriers, les employés du secteur public et les agriculteurs) sont plus nombreux que les autres à dire qu'ils appréciaient cette qualité chez leur femme au moment où leur couple s'est formé, et on peut légitimement en inférer que les femmes de milieux populaires doivent elles aussi accorder une importance particulière à cette qualité.

Ensuite, les incitations à la consommation de vêtements, de bijoux, d'accessoires ou de cosmétiques sont nettement moins nombreuses dans *Witch Mag* que dans *Julie*. *Witch Mag* propose ainsi un grand nombre de conseils permettant de transformer des vêtements ou des accessoires — comment faire un short avec

un pantalon, comment relooker des baskets défraîchies avec de la peinture, des paillettes, ou comment transformer une jupe en y collant les poches d'un vieux jean, etc. De même, *Witch Mag* donne régulièrement des astuces pour s'habiller à la mode sans acheter de nouveaux vêtements. Un article indique comment se faire un look « *exotique et chic* » en ajoutant une ceinture à une veste pour en faire une saharienne. Un autre prévient que les jeans étroits ne seront bientôt plus à la mode et suggère « *une autre façon de les porter pour les réactualiser : avec un top trapèze long* ». Un autre encore explique comment transformer une tenue de ville en tenue de fête, en ajoutant une broche en tissu argenté sur un tee-shirt noir, ou en insérant un ruban de couleur sur des ballerines d'intérieur. Dans *Julie*, ces conseils pour faire du neuf avec du vieux sont nettement plus rares. Plus encore, on trouve dans *Julie* un certain nombre d'incitations à la consommation qui n'apparaissent pas dans *Witch Mag*. *Julie* publie, en effet, dans presque tous ses numéros, une rubrique « Récré » tout à fait semblable aux « Pages consommation » des magazines féminins pour adultes, qui présente des produits variés (il s'agit souvent de vêtements, de bijoux et d'accessoires), en indiquant leur prix et le lieu où on peut se les procurer. Aucune rubrique équivalente n'existe dans *Witch Mag*.

Enfin, on peut noter une dernière différence entre les deux magazines, qui concerne les discours sur la surveillance du poids. Dans *Witch Mag* comme dans *Julie*, la norme de la minceur est rappelée de manière très claire. Elle l'est d'abord dans l'iconographie : les filles photographiées et les héroïnes de bandes dessinées sont toutes minces. Elle l'est aussi à travers une série de conseils expliquant comment « *dissimuler ses rondeurs* » ou, plus rarement, comment les mettre en valeur. *Witch Mag* recommande de choisir un maillot de bain *shorty* « *si tu es un peu ronde* », ou signale que le top évasé « *dissimule les petites rondeurs* ». En revanche, les discours tenus sur l'alimentation et la surveillance du poids varient eux sensiblement d'un magazine à l'autre.

Cette différence apparaît d'abord lorsqu'on examine le contenu de la rubrique « Cuisine » présente dans *Witch Mag* comme dans

*Julie*⁹. Les recettes publiées dans cette rubrique renvoient, en effet, à des habitudes alimentaires différentes, qui sont à nouveau nettement situées en termes de classes sociales. Proches des goûts des catégories les mieux dotées en capital économique et culturel (Régnier *et al.* 2006), les recettes présentées dans *Julie* nécessitent ainsi le plus souvent l'utilisation de fruits (notamment de fruits exotiques), de légumes frais ou de poisson. (Dans les numéros de 2007, on trouve notamment les recettes d'un « *blanc manger coco-mangue* », d'un « *crumble à la pêche* », d'une « *salade de pois gourmands* », de « *papillotes de poisson aux petits légumes* » ou d'une « *brandade rose de saumon* »)¹⁰. Plus proches des habitudes alimentaires des catégories populaires, les recettes publiées dans *Witch Mag* requièrent quant à elles plus rarement l'utilisation de fruits, et jamais l'utilisation de légumes ou de poisson. Elles nécessitent en revanche souvent l'emploi de produits industriels sucrés (des cookies, des Mikados, du chocolat liquide, des bonbons Haribo), ce qui n'est presque jamais le cas des recettes de *Julie*.

Au-delà de cette rubrique « Cuisine », les deux magazines se distinguent aussi du point de vue des discours sur la surveillance du poids. Dans *Witch Mag*, on ne relève quasiment aucune injonction à ce sujet. La seule fois où une incitation de ce type apparaît, il s'agit d'une invitation à faire un régime ponctuel pour éliminer les kilos pris à Noël et non à surveiller son alimentation de façon régulière. *Witch Mag* ne prodigue par ailleurs aucun conseil sur les façons d'équilibrer son alimentation. Dans *Julie*, au contraire, on trouve un très grand nombre de recommandations visant à éviter le surpoids. Un article consacré aux secrets pour avoir « *du tonus pour la rentrée* » explique ainsi que « *pour être en forme il faut manger de tout... sans excès* », conseille de limiter la consommation de pizzas et de fast-food, et prescrit d'éviter le grignotage. Un autre article consacré aux méthodes

⁹ Dans *Witch Mag*, cette rubrique n'est présente que dans la moitié des numéros, mais des recettes sont aussi proposées dans d'autres articles, par exemple dans la rubrique « Vos idées » qui publie chaque mois des 'idées' de lectrices dans différents domaines.

¹⁰ Lorsque *Julie* propose la recette des frites, il s'agit d'une recette de frites au four que le magazine accompagne du commentaire suivant : « Des vraies frites pas grasses du tout, c'est parfait non ? »

pour changer ce qu'on n'aime pas en soi présente le grignotage comme l'une des « *mauvaises habitudes* » que l'on peut souhaiter modifier, et donne des solutions pour s'en débarrasser (mettre une affiche sur le réfrigérateur, réfléchir aux moments « à *'danger'* » ou adopter une activité de remplacement). Ces recommandations sont également présentes dans les rubriques où on les attend le moins. Dans la rubrique « Confiance », habituellement dédiée aux problèmes de cœur, le numéro de novembre publie ainsi un courrier de lectrice étonnant, qui raconte :

Chez moi, on ne mange que des pommes de terre et de la pizza, parfois de la salade. Et je me trouve trop grosse. En vacances, sans mes parents, je mange des légumes. Comment les persuader d'en manger ?

À cette lectrice, *Julie* répond en rappelant les principes diététiques dominants du moment (« *Tu as raison, les pommes de terre et les pizzas, c'est bon, mais il faut également manger des légumes et des fruits. Au moins cinq par jour, tu dois le savoir...* »), puis en prodiguant un ensemble de conseils pour aider ses parents à cuisiner de façon plus conforme à ces principes. Ici encore, les discours qui sont tenus dans les deux magazines sur la surveillance du poids reflètent des rapports au corps et à la minceur caractéristiques de classes sociales différentes. On sait en effet que les femmes les plus diplômées sont les plus engagées dans les pratiques de contrôle du poids (sport et surveillance de l'alimentation), et que les femmes de milieux populaires sont les moins nombreuses à les mettre en œuvre (Saint Pol 2007).

Les représentations de la pratique sportive

Si *Julie* et *Witch Mag* proposent à leurs lectrices des modèles de conduites différents en ce qui concerne le travail de l'apparence, ils leur prescrivent également des usages du corps différents dans le domaine sportif. La place faite au sport et les discours tenus aux filles au sujet de cette pratique varient en effet fortement entre les deux magazines.

Dans *Witch Mag*, la pratique sportive est quasiment inexistante. Le magazine ne possède pas de rubrique consacrée au sport et les articles évoquent très peu cette pratique. Dans les

situations de la vie quotidienne qui sont décrites — et qui sont censées être proches de celles que vivent les lectrices — le sport n'est presque jamais mentionné. (Une seule fois, dans un test intitulé « As-tu du caractère ou mauvais caractère ? », l'une des situations proposées est : « *Tes parents insistent pour t'inscrire en danse plutôt qu'en judo.* ») Les héroïnes de fiction sont, quant à elles, rarement représentées en train de faire du sport, et quand elles le sont, c'est exclusivement dans deux sports très fortement féminisés : la danse et l'équitation.

Julie, en revanche, publie une rubrique « Sport » dans la plupart des numéros. L'objectif de cette rubrique est de faire découvrir aux lectrices différentes activités sportives et de susciter chez elles l'envie de les pratiquer. Les articles sont construits le plus souvent autour d'un reportage qui met en scène l'initiation d'une fille de l'âge des lectrices à un sport par une fille du même âge ou par une femme adulte qui pratiquent elles-mêmes ce sport depuis plusieurs années et qui sont souvent des championnes. La présence de cette rubrique « Sport » dans *Julie* est à mettre en relation avec la visée 'éducative' de ce magazine. Par définition, la presse 'éducative' a en effet pour projet de favoriser le 'bon' développement de l'enfant, et ce 'bon' développement est défini aujourd'hui de manière dominante comme un développement équilibré du corps et de l'esprit, qui suppose en particulier la pratique régulière d'une activité physique ou sportive, pour les garçons comme pour les filles (Davisse 2006)¹¹.

Étant donné les stéréotypes relevés précédemment au sujet du travail de l'apparence, on aurait pu s'attendre à ce que *Julie* ne présente dans cette rubrique que des sports pratiqués ou désirés de façon quasi exclusive par les filles. Or ce n'est pas le cas. Dans les numéros de l'année 2007, *Julie* consacre, certes, plusieurs articles à des sports pratiqués massivement par des filles ou des femmes — la GRS¹², les claquettes, la voltige à cheval, le yoga, l'équitation, la gymnastique d'entretien — mais il présente aussi des sports plus mixtes, et même des sports pratiqués

¹¹ Dans un travail historique sur *La semaine de Suzette*, Marie-Anne Couderc indique que ce magazine destiné aux filles de la bourgeoisie invitait ses lectrices à pratiquer une activité physique régulière dès les années 1930 (Couderc 2005).

¹² Gymnastique rythmique et sportive.

majoritairement par des garçons — le surf, le ski nautique, l'escalade, le rugby, le judo, et enfin les sports collectifs¹³. À l'instar de ce que Sylvie Cromer, Carole Brugeilles et Isabelle Cromer (2008) observent au sujet des représentations des rôles domestiques dans la presse d'éveil, il n'est pas impossible que cet équilibre résulte d'une « *tentative de contrôle du sexisme* » de la part des rédacteurs de *Julie*.

Si les stéréotypes de genre n'apparaissent pas en ce qui concerne les sports présentés aux lectrices, ils sont en revanche très visibles dans ce qui est dit sur les *modalités* de la pratique sportive féminine — très exactement dans ce qui est dit sur les filles qui font du sport. La rubrique « Sport » de *Julie* propose d'abord une représentation stéréotypée du rapport que les filles entretiennent à leur propre corps. Les filles 'novices' en sport, qui sont initiées par une sportive 'experte', sont ainsi présentées à plusieurs reprises comme douillettes. Dans l'article sur l'escalade, la novice se plaint, par exemple, de ce que ses chaussures sont trop petits. Dans l'article sur le yoga, elle se plaint de la même façon de la douleur liée aux étirements. Les filles novices expriment en outre systématiquement une appréhension *a priori* à l'idée de faire du sport. Elles craignent de chuter, de boire la tasse, de se noyer, de se blesser, de prendre des coups. Certaines des sportives confirmées disent elles aussi qu'elles avaient peur quand elles ont débuté, laissant entendre de cette façon qu'il est normal d'éprouver de l'appréhension quand on débute un sport et qu'on est une fille¹⁴. Même quand elles n'ont pas peur, les sportives restent néanmoins prudentes. Dans quasiment tous les articles, l'experte engage la novice à ne pas prendre de risques et lui dispense des conseils pour protéger son corps — mettre un protège-dents pour faire du rugby, se couper les ongles quand on fait du judo pour éviter de se griffer, faire ses étirements en ne tirant « *ni trop fort ni trop brutalement, sinon... gare au claquage* ».

¹³ L'une des histoires publiées dans la rubrique « Lecture » fait également le récit d'une fille qui souhaite faire du judo et se bat (avec succès) pour imposer ce choix à ses parents qui préféreraient qu'elle fasse de la danse.

¹⁴ Sur ce thème de la peur, les discours de *Julie* ne sont toutefois pas complètement uniformes. Dans deux articles (sur les douze analysés), la sportive confirmée indique explicitement qu'elle n'a pas peur de faire ce qu'elle fait.

Plus globalement, cette rubrique « Sport » offre aussi une image convenue du rapport que les filles (et les femmes) entretiennent à la pratique sportive. Si *Julie* propose à ses lectrices des modèles de filles et de femmes championnes dans différents sports (et la présence de tels modèles dans les supports culturels destinés aux enfants est tellement rare que ce fait mérite d'être souligné), ces championnes tiennent au sujet de leur réussite sportive des discours finalement tout à fait conformes aux stéréotypes de genre. Toutes, d'abord, expliquent que si elles ont atteint le niveau qui est le leur, c'est grâce à leur travail, à leur application, à leur sérieux. Les sportives novices sont d'ailleurs elles aussi systématiquement représentées comme des filles sérieuses et soucieuses de bien faire, qui « *se concentrent* » et « *s'appliquent* » pour réussir les exercices proposés par la fille ou la femme experte. Ensuite, ces dernières ne parlent jamais de leurs performances et n'expriment jamais leur plaisir de gagner. La dimension compétitive du sport est du reste totalement absente dans la rubrique « Sport » de *Julie*. Alors que neuf des douze sports présentés se pratiquent en compétition, cet aspect-là de la pratique n'est jamais évoqué. Par exemple, dans l'article sur le judo, rien n'est dit sur la possibilité de participer à des compétitions, alors que l'article donne des détails très précis sur d'autres aspects de la pratique — sur ce qu'est un *dogi* par exemple, dont on apprend qu'il est « *en coton blanc très épais pour bien attraper ton adversaire et effectuer des prises bien fermes sans [le] déchirer* ». Les sportives expertes sont en revanche régulièrement présentées comme des filles et des femmes solidaires, qui s'entraident les unes les autres. Lucie, la fille qui initie à la GRS, déclare ainsi que si elle aime manipuler ses « *engins* » et « *plier [s]on corps dans tous les sens* », elle aime « *surtout* », « *retrouver [s]es copines* » parce qu'avec elles « *on s'amuse bien, on s'encourage et, surtout, on se soutient* ».

Cette représentation stéréotypée de la pratique sportive au féminin n'apparaît pas dans *Okapi*, magazine généraliste publié par la même maison d'édition que *Julie*, mais destiné à un public mixte¹⁵. Tout au contraire, *Okapi* offre à ses lecteurs et à ses

¹⁵ *Astrapi*, *Le Journal de Mickey* et *Picsou magazine* ne comportent pas de rubrique consacrée au sport.

lectrices une image résolument mixte du sport. Une rubrique intitulée « Rencontre sport », qui paraît dans environ la moitié des numéros, brosse en effet le portrait d'un sportif ou d'une sportive de haut niveau, en publiant un nombre équivalent de portraits d'hommes et de portraits de femmes, en présentant des sportives qui pratiquent des sports mixtes (comme l'athlétisme ou le tennis) et surtout en les décrivant clairement comme des championnes, fières de leurs performances et désireuses de les améliorer. En ce qui concerne les représentations de la pratique sportive, *Julie* se distingue donc à la fois de *Witch Mag* et d'*Okapi*. À un premier clivage, qui oppose, au sein de la presse pour filles, un magazine s'adressant à des lectrices de classes moyennes, à un autre destiné à des filles de milieux plus populaires, se superpose un second clivage, qui oppose cette fois-ci, à l'intérieur de la presse éducative, un magazine fondé sur un projet d'éducation non sexuée, à un autre fondé, au contraire, sur l'idée qu'il est légitime de promouvoir auprès des filles des modèles de conduites spécifiques.

* *
*

Les usages du corps prescrits dans les produits culturels destinés aux enfants jouent un rôle certain dans la « *féminisation du corps des filles* » — comme, du reste, dans la « *masculinisation du corps des garçons* » (Bourdieu 1998). L'étude menée ici montre ainsi que les modèles de conduites proposés dans la presse féminine enfantine au sujet du sport et du travail de l'apparence sont très stéréotypés. Dans les deux magazines étudiés, les filles sont à la fois encouragées à se préoccuper de leur apparence et invitées à faire du sport selon des modalités socialement définies comme féminines — en pratiquant la danse ou l'équitation dans *Witch Mag*, en étant prudentes, en faisant preuve de sérieux et en se désintéressant de la compétition dans *Julie*.

Cependant, une analyse détaillée montre aussi que ces modèles ne sont pas strictement identiques les uns aux autres. Ils reflètent en effet des habitudes corporelles caractéristiques de classes sociales différentes. En forçant un peu le trait, on pourrait dire que les lectrices de *Julie* sont invitées à adopter des usages du corps

caractéristiques des femmes de classes moyennes bien dotées en capital culturel (consacrer une part relativement élevée de leur budget aux vêtements, aux cosmétiques et aux accessoires, avoir une alimentation conforme aux normes diététiques dominantes, exercer un contrôle strict sur leur poids, pratiquer une activité physique régulière), tandis que les lectrices de *Witch Mag* sont invitées à user de leur corps selon des modalités qui s'observent plus souvent chez les femmes de milieux populaires. À sa manière, cette étude des usages du corps prescrits dans la presse féminine pour enfants constitue ainsi une illustration de « *la façon dont la socialisation sexuée se diffracte selon l'appartenance de classe* » (Darmon 2006). Elle permet de rappeler que la socialisation de genre se conjugue étroitement avec la socialisation de classe (Passeron, Singly 1984), autrement dit que les enfants ne sont pas invités à devenir (ou, de façon plus précise, à se conduire comme) des filles ou des garçons *en général*, mais bien à devenir (c'est-à-dire à se conduire comme) des filles et des garçons *de leur classe sociale*.

Références

- Bourdieu Pierre (1998). *La domination masculine*. Paris, Seuil.
- Bozon Michel (1991). « Apparence physique et choix du conjoint ». Paris, INED. « Congrès et colloques », n° 7.
- Brugeilles Carole, Cromer Isabelle, Cromer Sylvie (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.
- Bruno Pierre (2001). « Du rôle de la presse dans l'éducation des filles ». *Nous voulons lire !*, n° 139-140.
- Charon Jean-Marie (2002). *La presse des jeunes*. Paris, La Découverte « Repères ».
- Couderc Marie-Anne (2005). « *La semaine de Suzette* » : *histoires de filles*. Paris, CNRS Éditions.
- Court Martine (2010). *Corps de filles, corps de garçons : une construction sociale*. Paris, La Dispute « Corps Santé Société ».
- Cromer Sylvie, Brugeilles Carole, Cromer Isabelle (2008). *Comment la presse pour les plus jeunes contribue-t-elle à élaborer la diffé-*

- rence des sexes ? Tome 2 : *Les magazines pour enfants*. Paris, CNAF « Dossiers d'études », n° 104.
- Dafflon Nouvelle Anne (2002). « Les représentations multidimensionnelles du masculin et du féminin véhiculées par la presse enfantine francophone ». *Swiss Journal of Psychology*, vol. 61, n° 2.
- Darmon Muriel (2006). *La socialisation*. Paris, Armand Colin « 128 ».
- Davisse Annick (2006). « Filles et garçons dans les activités physiques et sportives : de grands changements et de fortes permanences ». In Dafflon Nouvelle Anne (ed). *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Grenoble, PUG « Vies sociales ».
- Destal Corinne (2006). *Analyse des stéréotypes féminins dans la presse fillette et pour adolescentes* : http://www.grrem.org/web10106/website/fille_garcon.htm
- Détré Christine (2002). *La construction sociale du corps*. Paris, Seuil « Points. Essais. Sciences humaines ».
- (2005). « Il était une fois le corps... La construction biologique du corps dans les encyclopédies pour enfants ». *Sociétés contemporaines*, n° 59-60.
- Épiphane Dominique (2007). « *My tailor is a man...* La représentation des métiers dans les livres pour enfants ». *Travail, genre et sociétés*, n° 18.
- Guillaumin Colette (1992). *Sexe, race et pratique du pouvoir : l'idée de nature*. Paris, Côté-femmes.
- Passeron Jean-Claude, Singly (de) François (1984). « Différences dans la différence : socialisation de classe et socialisation sexuelle ». *Revue française de science politique*, vol. 34, n° 1.
- Régnier Faustine, Lhuissier Anne, Gojard Séverine (2006). *Sociologie de l'alimentation*. Paris, La Découverte « Repères ».
- Saint Pol (de) Thibault (2007). « L'obésité en France : les écarts entre catégories sociales s'accroissent ». *INSEE Première*, n° 1123.
- Vincent Sandrine (2001). *Le jouet et ses usages sociaux*. Paris, La Dispute.
- Young Iris Marion (2005). *On Female Body Experience. « Throwing like a Girl » and Other Essays*. New York, Oxford University Press [1^{re} éd. 1990].