

MARIE-EVE LANG

**LA RÉCEPTION DES TEXTES DE MAGAZINES
À CARACTÈRE SEXUEL CHEZ LES
ADOLESCENTES AU QUÉBEC
ET AU NOUVEAU-BRUNSWICK :
adhésion, ignorance ou contestation?**

Mémoire présenté
à la Faculté des études supérieures de l'Université Laval
dans le cadre du programme de maîtrise en communication publique
pour l'obtention du grade de Maître ès arts (M.A.)

DÉPARTEMENT D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION
FACULTÉ DES LETTRES
UNIVERSITÉ LAVAL
QUÉBEC

2009

Résumé

Au cours des dernières années, de nombreux journalistes et chercheurs ont tenté de relier le phénomène d'hypersexualisation à certains contenus médiatiques nord-américains, en particulier en ce qui concerne les magazines pour adolescentes. Il s'en est suivi beaucoup d'études de contenu, dont quelques-unes au Québec, mais très peu d'études de réception, et surtout très peu portant explicitement sur les textes à caractère sexuel que contiennent ces magazines. Cette recherche avait pour but d'étudier la façon dont étaient reçus les textes à caractère sexuel du magazine *Adorable* par des adolescentes franco-canadiennes âgées entre 15 et 17 ans. Elle a tenté de déterminer dans quelle mesure ce type de textes les intéressait de même que ce qu'elles recherchaient dans ces articles, c'est-à-dire si elles les lisaient dans une optique de plaisir ou plutôt d'accès à la connaissance. Enfin, elle a cherché à examiner si la relation qu'elles entretenaient avec ces textes témoignait d'une imprégnation idéologique, d'une ignorance ou d'une résistance.

Alliant une méthode inspirée du système d'annotation de lecture de Debras (2003) à des entretiens individuels et de petits groupes, cette recherche a permis une analyse sur trois plans : 1) l'intérêt suscité par les articles; 2) les fonctions remplies par ceux-ci chez les participantes; et 3) le type de réception qu'elles en faisaient (dominante, négociée, oppositionnelle ou ignorée, selon une codification inspirée de Hall [1973]). Les résultats tendent à montrer que les adolescentes interrogées s'intéressent en effet aux textes à caractère sexuel et les lisent à la fois pour apprendre, pour le plaisir et pour se rassurer. Si les participantes ont majoritairement fait une lecture dominante des textes, l'étude a également permis de montrer que les participantes sont capables de faire montre d'un esprit critique envers certains d'entre eux.

Abstract

Numerous journalists and researchers have tried to establish links between the hypersexualization phenomenon and some media content in North-America, particularly in teenage girls' magazines. Many content analysis studies were lead and published, some in Quebec, but few actually studied the reception that girls made of this content, and even more so explicitly focused their interrogations towards texts *about* sexuality. This research examined how 14 French-speaking Canadian teenage girls made sense of the sexual ideas found in the Quebec magazine *Adorable*. It examined their level of interest in regards to those texts and asked what they were looking for when reading them (i.e. the purpose fulfilled by the texts). Finally, it observed their reaction to them and to what extent they could endorse or reject the ideas found in them.

Combining a reading annotation method inspired from Debras (2003) with individual and small group interviews, this research constituted a three-level analysis : 1) the participants' interest towards the texts; 2) the functions those texts fulfilled; and 3) the type of reception they generated (inspired by Hall's Theory of encoding and decoding [1973]; the relationship with the text could unveil an ideological impregnation, a negotiation, a resistance, or an ignorance). The results showed teenage girls reading *Adorable* magazine were in fact interested by the articles discussing sexuality and read them for the purpose of learning, of pleasure and of reassurance. The participants generally endorsed most of the articles' ideas, but the study also found that they could be critical of some of the magazine's content.

Avant-Propos

La présente étude n'aurait pu être réalisée sans l'aide généreuse et le soutien indéfectible de Mme Estelle Lebel, qui fut ma directrice de recherche et mon mentor durant mes études de maîtrise. Je désire la remercier chaleureusement pour les nombreuses corrections et révisions qu'elle a fournies, les maintes lettres de références rédigées, de même que les judicieux conseils qu'elle a aimablement prodigués au cours de mes recherches. J'aimerais enfin saluer la grande disponibilité, la patience infinie et le dévouement total dont elle a fait preuve durant ces années.

J'aimerais également remercier Mme Josette Brun, co-lectrice et professeure, qui m'a encouragée à participer à différentes sphères de la vie étudiante et de la recherche et à aller de l'avant avec différents projets. Un merci également à tous les professeurs de l'Université Laval qui ont de près ou de loin permis cette recherche, en la commentant et en s'y intéressant de façon soutenue.

Merci à Vincent Fortin, dont l'aide directe à l'analyse et à la mise en page graphique s'est avérée inestimable. Sa patience et sa disponibilité m'ont rendu d'énormes services à maintes reprises.

Merci aux participantes, qui ont bien voulu se plier aux exigences des entrevues et de l'annotation des lectures. Leur participation, honnête et engagée, participe à la qualité de cette recherche.

Un merci tout spécial à mes parents, dont le soutien moral et l'intérêt marqué envers mes études m'ont encouragée à les poursuivre aux cycles supérieurs et à viser sans cesse l'excellence, autant dans ma vie étudiante que dans ma vie professionnelle.

J'aimerais enfin remercier le Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (CRSH), la Fondation Baxter et Alma Ricard ainsi que le Fonds d'enseignement et de recherche de la Faculté des lettres de l'Université Laval, dont le soutien financier précieux a rendu possible cette recherche.

Table des matières

Résumé	i
Abstract	ii
Avant-Propos.....	iii
Table des matières	iv
Liste des tableaux	vi
Liste des figures.....	vii
Introduction	1
Chapitre 1 : État de la question	4
1.1 Bases théoriques de notre étude	4
1.2 Les études de réception : définition et origines.....	5
1.3 La réception : une perspective souvent féministe	7
1.3.1 Exemples d'études de réception dans le cadre féministe	8
1.4 La réception des textes de magazines pour adolescentes	11
1.4.1 L'étude de McRobbie.....	11
1.4.2 L'étude de Frazer.....	12
1.4.3 L'étude de Currie.....	13
1.4.4 L'étude de Bouchard et Bouchard.....	14
1.4.5 L'étude de Duke et Kreshel.....	15
1.5 La sexualité dans les magazines : le cas d' <i>Adorable</i>	16
1.5 La réception et les récepteurs adolescents.....	17
1.6 La pertinence des études de réception.....	18
Chapitre 2 : Problématique.....	21
Plan 1 - L'intérêt : Qu'est-ce qui les intéresse?.....	21
Plan 2 - Les fonctions : Quelles fonctions remplissent les articles qui les intéressent?.....	22
Plan 3 - La réception : Quel type de réception font-elles des articles qui les intéressent?	22
2.1 Organisation de la recherche	22
2.2 Hypothèse.....	24
2.2.1 Concepts à la base de l'hypothèse	24
Chapitre 3 : Méthodes	28
3.1 La méthode « crayon en main »	30
3.2.1 Déroulement de l'analyse « crayon en main » et taux d'intérêt par article.....	31
3.2.2 Description des sous-catégories thématiques.....	31
3.2.3 Catégories générales (ou super-catégories).....	32
3.2.4 Déroulement de l'analyse des images	32
3.2 L'entretien de groupe	33
3.3 Programme d'analyse informatique	34
3.4 Pré-questionnaire.....	35
3.5 Guide d'entretien.....	35
3.6 Corpus	37
3.7 Recrutement.....	38
3.8 Participantes	39
3.8.1 Pertinence du choix du terrain.....	41
3.8.2 Données d'ancrage des participantes	42

Chapitre 4 : Présentation des résultats.....	44
4.1 Résultats du taux d'intérêt par articles et catégories	44
4.1.1 Répartition des thèmes des articles selon le taux d'intérêt suscité.....	47
4.1.2 Super-catégories retenues.....	48
4.2 Intérêt suscité par les images.....	50
4.2.1 Catégorisation des images	51
4.2.2 Présentation des résultats.....	51
4.2.3 Interprétation des résultats.....	56
4.3 Présentation des résultats concernant l'intérêt pour les articles (résultats du plan 1)	
.....	57
4.3.1 Les articles ayant suscité le plus d'intérêt	57
4.3.2 Intérêt pour les articles portant sur la sexualité.....	59
4.3.3 Citations illustrant des résultats de l'analyse de l'intérêt.....	63
4.3.4 Croisement des résultats de l'intérêt avec les données d'ancrage.....	64
4.4 Présentation des résultats concernant les fonctions remplies par les articles des	
catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité » (résultats du plan 2)	66
4.4.1 Fonctions de la lecture des magazines	66
4.4.2 Analyse des fonctions pour les catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité » ...	79
4.4.3 Analyse des fonctions des sous-catégories de la sexualité.....	81
4.4.4 Croisement avec les données d'ancrage	93
4.5 Présentation des résultats concernant la réception des articles des catégories « Mode-	
Beauté » et « Sexualité » (résultats du plan 3)	98
4.5.1 Types de réception.....	99
4.5.2 Analyse de la réception pour les catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »	113
4.5.3 Analyse de la réception des sous-catégories de la sexualité	114
4.5.4 Croisement avec les données d'ancrage.....	126
5 Limites de la recherche.....	128
Conclusion et discussion	131
Bibliographie	136
Bibliographie des ouvrages encyclopédiques.....	142
Annexe A : Pré-questionnaire	144
Annexe B : Guide d'entretien.....	145
Annexe C : Images tirées du corpus.....	147
Annexe D : Graphiques non retenus pour l'analyse.....	151
Annexe E : Codification des sous-catégories thématiques.....	161
Annexe F : Codification des articles « zone grise »	165
Annexe G : Regroupement des articles pour analyse des fonctions et de la réception	168

Liste des tableaux

Tableau 1 : Présentation des participantes (noms fictifs).....	41
Tableau 2 : Données d'ancrage des participantes	43
Tableau 3 : Articles ou parties des magazines avec intérêt nul	45
Tableau 4 : Articles et publicités ayant suscité un faible intérêt	45
Tableau 5 : Articles ayant suscité le plus d'intérêt	46
Tableau 6 : Indice d'intérêt par catégorie	47
Tableau 7 : Classification des catégories d'articles	48
Tableau 8 : Résultats de l'analyse des images	51

Liste des figures

Figure 1 : Organisation de la recherche	23
Figure 2 : Organisation de la recherche avec méthode concernée	29
Figure 3 : Résultats des annotations des articles selon l'intérêt suscité	57
Figure 4 : Axe de l'indice de l'intérêt envers les articles	58
Figure 5 : Résultats des annotations des articles portant sur la sexualité	59
Figure 6 : Axe de l'indice de l'intérêt pour la sexualité	59
Figure 7 : Intérêt par types d'articles, sous-catégorie « Relations interpersonnelles »	61
Figure 8 : Intérêt par article, sous-catégorie « Pratiques sexuelles »	62
Figure 9 : Intérêt envers les magazines et pour les articles traitant de la sexualité en fonction de l'âge	64
Figure 10 : Intérêt en fonction de la question « Ces opinions encouragent la sexualité »	65
Figure 11 : Fonctions remplies dans les catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »	79
Figure 12 : Axe des fonctions « apprendre » et « plaisir » des catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »	80
Figure 13 : Fonctions remplies par les sous-catégories de la sexualité	81
Figure 14 : Axe des fonctions « apprendre » et « plaisir » pour les sous-catégories de la sexualité	81
Figure 15 : Fonctions remplies par les articles traitant de « Relations interpersonnelles »	82
Figure 16 : Fonctions remplies par les articles traitant des « Pratiques sexuelles »	87
Figure 17 : Fonctions remplies selon la lecture préférée	93
Figure 18 : Fonctions remplies selon la fréquence des discussions sur la sexualité avec les parents	94
Figure 19 : Fonctions remplies selon la question « Les discussions avec mes parents sont pourvues d'opinions »	95
Figure 20 : Fonctions remplies selon la question « Ces opinions [de mes parents] encouragent la sexualité »	96
Figure 21 : Fonctions remplies selon la question « Ces opinions découragent la sexualité »	96
Figure 22 : Résultats de l'analyse de la réception dans les catégories principales	113
Figure 23 : Réception des catégories « Relations personnelles » et « Pratiques sexuelles »	114
Figure 24 : Réception des articles des articles traitant des « Relations interpersonnelles »	115
Figure 25 : Réception des articles traitant des « Relations interpersonnelles » (articles pris individuellement)	116
Figure 26 : Réception des articles traitant des « Pratiques sexuelles »	117
Figure 27 : Réception selon la fréquence des discussions sur la sexualité	126
Figure 28 : Réception selon le fait que les discussions parentales contiennent ou non des opinions	127
Figure 29 : Positionnement des participantes sur les plans 2 et 3	129
Figure 30 : Intérêt en fonction des notes à l'école	151

Figure 31 : Intérêt en fonction de la lecture préférée -----	152
Figure 32 : Intérêt en fonction de la fréquence des discussions sur la sexualité -----	152
Figure 33 : Intérêt en fonction de la question	
« Ces discussions restent en surface » -----	153
Figure 34 : Intérêt en fonction de la question	
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »-----	153
Figure 35 : Intérêt en fonction de la question	
« Ces discussions sont pourvues d'opinions » -----	154
Figure 36 : Intérêt en fonction de la question	
« Ces opinions découragent la sexualité »-----	154
Figure 37 : Fonctions remplies selon l'âge -----	155
Figure 38 : Réception en fonction de l'âge -----	155
Figure 39 : Réception selon les notes à l'école-----	156
Figure 40 : Fonctions remplies selon les notes à l'école-----	156
Figure 41 : Réception selon la lecture préférée -----	157
Figure 42 : Réception selon la question	
« Ces discussions restent en surface » -----	157
Figure 43 : Réception selon la question	
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »-----	158
Figure 44 : Fonctions remplies selon la question	
« Ces discussions restent en surface » -----	158
Figure 45 : Fonctions remplies selon la question	
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »-----	159
Figure 46 : Réception selon la question	
« Ces opinions découragent la sexualité »-----	159
Figure 47 : Réception selon la question	
« Ces opinions encouragent la sexualité »-----	160

Introduction

Dans la préface (non signée) du livre *Girl Talk : Adolescent Magazines and their Readers*, on formule une question qui va comme suit : « Le débat féministe courant se retrouve présentement face à une impasse en ce qui concerne la signification des magazines pour les adolescentes – sont-ils remplis de prescriptions oppressantes de la féminité, ou de célébrations des plaisirs féminins et de résistance à l'idéologie patriarcale? » (Currie : 1999, p. liminaire, trad. libre) La réponse à cette question, du moins d'après ce que laisse croire la recherche récente, se trouverait sur le plan de la réception. La véritable question à poser serait donc de savoir comment les adolescentes qui lisent des magazines reçoivent les messages – sexuels, idéologiques et de consommation – qui leur sont proposés. Résistent-elles aux prescriptions idéologiques qu'ils contiennent? Arrivent-elles à s'opposer à certains discours? De quelle façon attribuent-elles du sens aux textes – spécialement ceux qui pourraient sembler aberrants aux yeux d'une lectrice adulte, qu'elle soit chercheuse ou non? Et même, question plus fondamentale encore, à quel point y attribuent-elles de l'importance?

Toutes ces questions, jusqu'à présent, dans le cadre des études de type *girls' studies* portant sur la presse magazine et l'hypersexualisation, spécialement en ce qui concerne le Québec, restent plus ou moins en suspens. Si quelques études se sont penchées sur le phénomène de l'hypersexualisation auprès des très jeunes filles (Bouchard et Bouchard : 2003), sur la relation entre la presse magazine en général et les adolescentes (Currie : 1999) ou sur le contenu de ces magazines (Caron : 2003b), aucune ne s'est penchée de façon explicite, à notre connaissance, sur la réception des textes à caractère sexuel dans ces magazines. Or, ces textes sont l'objet d'une grande préoccupation sociale. Caron, dans l'introduction de son mémoire de maîtrise fait référence au débat survenu sur la place publique au Québec, en 2002, après que le magazine *Adorable* ait publié son « Guide 100 % sexe : 99 trucs coquins pour amener votre mec au 7^e ciel » (2003b, p. 9). Plus récemment, le Conseil du statut de la femme publiait son avis « Le sexe dans les médias : obstacles aux rapports égaux » (2008), dans lequel il s'interroge sur les représentations de la sexualité dans les médias que consultent les jeunes et sur les effets potentiels de l'exposition à ces représentations pour ensuite émettre diverses recommandations visant à assurer une mise en

scène plus égalitaire de la sexualité dans les médias québécois. Cependant, un grand pan de cette étude, qui se veut pourtant complète, nous semble absent et concerne l'une des étapes capitales de toute communication : la réception. Qu'en pensent les récepteurs – ici, les jeunes filles? Quel sens créent-elles à partir de ces contenus? Leur « voix », dans le débat, est effectivement absente, alors même qu'elle pourrait contribuer à obtenir une plus grande compréhension des enjeux en question.

Une nouvelle tendance dans les études concernant ce type de préoccupation, qui consiste à prendre en compte cette « voix » des récepteurs ou des acteurs exclus des débats, est justement en train d'émerger. Caroline Caron, dans ses études les plus récentes (publications à venir) par exemple, prend en compte la « voix » des adolescentes en regard des processus de stigmatisation des jeunes filles jugées trop « hypersexuées » par leurs camarades. Notre étude se situe dans la foulée de ce type d'approche, et vise à faire entendre la parole des adolescentes en regard d'un des débats majeurs de l'actualité récente, qui les concernent au premier chef : les contenus jugés « trop » sexuels dans les magazines leur étant destinés, leur quantité et les rapports hommes-femmes inégalitaires qu'ils mettent de l'avant.

Notre étude prend comme point de départ l'un des magazines québécois ayant en ce sens la plus mauvaise réputation, et qui constitue, selon les discours populaires, la « bête noire » des magazines pour adolescentes : *Adorable*. Magazine au contenu hautement sexuel, dont parfois le tiers du contenu est consacré à ce thème, *Adorable*, en réponse aux critiques qui lui ont été adressées (voir Caron : 2003b, p. 9 et suite), a dit avoir changé de public-cible et s'adresser maintenant aux jeunes femmes. Un avis clair en post-post-scriptum du billet de la rédactrice dans le numéro de juin 2007 a rappelé ce changement de cible, alors que le magazine a été fusionné avec la publication *Corps et âme*, une revue pour femmes « trait[ant] de la sexualité, [de] la vie de couple et de l'amour » (Trudeau : 2007, p. 4) et qu'il prenait, quelques mois plus tôt, une partie du titre de son pendant masculin *Summum* pour devenir *Adorable au Summum*. Le contenu, toutefois, est resté vraisemblablement le même, quoiqu'on l'ait promis « beaucoup plus “chaud” » (*ibid.*). Or, si le public-cible a changé, le public réel, lui, est en partie resté le même, puisque nous avons pu trouver une

quinzaine de participantes adolescentes, âgées entre 15 et 17 ans, l'ayant déjà lu ou le lisant toujours.

Nous avons demandé à ces participantes de lire trois numéros – choisis au hasard dans ceux de l'année en cours – du magazine *Adorable*, et d'annoter leur appréciation des articles au moyen d'un code couleur. Elles ont ensuite été rencontrées pour un groupe de discussion ou une entrevue individuelle – au choix des participantes – pour recueillir leurs impressions. Nous avons pu analyser celles-ci de même que leurs annotations selon trois plans : d'abord, celui de l'intérêt (quel type d'article, de sujet ou d'image les intéresse le plus? Certains textes sont-ils ignorés?); ensuite, celui des fonctions remplies par les textes (lisent-elles les textes dans une optique de plaisir, d'accès à la connaissance ou dans une autre visée?); enfin, celui des types de réception, inspirés de Stuart Hall (1973) (de façon générale, les participantes semblent-elles faire une lecture oppositionnelle, dominante ou négociée des textes?). Il résulte, au terme de cette analyse sur trois plan, une vision globale mais rigoureuse et pointue de la relation qu'entretiennent les participantes avec les textes à caractère sexuel contenus dans le magazine *Adorable*.

Chapitre 1 : État de la question

Le sociologue et théoricien des médias David Gauntlett a écrit, dans son essai *Media, gender and identity : an introduction*, « One of the biggest debates about the social impact of the media – perhaps *the* debate – can be boiled down to one question : does the mass media have a significant amount of power over its audience, or does the audience ultimately have more power than the media? » (Gauntlett : 2002, p. 19).

Cette question découle des études qui ont porté sur les effets des médias durant plusieurs décennies, tout autant qu'elle les présente de façon synthétique. De la prise en compte de la part du récepteur dans le processus communicationnel sont nées les études de réception, dont fait partie notre recherche.

Le chapitre un « État de la question » fait un bref rappel historique du mouvement vers ce type d'études et inscrit notre projet dans son cadre d'analyse. On y présente également une esquisse rapide des études antérieures faites sur les magazines pour femmes et pour adolescentes.

1.1 Bases théoriques de notre étude

Notre recherche se situe d'abord et avant tout dans un cadre d'analyse constructiviste, puisqu'elle étudie la façon dont les adolescentes « catégorisent l'information » et organisent celle-ci pour qu'elle « corresponde aux structures de leur réalité » (Eddy, 2007 : résumé). Notre conception du processus de réception laisse donc place à la possible déformation (ou, du moins, à l'appropriation personnelle et à l'analyse critique) de l'information (*ibid.*). Par ailleurs, elle s'inscrit dans le constructivisme social, perspective selon laquelle on croit que « la personnalité et le comportement des gens ne sont pas prédéterminés par la biologie, mais plutôt façonnés par la société et la culture. Les gens ne sont pas déterminés à la naissance, donc, et peuvent s'adapter et changer. » (Gauntlett : 2002, p. 16; trad. libre)

Par ailleurs, bien qu'elle ne se réclame pas *a priori* d'une posture féministe, notre recherche s'inscrit dans la foulée des études féministes, puisque ce sont d'abord elles, principalement, qui se sont intéressées aux études de réception, d'une part, de même qu'à l'objet que constituent les magazines pour femmes et pour jeunes filles, d'autre part.

Ce sont également elles qui, majoritairement, se sont penchées sur la question de la « voix » en sciences sociales, concept qui motive en grande partie notre recherche et qui lui sert d'instrument. Lana F. Rakow et Laura A. Wackwitz définissent le concept de « voix » comme « le moyen par lequel le discours de quelqu'un est entendu et pris en compte dans la vie sociale et politique » (2005, p. 95). Le concept de « voix » est en ce sens un corollaire immédiat du concept de « visibilité » dans l'espace public, tel qu'entendu par Garfinkel dans sa « sociologie de l'invisible » (Voirol : 2005a, p. 31). Caroline Caron, dont la thèse de doctorat paraîtra bientôt, est l'une de ces chercheuses et chercheurs qui utilisent ce concept dans leurs études de réception; elle reprend d'ailleurs avec brio le « fameux “seen but unnoticed” » de Garfinkel, cité par Voirol, dans sa publication à venir, intitulée à propos « Vues, mais non entendues. Les adolescentes québécoises face à l'hypersexualisation de la mode et des médias ». Selon Caron (à venir [a]), la voix des adolescentes dans l'espace public est « soit marginalisée, soit stigmatisée, soit ignorée ». Elle vise donc, par son projet de doctorat, à « donner une voix aux adolescentes, de manière à insérer cette voix dans les débats [publics], de faire entendre une réalité qui est autrement ignorée » (*ibid.*).

Ainsi, le concept de « voix » est aussi – et surtout – le moyen par lequel on peut rendre « disponible » dans l'espace public le discours de ceux qui n'ont pas été « entendus » récemment ou encore de façon continue dans l'actualité (Voirol : 2005a, *ibid.*), que ce soit directement ou par le biais d'une instance tierce (dans notre cas, la communauté scientifique). L'un des buts de notre recherche consiste à donner une légitimité de parole aux adolescentes, qui ont été exclues, d'une part, des débats publics qui les concernent de premier chef (notamment celui sur l'hypersexualisation) et, d'autre part, de l'ensemble de la recherche actuelle sur la sexualité et les magazines, qui ont en général négligé de s'interroger sur le sens que construisaient les réceptrices de ce type de contenus.

1.2 Les études de réception : définition et origines

On définit les études de réception par l'intérêt porté par les chercheurs de ce champ envers « les façons dont les publics reçoivent des messages médiatiques », c'est-à-dire « leurs manières de réagir à ce qu'ils lisent, écoutent ou regardent » (trad. libre, Hill et Watson : 2003, p. 246). Ordre d'interrogation plutôt récent (qui tire son origine dans les années

1960) (Mattelart, 2004 : p. 81), les études de réception portent de façon plus spécifique sur « ce que ces publics *font* de ces expériences, les significations qu'ils en tirent » (Hill et Watson : 2003, c'est nous qui soulignons).

Cette question des usages des médias, qui a littéralement donné le coup d'envoi aux études de réception, a vu sa réponse se préciser et se complexifier au fur et à mesure que ces dernières se sont apposé un cadre d'analyse plus constructiviste. Ce n'est qu'à partir des années 1980 qu'un « rôle actif est reconnu au récepteur dans la construction du sens des messages, et l'importance du contexte de la réception est soulignée » et que l'idée de la « sélectivité » des récepteurs a été introduite (Hill et Watson : 2003, p. 83). Cette reconnaissance, notamment suscitée par Stuart Hall et sa théorie des réceptions typées (oppositionnelle, négociée, dominante), est aussi le fruit de l'avancement des connaissances sur la réception des messages médiatiques et de l'apparition d'autres théories sur le sujet.

De nombreuses autres théories ont en effet postulé une plus grande activité des récepteurs. Celle des « *uses and gratifications* », bien que remplie d'écueils (Maigret, 2003), a la première postulé que « les publics sont d'abord et avant tout des acteurs sociaux munis de mémoire et de capacités critiques auxquels il faut accorder la liberté de choix » (p. 81). La théorie psychologique de la dissonance cognitive élaborée par le chercheur Léon Festinger, qui a comme postulat de départ que les individus, d'un point de vue psychologique, tendent à conserver ou même s'efforcent de conserver une certaine cohérence d'eux-mêmes, du moins en ce qui concerne leurs opinions et leurs attitudes (Festinger : 1962, p. 1), pose elle aussi l'hypothèse d'une plus grande activité des récepteurs et ouvre la porte au concept de la sélectivité, concept selon lequel les récepteurs ont tendance à s'exposer aux contenus corroborant leur vision du monde et à ignorer, voire à modifier, les messages allant à l'encontre de leurs convictions ou de leurs comportements. Cette exposition sélective, souvent inconsciente, implique au départ qu'il y ait une perception sélective des messages, ce qui veut dire que les individus ont tendance à adopter une interprétation du message qui nuit le moins possible à leur représentation du monde. Cette supposition découle de la théorie de la dissonance cognitive, selon laquelle les gens sont portés à agir de la sorte pour diminuer leur dissonance interne et atteindre un certain confort, même passager (Hill et

Watson : 2003, p. 258; Balle : 1998; Barnouw : 1989, vol. 4, p. 37; Baltes et Smelser : 2001, vol. 3, p. 2112).

Lorsqu'on couple cette théorie à celle du codage/décodage de Stuart Hall, qui fait quant à elle « de la culture un espace de conflits et [qui] rejette l'idée d'une correspondance parfaite entre [les sens donnés par les acteurs de la production] et [ceux construits par les récepteurs] » (Maigret : 2003, p. 149-150), on comprend bien comment se justifie l'attribution d'un certain « pouvoir » aux acteurs : si la correspondance parfaite entre les deux ne peut que rarement exister, c'est donc qu'il y a possibilité d'une réception faite sur le mode négocié et même oppositionnel (Maigret : 2003, *ibid.*; Stevenson : 2002, p. 42; Caron : 2003b, p. 41). Ainsi, le récepteur pourrait créer lui-même du sens de ce qu'il perçoit comme message. La théorie « des faires » de Michel de Certeau, selon laquelle les récepteurs sont « analogues à des braconniers » qui détournent les contenus médiatiques pour les lire à leur manière (Maigret : 2003, p. 139), est un exemple d'une conception où le pouvoir est attribué en grande partie aux récepteurs.

1.3 La réception : une perspective souvent féministe

L'avancement épistémologique selon lequel « les publics devraient être compris comme étant producteurs de sens et non plus comme de simples consommateurs de sens » (van Zoonen : 1994, p. 108; trad. libre) que procurent ces théories a été largement utilisé par les études féministes sur la réception des médias. Certaines de celles-ci ont en effet directement mis à profit cette théorie de Michel de Certeau pour démontrer que la culture populaire pouvait être négociée par les gens « ordinaires » (van Zoonen, *op .cit.*, p. 107). C'est le cas, par exemple, de la recherche de bell hooks (sans majuscules) sur la télévision et la présence des Noirs à l'écran. Celle-ci a entre autres choses démontré que la vue de personnages noirs à la télévision, même si leur faible présence pouvait révéler « le fait d'être exclu et marginalisé », pouvait être utilisée par les Noirs de façon à « contribuer » à la « construction de leur identité » (*ibid.*, p. 107-108; trad. libre).

Mais selon Liesbet van Zoonen, le fondement théorique de la plupart des études de réception faites sur les femmes s'appuierait davantage sur « une légère variation » (p. 8) de la théorie du codage/décodage élaborée par Stuart Hall, c'est-à-dire sur l'idée qu'il y aurait,

de façon fort probable, un écart entre les codes de la source et ceux des récepteurs en ce qui concerne les messages médiatiques (voir aussi Stevenson : 2002, p. 108). En d'autres mots, « le codage et le décodage ne sont pas symétriques [et ainsi] le public ne produit pas nécessairement les mêmes significations que celles produites par une institution médiatique » (van Zoonen : 1994, p. 8; trad. libre). De façon concrète, le discours médiatique perçu par les chercheurs féministes (ou plutôt, dans ce domaine, par les chercheuses¹) au terme d'une étude de contenu ou de discours peut donc être fort différent de ce que les femmes (en tant que public) comprennent des contenus médiatiques dans la réalité.

1.3.1 Exemples d'études de réception dans le cadre féministe

Radway (1984) est un exemple parfait d'une étude féministe s'appuyant sur cette variation de la théorie du codage/décodage. Combinant une analyse de contenu et une analyse de la réception des romans populaires dits « à l'eau de rose » (de type Harlequin), elle s'est intéressée à la construction du sens de ces romans chez les lectrices assidues. Par le moyen de questionnaires et d'interviews, elle a interrogé des femmes américaines de la classe moyenne faisant partie d'un club de lecture sur leurs goûts, leurs usages de ces livres et leurs conceptions des récits. Elle s'est aperçue qu'il y avait une notable différence entre la construction du récit chez les lectrices et l'interprétation que faisaient les chercheuses de ces mêmes textes (p. 5 et suite). Par exemple, alors que les chercheuses interprétaient la réconciliation finale (caractéristique structurelle de ces romans) comme une « victoire masculine », car il y avait « acceptation par la femme des violences antérieures et consécration par le mariage de la supériorité de l'époux », les lectrices considéraient plutôt cette fin comme une « victoire féminine », « car l'homme avoue des sentiments et rejette la violence » (Maigret : 2003, p. 155). De façon semblable, alors que les chercheuses considéraient l'héroïne comme un personnage « invariablement passi[f] et même soumi[s] à l'ordre masculin (le viol commis par le héros en début de roman n'é[tant] pas rare) » (Maigret : 2003, *ibid.*), les lectrices la considèrent plutôt comme une femme « indépendante

¹ À l'exception, par exemple, de Stevenson, la plupart des chercheurs s'étant intéressés à la question de la réception chez les femmes ou les adolescentes sont en fait des chercheuses. Voir le commentaire dans Caron : 2003a, p. 4, note 4.

et moderne », ces dernières « ignorant les péripéties et les actions du récit prouvant le contraire » (van Zoonen : 1994, p. 109; trad. libre).

Outre ces contradictions fondamentalement révélatrices de la possibilité d'une pluralité de sens ou d'interprétations à l'intérieur des textes (ce qui conteste en quelque sorte l'idéologie dominante postulée par les analyses de contenu seules), cette étude de Radway a démontré que ces romans populaires étaient lus dans une perspective « d'évasion de leur fardeau quotidien » de leurs tâches de mères au foyer, cette lecture agissant même parfois en tant qu'activité « compensatoire », « procurant aux femmes l'attention et les soins dont elles manquaient dans leur vie de tous les jours » (van Zoonen : 1994, p. 110-11). À l'inverse, lorsqu'elles reconnaissaient leur mari ou leurs enfants dans les descriptions du roman, elles en concevaient « un sentiment d'approbation personnelle » (*ibid.*). Enfin, selon certaines lectrices, ces romans avaient pour elles une certaine « valeur éducative » (*ibid.*).

Ces différentes « utilisations » ou lectures que ces femmes ont faites de ces romans sont probantes et révèlent l'intégration des théories énoncées plus haut. Le travail de Radway, fréquemment cité dans les ouvrages de communication et même de sociologie, a véritablement donné le coup d'envoi à une série de recherches portant sur la réception « négociée », de sorte que les études sur la réception sont maintenant au cœur de plusieurs des préoccupations féministes dans ces domaines. Des études telles que celles-ci démontrent également deux choses importantes : d'une part, comme le souligne Caron², elles « tendent à montrer que les [réceptrices] ne [...] lisent pas [ou ne reçoivent pas les contenus médiatiques] comme le font les chercheuses ». D'autre part, et c'est la conséquence de l'affirmation précédente, des études textuelles à elles seules ne peuvent arriver à une compréhension approfondie du sens des contenus populaires chez les femmes (ou chez les récepteurs en général) : il est nécessaire pour ce faire de s'intéresser aux interprétations du public même (van Zoonen : 1994, p. 106).

Selon cette dernière auteure, cet intérêt récent pour la réception est « le reflet d'un déplacement paradigmatique fondamental de la recherche féministe, qui est passée d'une explication déterministe de la subordination de la femme [...] à une concentration sur les

² Dans le contexte des études de réception sur les magazines.

processus de symbolisation et de représentation » (*ibid.*, p. 107). En effet, ce qui ressortait principalement des études de contenus ou de discours, avant ce changement, c'était l'idée d'une audience féminine passive et incapable de relever ou de reconnaître l'idéologie patriarcale et capitaliste derrière leurs consommations médiatiques (*ibid.*, p. 106). Par ces études, on prétendait avoir accès à la signification idéologique réelle ou profonde des textes sans se demander si les publics recevaient des contenus médiatiques de la même façon que le faisaient les chercheuses, le but étant de dénoncer ou de faire reconnaître par les auditoires la nature patriarcale et « annihilatrice » cachée dans ces contenus (*ibid.*)

Naturellement, ce « déplacement paradigmatique fondamental » s'est accompagné d'un changement de cap empirique : « d'une analyse des structures économiques et sociales, l'attention est passée à une analyse de la façon dont les publics tirent du sens de ces structures, de la façon dont ils s'y adaptent et des façons dont ils les subvertissent par l'usage de tactiques » (*ibid.*, p. 107; trad. libre). Ainsi, « du point de vue théorique, nous sommes passés des théories des disciplines sociales à celles s'appliquant aux domaines de la philosophie, de la psychologie et des linguistiques », en concordance avec le courant structuraliste (*ibid.*).

Ce changement paradigmatique a donc suivi la tendance des théories de la communication en général, qui, avec les *Cultural Studies*, en sont venues à s'intéresser progressivement aux contenus populaires et à prendre en considération les récepteurs et leurs activités (Maigret : 2003). Le genre populaire a donc trouvé par le biais de ce changement une légitimité que ne reconnaissaient pas les études de contenu, le plaisir associé à la consommation de contenus populaires n'étant pas pris au sérieux (p. 152).

Concrètement, ce tournant épistémologique a apporté de nouvelles considérations ou de nouvelles préoccupations de recherche, à savoir par exemple :

Pourquoi les formes populaires comme les magazines féminins, les feuilletons télévisés et les romans à l'eau de rose sont-elles si immensément populaires chez les femmes? Est-ce que cette popularité implique l'acceptation de l'idéologie dominante de ces produits? Comment ces produits sont-ils utilisés dans la vie de tous les jours? Que signifient-ils pour les femmes qui les apprécient? (van Zoonen : 1994, p. 106; trad. libre)

1.4 La réception des textes de magazines pour adolescentes

Ce sont les études féministes (*women's media studies*) qui ont les premières étudié la question de la réception et du contenu des magazines, à partir des années 1970 (Caron : 2003b, p. 16). L'intérêt pour ce domaine particulier d'étude étant lui-même relativement récent, ce n'est que depuis peu que l'on s'est intéressé spécifiquement à la réception des textes de magazines pour adolescentes. Il est vrai que les magazines pour adolescentes, surtout au Québec, sont en soi un phénomène nouveau : le premier magazine pour jeunes filles au Québec a vu le jour en 1980; les autres sont apparus en vaste majorité vers la fin des années 1990 (p. 20). D'autre part, comme pour les recherches sur la consommation de produits populaires par les femmes, les études sur les textes de magazines pour adolescentes se sont d'abord souciées du contenu avant de s'intéresser à ce que les jeunes filles *faisaient* de ce contenu. Enfin, analysées souvent sous l'angle des théories de la socialisation, les études de contenu ont, comme avec les études sur les femmes, plutôt essayé de dégager une idéologie « dominante » qui serait cachée aux jeunes filles et dont elles seraient « victimes ».

1.4.1 L'étude de McRobbie

L'étude d'Angela McRobbie est exemplaire à cet égard. Particulièrement notoire dans le domaine de la réception des contenus populaires par les adolescentes, cette étude, qui prétendait s'intéresser autant au contenu qu'à la réception du magazine pour adolescentes *Jackie*, s'inscrit (tout comme celle de Radway) dans le cadre de la théorie du codage/décodage de Stuart Hall, mais « en mettant l'accent sur le “décodage” du texte par le moyen de manœuvres théoriques variées plutôt que par une rencontre directe avec les véritables lectrices » (Stevenson : 2002, p. 108). Des propres mots de l'auteure, cette étude présente « une critique systématique de *Jackie* comme un système de messages et de significations porteur d'une certaine idéologie [...] en lien avec la construction de l'identité adolescente » (McRobbie : 1991, p. 81-82, dans Stevenson : 2002, p. 108). Cette idée de l'auteure d'une force idéologique très puissante, de même son « sentiment ouvertement hostile au magazine », le fait de « privilégier sa propre lecture du magazine plutôt que de s'appuyer sur une analyse plus formelle » (Stevenson : 2002, p. 108; trad. libre) et plus encore l'absence très remarquée de l'observation du travail des récepteurs lui ont valu de

nombreuses critiques de la part des autres chercheurs, malgré la conclusion de l'ouvrage qui admet « que “ceci ne signifie pas que les lectrices [du magazine] gobent ses axiomes sans question” et que nous devons arriver à mieux connaître comment les jeunes filles lisent *Jackie* et comment elles rencontrent ses forces idéologiques » (*ibid.*).

1.4.2 L'étude de Frazer

Évitant d'adopter la posture plus ou moins hostile de sa prédécesseure McRobbie, Elizabeth Frazer est l'une des premières à avoir démontré que les jeunes lectrices étaient « rarement victimes » des textes (Stevenson : 2002, p. 109). Son étude de 1992 est également l'une des premières à avoir soulevé la question des contradictions et à avoir postulé que les produits médiatiques offrent une polysémie de significations, plutôt qu'un « “vrai sens” (unique et monolithique) que seuls les universitaires peuvent déceler à l'aide d'une analyse méticuleuse des messages » (Caron : 2003a, p. 25). En effet, son étude, s'appuyant sur des entrevues avec des lectrices âgées de 13 à 17 ans, a démontré que les jeunes lectrices « n'interprètent pas nécessairement les messages véhiculés par le texte de la même façon dont celui-ci [a été] construit » (*ibid.*, p. 25-26). Voilà pourquoi il était nécessaire, selon elle, « de procéder à une vérification des « effets » réels en interrogeant des membres du lectorat » (*ibid.*).

D'autre part, en utilisant le concept de « registres discursifs » (ensemble de termes référant à une situation, une institution ou à une culture précises, comme celle de la mode, par exemple), Frazer a démontré que les lectrices du magazine *Jackie* pouvaient changer fréquemment et même radicalement de registre discursif, mais sans que ces registres leur apparaissent contradictoires (Stevenson : 2002, *ibid.*).

Enfin, Frazer a établi que les jeunes lectrices pouvaient faire preuve d'une certaine capacité critique « notamment à l'égard des stéréotypes », mais que, « lorsqu'elles font face à des contradictions entre la connaissance qu'elles ont de la réalité et la représentation qui en est faite, elles ont tendance à rejeter leur propre connaissance, attribuant ainsi au média un statut de légitimité et de crédibilité supérieur au leur » (Caron : 2003a, p. 26).

1.4.3 L'étude de Currie

La chercheuse canadienne Dawn Currie a également démontré que les adolescentes ne relevaient pas les contradictions inhérentes aux contenus textuels, mais qu'elles pouvaient par contre faire preuve de cynisme ou d'esprit critique envers certains cas précis, notamment envers les lettres envoyées à l'équipe éditoriale demandant un conseil ou envers certaines publicités qu'elles jugeaient « irréalistes » (Currie : 1999). Cependant, là aussi, de manière générale, les lectrices semblaient adhérer principalement à l'idéologie dominante des textes (Caron : 2003a, p. 41). De plus, par le moyen des entrevues, Currie a elle aussi remarqué des changements de registres soudains chez les participantes, celles-ci passant fréquemment du « je » au « nous » (soit « nous » en tant que jeunes femmes). Elle a compris ce changement comme étant relié au sujet abordé. Ainsi, un sujet particulièrement connu peut être énoncé comme une confidence alors qu'un sujet moins connu fait surgir de l'incertitude (p. 111).

Ces constatations peuvent être reliées au fait que les jeunes filles semblent lire des magazines « pour en savoir plus », les magazines leur servant apparemment d'outils pour une certaine éducation privilégiée. En effet, cette étude a démontré que la majorité des lectrices de magazines pour adolescentes lisaient ceux-ci avidement, « d'une couverture à l'autre », et le faisaient essentiellement dans une perspective utilitaire, pour comprendre ce qu'elles sont en tant qu'adolescentes ou pour en savoir plus sur les garçons, les relations interpersonnelles, etc., informations qu'elles jugent ne trouver facilement qu'à cet endroit. Elles lisent également les magazines pour s'informer de la mode et pour apprendre le mode d'application du maquillage. Ceci n'est pas sans rappeler l'étude de Radway, qui avait démontré que les femmes qui lisaient des contenus populaires le faisaient selon différents buts et différents usages, l'un d'eux étant comme ici « la lecture pour s'instruire » (Stevenson : 2002, p. 109). Même si l'apprentissage, par exemple, du mode d'application du maquillage peut être considéré par certaines féministes comme un effet de l'influence de l'idéologie patriarcale (de par l'objectivation des femmes), ce n'est pas perçu de cette manière par les adolescentes, qui veulent en apprendre « sur leur monde ».

1.4.4 L'étude de Bouchard et Bouchard

Cette prédilection pour la vérification de certaines contradictions se retrouve également dans l'étude de Pierrette et de Natasha Bouchard (2005), qui a mis en évidence l'intégration des messages idéologiques des magazines québécois pour adolescentes par leurs jeunes lectrices, et ce, malgré les contradictions significatives soulevées, notamment en ce qui concerne les textes encourageant les jeunes filles à « être elles-mêmes », alors même qu'on leur faisait choisir parmi des « looks » très précis.

Cette recherche, très récente, avait comme visée d'arriver à comprendre ou du moins à décrire comment de jeunes filles de 9 à 12 ans recevaient des contenus éditoriaux et publicitaires (textuels ou photographiques) concernant la mode, la consommation, l'image et l'identité (Bouchard et Bouchard : 2005). Comme beaucoup d'études sur le sujet, celle de Natasha et Pierrette Bouchard a été menée sur deux plans : celui du contenu et celui, plus important, de la réception. Ainsi, on a relevé quelques incongruités dans le contenu éditorial et publicitaire et on a recueilli, parallèlement, les commentaires des jeunes filles concernant la façon dont elles ont lu ce même contenu, tout en vérifiant s'il y a eu adhésion ou récusation, selon l'hypothèse que les fillettes, qui provenaient d'un milieu familial scolarisé, allaient avoir « un point de vue plus critique à l'égard de la consommation ou de l'adhésion aux stéréotypes » (*ibid.*, p. 9).

Les résultats ont été divisés en trois grands « paradoxes » de contenu (autant éditorial que publicitaire, car ils se recourent), chacun étant suivi par les commentaires qui les confirment. Une catégorie spécifique a été créée pour classer les commentaires des jeunes filles manifestant un point de vue critique. La majorité des lectrices n'ont pas soulevé ces paradoxes, mais ont manifesté les avoir intégrés à leur vision du monde et d'elles-mêmes. Par exemple, les jeunes lectrices ont adopté l'idéologie du « sois toi-même » ou du « sois naturelle » tout en continuant de se définir dans un style très précis et à faire état d'une grande connaissance des marques et du jargon de la mode.

Ce type de résultats, laissant croire que les jeunes filles semblent éprouver de la difficulté à exprimer un point de vue critique, est corroboré par Currie, qui a trouvé que « si les jeunes filles établissent des distinctions entre la vraie vie et la fantaisie discursive des magazines,

elles établissent ces distinctions d'une manière beaucoup moins critique que les chercheurs [ou les adultes en général] le laissent souvent entendre » (Currie : 1999, p. 166; trad. libre). Cependant, d'autres études tendent à démontrer que les jeunes filles négocient beaucoup plus le contenu des magazines, comme celle de Duke et de Kreshel (1998), que nous présentons dans la section qui suit.

1.4.5 L'étude de Duke et Kreshel

De nombreux ouvrages portant sur les rapports sociaux de sexe ou sur la sexualité considèrent les textes comme des « outils de socialisation » (Cole et Henderson Daniel : 2005, p. ix) qui, sans nécessairement avoir un impact sur les actions immédiates, peuvent être retenus par les enfants, qui utilisent les informations contenues plus tard, lorsqu'une situation le permet (Kaiser Family Foundation and Children Now : 1998, p. 12). Duke et Kreshel (1998) ont observé ce phénomène chez les jeunes adolescentes lisant des magazines : « Several of the girls indicated that the information would be held for the future to help inform their romantic interactions with boys when they were older. » (p. 58)

Mais, de façon pertinente, elles ont rappelé, citant McRobbie et Hermes, que les magazines pour adolescentes n'étaient pas « “un bloc idéologique massif dans lequel les lectrices [sont] emprisonnées” (McRobbie 1991, 141; trad. libre) » mais qu'au « contraire, les filles étaient activement engagées à faire du sens dans leurs interactions de tous les jours avec les textes [...] [et que] [c]omme Hermes (1995, p. 25) l'a noté, “les usages et l'interprétation que les récepteurs font des médias ne sont ni prévisibles ni systématiques, mais reposent en rétrospective sur des choix et des activités qui sont compréhensibles et intéressants” » (Duke et Kreshel : 1998, p. 67; trad. libre).

Gauntlett (2002) abonde dans le même sens et indique lui aussi que certaines méthodes qualitatives ont plutôt démontré que les récepteurs « arrivent à leur propres interprétations des textes, qui sont souvent variées et imprévisibles » (p. 32) et que, conséquemment, de façon à bien comprendre les liens entre les textes et les publics, il importe d'utiliser une approche plus approfondie et plus ouverte aux différentes significations des médias et à la liberté d'interprétation du récepteur, celles des effets des médias s'étant trouvées « peu utiles » (p. 33).

D'ailleurs, Duke et Kreshel ont trouvé que, loin d'être soumises aux prescriptions idéologiques des magazines, les lectrices « pouvaient lire certains textes de façon congruente avec l'intentionnalité de ceux-ci, mais pouvaient aussi négocier avec les textes pour créer du sens qui soit tout à fait particulier à leur vie » (1998, p. 67, trad. libre). Elles démontraient par ailleurs qu'elles n'avaient pas l'intention de laisser ce média interférer avec leurs valeurs (*ibid.*).

1.5 La sexualité dans les magazines : le cas d'*Adorable*

Les études sur les magazines pour adolescentes partagent un point commun au-delà de leur intérêt spécifique pour le contenu ou pour la réception : elles étudient souvent en profondeur les thèmes de la mode, de la beauté, de la consommation et des relations interpersonnelles entre les sexes, mais elles évacuent assez rapidement celui de la sexualité, entendu comme les pratiques sexuelles qu'on propose aux jeunes filles d'adopter. En effet, il s'agit d'un objet particulier à propos duquel la recherche accuse en général une absence de données, alors même que l'on assiste présentement à un phénomène troublant : l'émergence de textes à caractère explicitement sexuel dans les magazines pour jeunes filles. C'est le cas, par exemple, du magazine *Adorable* au Québec (maintenant nommé *Adorable au summum*), qui met l'accent sur le sexe et sur l'avidité présumée des jeunes filles pour des « trucs » censés les aider à mieux performer sexuellement (*Adorable*, janvier 2003, dans Caron : 2003b, p. 9) pour vendre.

En effet, de tous les magazines québécois pour adolescentes, le magazine *Adorable* se distingue par son contenu sexuel plus osé (« Sexe, petite leçon des plaisirs buccaux », avril 2007) et par son récent changement de public-cible (Caron : 2003b, p. 10), devenant ainsi en 2002 un magazine à l'intention des jeunes femmes. Ce changement soudain, mais annoncé de façon très subtile (Caron : 2003b, *ibid.*), a contribué à alimenter le débat public; on s'est d'ailleurs outré dans les autres médias du degré hautement explicite avec lequel on aborde le thème de la sexualité dans les magazines pour jeunes filles.

Si, comme on le souligne en introduction, le changement de public-cible a été mieux indiqué par la suite, soit en 2007, le cas de ce magazine reste particulier et nous semble, de fait, une occasion de pouvoir déterminer de façon plus pointue ce que recherchent les

jeunes filles qui lisent des articles à caractère sexuel dans les magazines, particulièrement en ce qui concerne la partie du public qui est restée la même, soit les adolescentes.

Il est d'autant plus pertinent pour la recherche de se pencher sur la question peu étudiée des textes de magazines à caractère sexuel chez les adolescentes que des résultats d'études sur la réception des textes de magazines visant ce public tendent à démontrer, comme on l'a vu au chapitre 1.4.1, qu'on leur prête une attitude moins critique que celle des adultes et une véritable tendance à privilégier l'opinion du magazine plutôt que la leur. De plus, des études (celle de Currie, notamment) ont démontré très clairement que certaines adolescentes pouvaient avoir tendance à lire des magazines destinés aux femmes plus vieilles qu'elles (Currie : 1999, p. 147 et 153).

1.5 La réception et les récepteurs adolescents

Ce qu'on craint, en principe, lorsque l'on s'interroge sur la question de la sexualité et des jeunes récepteurs, c'est la fragilité de ces récepteurs qui, en terrain inconnu, n'ont pas les outils pour distinguer le vrai du faux, le réel du farfelu (d'autant plus que, comme le rapporte la Kaiser Family Foundation [1998], « les enfants et les adolescents sont souvent intensément curieux envers la sexualité » [p. 12, trad. libre]). Anne Steiger (2006), elle-même journaliste « sexo » pour de nombreux périodiques féminins et masculins, a avoué dans son essai *La vie sexuelle des magazines : Comment la presse manipule notre libido et celle des ados* qu'elle s'est trouvée plus souvent qu'autrement à exagérer les tendances sexuelles, quitte même parfois à les inventer, s'inspirant à la fois de ses propres « supposés blocages ou névroses » (p. 13) et de la vie de ses connaissances dont les expériences sexuelles sortent de l'ordinaire : « Mon job [...] consiste à élaborer à tour de bras des "tendances". Or, en matière de sexe, l'exercice est difficile. [...] Des journalistes comme moi peuvent décréter que le polyamour est à la mode simplement parce qu'ils aimeraient bien se taper le voisin. » (p. 22-23).

Ainsi, dans le cadre de notre recherche, les concepts de sélectivité et de décodage – concepts qui font appel à l'autonomie du lecteur – posent parfois problème, car si la « sélectivité » des récepteurs ou la « capacité critique » des adultes a pu être maintes fois démontrée ou du moins postulée par différentes études, celles-ci ont plus ou moins éludé la

question de la capacité critique d'un public plus jeune et hypothétiquement plus vulnérable. Certaines études sur la cognition ont d'ailleurs mis en évidence le fait que l'âge pouvait être un facteur déterminant de la réception chez les jeunes enfants et chez les adolescents. (Strasburger et Wilson : 2002, p. 7-22). D'autres présentent des arguments selon lesquels les adolescents reçoivent les contenus médiatiques différemment des adultes. Dominique Pasquier (1997), par exemple, apporte sur ce sujet un éclairage particulier. Son étude sur la réception des « séries collège » (séries télévisées dont l'intrigue a lieu dans un collège ou une école secondaire) chez les enfants et les adolescents démontre que les enfants et les adolescents ne décodent pas les messages télévisés de ces séries comme le font leurs parents. D'autre part, les résultats ont aussi montré que la réception pouvait être différente selon l'âge, le sexe et l'environnement social des participants (p. 822). D'autres études sur la réception des enfants et des adolescents ont pu également indiquer que la réception pouvait être influencée par d'autres critères : l'encadrement familial, la scolarité des parents, la qualité du contenu, la personnalité, etc. (Singer & Singer : 2001, p. 297-298; Kundanis : 2003; Strasburger et Wilson : 2002). Ces résultats invitent à retenir ces éléments pour les intégrer dans une hypothèse explicative.

1.6 La pertinence des études de réception

Les études de réception, dans notre cas, nous incitent à un changement de perspective : au lieu de chercher la soi-disante négativité des textes et leurs effets, on cherche plutôt à définir le sens créé par les lecteurs à partir de ces textes, sans *a priori*.

Selon Gauntlett,

Even Liesbet van Zoonen's excellent introduction to *Feminist Media Studies* (1994) spends more time on critical approaches to texts than on the more significant question of how audiences relate to them. Although these text-based approaches may reveal 'hidden' aspects of media messages, they often do not help us to understand why such texts are appealing or popular, or how they are consumed by actual audiences. (They may also suggest interpretations of texts which are not apparent to most viewers, and it is difficult to assert that a particular academic reading of a text is superior to that made by any other person.) (2002, p. 17)

De même, selon John Fiske, auteur de nombreux ouvrages traitant de la culture populaire, « [a] text is not complete until interpreted by an individual within the context of their

lives » (Gauntlett : 2002, p. 25). Madonna, par exemple, bien que critiquée de part et d'autres par des chercheuses féministes comme par le public moyen pour certains « messages » qu'elle enverrait, pourrait être utilisée par un récepteur « in a different way to add some meanings or pleasures to their existence » (*ibid.*), « significations » qui peuvent, pour le récepteur, se révéler positives de différentes manières.

Et comme le résume si bien Lewis, cité par van Zoonen : « Si nous nous préoccupons de la signification de la culture populaire dans la société contemporaine, de la manière dont les formes culturelles fonctionnent idéologiquement ou politiquement, alors nous devons comprendre comment les produits culturels [...] sont compris des publics. » (Lewis : 1991, p. 47, dans van Zoonen : 1994, p. 105).

En ce qui concerne les contenus sexuels, surtout de type magazine, une étude de réception ne peut que se révéler pertinente en raison du nombre peu élevé de recherches en ce sens :

The perceived sensitivity of sex as a research topic and a focus on television to the exclusion of other media unfortunately has restricted the kind of research that has been done. Much of the empirical work has been analyses of content that allow only speculation about what effects the content might have on audiences. But an emerging set of studies that go beyond content to address how audiences select, interpret, and apply sexual content suggests that the media play an important role, especially for young people. (Steele : 1999, dans Brown : 2002, p. 43).

Des recherches plus poussées en réception de contenus à caractère sexuel sont donc nécessaires pour établir une plus grande compréhension de ce rôle joué par certains médias.

D'autre part, une analyse de la réception du contenu sexuel du magazine *Adorable*, en particulier, est d'autant plus intéressante qu'elle se situe en continuité directe avec l'étude de contenu de Caron (2003b), qui a examiné le contenu des magazines pour adolescentes au Québec. Comme elle l'énonce clairement :

En se concentrant sur le contenu manifeste des magazines, cette recherche ne porte que sur le premier moment du processus d'encodage et néglige celui du décodage, pourtant tout aussi important pour saisir la signification culturelle de la presse féminine adolescente. Des recherches ultérieures sont donc nécessaires pour comprendre le sens que construisent les lectrices [...] à partir de la lecture de ces magazines. (p. 124-125).

Elle ajoute :

Il importe d'interroger les lectrices si nous voulons connaître et mesurer l'impact de la presse féminine adolescente sur son jeune public. Le point de vue et les expériences des femmes ayant été traditionnellement occultés dans la production des connaissances, il s'avère essentiel d'interroger les premières concernées. Pourquoi les adolescentes lisent-elles ces revues? Quel plaisir y trouvent-elles? Comment interprètent-elles les messages conservateurs? [...] Sont-elles d'accord avec les valeurs, les attitudes et les comportements promus par cette presse? (p. 136)

Notre recherche, qui tente de répondre précisément à ces questions, prend donc toute son importance et sa pertinence.

Chapitre 2 : Problématique

Nous avons vu plus haut que, selon notre posture théorique, nous désirons éviter d'adopter une attitude méprisante envers les textes ou de leur apposer une étiquette négative tout de go. Il nous apparaît beaucoup plus pertinent et révélateur, d'un point de vue social et scientifique, de nous appliquer à mieux comprendre les mécanismes de réception de ces médias chez les adolescentes.

Très peu de recherches québécoises se penchent sur cette question; c'est ce manque de connaissances que vise à combler notre projet de recherche. Plus particulièrement, notre questionnement est le suivant : « Comment les jeunes filles québécoises qui lisent des magazines pour adolescentes reçoivent-elles les textes à caractère sexuel qu'ils contiennent? » D'emblée, différentes sous-questions apparaissent : certaines variables sociologiques déterminent-elles cette réception? Dans quelle mesure ce type de textes les intéresse-t-elles? Que recherchent-elles dans ces articles? Les lisent-elles dans une optique de loisir ou plutôt d'accès à la connaissance? Se sentent-elles sollicitées par les images à caractère sexuel? Dans quelle mesure démontrent-elles la capacité de porter un regard critique sur ces textes ou ces images? Ultimement, la relation qu'elles entretiennent avec ces textes témoigne-t-elle d'une imprégnation idéologique, d'une ignorance ou d'une résistance? Nous nous inspirons clairement ici du questionnement de Bouchard et Bouchard (2005), mais nous désirons l'appliquer aux textes à caractère sexuel.

Nous rendons opérationnels ces différents questionnements en les regroupant sous trois plans d'interrogation :

Plan 1 - L'intérêt : Qu'est-ce qui les intéresse?

D'abord, quels sont les articles et les sections du magazine qui les intéressent le plus, et quelles sont les images qu'elles préfèrent? Ces textes et ces images sont-ils en lien avec la sexualité? Certains de ces textes sont-ils tout simplement ignorés? Lesquels?

Plan 2 - Les fonctions : Quelles fonctions remplissent les articles qui les intéressent?

Quelles fonctions remplissent l'ensemble des textes du magazine? Peut-on opposer ces fonctions sur un axe apprendre-plaisir? Ces fonctions diffèrent-elles lorsque l'on considère les articles à caractère sexuel?

Ce que nous nommons ici « fonctions » pourra être relié à la théorie des « usages et gratifications », courant dont Lazarsfeld a donné le coup d'envoi dans les années 1960 et qui cherche à déterminer « ce que les individus font des médias » en leur permettant d'adapter les contenus à leurs besoins (Maigret : 2003, p. 81).

Plan 3 - La réception : Quel type de réception font-elles des articles qui les intéressent?

Les réactions créées par l'ensemble des articles laissent-ils croire à une acceptation, à une ignorance, à une contestation ou bien à une réception négociée? En d'autres termes, peut-on qualifier la réception de l'ensemble des textes de dominante, de négociée ou d'oppositionnelle? Cette réception diffère-t-elle lorsque l'on considère séparément les articles à caractère sexuel?

Ultimement, nous nous demanderons si certaines variables d'ancrage³ – âge, occupation des parents, lieu d'origine, notes à l'école et discussions avec les parents au sujet de la sexualité, etc. – peuvent ou semblent faire varier de façon significative les résultats observés sur l'un ou l'autre de ces trois plans.

2.1 Organisation de la recherche

Ces trois plans du questionnement suivent de près l'organisation de la recherche en elle-même, qui peut s'illustrer en quelque sorte par le modèle de la pyramide inversée : le magazine sera d'abord étudié de façon générale de façon à déterminer l'intérêt que suscitent les images et les textes, toutes catégories confondues. Ensuite, selon les catégories qui auront suscité le plus d'intérêt, les fonctions que celles-ci remplissent et la réception qu'elles stimulent auprès des participantes seront analysées. Enfin, le thème de la sexualité

³ Terme emprunté à la théorie des représentations sociales (Clémence, Doise et Lorenzi-Cioldi, dans Ch. Guimelli : 1994, p. 121)

sera examiné plus en profondeur, afin d'analyser les fonctions remplies et la réception suscitée par ses deux sous-catégories, soit celle des pratiques sexuelles en tant que telles et celle des relations interpersonnelles. Nous en arriverons donc à avoir une idée un peu plus pointue de ce qui nous intéresse de façon plus particulière, soit les textes à caractère sexuel, tout en pouvant jauger le rôle de ces données en les situant dans le contexte plus général du magazine.

La figure suivante illustre l'organisation de notre recherche, et donc de notre analyse :



Figure 1 : Organisation de la recherche

2.2 Hypothèse

L'organisation de notre recherche est motivée par l'hypothèse, qui présente en elle-même différentes parties. Nous pensons d'abord que les lectrices s'intéressent au sujet de la sexualité dans le magazine *Adorable* (et donc qu'elles n'ignorent pas ces textes). Nous croyons ensuite qu'elles lisent les textes à caractère sexuel dans l'un ou l'autre des buts suivants : apprendre et se divertir (plaisir). Nous proposons également comme hypothèse qu'elles ont la capacité de porter un regard critique sur ces textes (et donc que la réception n'est pas seulement dominante). Enfin, nous proposons que l'intérêt qu'elles portent aux textes à caractère sexuel, les fonctions qu'elles leur apposent et la réception critique, dominante ou négociée qu'elles en font peuvent varier selon différentes variables d'ancrage.

Les diverses variables d'ancrage que nous croyons pouvant moduler l'intérêt, les fonctions et la réception sont les suivantes : l'âge des adolescentes, leur niveau scolaire, leurs notes à l'école, le temps depuis lequel elles lisent *Adorable*, l'occupation ou le niveau d'instruction de leurs parents, de même que la fréquence et la nature des discussions au sujet de la sexualité qu'elles entretiennent avec leurs parents (discussions rares, fréquentes ou absentes, discussions allant en profondeur dans le sujet ou restant en surface, discussions pourvues ou dépourvues d'opinions de la part des parents, et opinions encourageant ou décourageant la sexualité).

2.2.1 Concepts à la base de l'hypothèse

Les concepts fondamentaux sous-tendant notre hypothèse se situent dans trois grands champs conceptuels : la réception, la sexualité et la presse magazine. Les concepts en relation avec ces champs – et qui sont définis dans cette partie – sont les suivants : l'adolescence, la réception (en tant que sens créé par les récepteurs), la sélectivité, la sexualité dans sa dimension adolescente, la sexualité dans sa dimension éducative, le magazine en tant que média et la presse féminine.

2.2.1.1 Champ conceptuel de la réception

Nous avons déjà défini le concept de réception dans la section précédente. Dans le cadre de notre étude, la réception que les adolescentes font des messages à caractère sexuel peut être rendue opérationnelle par une catégorisation en trois différentes réactions : acceptation, contestation et ignorance (des scores déterminant l'adhésion à partir des commentaires des jeunes filles servant d'indicateurs). Ces trois réactions s'inspirent de la méthode utilisée par Bouchard et Bouchard (2003), elle-même appuyée sur les trois types de lecture de Hall (1973) (lectures dominante, oppositionnelle ou négociée). Si nous ajoutons l'ignorance, c'est pour prendre en compte le concept de la **sélectivité**, concept selon lequel les récepteurs ont tendance à s'exposer aux contenus corroborant leur vision du monde et à ignorer, voire à modifier, les messages allant à l'encontre de leurs convictions ou de leurs comportements. Cette exposition sélective, souvent inconsciente, implique au départ qu'il y ait une perception sélective des messages, ce qui veut dire que les individus ont tendance à adopter une interprétation du message qui nuit le moins possible à leur représentation du monde. Cette supposition découle de la théorie de la dissonance cognitive, élaborée par Léon Festinger, et selon laquelle, comme nous l'avons vu précédemment, les gens sont portés à agir de la sorte pour diminuer leur dissonance interne et atteindre un certain confort, même passager (Hill et Watson : 2003, p. 258; Balle : 1998; Barnouw : 1989, vol. 4, p. 37; Baltes et Smelser : 2001, vol. 3, p. 2112).

2.2.1.2 Champ conceptuel de la sexualité

La sexualité est généralement définie comme l'ensemble des comportements relatifs à la satisfaction de l'instinct sexuel (voir nombreux dictionnaires), et inclut différents aspects tels que la biologie, les relations interpersonnelles et sociales et les principes moraux des individus. L'adolescence étant une période de la vie où l'individu découvre la sexualité, la sexualité adolescente est parfois perçue, à l'instar du développement cognitif, comme une succession de stades où l'adolescent transite entre le stade de l'auto-érotisme à celui de l'allo-érotisme, c'est-à-dire qu'il découvre la sexualité à travers son propre corps (autostimulation) avant de chercher à travers autrui une source de satisfaction de ses pulsions. Tout comme en ce qui a trait au développement cognitif, le passage d'un stade à l'autre peut se faire à un rythme différent selon les individus et selon différents facteurs

(éducation, famille, amis, appartenance religieuse, milieu et citoyenneté) (Cohen : 1973, p. 18-19).

Par ailleurs, on sait que les chiffres sont plus élevés au Québec en ce qui concerne le nombre d'adolescents ayant eu des relations sexuelles en jeune âge et le nombre de partenaires différents, et que ces différences sont encore plus marquées chez les filles. Les jeunes Québécoises sont également plus nombreuses à utiliser la pilule contraceptive que les jeunes canadiennes, alors qu'elles sont aussi moins nombreuses à utiliser le condom (Francoeur et Noonan : 2004, p. 139-141).

En ce qui concerne l'éducation de la sexualité chez les adolescents, on sait que ceux-ci préfèrent certaines sources à d'autres pour s'éduquer en la matière, et que les sources informelles (parents, amis, et médias) ont plus d'influence sur leurs comportements et leurs attitudes, bien que de nombreux programmes gouvernementaux d'éducation en milieu scolaire soient en place. En général, plus l'adolescent est jeune, plus les parents interviennent comme premier agent d'influence et premier choix de source d'information. À mesure que celui-ci avance en âge, les amis deviennent une source plus importante d'information et d'influence, suivis de près et même parfois dépassés par les médias de la presse écrite (Francoeur et Noonan : 2004, p. 135-139).

Enfin, de façon générale, on sait que les adolescents développent un intérêt marqué pour les sujets qui touchent la sexualité vers l'âge de 12-13 ans (Brenot : 2004, p. 25-29).

2.2.1.3 Champ conceptuel de la presse magazine

Les **magazines** sont des publications périodiques écrites (le plus souvent mensuelles) rassemblant des articles sur des sujets définis, variés, mais connexes et destinés à un public spécifique. La présentation visuelle est habituellement très soignée, abondamment illustrée et marquée par l'usage de la publicité qui en est généralement la source de financement. Les messages publicitaires y jouent donc un rôle important; le terme « magazine » tire d'ailleurs son étymologie du rapprochement avec le mot « magasin » à la suite de l'apparition du journal anglais *Gentlemen's Magazine* (Balle : 1998; Schement : 2002, p. 568 et 575; Barnouw : 1989, vol. 2, p. 463; *The New Encyclopaedia Britannica* : 2005, vol. 26, p. 440).

Comme l'a fait remarquer Hermes (1995), les magazines sont aussi des publications consultées de façon plus ou moins concentrée, et qu'on peut aisément mettre de côté (« *easily put down* » [p. 29 et suite]).

La **presse féminine** est un type de presse écrite (le plus souvent magazine) destinée aux femmes ou aux adolescentes. À distinguer de la presse féministe, la presse féminine s'intéresse à des sujets le plus souvent pratiques qui touchent la vie des femmes en général et la mode et la beauté en particulier. (*Encyclopaedia Universalis* : 2002, vol. 18 : 822).

La presse féminine pour adolescentes est une spécialisation de la presse féminine s'adressant à un public jeune et se distingue des autres périodiques par un très fort accent porté sur des sujets comme le vedettariat, les relations interpersonnelles, la mode et la beauté. Enfin, il s'agit d'un monde particulier permettant l'interaction entre les lectrices et les membres de la rédaction par le moyen de courrier du cœur (ou d'un autre type), interaction caractérisée par l'utilisation de conseils (Caron, 2003b : 23). Par ailleurs, « il s'agit d'un univers partagé par des lectrices [...], d'un environnement normatif et prescriptif qui assigne des rôles sexuels contraignants » (Cyr : 1998, p. 16).

Chapitre 3 : Méthodes

L'analyse marie deux méthodes complémentaires de façon à obtenir une vue d'ensemble riche et la plus complète possible de l'expérience de réception des participantes : l'entretien de groupe et la méthode « crayon en main ».

Pour aider à situer le lecteur quant à l'utilité précise des méthodes utilisées, la figure précédente du plan de la recherche est reprise; on y indique où chaque méthode intervient dans le processus d'analyse :

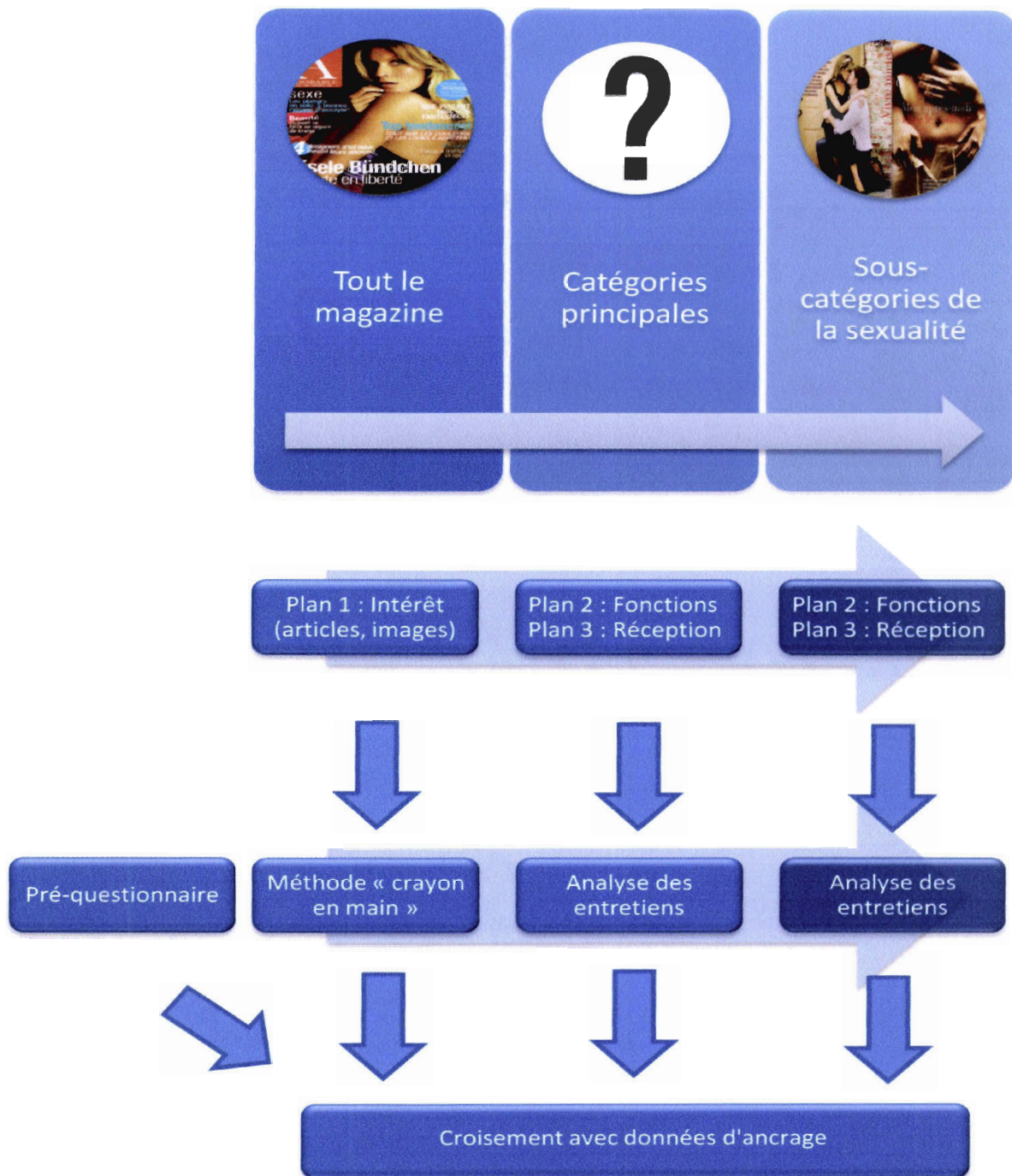


Figure 2 : Organisation de la recherche avec méthode concernée

3.1 La méthode « crayon en main »

Pour obtenir des informations plus quantitatives sur les habitudes de lecture des sujets, la méthode inspirée de celle de Debras (2003) sur les pratiques de lecture des journaux des hommes et des femmes a été retenue :

La méthode a superposé deux types d'enquêtes, l'une quantitative et l'autre qualitative. Outre les entretiens qualitatifs sur les activités de lecture, la chercheuse a confié aux interviewé-e-s la tâche de surligner et d'annoter les articles selon leur niveau de consultation : lecture des titres seuls, lecture rapide du texte ou lecture intégrale; on devait aussi noter sur les journaux la date, l'heure, la durée de lecture et l'appréciation des articles. (Lebel : 2004, p. 388)

Cette méthode, « très productive » (*ibid.*), permet d'obtenir une vue d'ensemble riche de la relation entre le texte et le lecteur. Dans notre cas, la méthode est légèrement différente et adaptée à l'âge des répondantes de même qu'aux besoins de la recherche. Les jeunes filles se sont vu remettre un exemplaire de chacun des trois numéros d'*Adorable* retenus. On leur a remis des stylos colorés avec lesquels elles ont pu encercler les articles lus ou non lus selon un code couleur : article non lu, peu intéressant, intéressant ou très intéressant. On leur a de même demandé d'encercler leur image préférée dans le lot des trois magazines. Enfin, elles ont été invitées à ajouter des commentaires sur papier collant, de type « article lu avec avidité ou avec légèreté », ou « article que j'aurais conservé pour consultation ultérieure », etc., qui, sans faire l'objet d'une analyse directe, pouvaient les aider à se souvenir de leurs impressions lors de l'entrevue ou du groupe de discussion.

Pour les besoins du présent rapport de recherche, cette partie de la méthode est nommée l'analyse « crayon en main ». Cette méthode permet de chiffrer en termes de taux l'intérêt qu'a suscité chaque article – et donc chaque section – des trois magazines remis aux participantes. Elle permet également de déterminer quelles images étaient préférées, puisqu'on leur a également demandé d'en choisir une et de l'encercler.

3.2.1 Déroulement de l'analyse « crayon en main » et taux d'intérêt par article

La première partie de l'analyse consiste, d'une part, à faire correspondre les données personnelles et démographiques recueillies grâce au pré-questionnaire à celles recueillies par la méthode « crayon en main », c'est-à-dire aux marques de lecture laissées par les participantes dans les magazines. On a fait correspondre chaque couleur à une donnée chiffrée : ainsi, au bleu, qui signifiait « article non lu », on a attribué la note de zéro; au vert, qui signifiait « article lu mais peu intéressant », on a attribué la note de un; au mauve, qui signifiait « article intéressant », on a attribué la note de deux; et enfin, on a attribué la note de trois aux articles encadrés en rouge, signifiant « article très intéressant ». Tout article qui n'avait pas fait l'objet de marques de la part des participantes a été considéré comme non lu et a donc reçu la valeur de zéro. Similairement, lorsqu'un article comprenait deux types de marques différentes (par exemple, le titre en vert mais l'encadré en rouge, ou encore certaines parties en bleu et d'autres paragraphes en mauve), la note la plus élevée des deux a été retenue. Les notes des magazines égarés n'ont pas été prises en compte. Une fois chaque article lu ou non par les participantes ayant reçu une valeur déterminée, ces dernières ont été compilées et amenées à une moyenne pondérée sur trois, qui a elle-même été ramenée, pour le faciliter l'analyse, sur 1.

Ainsi, chaque article a reçu une note sur 1 (un taux) reliée à l'intérêt qu'il créait chez les jeunes participantes. Certaines parties des magazines n'ont suscité aucun intérêt chez les participantes – et ont souvent été laissés sans marque de lecture. C'est le cas de presque toutes les publicités, de même que des parties du magazine sans « contenu », comme le sommaire ou le carnet d'adresse.

3.2.2 Description des sous-catégories thématiques

Afin de déterminer quelles sections ou quels types d'articles ont suscité le plus d'intérêt chez les participantes, ils ont été classés par thème. Seize thèmes ont été repérés; seize catégories (qui sont en fait des sous-catégories) ont donc été créées : actualités, beauté, consommation, cuisine, décoration, exemple féminin, forme, horoscope, mode, psychologie, publicité, rédaction, relations interpersonnelles, pratiques sexuelles, stars et technologie. Chacune de ces sous-catégories trouve sa définition opérationnelle en annexe.

3.2.3 Catégories générales (ou super-catégories)

Les catégories générales (ou super-catégories) ont été créées *a posteriori*. Leur catégorisation a été motivée, d'une part, par notre intérêt de recherche (la sexualité) et, d'autre part, par l'intérêt démontré par les participantes. Nous voulions d'abord voir où se situait la sexualité dans le palmarès des taux d'intérêt; ensuite, nous voulions comparer cette catégorie avec une catégorie « équivalente » pour la suite de la recherche. De cette façon, nos résultats en termes de « fonctions » (plan 2 de la recherche) et de « types de réception » (plan 3) dans la catégorie de la sexualité pouvaient être comparés à ceux obtenus dans une autre catégorie; cela nous permet d'observer s'il y a une différence entre les fonctions et les réceptions remplies et créées par la lecture des textes à caractère sexuel et ceux d'une autre catégorie de textes. Cela permet également de s'assurer que les résultats obtenus pour les textes à caractère sexuel ne sont pas mépris pour des résultats qui s'appliquent de façon générale à l'ensemble du magazine.

3.2.4 Déroulement de l'analyse des images

Avant chaque entretien, au moment de la remise des magazines aux jeunes filles pour la lecture à la maison, nous avons demandé à chaque participante de choisir une image parmi les trois magazines qu'elle aimait particulièrement et de l'encercler en orange. Cette consigne a été comprise différemment par les participantes, certaines ayant choisi une image par magazine, d'autres une image en tout, certaines ayant même totalement ignoré ou oublié cette instruction, et d'autres encore ayant choisi plusieurs images indépendamment du nombre de magazines. Pour uniformiser les résultats, la consigne a été répétée lors de l'entrevue et les participantes qui avaient choisi plusieurs images ont été priées d'indiquer à la chercheuse leur préférée, tandis que celles qui avaient oublié ont pu montrer leur image. Trois participantes ont toutefois affirmé ne pas pouvoir se rappeler du tout quelle image était leur préférée. L'analyse repose donc sur un corpus de 12 images, qui ont ensuite été commentées : on a en effet demandé à chacune des participantes d'expliquer ce qui l'attirait dans son image pour qu'elle soit sa préférée. Ces commentaires ont également fait l'objet d'une courte recension pour déterminer les raisons qui motivent leur intérêt pour une image.

3.2 L'entretien de groupe

De façon générale, la méthode privilégiée par les études de la réception des contenus de la presse écrite est celle des groupes de discussion, des *focus groups* ou de l'entrevue semi-dirigée, souvent doublée ou précédée d'une mini-analyse documentaire servant de point de départ aux entrevues ou aux groupes de discussion, ou encore d'appui à l'analyse (voir par exemple les études de Bouchard et Bouchard : 2003 et 2005). Nous avons privilégié une technique de recherche semblable à celles utilisées par les recherches antérieures sur le sujet, c'est-à-dire une technique qui se situe à mi-chemin entre l'entrevue semi-dirigée et le groupe de discussion. Les raisons motivant ce choix sont les suivantes : d'abord, comme nous allions discuter de sexualité, nous craignons que des entrevues semi-dirigées faites de façon individuelle causent une certaine gêne chez les participantes et nuisent à la collecte de données. Ensuite, puisque nous estimions que les entrevues pourraient durer d'une heure à une heure et demie, le choix d'entrevues semi-dirigées nous forçait à diminuer considérablement le nombre de participantes qui allaient être rencontrées. Ensuite, il aurait été difficile, dans un groupe de discussion « traditionnel » composé de six à douze participantes (Geoffrion : 2004, dans Gauthier : 2004, p. 333), de pouvoir relier efficacement chaque participante aux conditions familiales préalablement étudiées à l'aide d'un court questionnaire soumis aux jeunes filles. De petits groupes de discussion de 2 à 5 participantes chacun, préférablement des amies, de façon à ce qu'elles soient déjà à l'aise entre elles, constituaient donc le format idéal.

Par ailleurs, le fait d'utiliser une méthode à mi-chemin entre les deux, c'est-à-dire de créer un groupe de discussion dont le schéma est basé sur celui recommandé pour l'entrevue individuelle, permet de poser beaucoup plus de questions, ce qui favorise l'interaction : en posant plus de questions, nous assurons un caractère conversationnel, dialogique, à l'entretien, le rendant plus naturel et faisant oublier en partie, par ricochet, le statut d'autorité du chercheur. Comme nous le verrons plus loin, l'enregistrement des entretiens montre clairement que les « mini-groupes » de discussion ont été très réussis en ce sens : la participante, qui trouve une plus grande reconnaissance de son statut de sujet, converse librement avec ses pairs, malgré leur petit nombre.

L'entrevue de type face-à-face, au choix de l'adolescente, n'était toutefois pas exclue (en cas de malaise ou de simple préférence). Cette ouverture à plusieurs méthodes est en effet souvent pratiquée lorsque le sujet de l'étude est tabou ou délicat – c'est d'ailleurs ce qu'a privilégié Kissling (1998) comme technique dans son étude sur l'expérience des premières menstruations, où les jeunes filles, en plus de pouvoir choisir entre l'entrevue individuelle ou en petits groupes, pouvaient décider de participer en présence ou non de leur mère (p. 485).

Comme l'entretien occupe une très grande place dans cette démarche, notre recherche est donc surtout qualitative. L'intérêt d'une démarche qualitative est dans ce cas très élevé : la démarche qualitative permet en effet de laisser une large place à la subjectivité des répondants et d'observer le « phénomène » à étudier dans son contexte naturel « plutôt que dans un contexte qu'on tenterait de neutraliser au départ pour en arriver à établir rapidement des généralisations » (Laperrière : 1997, p. 367). Il en résulte une approche plus compréhensive, complexifiée et, par conséquent, plus « approfondie » (*ibid.* : 367-371). La « codification précise, consistante et exhaustive » des données résultant des entretiens, entre autres éléments, assure enfin « la concordance entre les observations empiriques et leur interprétation », ce qui pourvoit à la recherche une grande partie de sa rigueur et de sa fiabilité (*ibid.*, p.386).

Tous les entretiens que nous avons menés ont été enregistrés en format audio et ont ensuite été rédigés textuellement, en ne corrigeant que certaines erreurs mineures de langue de façon à en faciliter la compréhension et la lecture. Plusieurs pré-lectures « naïves » des transcriptions ont ensuite été menées de façon à repérer, par exemple, les différentes fonctions remplies par les textes et ainsi faciliter la codification des verbatim. Le système catégoriel a donc été construit *a posteriori*.

3.3 Programme d'analyse informatique

Le programme choisi pour analyser les données provenant des deux types de méthodes d'analyse (méthode « crayon en main » et analyse des entretiens) est le logiciel Excel 2007. Il a été préféré à SPSS pour sa facilité d'utilisation, sa compatibilité avec le logiciel Word et son immense polyvalence, souvent sous-estimée.

3.4 Pré-questionnaire

Un pré-questionnaire d'une page a été transmis aux participantes de façon préalable aux entretiens. Celui-ci pose des questions en relation directe avec les variables d'ancrage (voir *Hypothèse*, chapitre 2), c'est-à-dire : l'âge des participantes, leur niveau scolaire, leurs résultats scolaires, le temps depuis lequel elles lisent la revue, l'occupation des parents, le niveau d'instruction des parents, et la qualité de leurs discussions à la maison avec ces derniers. On leur demande si elles ont « souvent », « parfois », « rarement » ou « jamais » des discussions avec eux au sujet de la sexualité, et si ces discussions :

- 1) restent en surface
- 2) vont en profondeur dans le sujet;
- 3) sont pourvues d'opinions de la part de leurs parents;
- 4) sont pourvues d'opinions qui découragent la sexualité;
- 5) sont pourvues d'opinions qui encouragent la sexualité;
- 6) sont dépourvues d'opinions.

On leur a demandé de cocher tout ce qui s'appliquait parmi ces six derniers éléments de réponse.

On peut trouver une copie exacte du pré-questionnaire à l'Annexe A.

3.5 Guide d'entretien

Notre guide d'entretien a été construit de façon à ce qu'il permette à chacune des participantes d'exprimer leurs opinions et de faire part de leur expérience de lecture quant à un maximum d'articles composant le corpus. Les questions qui constituent le corps de l'entretien (questions 10 à 22 de l'annexe B) avaient pour but de passer un par un les articles trouvés intéressants (ou non intéressants) pour examiner les raisons de l'intérêt, les opinions sur le sujet (ou les changements d'opinion, pour déterminer la réception), ou ce qui a été fait avec l'article (pour en déterminer la fonction).

Comme il a été proposé par Krueger (1998) pour les groupes de discussion ciblés (bien que, comme nous l'avons spécifié à la section 3.2, notre méthode se situe entre le groupe de discussion et l'entretien individuel), chaque entretien a débuté par quelques questions d'ordre général invitant les participantes à faire part d'une expérience (ici, de lecture) et ayant pour but de rendre les participantes à l'aise entre elles (p. 23). Ces questions n'ont pas été analysées (sauf en ce qui concerne le type de lecture préféré de chacune des participantes, qui nous a servi de variable d'ancrage). Ensuite, à l'instar de Duke et Kreshel (1998), nous avons demandé aux participantes de *montrer* à la chercheuse, à l'aide du magazine, comment elles lisaient celui-ci. Cette façon de procéder, comme les deux auteures l'expliquent, comporte des avantages importants : « Ceci autorise les filles à parler amplement, le magazine servant de support à la discussion. On permet ainsi à la conversation d'évoluer librement, l'intervieweur ne faisant référence à un sujet du guide d'entretien que pour garantir que tous les aspects soient couverts. Chaque fille était encouragée à discuter du magazine en tant qu'autorité en la matière » (Duke et Kreshel : 1998, p. 56; trad. libre).

Ainsi, lors de nos entretiens, les discussions ont généralement suivi l'ordre de présentation des articles dans les magazines, mais si la discussion allait bon train et que les participantes discutaient d'emblée entre elles des articles les ayant le plus touchées, la chercheuse a laissé libre cours aux discussions, n'intervenant qu'au besoin. Au contraire, lorsque la discussion était plus saccadée, notamment lors des entrevues individuelles, la chercheuse a plus souvent pris le contrôle de la discussion, posant des questions sur des articles précis.

Cet exercice de feuilletage des magazines, dans notre cas, a été fait deux fois lors de chaque entretien : une fois de façon rapide, pour rendre les participantes à l'aise avec le fait de feuilleter le magazine et de le commenter, et une deuxième fois de façon plus élaborée, de façon à ce que l'on ait pu discuter, de façon plus détaillée, chaque article trouvé intéressant par les jeunes filles.

Patton (1990) recommande de poser les questions faisant appel aux opinions ou aux valeurs des participants de même que concernant leurs connaissances après celles traitant de l'expérience ou des comportements des participantes (p. 290 et suite); c'est pourquoi nous avons ensuite inclus quelques questions concernant la perception du magazine *Adorable* et

les connaissances quant au récent changement de public-cible après le dépouillement des articles. Toutefois, comme nous nous intéressions principalement aux fonctions remplies par les textes et à la réception typée qui pouvaient en être faite, ces questions n'ont pas été analysées si elles ne comportaient pas d'éléments de réponse allant en ce sens.

Enfin, comme le propose Krueger (1998), l'entretien s'est terminé par une « question de fermeture » permettant de clore la discussion tout en permettant aux participantes de partager leurs opinions quant à l'entretien ou à ajouter des éléments d'information qui auraient pu être oubliés (p. 26).

Il est à souligner qu'une attention particulière a été portée à la façon de poser les questions. Une formulation simple et naturelle a été privilégiée afin de « minimiser », comme le suggèrent LeCompte and Preissle (1993, dans Duke et Kreshel : 1998, *ibid.*), « la “distance du chercheur” [et] avoir une conversation avec les filles » (trad. libre). Ainsi, bien que Patton (1990) recommande les questions ouvertes (p. 298 et suite), nous avons parfois dérogé à cette règle pour rendre certaines questions plus faciles à comprendre (une question comme « En quoi cet article a pu vous faire changer d'opinion? » est donc devenue, en cours de route, « Est-ce qu'il y en a parmi vous qui ont changé d'opinion à la suite de la lecture de cet article? En quoi votre opinion a-t-elle changé? »).

Enfin, les magazines ont été fournis avant l'entretien : « De cette manière, le magazine servait de stimulus à la conversation; les filles pouvaient fournir une interprétation plus nette du contenu et utiliser le magazine pour renforcer la description de leur expérience de lecture. » (Duke et Kreshel : 1998, *ibid.*; trad. libre)

3.6 Corpus

Le corpus est composé de trois magazines *Adorable* tirés de trois saisons différentes, de façon à en varier le contenu, puisqu'il était logique de supposer que celui-ci variait selon les saisons. Nous avons donc choisi, au hasard mais séparés à intervalle régulier, les trois numéros suivants : septembre 2007, mai 2007, et décembre-janvier 2006-2007.

Comme nous l'avons déjà signalé, en juin 2007, le magazine *Corps et Âme* s'est fondu à celui d'*Adorable*, mais le contenu et l'organisation de ce dernier est resté essentiellement le

même. Sur environ 80 pages par numéro, près d'une vingtaine sont consacrées à la section « Audace », dans laquelle se trouvent – mais à laquelle ne se restreignent pas – les textes à caractère sexuel (selon une codification présentée à l'annexe E). Le numéro de décembre-janvier, consacré à la fête de Noël, en contient un peu moins, soit environ une douzaine.

Des images des articles les plus discutés ont été jointes à l'étude (annexe C) afin de faciliter la compréhension et servir de référence ponctuelle.

3.7 Recrutement

Les participantes ont été approchées grâce à plusieurs méthodes de recrutement combinées. Comme le Comité d'éthique craignait que certaines jeunes filles recrutées directement ressentent une pression de la part de la chercheuse pour qu'elles participent, nous avons réduit ce risque – parfois nécessaire - en combinant des méthodes de recrutement directes et indirectes.

D'abord, la méthode « boule de neige » a été utilisée. Cette méthode consiste à approcher une personne connue de la chercheuse et à lui demander si elle peut lui soumettre des noms de participantes potentielles qui pourront être contactées par la suite (Beaud : 2004, dans Gauthier : 2004, p. 225). On répète ensuite le processus pour chacune d'elle, et ainsi de suite, ce qui devrait nous donner en principe une variété de participantes, surtout si l'on tente de faire appliquer cette technique en différents endroits, au sein de différentes communautés. Ainsi, une connaissance demeurant à Cabano (comté de Témiscouata) ayant l'âge des participantes a pu faire connaître notre projet dans son école, au sein de son cercle d'amies et parmi ses connaissances, nous permettant ainsi de recruter cinq participantes. Il fut ensuite demandé à chacune de ces participantes potentielles de nous soumettre le nom d'amies qui auraient pu répondre à nos critères de sélection. Mais Cabano étant une petite communauté, cette deuxième étape s'est révélée plutôt infructueuse.

Des enseignants connus de la chercheuse et travaillant dans une école au Nouveau-Brunswick ont ensuite facilité les choses en ouvrant les portes de leurs classes pour augmenter l'étendue du recrutement. Près d'une dizaine de jeunes filles ont pu ainsi être recrutées rapidement.

Enfin, de façon à recruter des participantes de manière indirecte, des affiches ont été placées dans plusieurs maisons des jeunes des villes de Québec et de Cabano (le concept de « maison des jeunes » étant principalement québécois). Ces lieux de rencontre entre adolescents et coordonateurs adultes permettent souvent, voire encouragent, la discussion sur différents sujets qui touchent les jeunes, dont la sexualité. Il nous semblait donc tout à fait opportun de lier notre recrutement indirect à ces organisations. Cependant, comme nous en avions prévenu plusieurs responsables de maisons des jeunes, celles-ci sont en grande majorité fréquentées par des garçons; ainsi, une seule jeune fille a répondu à notre sollicitation. La même méthode a été répétée auprès d'un pasteur travaillant avec des jeunes, mais elle s'est là encore révélée vaine.

3.8 Participantes

Deux règles régissaient l'acceptation d'une jeune fille à la recherche. Les participantes recrutées devaient être adolescentes (donc avoir entre 11 et 18 ans) et devaient obligatoirement lire ou avoir lu le magazine *Adorable* au moins une fois avant la recherche, de façon à ce qu'elles ne se voient pas imposer un type de lecture auquel elles n'étaient pas habituées ou qui ne les intéressait pas dans une conjoncture normale.

Nous avons voulu dans un premier temps éviter de restreindre l'âge de l'admissibilité première des participantes de façon à voir l'âge général des participantes qui répondraient à l'appel. En tout, une vingtaine de jeunes filles ont répondu favorablement à notre recrutement. Trois seulement étaient âgées de douze ans, mais deux d'entre elles se sont retirées de la recherche dès la réception du formulaire et de la description du projet de recherche, objectant dans un courriel que « [la recherche] porte principalement sur la sexualité et [que] ce sujet ne nous intéresse pas ». Le reste des participantes potentielles était âgé entre 15 et 17 ans. Celles de ce groupe d'âge qui ont abandonné la recherche en cours de route l'ont fait par manque de temps pour la rencontre.

Comme les lectrices adolescentes d'*Adorable* semblaient en majorité avoir l'âge du deuxième groupe, nous avons retenu ces critères pour notre recherche. (Les responsables du magazine *Adorable* n'ont pas accepté de nous communiquer les statistiques concernant l'âge de leur lectorat non plus qu'ils ont voulu nous soumettre des noms de lectrices en

raison du problème éthique que cela posait : celles-ci n'avaient pas l'option, à l'abonnement, de choisir d'accepter ou non qu'on transmette leur nom ou des données sur elles à un autre parti.)

Au final, quatorze jeunes filles âgées entre 15 et 17 ans qui répondaient aux critères de sélection « restreints » ont participé à notre recherche jusqu'au bout. L'une d'entre elles, qui ne lisait pas *Adorable* avant la recherche, mais qui a emprunté les magazines de ses copines participantes et les a lus avec beaucoup d'intérêt, voire plus d'intérêt qu'elles, nous a assurée qu'elle lisait de nombreux magazines semblables et a soutenu que la lecture des magazines étaient sa passion. Nous l'avons acceptée puisqu'elle correspondait aux motivations de nos règles.

Toutes les participantes sont Canadiennes et habitent une province de l'est du pays, nommément le Québec ou le Nouveau-Brunswick. Cinq habitent dans la région de Cabano et de Notre-Dame-du-Lac, au Québec, et les neuf autres habitent dans la grande région d'Edmundston, au Nouveau-Brunswick, région qui, dans notre cas, s'étend des villages de Clair à Saint-Joseph. Nous avons tenté de trouver des participantes dans les régions de Québec et de Montréal, mais le manque de contacts dans ces régions a diminué l'efficacité de nos recherches. Par ailleurs, le fait que l'on demande que les participantes aient déjà lu au moins une fois *Adorable* a rendu leur recherche beaucoup plus ardue, puisque ce magazine ne semble pas le plus populaire auprès des jeunes (environ 230 000 lecteurs, sans distinction de l'âge, comparativement à 459 000 pour le magazine *Cool!* ou 401 000 pour *Filles Clin d'œil*) (Guide annuel des médias : 2008).

Chacune des participantes s'est vu attribuer un nom fictif, qu'elles-mêmes ignorent en vue de préserver au maximum l'anonymat. Le tableau ci-contre identifie, à titre de référence, le nom fictif à l'âge et à la région de chacune :

Tableau 1 : Présentation des participantes (noms fictifs)

Catherine, 16 ans	Groupe 1	Cabano, Québec
Jessica, 17 ans		Cabano, Québec
Audrey, 16 ans	Groupe 2	Cabano, Québec
Alexandra, 16 ans		Cabano, Québec
Émilie, 16 ans		Cabano, Québec
Vanessa, 16 ans	Groupe 3	Edmunston, N.-B.
Valérie, 15 ans		Edmunston, N.-B.
Joanie, 15 ans	Groupe 4	Edmunston, N.-B.
Sabrina, 16 ans		Edmunston, N.-B.
Sarah, 15 ans	Participation individuelle	Edmunston, N.-B.
Carolane, 17 ans	Participation individuelle	Edmunston, N.-B.
Andréanne, 17 ans	Participation individuelle	Edmunston, N.-B.
Laurence, 17 ans	Participation individuelle	Edmunston, N.-B.

Comme nous l'avons spécifié plus haut, les participantes étaient encouragées à participer au groupe de discussion avec leurs amies, de façon à ce qu'elles se sentent à l'aise de parler librement de ce qu'elles aimaient lire, mais pouvaient aussi, à leur choix, participer à la recherche de façon individuelle. Ainsi, les participantes de Cabano ont été divisées en deux groupes. Celles d'Edmundston, en deux groupes de deux, auxquelles se sont ajoutées cinq participations individuelles.

3.8.1 Pertinence du choix du terrain

Comme il a été mentionné plus haut, notre recherche permet l'accès à une « voix » trop peu connue de la recherche au Québec : celle des adolescentes en tant que lectrices de magazines, et donc en tant que « sujet créant du sens » à partir de ces magazines. Mais là ne

s'arrête pas sa pertinence, ni la particularité du terrain. Si Caroline Caron (2008) interroge les adolescentes de 14 à 21 ans de Québec, Montréal et Trois-Rivières, et que l'étude de Bouchard et Bouchard s'est intéressée au groupe des préadolescentes âgées de 9 à 12 ans de la région de Québec (2005), aucune étude consacrée à la réception des contenus de type magazine ne s'est à notre connaissance penchée sur le groupe démographique des Québécoises en région, des Franco-canadiennes hors-Québec, ou encore à un groupe de jeunes filles âgées spécifiquement de 15 à 17 ans.

Il est tout à fait probable et logique que ces « voix » non entendues diffèrent de celles qu'exposent ces deux dernières études, ou celles faites au Canada anglais (Currie : 1999); il nous semble donc de ce fait pertinent de les interroger.

3.8.2 Données d'ancrage des participantes

Les données d'ancrage correspondent en général aux questions du pré-questionnaire. Le tableau 2 illustre celles qui ont été retenues pour l'analyse. Les autres (niveau scolaire, occupation des parents, niveau d'instruction des parents) n'étaient pas pertinentes ou analysables pour différentes raisons : le niveau scolaire suivait directement l'âge des participantes, l'occupation des parents s'est révélée trop variée et par ailleurs incomplète, plusieurs participantes ayant omis l'occupation de l'un de leurs parents, et toutes les participantes ont répondu que leur parent ayant le niveau d'instruction le plus élevé avait terminé des études postsecondaires. Bien que le terme postsecondaire ait été expliqué à celles qui ont demandé des explications, il semble que ce terme ait été mal compris.

Par ailleurs, une variable d'ancrage a été ajoutée à celles du pré-questionnaire. Il s'agit de la réponse à la question « Quelle est votre type de lecture préféré? », posée en début d'entrevue dans le but de mettre les participantes à l'aise. Nous nous sommes rendu compte, *a posteriori*, que cette question, facilement analysable (en opposant « magazines » à une catégorie « autre »), avait la potentialité de donner des résultats intéressants lorsque mise en relation avec l'analyse des entretiens. Si la participante nommait plusieurs types de lecture préférés, le premier seulement a été retenu.

Le tableau suivant illustre les données d'ancrage relatives à chacune des participantes. Les données numérotées de un à six correspondent aux six questions « à cocher » énumérées à la section 3.4.

Tableau 2 : Données d'ancrage des participantes

Nom (fictif)	Région	Âge	Notes à l'école	Lit depuis (ans)	Lecture préférée	Discussions au sujet de la sexualité	Réponses aux questions... ⁴						
							1	2	3	4	5	6	
Catherine	Cab.	16	90 % et +	a cessé	actualités	rarement	x		x	x	x		
Jessica	Cab.	17	80 – 90 %	a cessé	romans	souvent			x			x	
Audrey	Cab.	16	70 – 80 %	4	artistes	rarement	x		x				
Alexandra	Cab.	16	70 – 80 %	1.5	mode	parfois		x					
Émilie	Cab.	16	70 – 80 %	2	romans	souvent			x	x			
Vanessa	Edm.	16	80 – 90 %	2	magazines	parfois		x	x				
Valérie	Edm.	15	80 – 90 %	2	magazines	parfois	x						
Mélissa	Edm.	17	70 – 80 %	1.5	magazines	parfois			x				
Sarah	Edm.	15	90 % et +	2	romans	rarement	x						
Carolane	Edm.	17	70 – 80 %	2	magazines	rarement	x						
Joanie	Edm.	15	80 – 90 %	2	magazines	souvent			x		x		
Sabrina	Edm.	16	80 – 90 %	1	magazines	souvent			x		x		
Andréanne	Edm.	17	80 – 90 %	2	sports	parfois		x					
Laurence	Edm.	17	70 – 80 %	1	magazines	souvent		x	x				

⁴ Réponses aux six questions du pré-questionnaire référant aux discussions parentales. Voir leur description en page 35.

Chapitre 4 : Présentation des résultats

Ce chapitre présente les résultats obtenus sur les trois plans de notre recherche, soit les plans concernant l'intérêt, les fonctions et les types de réception. Avant de pouvoir présenter ces résultats, toutefois, il est nécessaire qu'une certaine pré-analyse se fasse pour déterminer les catégories qui seront à analyser. La section 4.1 s'y consacre. Quant à la section 4.2, on y montre les résultats obtenus de la mini-analyse des images.

4.1 Résultats du taux d'intérêt par articles et catégories

À la suite de la cumulation du taux d'intérêt de chaque article des trois magazines (obtenues par compilation des annotations de lecture des magazines par les participantes), il est possible de déterminer quels articles ou quels types d'articles ont été ignorés. La méthode pour obtenir l'indice du taux d'intérêt est expliquée à la section portant sur la méthode d'analyse « crayon en main » (section 3.1, p. 30).

On remarque d'abord que les textes qui n'ont pas été lus du tout (donc qui présentent un indice nul) relèvent presque entièrement du matériel éditorial relié à la structure même du magazine, donc sans véritable contenu. Deux articles présentent également un indice d'intérêt nul; il s'agit de « Tout pour un été parfait! » et de « Spécial mini-prix », qui constituent des pages finales de magazines ne contenant que des images de produits à vendre. Il est à noter que souvent, ces articles et ce matériel éditorial n'ont tout simplement pas été annotés par les participantes (c'est-à-dire qu'elles ne les avaient pas encerclés); ils recevaient alors l'annotation par défaut « non lu ». Ceci explique en partie l'indice nul obtenu. Nous avons donc considéré l'absence d'annotation comme le témoignage d'un manque d'intérêt ou d'une ignorance.

Le tableau qui suit illustre lesquels de ces articles et parties du matériel éditorial ont suscité un intérêt tout à fait nul :

Tableau 3 : Articles ou parties des magazines avec intérêt nul

Article	Mois	Indice d'intérêt (0 à 1)
Bonne année!	Décembre 06/ Janvier 07	0.00
Carnet d'adresses	Décembre 06/ Janvier 07	0.00
Sommaire	Décembre 06/ Janvier 07	0.00
Sommaire	Mai 07	0.00
Carnet d'adresses	Mai 07	0.00
Écrivez-nous!	Mai 07	0.00
Tout pour un été parfait!	Mai 07	0.00
Carnet d'adresses	Septembre 07	0.00
Sommaire	Septembre 07	0.00
Spécial mini-prix	Septembre 07	0.00

En raison du très grand nombre de publicités ignorées, celles-ci n'ont pas été incluses dans l'analyse, sauf pour trois publicités qui ont suscité de l'intérêt chez quelques participantes. Ici encore, comme celles-ci ont été plus souvent qu'autrement ignorées, elles ont souvent reçu la note par défaut de zéro; leur indice d'intérêt est donc très faible. Elles sont incluses dans le tableau 4, qui illustre les articles et publicités ayant suscité un faible intérêt chez les participantes.

Tableau 4 : Articles et publicités ayant suscité un faible intérêt

Article	Mois	Indice d'intérêt (0 à 1)
Toute une équipe!	Décembre 06/ Janvier 07	0.02
Quand on se compare	Septembre 07	0.02
Venez voir notre nouveau site Web!	Septembre 07	0.02
L'agenda des activités	Mai 07	0.03
CD	Mai 07	0.03
Spectacles	Mai 07	0.03
Parlez et... épargnez!	Mai 07	0.05
Publicité Herbal Essence	Décembre 06/ Janvier 07	0.05
Publicité Incognito	Septembre 07	0.05
Publicité Cover Girl	Septembre 07	0.07

Ici encore, il s'agit d'articles à vocation purement éditoriale (« Toute une équipe! », par exemple, constitue le billet de la rédactrice) ou d'articles très brefs pouvant faire moins d'une page (« L'agenda des activités »).

Les dix articles qui, au contraire, ont retenu le plus l'attention des participantes, sont illustrés dans le tableau suivant :

Tableau 5 : Articles ayant suscité le plus d'intérêt

	Article	Mois	Indice d'intérêt (0 à 1)
1	Avez-vous déjà été complexée par une partie de votre corps?	Mai 07	0.74
2	Vox Pop	Décembre 06/ Janvier 07	0.71
3	Jeunes femmes du monde : Portrait d'une génération	Septembre 07	0.69
4	Le workout éclair! Obtenez le corps que vous voulez avec le temps que vous avez!	Septembre 07	0.67
5	Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois!	Septembre 07	0.67
6	Corps parfait : 5 choses que l'on peut changer & 5 choses à... accepter!	Mai 07	0.64
7	Les 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe!	Mai 07	0.64
8	Mouvements du désir	Septembre 07	0.64
9	1 2 3... Party!	Décembre 06/ Janvier 07	0.62
10	Plaisirs en solo : 5 raisons pour y succomber et 5 autres pour y aller mollo	Septembre 07	0.62

Comme nous l'avons expliqué précédemment (section 3.2.2, p. 31), pour mettre en évidence quel « type » d'article ou de sujet d'article intéresse les participantes, ceux-ci ont été regroupés en sous-catégories thématiques. C'est le taux d'intérêt des sous-catégories qui motivera, en grande partie, la réunion de celles-ci en catégories plus générales (voir section 4.1.2, p. 47).

4.1.1 Répartition des thèmes des articles selon le taux d'intérêt suscité

Le tableau qui suit montre la répartition des thèmes des articles selon le taux d'intérêt qu'ils ont suscité, les thèmes ayant suscité le moins d'intérêt étant surlignées en bleu et celles ayant suscité le plus d'intérêt l'étant en rouge pour plus de visibilité :

Tableau 6 : Indice d'intérêt par catégorie

Thèmes	Indice d'intérêt (0 à 1)	Nombre d'articles
Rédaction	0.03	16
Publicité	0.06	6
Actualité	0.23	44
Décoration	0.23	2
Technologie	0.24	3
Stars	0.28	27
Horoscope	0.29	6
Mode	0.29	13
Cuisine	0.30	4
Consommation	0.32	3
Psychologie	0.32	2
Beauté	0.39	27
Pratiques sexuelles	0.40	20
Exemple féminin	0.42	4
Relation interpersonnelles	0.45	12
Forme	0.56	2

La troisième colonne présente le nombre d'articles portant sur le thème dans les trois magazines étudiés. Il est à noter que la catégorie « Forme », malgré son indice d'intérêt très élevé, est très peu présente dans le magazine, avec seulement deux articles traitant d'exercices à faire à la maison ou au gymnase. Le constat est similaire pour la catégorie « Exemple féminin », qui ne contient que quatre articles. Les thèmes suscitant un haut taux d'intérêt « Beauté », « Pratiques sexuelles » et « Relations interpersonnelles » renferment nettement plus d'articles, avec, respectivement, une moyenne de 9, de 6,7 et de 4 articles par numéro.

4.1.2 Super-catégories retenues

Comme nous l'avons souligné à la section 3.2.3 (p. 32), des catégories générales (ou super-catégories) ont été créées *a posteriori*. Le choix des catégories a été motivé, d'une part, par la pertinence à la recherche, soit le thème de la sexualité, et, d'autre part, par l'intérêt démontré par les participantes. Nous voulions d'abord voir où se situait la sexualité dans le palmarès des taux d'intérêt; ensuite, nous voulions comparer la réception du thème de la sexualité à celle que pouvait motiver une autre sujet. De cette façon, les résultats en termes de « fonctions » (plan 2 de la recherche) et de « types de réception » (plan 3) concernant la

sexualité seront mis en parallèle avec ceux obtenus dans une autre catégorie (qui aura démontré un taux d'intérêt similaire); cette stratégie nous permettra d'observer les différences et les similitudes entre les fonctions et la réception des textes à caractère sexuel et ceux d'autres thèmes. Cela permettra également de vérifier si ces fonctions ou cette réception s'appliquent au magazine en général plutôt qu'à la catégorie de la sexualité seule.

Le tableau suivant illustre la classification qui a été retenue :

Tableau 7 : Classification des catégories d'articles

Super-catégorie	Thème
Sexualité	Relation interpersonnelles Pratiques sexuelles
Mode-Beauté	Beauté Forme Mode
Autre	Actualité Consommation Cuisine Décoration Exemple féminin Horoscope Psychologie Publicité Rédaction Stars Technologie

Tous les thèmes ont été regroupés en trois super-catégories, soit « Sexualité », « Mode-beauté » et « Autre ». Il est à noter que le thème « Forme » a été placé dans « Mode-Beauté » en raison du fait que les participantes elles-mêmes semblaient faire le lien « forme = beau corps », ce qui est corroboré également par les titres : « Un fessier dur comme... du ROC! » et « Le workout éclair! Obtenez le corps que vous voulez avec le temps que vous avez! ». Voici des exemples de citations de participantes qui encouragent cette catégorisation :

« [Un fessier] dur comme ... du ROC! », ah, ça, j'ai trouvé ça le fun. Tsé, c'est tout le temps... ce sont tous des petits trucs pour avoir des fesses dures. [...] Toutes les filles aimeraient ça, savoir ça, là. [...] Je me suis dit, crime,

si, à un moment donné, je trouve que j'ai les fesses molles, je vais savoir quoi faire. (Jessica)

- Moi, j'ai lu ça. L'été s'en vient, faut avoir de belles fesses. (Vanessa)

Par contre, cette catégorisation n'est pas encouragée par toutes les participantes :

- Dans quel but allez-vous faire ces exercices-là? (Chercheuse)

- Ben tsé, pour se tenir, ben, pas en forme, mais tsé, se tenir actifs. C'est pas dans le but « Ah, tsé, je veux maigrir », « Ah je veux faire ci », tsé... (Joanie)

- Depuis que je suis jeune, j'ai tout le temps été dans une équipe sportive, depuis que je suis rendue à la polyvalente, là. (Sabrina)

- C'est important pour toi?

- Ouais [...]. (Sabrina)

- Pourquoi c'est important pour toi les workout? (Chercheuse)

- Ben il faut quand même se garder en forme, tsé. (Andréanne)

La catégorisation dans « Mode-Beauté » a été quand même retenue pour tenir compte de la première situation. L'annexe F fait état d'autres cas de figure où certains articles se situaient dans une « zone grise » et où il a fallu trancher au moyen de citations.

Il est à souligner aussi que les thèmes qui ont été classés dans la catégorie « Autre » sont de façon générale ceux comportant le moins d'articles, donc dont la fiabilité des résultats aurait été moindre. La catégorie « Autre » n'a pas été analysée pour la suite de la recherche (plans 2 et 3).

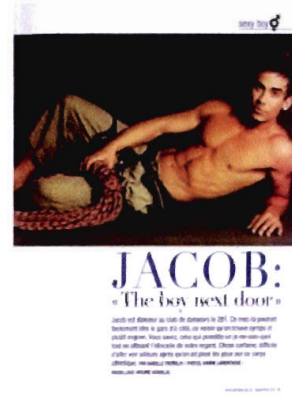
4.2 Intérêt suscité par les images

Afin de répondre à l'une des questions de notre recherche, soit « ...quelles sont les images qu'elles préfèrent? [C]es images sont-elles en lien avec la sexualité? » (Chapitre 2), nous avons mené, parallèlement à l'analyse de l'intérêt suscité par les articles, une description des images qui ont le plus interpellé les jeunes filles. La présente section présente les résultats obtenus.

Comme trois participantes n'ont pu se rappeler leur image préférée, nous avons obtenu un total de 12 choix d'images, dont 7 sont différents. Ils sont présentés ci-après, avec le nombre de votes correspondant :



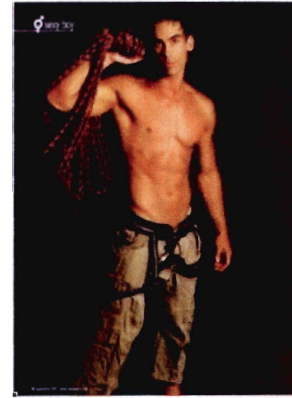
(4 participantes)



(2 participantes)



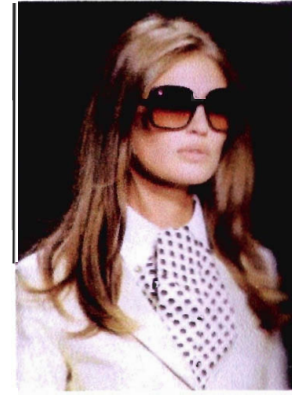
(2 participantes)



(1 participante)



(1 participante)



(1 participante)



(1 participante)

4.2.1 Catégorisation des images

Les images ont été catégorisées *a posteriori*, soit selon les explications des participantes nous informant de ce qui les attirait dans l'image pour qu'elle soit leur préférée. Les raisons qu'elles ont spécifiées peuvent être divisées en trois catégories bien distinctes : « beau gars/*sex-symbol* », « sentiments réels/amour » et « esthétique d'un vêtement/ maquillage ».

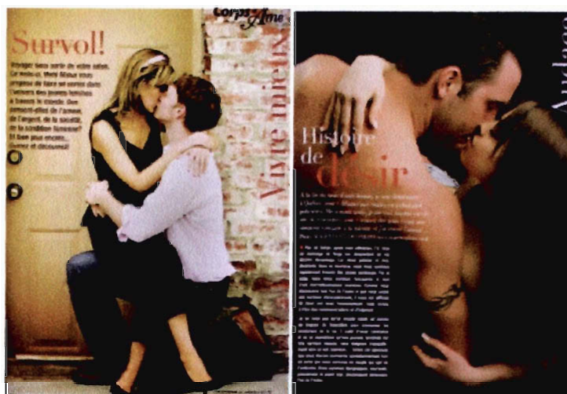
4.2.2 Présentation des résultats

Cinq participantes ont choisi une image parce qu'elle représentait un amour véritable, quatre en fonction d'un vêtement ou d'un maquillage qu'elles appréciaient et 3 parce qu'elle montrait un homme attirant, comme le montre le tableau des résultats :

Tableau 8 : Résultats de l'analyse des images

Thèmes	Nombre de participantes	Nombre de photos
Sentiments réels/amour	5	2
Esthétique d'un vêtement/ maquillage	4	3
Beau gars/ <i>sex-symbol</i>	3	2

Voici les commentaires qui ont motivé le choix de chacune des catégories, accompagnés des images correspondantes :

1. *Sentiments réels / amour* (5 participantes)

A

B

(A) *C'est un gars qui est agenouillé, il y a une fille par-dessus et ils s'embrassent en avant d'une maison. Je trouvais ça cute. Ça faisait comme... je sais pas. C'est pas juste sexuel, là. On voit souvent des couples qui s'embrassent, c'était vraiment... je sais pas, c'était... Ça avait l'air fidèle, là, et vraiment senti. Ils ont vraiment l'air à s'aimer ceux-là! [rires] Alors je trouvais ça cute! [rires]* (Catherine, 16 ans)

(A) *Moi, je pense que c'est elle, ma préférée, parce que, je sais pas, à travers la photo, tu vois vraiment l'amour entre les deux personnes, là. [...] Moi c'était plus [parce] que tu voyais deux êtres qui s'aimaient, je sais pas, à travers la photo... Des fois, quand tu es mannequin, c'est dur de projeter ce que le monde ressemble pour vrai. Moi, je trouvais que ça ressortait, là...* (Alexandra, 16 ans)

(A) *Ben, je sais pas, je trouve ça cute, parce que c'est pas, je sais pas, hypersexualisé. La fille est pas déshabillée [...]. De toutes les photos que j'ai trouvées, c'était la plus réelle, on va dire. Tsé, c'était pas tout retouché et tout, c'était vraiment comme s'ils avaient juste pris la photo de même. La fille est pas mannequin, rien, et le gars non plus.* (Andréanne, 17 ans)

(A) *Parce qu'on dirait que c'est plus... l'intention, je sais pas, ça paraît qu'ils s'aiment et tout. C'est pas [comme quand tu lis] un magazine, tu regardes, et que ça paraît dans leurs yeux qu'ils sont juste fake. Eux-mêmes, [...] ça paraît vraiment réel, et c'est pas... on dirait [que] la photo a pas vraiment été arrangée.*

[chercheuse :] *Et c'est important pour toi, ça?*

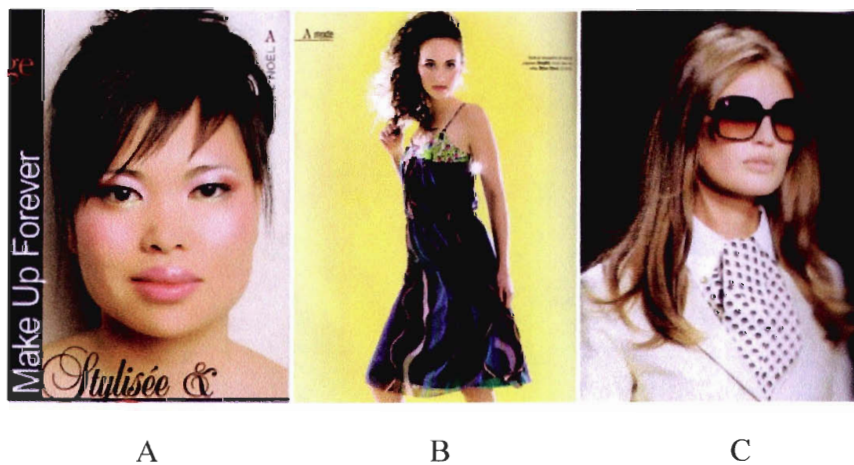
[participante :] *Oui, comme admettons une fille qui a des défauts et qui veut pas les montrer, là. [Tu vois ça] dans les magazines à plein⁵, [et]*

⁵ Expression régionale signifiant « beaucoup ».

j'aime pas vraiment ça parce que c'est pas vraiment sa vraie personne. C'est pour ça que j'ai aimé cette photo-là. (Laurence, 17 ans)

- (B) *Ben, je trouve c'est réel, là. Ce sont deux personnes qui s'aiment pis qui racontent leur histoire. Tsé, je trouve ça cute, et j'aime ça.*
 [chercheuse :] *Et c'est pour ça que tu trouves ça attirant?*
 [participante :] *Ouais, et des fois, ils sont déshabillés un peu, là... C'est sûr que ça attire l'œil, là, mais c'est pas [pour ça que j'aime la photo]. C'est juste pour les deux, moi, là. (Carolane, 17 ans)*

2. Esthétisme d'un vêtement/maquillage (4 participantes)



- (A) *Moi, c'est surtout [pour les] affaires de mode ou de maquillage. Quand ils montrent des trucs [de] maquillage ou de quoi de même, ça va être une image qui va vraiment me toucher; tu vois [tous les] détails dans la face. [...] Le style de la coiffure [et] les maquillages sont tous bien faits, [et ça peut te donner] peut-être un truc pour plus tard, quand tu vas aller à quelque part, et tu voudras faire un changement, de quoi de même. Je sais pas, ça m'a touchée tout de suite quand j'ai regardé ça. (Valérie, 15 ans)*
- (A) *Moi, j'ai encerclé celle-là parce que je ai lu [cet article] la soirée avant d'aller dans un party, et je me cherchais un maquillage à faire, et j'ai vu celui-là. J'étais comme, « wow, c'est beau! ». Alors là, je l'ai encerclée et je trouvais ça beau. Et j'ai mis cette petite étoile-là parce que je trouvais que la façon que la photo était faite et le style qu'ils avaient, je trouvais ça beau. Alors j'ai mis une petite étoile. C'est plus celle-là ici que j'aime. [...] [J]e trouvais [que] c'est rare des beaux maquillages sur des Chinoises, des Japonaises ou je sais pas. Ben, je trouvais ça beau et c'est genre métallique, et j'aime le métallique, alors c'est beau. Et la coiffure [aussi]. (Vanessa, 16 ans)*

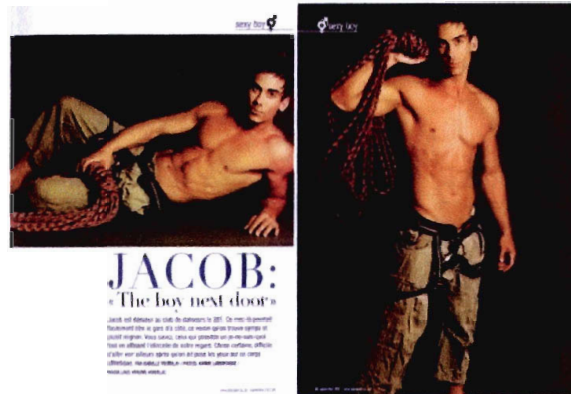
(B) *Ma préférée, [c'est] elle, mais c'était pour la robe. Je trouvais la robe vraiment belle, et je trouvais que l'image... Tsé, admettons, [en] poster, ça aurait été beau. C'est une image de fille, là, mais je la trouve quand même belle, la robe. [...] Moi, c'est vraiment pour la robe; je trouvais que la robe était belle, et avec le décor, des fois, ils mettent des gros décors et ça laisse pas de place au linge, mais là... je sais pas, je la trouvais... je trouvais ça beau. (Émilie, 16 ans)*

(C) [participante :] *Cette image-là, parce que j'aime ce qu'elle porte, avec ses lunettes et tout. J'aime ça.*

[chercheuse :] *Et à part ce qu'elle porte, y a-t-il quelque chose d'autre qui rendait cette image-là attirante pour toi?*

[participante :] *Ben, je peux voir que ça se déroule dans un défilé de mode. Et moi, j'aime ça des fois aller sur Internet et regarder les défilés de mode, parce que ça montre, comme, on dirait que c'est un autre genre d'art, [alors] j'aimais ça. Et moi, j'ai un rêve, c'est d'être mannequin, alors j'aime ça regarder ça, là. C'est intéressant. (Sarah, 15 ans)*

3. Beau gars/sex-symbol (3 participantes)



A

B

(A) [Audrey] *J'avais pris celle-là.*

[autre participante] *Jacob!*

[Audrey] *Jacob, ouais, je le trouvais super sexy.*

[autre participante] *Il est danseur au 281...*

[Audrey] *Oui, je sais.*

[chercheuse] *Et qu'est-ce qui rendait cette image-là attirante pour [toi]?*

[Peux-tu] *me l'expliquer? [...]*

[Audrey] *Ben, disons, euh... avoir un gars comme ça à côté de moi, euh... Je serais sûrement intéressée, là. Par le physique, là, peut-être*

pas... Je le connais pas personnellement, là! [rires] Pourquoi tu ris? Non, je sais pas, il était beau. (Audrey, 17 ans)

- (A) [Mélissa] *Tu dois bien t'en douter, hein? Mais je pense que toutes les filles auraient pas mal fait ça, quand même [choisi la même photo]. [...]*
Ma soeur aussi, elle l'a regardée. Celle-là.
 [Chercheuse] *Ah! oui, très populaire.*
 [Mélissa] *Oui, hein! [rires]*
 [Chercheuse] *Et qu'est-ce qu'elle avait pour qu'elle soit attirante, cette photo-là?*
 [Mélissa] *Ben, c'est le gars qui était wow, super beau, je pense. Ouais, et j'ai tout lu ce qu'il faisait aussi. Mais je pense [qu'une] fille, ça regarde pas mal ça, alors.*
 [Chercheuse] *Les gars?*
 [Mélissa] *Oui. (Mélissa, 17 ans)*

- (B) [Jessica :] *Ben moi, c'est un gars en bedaine, là... je le trouve beau, là... c'est un sex-symbol...*
 [autre participante :] *[rires] Ah, j'avoue qu'il est pas laid, là... [rires]*
 [Jessica :] *Ouais, c'est ça... Tsé, c'est comme un modèle de sex-symbol, là... Je le trouvais beau.*
 [...]
 [autre participante :] *[rires] [Elle est comme] : « [J'ai] jamais vu de plus beau gars dans ma vie », là! [rires]*
 [Jessica :] *Ouais, mais il m'a accroché, je sais pas... Il est beau.*
 [...]
 [Jessica :] *Il est bronzé [...].*
 [autre participante :] *Il est sportif... en tabarouette! [rires]*
 [Jessica :] *Il est comme habillé en gars qui fait de l'escalade, là... Il a l'air d'un gars dur, de sport extrême. (Jessica, 17 ans)*

4.2.3 Interprétation des résultats

On peut voir que les participantes se classent en trois profils : l'un étant la romance (on choisit une image démontrant un sentiment d'amour réel entre deux personnes réelles), l'autre, la mode-beauté (on choisit une image esthétique, qui plaît de par l'élégance du maquillage ou du vêtement) et enfin, la sexualité (on choisit l'image d'un homme attirant, torse nu, qui représente un *sex-symbol*). Le classement des images en ces trois catégories a contribué à la catégorisation des articles analysés aux étapes suivantes de la recherche (plans 2 et 3), notamment pour opposer la catégorie « Mode-Beauté » à celle de la sexualité, et pour distinguer ce qui relève de la sous-catégorie « Relations

interpersonnelles » (ayant trait aux sentiments) et à celle des pratiques sexuelles en tant que telles (qui concerne plutôt l'attrance physique, l'érotisme ou la sexualité explicite).

4.3 Présentation des résultats concernant l'intérêt pour les articles (résultats du plan 1)

Ce chapitre présente les résultats obtenus concernant l'intérêt envers les deux catégories principales retenues à la section 4.1.2, soit « Mode-beauté » et « Sexualité ». On rappelle que ce questionnement relève du plan 1 qui tente de répondre aux questions suivantes : « D'abord, quels sont les articles et les sections du magazine qui les intéressent le plus, et quelles sont les images qu'elles préfèrent? Ces textes et ces images sont-ils en lien avec la sexualité? Certains de ces textes sont-ils tout simplement ignorés? Lesquels? » Ces questions ont été contextualisées en problématique (Chapitre 2, p. 21).

Les résultats sont présentés sous forme de graphiques et sont décrits dès leur présentation; ils sont ensuite croisés avec ceux des données d'ancrage. Les sections 4.4 et 4.5 (plans 2 et 3) suivront la même organisation pour présenter les résultats concernant les fonctions et la réception des articles des catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité ».

4.3.1 Les articles ayant suscité le plus d'intérêt

Les diagrammes circulaires de la figure 3 présentent les pourcentages d'articles qui ont été annotés comme étant « très intéressants », « intéressants », « peu intéressants » et « non lus » dans chacune des trois catégories principales.

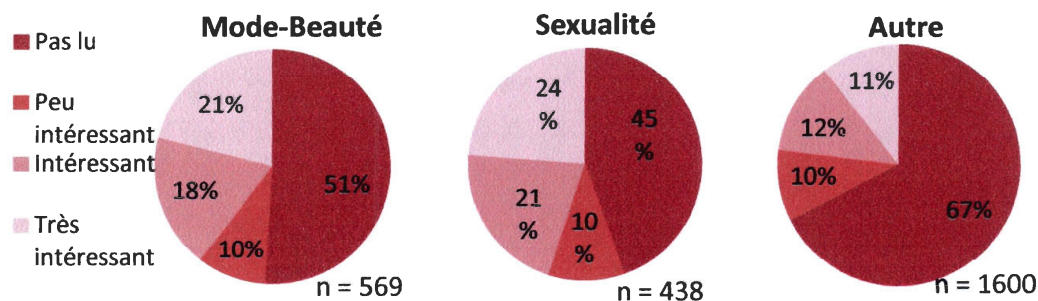


Figure 3 : Résultats des annotations des articles selon l'intérêt suscité

Cette figure montre clairement qu'un plus grand pourcentage des articles de la catégorie « sexualité » ont été lus, comparativement aux autres catégories (Sexualité : 55 %; Mode-Beauté : 49 %; Autre : 33 %), et donc ont soulevé un peu plus d'intérêt que les articles des

autres catégories. La répartition de l'intérêt dans les articles *lus*, cependant, est toutefois à peu près la même en « Sexualité » et en « Mode-beauté » (55 % et 49 %). Pour mieux situer l'intérêt que soulèvent les articles sur la sexualité comparativement au autres thèmes du magazine, on peut transposer ces mêmes résultats sur un axe représentant l'indice de l'intérêt de 0 à 3, la note de 0 ayant été attribuée aux articles « non lus », celle de 1, aux articles lus avec peu d'intérêt, celle de 2, aux articles jugés « intéressants », et enfin celle de 3, aux articles cotés « très intéressant ».

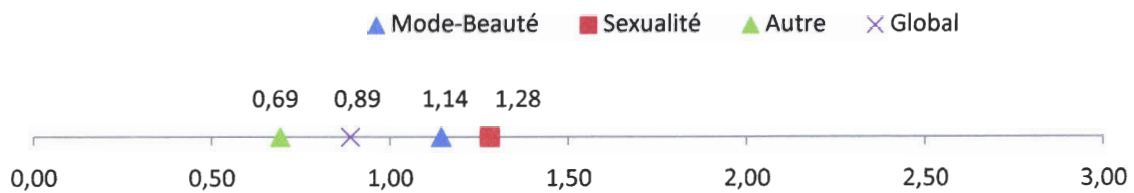


Figure 4 : Axe de l'indice de l'intérêt envers les articles

La distribution montre que l'indice est plus haut pour « Sexualité » (1,28), comparativement à « Mode-beauté » (1,14), au reste du magazine, toutes catégories confondues (soit ici le « Global » : 0,89) et, surtout, aux articles de la catégorie « autres » (0,69).

4.3.2 Intérêt pour les articles portant sur la sexualité

Examinons de plus près les résultats pour les sous-catégories de la sexualité, soit « Relations interpersonnelles » et « Pratiques sexuelles ». La figure 5 illustre les résultats des annotations de lecture des articles ayant été reliés à ces deux sous-catégories.

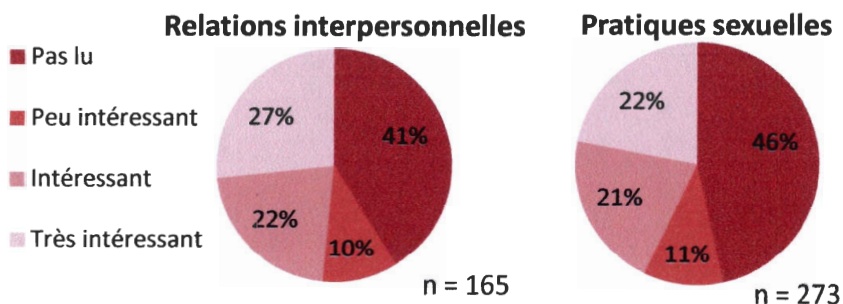


Figure 5 : Résultats des annotations des articles portant sur la sexualité

On remarque qu'une proportion légèrement plus grande d'articles traitant des relations interpersonnelles a été lue (59 %) comparativement à ceux traitant des pratiques sexuelles (54 %). Le niveau d'intérêt pour ces premiers articles est également un peu plus haut (considérant les articles lus). La figure 6 illustre l'indice de l'intérêt sur un axe.

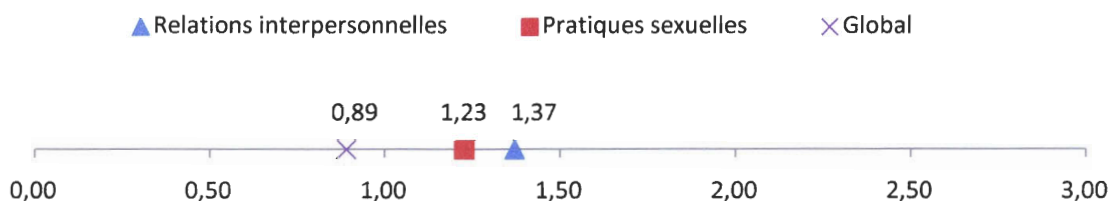


Figure 6 : Axe de l'indice de l'intérêt pour la sexualité

Le résultat global, marqué par une croix, représente le taux d'intérêt manifesté pour l'ensemble du magazine (et non pas la moyenne des deux sous-catégories illustrées). L'indice montre clairement que les articles traitant des relations interpersonnelles ont

suscité un intérêt un peu plus grand chez les lectrices (1,37) que ceux traitant des pratiques sexuelles (1,23), bien que les deux taux soient proches.

Pour déterminer comment cet intérêt se manifeste de façon plus précise, les deux figures qui suivent illustrent l'intérêt suscité par les articles portant sur les relations interpersonnelles et sur les pratiques sexuelles. De façon à faire ressortir du sens des résultats, ceux-ci ont été regroupés selon le thème abordé ou encore selon le type d'article (« Vox Pop »)⁶. L'annexe G fait la liste des articles classés dans chaque groupe.

4.3.2.1 Intérêt pour les articles traitant des relations interpersonnelles

La figure 7 réfère à la sous-catégorie « Relations interpersonnelles » et illustre le degré d'intérêt suscité par quatre groupes d'articles : 1) ceux traitant de l'apparence du corps (dans le but de séduire); 2) ceux concernant les relations de couple; 3) ceux discutant de l'infidélité; et 4) celui présentant de petites rubriques rigolotes de type « Vox Pop » (où des lectrices font part, par exemple, de situations embarrassantes vécues).

La figure 7 présente les résultats en termes de pourcentages, et ce bien que les données n'atteignent pas 100, afin de faciliter la lecture. La valeur « n » représente le nombre de données issues de l'annotation des articles par les participantes pour chaque groupe, alors que les pourcentages ont été calculés à partir du nombre d'occurrences où l'article a été coté « très intéressant (ti) », « intéressant (i) », « peu intéressant (pi) » ou « non lu (nl) ». Il est plus facile de lire le graphique en considérant « très intéressant » et « intéressant » ensemble, et « peu intéressant » ou « non lu » conjointement.

⁶ Il est à noter que les articles « Célibataire a Noël », « Survol! » et « Marco G : tentative d'approche » n'ont pas été discutés lors des entretiens; ils ont donc été omis dans tous les tableaux en raison de l'absence de données.

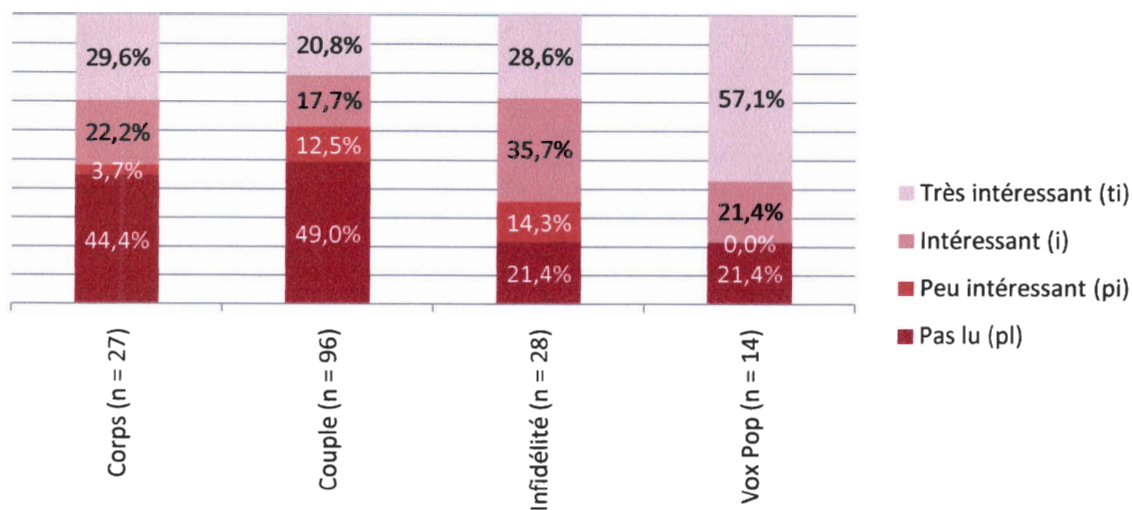


Figure 7 : Intérêt par types d'articles, sous-catégorie « Relations interpersonnelles »

On remarque que les articles qui ont suscité le plus d'intérêt, toutes proportions gardées, sont d'abord ceux de type « Vox Pop » (ti : 57 %; i : 21 %; contre pi : 0 %; pl : 21 %) et ceux traitant de l'infidélité (ti : 29 %; i : 56 %; contre pi : 14 %; pl : 21 %). Les articles traitant du couple, quant à eux, sont les plus nombreux à avoir été ignorés ou trouvés peu intéressants (pi : 13 %; pl : 49 %; contre ti : 21 %; pi : 18 %).

4.3.2.2 Intérêt pour les articles traitant des pratiques sexuelles

Dans la sous-catégorie « Pratiques sexuelles », les articles ont été classés en 5 groupes : 1) ceux fournissant de l'information sexuelle (groupe nommé « Éducation sexuelle »); 2) ceux traitant des jouets sexuels ou ayant pour but d'en faire la promotion; 3) ceux proposant une lecture érotique ou en discutant; 4) ceux représentant une chronique « masculine » (écrite par homme dans le but de fournir une opinion « d'homme »); et enfin 5) ceux présentant le « Sexy boy » du mois ou tout autre portrait d'homme présenté comme étant « sexy ». Les groupes d'articles ayant suscité le plus d'intérêt sont illustrés par la figure 8 :

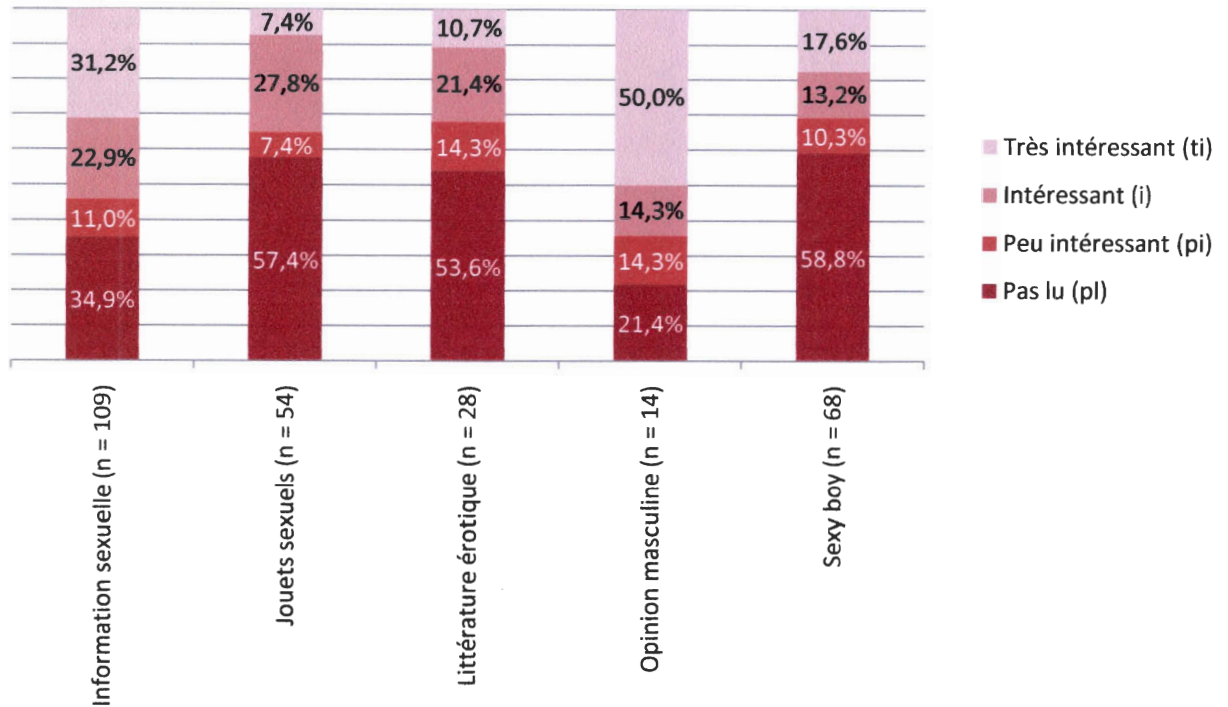


Figure 8 : Intérêt par article, sous-catégorie « Pratiques sexuelles »

On remarque que les articles en lien avec un « sexy boy » (pl : 59 %; pi : 10 %; contre i : 13 %; ti : 18 %), proposant une lecture érotique (pl : 54 %; pi : 14 %; contre i : 21 %; ti : 11 %) ou discutant de jouets sexuels (pl : 57 %; pi : 7 %; contre i : 28 %; ti : 7 %) ont moins retenu l'intérêt des participantes. À l'inverse, les chroniques masculines (ti : 50 %; i : 14 %; contre pi : 14 %; pl : 21 %) et celles fournissant de l'information sexuelle (ti : 31 %; i : 23 %; contre pi : 11 %; pl : 35 %) ont davantage suscité leur intérêt. Ainsi, elles ont démontré moins d'intérêt pour les articles que l'ont pourrait considérer plus « érotiques » (jouets sexuels, littérature érotique, « sexy boy ») que ceux pouvant leur être utiles ou fournissant une opinion.

Il est à rappeler, à ce stade de l'analyse, que le fait que certains articles aient été plus lus ou moins lus ne signifie pas que les lectrices aient été plus ou moins d'accord avec leur contenu. L'analyse qualitative de la réception (section 4,5; p. 98) nous informera sur cette question.

4.3.3 Citations illustrant des résultats de l'analyse de l'intérêt

Voici, à titre d'exemples, quelques citations probantes provenant des entretiens illustrant quelques-uns des résultats pour les articles moins lus sur les pratiques sexuelles, soit ici ceux tendant à montrer que les articles concernant les littératures érotiques et les « Sexy boys » aient moins suscité l'intérêt des participantes. Les types d'articles les plus lus seront discutés plus en profondeur dans l'analyse sur la réception et les fonctions.

4.3.3.1 Citations concernant les littératures érotiques

- *Ça ici, je l'ai pas vraiment lu, mais moi ça m'intéresse pas la littérature érotique. Non, j'irai pas lire toutes sortes d'affaires à propos d'un livre. Comme tantôt, l'histoire qu'on a dite, ça parlait d'un livre, ben, ce livre-là, je ne le lirai pas.* (Sabrina) [...]
- *Rappelle-moi pourquoi tu ne liras pas ça?* (Chercheuse)
- *Ben, je sais pas comment quelqu'un peut s'intéresser à des affaires personnelles de même. Je trouve pas c'est quoi ...* (Sabrina) [...]
- *Ta vie, c'est ta vie, et la vie des autres, c'est la vie des autres.* (Joanie)
- *Ouais, je comprends pas qu'est-ce qu'ils peuvent trouver de beau à lire sur la vie sexuelle de quelqu'un d'autre.* (Sabrina)
- *Moi, je sais pas, c'est pas quelque chose qui m'intéresserait la vie..., tu vis tes propres expériences et tu restes faire les autres. Tu laisses faire leur vie sexuelle et ça.* (Joanie, « Se laisser séduire par la... littérature érotique! »)

4.3.3.2 Citations concernant les « Sexy boys »

Ça, j'ai regardé l'homme. [Petit rire] [...] [D]ans chaque magazine, y a un homme comme ça. Comme, on dirait que ça m'intéresse pas. Je regarde les photos. Des fois, je vais lire... je le trouve pas beau non plus. [...] S'il est cute un petit peu, je vais aller lire juste des questions qu'ils lui demandent, des fois, qui m'intéressent, mais pas plus que ça. (Carolane, « Marco G : tentative d'approche »)

Lui, j'ai pas lu. Et encore là, c'est comme, c'est exactement le même type d'image, pas d'image, mais d'histoire que les deux autres que j'ai pas lus dans les deux autres magazines. Je sais pas, l'image m'a pas ... le gars était habillé mais, j'ai lu une petite partie et ça m'a pas vraiment touchée... pas vraiment incitée à le lire. (Andréanne, « Marco G : tentative d'approche »)

4.3.4 Croisement des résultats de l'intérêt avec les données d'ancrage

Cette section croise les données obtenues lors de l'étude de l'intérêt avec les données d'ancrage retenues pour l'analyse, telles que présentées à la section 3.4. Seuls les graphes présentant des résultats significatifs sont présentés ici (ils sont au nombre de deux); ceux dont les résultats sont peu ou non pertinents sont présentés en annexe.

Dans les graphiques présentant le croisement avec les données d'ancrage, l'indice marquant l'intérêt a été normalisé à 1 pour une lecture plus aisée, « 0 » indiquant un intérêt faible et « 1 », un intérêt plus élevé.

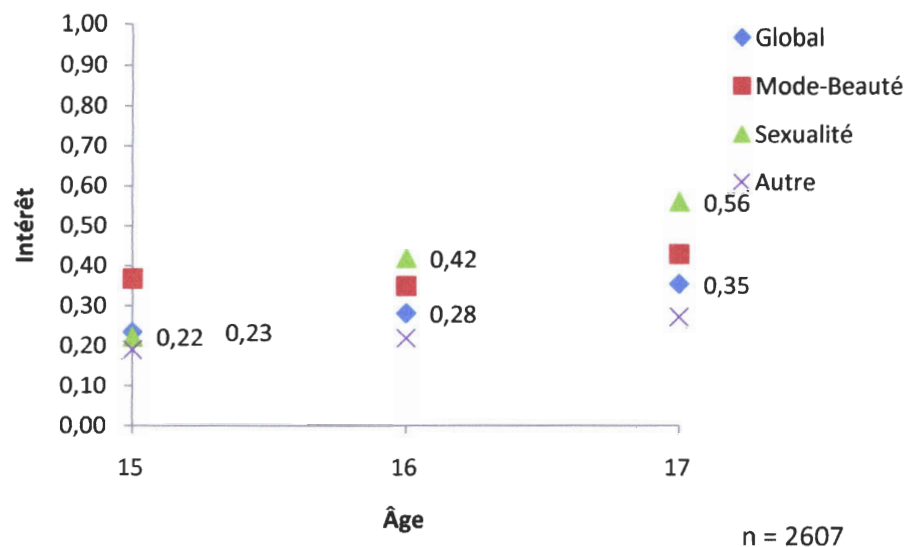


Figure 9 : Intérêt envers les magazines et pour les articles traitant de la sexualité en fonction de l'âge

La figure 9 montre que l'intérêt pour le magazine en général augmente avec l'âge (15 ans : 0,23; 16 ans : 0,28; 17 ans : 0,35), en particulier en ce qui concerne les textes traitant de la sexualité (15 ans : 0,22; 16 ans : 0,42; 17 ans : 0,56).

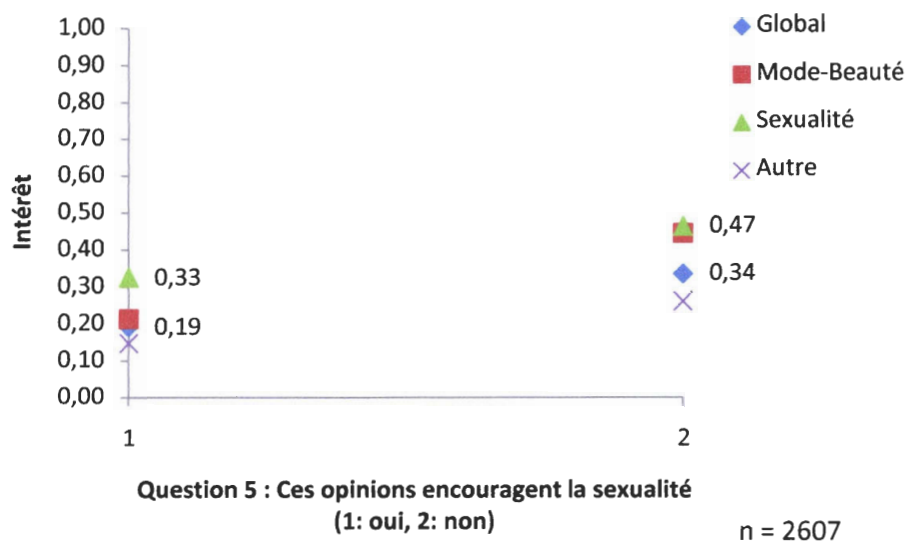


Figure 10 : Intérêt en fonction de la question
« Ces opinions encouragent la sexualité »

La figure 10 montre que le magazine en général (tout comme les textes traitant de la sexualité) ont suscité plus d'intérêt chez les participantes ayant coché « non » à la question « Ces opinions [de mes parents] encouragent la sexualité » (0,34 et 0,47 contre 0,19 et 0,33).

Les autres graphiques du croisement avec les données d'ancrage tendent à montrer que la donnée étudiée (résultats scolaires, lecture préférée, fréquence des discussions sur la sexualité, etc.) n'a pas une incidence réelle sur l'indice d'intérêt qu'ont suscité les articles à caractère sexuel. Ils sont présentés en annexe.

4.4 Présentation des résultats concernant les fonctions remplies par les articles des catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité » (résultats du plan 2)

Ce chapitre présente les résultats de l'analyse des fonctions, c'est-à-dire les motifs de l'intérêt exprimé au plan 1 de l'analyse. Pour comprendre quelles fonctions remplissent les textes à caractère sexuel et pour comparer ces fonctions à une autre catégorie, à partir de ce stade, l'analyse étudie de façon exclusive les catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité », la première servant d'objet de comparaison à la deuxième et étant choisie en raison de la similarité de sa taille (en termes de nombre d'articles) et du taux d'intérêt qu'elle suscite chez les participantes. Une fois les résultats présentés, on les croise avec les données d'ancrage pertinentes.

Il importe de rappeler que dans un souci de donner un poids égal à toutes les citations (certaines étant plus longues que d'autres ou encore revenant sur un sujet déjà discuté), elles ont été associées aux articles correspondants pour la codification. Ainsi, peu importe l'étendue de la discussion sur un sujet, une fonction distincte n'a pu être associée qu'une seule fois par article par participante. Cependant, un article pouvait remplir deux ou même trois fonctions différentes, chacune ayant un poids égal dans l'analyse.

4.4.1 Fonctions de la lecture des magazines

Nous avons remarqué que les textes pouvaient remplir trois fonctions distinctes : ainsi, certains textes sont lus pour apprendre, d'autres, pour le plaisir, et d'autres encore servent aux participantes à se rassurer sur différents aspects de leur vie. Ici, le sens que nous donnons au terme « fonction » se rapproche de celui rempli par la « gratification » de la théorie des « usages et gratifications », élaborée en partie par Lazarsfeld et visant à « étudier non pas ce que les médias font aux individus mais ce que les individus font des médias » en « reli[ant], attentes, consommations, plaisirs et effets de ces plaisirs sur les personnes », le tout « dans une vision qui accorde aux publics réflexivité et choix adaptatif » (Maigret : 2003, p. 81).

Les catégories de fonctions que nous avons définies ne sont pas exclusives; ainsi, un article pouvait instruire une participante sur certains faits tout en l'aidant à se rassurer, ou encore celle-ci pouvait éprouver du plaisir en apprenant.

Les sections 4.4.1.1 à 4.4.1.3 décrivent chaque fonction, citations à l'appui.

4.4.1.1 La fonction « apprendre »

Cette fonction vise le côté utilitaire du magazine, par opposition à son côté ludique. Nous avons catégorisé cette fonction de la manière suivante : dès qu'un passage comprenait une expression de type « ça nous donne des trucs », « ça m'a fait remarquer », « ça t'ouvre les yeux », « je savais pas que... », « ça montre comment », « ça nous démontre que... », « ils montraient », « ils nous disent » ou « ça donne une opinion », nous l'avons classé dans cette fonction. Voici quelques exemples probants de passages illustrant la fonction « apprendre » :

Oui, j'avais marqué « intéressant » pareil. Parce qu'encore une fois ça m'avait fait remarquer « Tabarouette, là, ya vraiment du monde, là, ya vraiment du monde infidèle, beaucoup ! » Moi j'étais sûre qu'il n'y en avait pas tant que ça. (Catherine)

Là ils disent de pas trop s'engager, là... Et là des fois moi je [dis] « Ah nananan... plus tard, plus tard », mais là faut pas trop que je le fasse. Ça m'a appris à ne pas faire ça. (Jessica)

Je me suis rendue compte que des fois j'étais peut-être pas correcte [dans mon comportement avec mon chum]. Et c'est ça, ça m'a vraiment intéressée. (Catherine)

Moi je voulais revenir là-dessus, « Séduction à la russe ». Je trouvais ça full intéressant aussi, ça ressemblait beaucoup à l'autre article sur les femmes, là, ce qu'il leur arrivait, mais c'était plus axé vraiment sur les Russes, là ils disaient qu'il y avait plus de gars et là, il faut que les filles commencent à... qu'ils se mettent sur la croise, et c'était full intéressant. C'était vraiment un gros problème, pareil. C'est drôle, ça l'air vraiment flou quand je dis ça mais c'est full un gros problème. Moi, je trouvais ça vraiment intéressant. C'est des affaires qu'on ne sait pas et qu'ils ne disent pas vraiment aux nouvelles ni rien. Je sais pas, j'ai lu ça. (Catherine)

Ça, « Anatomie masculine », je l'ai lu par exemple. Je trouvais ça ben, ben le fun, c'était intéressant. Tsé, nous autres on en a pas [de pénis]. C'est intéressant. (Jessica)

Ouais, c'est ça, moi aussi j'ai trouvé ça full intéressant parce qu'ils expliquaient tout le côté physiologique, qu'est-ce que ça faisait, c'était full intéressant! Comme, toutes les zones érogènes, vraiment, où est-ce qu'elles sont, et je savais même pas que le point G, c'était la prostate. [...] J'avais jamais su ça, là, et j'ai fait : « Ah! Tabarouette! Je savais pas ça. » Et j'ai commencé à dire ça à tout le monde, et je trouvais ça drôle. [Rires] (Catherine)

T'oses pas vraiment demander à quelqu'un parce que tu dis : « Tabarouette, il a peut-être pas le même problème que moi ». Tu dis, d'un coup que tu demandes ça, mettons, les poils incarnés au bikini, je te demanderais ça, « Hey, euh... tu sais tu comment faire pour enlever ça? » Là, elle me dit, « Hein, j'ai pas ça, moi, qu'est-ce que tu dis là! » Là je vais avoir l'air vraiment conne! [Rires] C'est pour ça que c'était intéressant, finalement, des affaires que t'oses pas demander. (Catherine)

Ben surtout le poil sur les mamelons ou sur le menton, là... J'en ai pas, mais il me semble que quelqu'un qui en aurait, tu ne dis pas ça à tout le monde. En tous cas, moi je trouvais ça intéressant, c'est des choses qu'on n'ose pas dire et que là tu peux le savoir comment faire. (Jessica)

Ben... moi, sérieusement, la masturbation, je savais pas qu'il y avait des mauvais côtés! [Rires] (Audrey)

Tu lis un petit bout du paragraphe et là tu comprends ce que c'est, atteindre l'org... [asme]. (Émilie)

- Il y avait aussi, quand ils disaient « Infidèle un jour, infidèle toujours ». Des fois, tu te dis « Ah, ça été mal avec cette personne-là parce qu'elle t'a trahie sur de quoi, et en même temps, tu l'aimes encore, tu sais pas s'il a été infidèle une fois, s'il va l'être pour toujours, ou... c'est juste de quoi que vous vous êtes mal compris? » C'est intéressant, cet article-là. Des fois, il a conté un mensonge, ben la prochaine fois, il va-tu en conter d'autres ou ben il va-tu dire la vérité? Et ce que ça fait sur les couples, ils se chicanent, mais ils restent-tu ensemble pareil? C'était intéressant à savoir. Elle, elle disait que c'était dur pour elle s'il lui avait conté un mensonge. Comment tu veux essayer de le croire plus tard si tu décides d'être avec de nouveau? Ou des fois il t'arrive de quoi et t'aimerais mieux ne pas le dire pour [ne pas] que ça fasse de la chicane, es-tu mieux de le dire? Qu'ils savent que t'aies dit la vérité ou [c'est] juste mieux de ne pas le dire? C'était intéressant ce qu'elle disait. (Valérie)

- O.K., et toi tu connaissais pas ce sujet-là avant beaucoup, donc... (Chercheuse)

- Ben, je le connaissais, c'est juste que des fois, tu te demandes tout le temps une question, serais-tu mieux de lui dire, ou serais-tu mieux de ne pas le

dire? Tu veux pas mettre la chicane. C'était intéressant. Des fois, je sais pas, quelqu'un conte un mensonge à un autre, et il ne le lui dira pas après. Il va finir par savoir... Je sais pas si tu peux recommencer à croire cette personne-là après. Quand tu la crois plus, des fois, c'est dur. C'était intéressant. (Valérie)

Parfois, les jeunes participantes démontraient qu'elles apprenaient sur des sujets plus vastes que la sexualité ou sur la vie en général – elles pouvaient alors utiliser des mots comme « ça t'ouvre les yeux », « ça fait réaliser » et « ça réveille » :

Moi je savais pas que les féministes trouvaient ça sexiste. J'ai dit crime, il me semble, je ne comprenais pas dans ma tête que les femmes aiment pas ça avoir des petites attentions de même [...]. J'ai appris ben des affaires. (Jessica)

Ça t'ouvre un peu les yeux aussi. Ils [parlaient de] changer quelque chose sur ton corps que, dans le fond, tu ne peux pas. C'est sûr ça t'ouvre les yeux et tu deviens un petit peu plus réaliste. (Alexandra)

Moi je l'avais lu, j'avais trouvé ça très intéressant. J'étais justement en train de m'entraîner quand je le lisais, et là je suis tombée sur cet article-là. Des fois, c'est comme un coup de réveil, [ça te dit] : « Câline... » Des fois, t'as des idées dans ta tête, et tu dis : « C'est pas correct là, quand je pense des affaires de même. » (Émilie)

On a aussi inclus dans ce type de fonction des cas où les jeunes filles prenaient des informations en note pour plus tard, comme ici :

Je sais pas, ça a l'air qu'une femme sur trois souffre de panne de désir sexuel. Je me suis dit « Tabarouette, peut-être [que] je peux prévenir! [Rires] On sait jamais, on devrait pas prendre de chance! » [Rires] J'ai vu ça, le « non-dit », là, c'était full intéressant. [...] J'ai cru comprendre quelques patentes, là, ouais, juste des petites affaires qu'on dit pas à notre chum, et qu'il faudrait peut-être dire, finalement. Ouais, ça, j'ai pris ça en note. En prévision, là! [Rires] (Catherine)

- *Ben, les one-night, c'est quand même un sujet qu'on entend parler fréquemment. Ben, pas que je savais pas c'était quoi, mais je me disais, qu'est-ce qui peut pousser quelqu'un à avoir un one-night... (Émilie)*
- *Ils expliquent plus comment qu'une personne peut se sentir quand elle veut avoir ça... (Alexandra)*
- *Et aussi c'est pas vraiment, ils disent pas « Ah, c'est mauvais, faites pas ça », c'est... (Émilie)*

- *Ils donnent plus des trucs justement pour pas qu'il t'arrive des choses pas correctes, là.* (Alexandra)

- *Ouais, des informations. Ils disent « quelques règles à respecter pour un one-night réussi ».* (Émilie)

[Rire gêné]

- *Donc, c'est encore dans un but utilitaire, si je comprends bien...* (chercheuse)

- *Ben là j'ai pas prévu d'avoir des one-night, là, mais...* (Émilie)

- *Ouais, moi non plus, mais il reste toujours que si un jour ça t'arriverait...* (Alexandra) [...]

- *...Tu vas repenser à cet article-là.* (Émilie)

Ben, à un moment donné, si ça m'arrive de plus vouloir faire l'amour, savoir si c'est parce que le gars m'intéresse pas ou si y a d'autres raisons. Comme les prises de contraceptifs, je savais pas que la pilule pouvait arrêter la libido, diminuer la libido de la femme. [...] Ben je l'ai trouvé intéressant, et je l'ai trouvé « informatif »...? Ouais, informatif, et, je me suis dit que peut-être, dans ma vie, plus tard, ça allait me servir, là. (Émilie)

- *Pourquoi c'est important pour toi de voir toutes ces raisons-là?* (Chercheuse)

- *Ben c'est comme, moi j'ai mon chum, et à soir, je ne veux pas. Ben, pourquoi je veux pas? Et pourquoi que ça me tente pas, je le sais même pas moi-même. Peut-être bien que j'ai été stressée, peut-être qu'il est arrivé quelque chose. Peut-être bien que je suis fatiguée, ben, pourquoi que ça affecte mon système, et pourquoi ça fait ça, je vais le savoir. Peut-être bien, que c'est quelque chose qui a rapport avec la tête, peut-être que ça a rapport avec mes sentiments, alors tsé, je vais savoir pourquoi cette chose-là m'affecte au niveau du désir sexuel.* (Vanessa)

Et ça, les trucs pour une rupture, moi j'ai jamais vraiment vécu une rupture, alors je lis ça et je prends un peu des notes dans ma tête, alors si ça m'arrive, je vais savoir un peu comment avoir moins de peine. (Sarah)

J'ai trouvé ça le fun, là. Ça m'a informée à plein⁷, parce que c'est vrai, tu vois ça partout, ils disent : « Ah, ma femme veut plus faire l'amour », ben juste lire « La panne »... Je trouvais ça intéressant, c'était le fun. Ça m'en a appris plus là-dessus, pourquoi la femme des fois est en manque de désir. Pourquoi c'était plus la femme que l'homme. (Carolane)

- [...] *En quoi c'est important de lire sur la situation de la femme, parce que c'est quand même un article sur la femme?* (Chercheuse)

- *Ouais, ben comme, je sais pas, c'est nous autres, les femmes, ça pourrait m'arriver un jour, ça explique pourquoi je me sentirais comme ça, je saurais au moins pourquoi je serais en panne de désir. Parce que j'aurais accumulé des petites crottes, ou... je serais plus en mesure de comprendre*

⁷ Expression régionale signifiant « beaucoup ».

pourquoi je serais comme ça et plus régler mes affaires, c'est tout le temps important. Des fois, tu lis des affaires et c'est pas que ça te représente nécessairement, mais c'est que ça pourrait t'arriver un jour, comme pourquoi ce que t'es comme ça, pourquoi ce que tu files comme ça. C'est pour ça, je trouve que c'est le fun, lire ça, ça t'informe. (Carolane)

Parfois la fonction « apprendre » se confond avec celle, similaire, de « comprendre » :

Et je trouve ça intéressant, les reportages et les documentaires sur l'anorexie, parce que c'est vraiment intéressant comment ces gens-là pensent. J'ai vu une pub, une fille, dans le miroir elle se voyait grosse mais dans le fond [elle était] vraiment trop maigre, là. Ben moi, j'ai jamais compris pourquoi elles se voyaient de même. Peut-être qu'en lisant des reportages comme ça, je vais pouvoir comprendre un peu. (Sarah)

La participante démontre aussi qu'elle apprend lorsqu'elle partage ses interrogations avec la chercheuse :

Je me demandais s'il y avait du monde qui achetait ça. Je sais pas. Comme un vibreur stylo.... (Catherine)

Ben ça accroche pareil, parce que... Oui, ça pique la curiosité, c'est comme, c'est quoi ça? [Rires] (Catherine)

Elle dit « J'aime ça me faire sodomiser », ça doit faire mal, tsé. (Vanessa)

Elle apprend également en confrontant ses opinions et ses expériences avec celles des autres :

Euh..., ça je l'ai aimé quand même beaucoup, parce que j'aime ça quand le monde peut dire leur opinion là-dessus, j'aime ça quand le monde dit leur opinion; au lieu [d'avoir] seulement ton opinion à toi, ben là t'entends d'autre chose. C'est bon à plein⁸. (Mélissa)

- En quoi c'est intéressant de lire sur une histoire qui n'est pas la tienne, mais qui est celles de deux autres personnes que tu ne connais pas? (Chercheuse)

- Ben je peux me comparer à eux-autres, parce que moi je suis quelqu'un de vraiment sérieux et j'ai jamais réussi à me faire vraiment de chums parce

⁸ Expression acadienne signifiant « beaucoup ».

qu'on dirait que c'était jamais de l'amour, c'était juste du désir, et puis là, le titre m'a attirée, alors là j'ai pu me comparer. (Sarah)

Ben moi, ça fait drôle parce que, tsé, [...] ils font des recherches [sur] combien il y a de femmes qui aiment ça, et... Je sais pas, ça fait juste comme une opinion, là. (Joanie, « Qu'est-ce qu'une femme désire vraiment sous la couette »)

Dans la catégorie « Mode-beauté », quand l'aspect utilitaire des styles proposés est mis de l'avant, on a classé ce cas dans la catégorie « apprendre » :

Je me suis dit, ben, ça aussi ça pourrait me donner des idées pour mon bal. (Catherine, 16 ans)

Moi je l'ai lu parce qu'ils parlent des différentes sortes de couleurs brunes pour les cheveux. Je trouvais que, vu que je suis dans un dilemme de même dans ce temps-ci, ça m'a aidée! [Rires] (Alexandra)

- *Et moi je lis ça, pis tsé, c'est pas nécessairement des choses que j'ai de besoin, comme les produits contre les rides, mais, il y a d'autres petites affaires, comme les mascaras, et des affaires comme ça, des baumes à lèvres, ça dit le prix et la marque, le défaut, sa qualité... des petits produits miracle pour être plus belle, des affaires comme ça. (Vanessa)*

- *Et c'est important pour toi de savoir ce qui va te rendre plus belle? (Chercheuse)*

- *Ben juste savoir que si j'achète ce produit là, qu'est-ce qui va être ses points positifs et ses points négatifs. Tsé, souvent, j'achète du maquillage, mais je sais pas comment il va faire sur moi. Ben, là, ça peut le dire, « lui il rend les cils plus longs, mais il rend pas plus épais », et « lui il courbe pas les cils », et... (Vanessa)*

- *O.K., c'est pour faire un meilleur achat? (Chercheuse)*

- *Ouais, ouais. Pour rendre mon achat meilleur. (Vanessa)*

Souvent, là, comme quand ça dit que c'est nouveau et tout, [et que] ça fonctionne bien, comme moi je suis vraiment quelqu'un qui va y aller, et là, je vais l'essayer, [...] j'achète quasiment toutes les nouveaux maquillages qui sortent, et mes amies sont comme « Ah, ça fonctionne-tu ben? », ben je vais pouvoir leur dire « C'est vraiment bon » ou de quoi de même. (Valérie)

Ben, parce que, des fois, t'as comme plusieurs sortes, justement, tu sais pas lequel prendre parce que tu sais pas s'il va « mottonner », comme les mascaras, ou s'il est trop liquide. Ça te donne des idées sur lequel acheter, là. (Alexandra)

Ben on voit qu'il y a du monde qui l'a essayé, comme les commentaires d'autres, là. Tandis que si tu vas au magasin, t'es en avant d'une grande rangée de mascaras, ben tu sauras pas quel choisir. Quel est le meilleur? Tandis que là ça dit vraiment quel est le meilleur. (Sabrina)

C'est le fun de savoir que tu peux peut-être te faire ça toi-même. Et des fois tu sais pas comment te maquiller, tu regardes dans les magazines, ça va te dire comment. (Sabrina, « Drama chic! »)

Enfin, nous avons considéré que la fonction « apprendre » était remplie dans les cas où l'intérêt pour un article restait élevé même si les participantes connaissaient déjà ce que cet article était censé leur montrer, comme le témoignent ces deux cas :

- Et toi, les as-tu faits, ces exercices-là, quand tu les as lus? (Chercheuse)
- Non, non, je les ai pas faits! [Rires] Je les ai pas faits, mais c'est des idées, des affaires qu'on sait déjà, comme probablement que j'en prends à l'école ou que j'en ai entendu parler, mais, c'est le fun de se le faire rappeler, la façon de le faire, et c'est encourageant de voir qu'il y a encore du monde qui peuvent avoir de belles petites fesses. (Vanessa)

- O.K., et toi tu ne connaissais pas ce sujet-là avant beaucoup, donc... (Chercheuse)
- Ben, je le connaissais, c'est juste que des fois, tu te demandes tout le temps une question, tu serais-tu mieux de lui dire, ou te serais mieux de pas le dire? Tu veux pas mettre la chicane, mais c'était intéressant. Des fois, je sais pas, moi, quelqu'un conte un mensonge à un autre, et il ne lui dira pas après. Il va finir par savoir... Je sais pas si tu peux recommencer à croire cette personne-là après, là. Quand tu la crois plus, ben des fois, c'est dur. C'était intéressant. (Valérie)

4.4.1.2 La fonction « pour le plaisir »

Cette fonction a été recensée pour témoigner du fait que la participante tire du plaisir de la lecture d'un article ou lorsqu'elle met en évidence le côté léger et ludique de sa lecture. Elle peut dans ce cas utiliser des mots comme « c'est drôle », « c'est le *fun* », « c'est *cute* », « ça fait rêver », « c'est pour le trip » ou encore « c'est cocasse ».

Ben justement, là, c'est super cute. Ça fait penser à des romans Harlequin. (Émilie)

Ah, la nouvelle érotique! [...] Heille, ça, j'ai lu vraiment [...] avec [...] intérêt. Oui. C'était le fun à lire, là, veut veut pas, je ne suis pas gênée de le dire, tu lis ça et tu fais comme : « Ah, ah! » [Rires] C'est drôle. (Émilie)

Mais quand je regarde du linge de même, Point Zéro, et euh... Mondor je connais pas ça là, mais Old Navy, c'est du linge qu'on a accès. Et des fois c'est le fun. À un moment donné, ma sœur avait un chandail qui était dans la revue, c'était ben le fun! [rires] (Émilie)

Je trouve toujours ça très drôle. Et c'est toujours des histoires cocasses, c'est le fun à lire. (Émilie)

Tu rêves peut-être d'avoir quelques produits, ça te fait rêver, là. [rires] (Alexandra)

Ça ici, ben j'ai lu les produits qu'ils avaient. C'est un magazine de filles alors c'est le fun qu'il y ait ça! (Sabrina)

C'est vraiment drôle. Ça va-tu m'arriver à un moment donné dans ma vie, qu'est-ce que je fais dans des situations de même? Moi c'est à ça que je pensais après l'avoir lu, l'affaire de la fille chez le coiffeur, là. Je trouvais ça [...] assez drôle. (Audrey)

Les coiffures, c'est tout le temps le fun de savoir une nouvelle façon de se peigner. Elle, je la trouvais pas belle, mais ces deux-là, je les trouvais belles, je les ai encerclées. J'ai lu comment les faire, je les ai essayées, ça a pas marché! [rires] J'ai jamais pu pouvoir les faire, mais c'est pas grave. C'était le fun savoir qu'il y a du monde qui peuvent faire de belles choses dans [la] tête. (Vanessa)

Ça encore, « Histoire de désir », ben j'ai vraiment aimé l'histoire, je trouvais ça quand même assez cute, comment ils se sont rencontrés, parce que ça a commencé qu'il la regardait de loin, et finalement sont tombés en amour. (Sarah)

Ben c'est l'autre avec qui tu te « matches », là, c'est le fun voir ce qu'ils pensent de l'amour et ça. Fun à voir comment ils agissent avec les filles. Moi j'aime ça. (Carolane)

Ouais, les trois premières secondes, fallait tu fasses quelque chose, après les trois premières minutes, fallait que tu fasses d'autre chose. Après ça, il me semble que c'était les trois premières heures. Après ça, les trois premières semaines et ça expliquait... C'était drôle, c'était le fun. [...] Ben, c'est pas tout le temps de quoi que je ferais. Mais je trouvais ça cute. (Carolane, « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois »)

Ça, je trouvais ça cute. On dirait que c'est vrai, c'est pas juste comme... même des fois, tu les vois, sont un petit peu déshabillés, mais comme sont collés, je trouve que c'est pas juste une image de sexe, j'trouve qu'ils s'aiment, c'est vrai. Je trouve ça cute. Qu'il y ait une page comme ça, ça nous montre que dans les magazines, c'est pas juste des images de sexe, il peut y avoir de l'amour aussi. (Carolane, « Histoire de désir »)

-Ben, c'est que c'est le fun qu'il parle des filles qui l'intéressent, je trouvais ça le fun qu'il parle de ça, qu'il nous dise ça. (Carolane)

- Et en quoi c'est intéressant ou important qu'il dise quel genre de filles l'intéresse? (Chercheuse)

- Ben je sais pas, c'est pas vraiment important, mais c'est juste que moi, j'aime ça lire des petites affaires de même. Juste avoir l'opinion d'un gars, quelle sorte de fille il cherche, quelle sorte de... c'est le fun lire ça. (Carolane, « George St-Pierre, homme de combat »)

-Moi, j'ai essayé ça, là. Je trouvais ça drôle. J'ai fait ça chez nous, c'était drôle. (Sabrina)

- Qu'est-ce qui t'as poussé à le faire? (Chercheuse)

- Ben je sais pas, juste l'image qu'il y avait, juste pour essayer pour le fun, là. (Sabrina, « Un fessier dur comme du ROC! »)

Moi, des affaires de même, je sais pas, c'est drôle. Parce que, cet article-là me fait rire, parce que c'est vraiment ça, t'entends du monde parler et c'est ça ses raisons qu'il donne.

(Sabrina, « Les 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe »)

Ça, « Histoire de désir », c'est une affaire d'hôtel où elle a rencontré son chum quand elle était allée en voyage. Je sais pas, c'était juste une histoire à lire pour passer le temps. (Andréanne)

Ça, j'ai lu ça! (rires) Sérieusement! On était à la table avec les filles et ma chum l'avait déjà lu, et elle a dit : « Faut que tu lises ça ». C'était vraiment trop drôle, j'étais assise à la table et j'en croyais pas, sérieusement, je pensais vraiment pas trouver une histoire de même là-dedans, dans le magazine, là. (Andréanne, « Mon après-midi chez le coiffeur »)

Comme il a été dit précédemment, les fonctions ne sont pas exclusives les unes des autres (on peut apprendre tout en ayant du plaisir à lire un article). Certains passages illustrent bien cette réalité :

-Ouais. Je pense que ça disait que c'était important, il me semble, d'en avoir, [des fantasmes] dans une relation. C'est important d'avoir des fantasmes pour la santé sexuelle, quelque chose comme ça. (Carolane)

-Et est-ce que c'est important pour toi de lire là-dessus ou d'apprendre là-dessus? (Chercheuse)

-Ouais, ben c'est tout le temps le fun apprendre quelque chose de nouveau, je sais pas si ça va me servir, je pourrais pas dire si c'est important, mais c'est tout le temps le fun en apprendre plus [...]. (Carolane)

J'ai trouvé ça le fun. C'était comme, ça m'a informée à plein, parce que c'est vrai, des fois tu vois ça partout, ils disent : « Ah, ma femme veut plus faire l'amour », ben juste lire « La panne ». Je trouvais ça intéressant, c'était le fun. Ça m'en a appris plus là-dessus, pourquoi la femme des fois est en manque de désir. Pourquoi c'était plus la femme que l'homme. (Carolane)

4.4.1.3 La fonction « pour se rassurer »

Cette fonction a été créée pour rendre compte des cas où les textes contribuent à l'acceptation de soi chez les lectrices. Des citations de type « ça m'a rassurée » ou « j'ai vu que je n'étais pas seule dans cette situation » sont les plus courantes.

- Et en quoi c'est important pour vous autres de lire sur des choses comme ça, sur des choses que vous pouvez changer, pas changer sur votre corps? (Chercheuse)

- Ben c'est plus l'acceptation de soi-même. Moi, ça m'intéresse vraiment les affaires comme ça. (Jessica)

Ah ben, moi j'ai lu « Avez-vous déjà été complexée par une partie de votre corps? » J'ai trouvé ça intéressant parce que moi aussi des fois je suis complexée, tu dis t'es pas toute seule, là, que t'exagères sur des parties de corps. (Alexandra)

Moi, je l'ai lu, et moi aussi j'ai ce mascara-là et savoir qu'il allait bien, ben ça m'a rassurée. [Rires] (Émilie)

Ben moi je l'ai lu, et j'ai trouvé ça intéressant, parce qu'ils disaient que c'est pas toutes les gars qui pensent que, qui recherchent le corps parfait, parce que lui-même, il disait que y avait côtoyé des corps parfaits, et que des fois, y regardait une autre personne qui était un peu plus grosse, et qu'il la trouvait aussi belle que l'autre. Ça te rassure sur l'opinion des gars. (Alexandra)

Ah, ça j'aime ça, c'est des affaires qui t'arrivent à toi, mais que t'en parles pas à personne, mais qu'eux-autres osent en parler. À, je sais pas moi, Dr Love. Il répond, et « Ah O.K., ben je suis pas la seule à qui ça arrive! » [...] Comme ici, je pense que c'était une mauvaise rupture avec son chum, quelque chose comme ça. En tous cas, ça a rapport avec la sexualité, des

affaires comme ça, des problèmes. Et tu vas lire ça et « O.K., oui, ça m'est déjà arrivé moi aussi, je savais pas que j'étais pas la seule, et O.K., je suis pas si pas anormale que ça ». Des affaires qui te réconfortent un peu, et c'était le fun savoir... Moi, j'aime radoter les affaires que je sais là-dessus, comme « Hey, savais-tu que ça a déjà arrivé à une fille de quoi comme ça? » J'aime ça lire ça, c'est comme mon petit bonheur de la journée. (Vanessa)

Ils disent que de plus en plus, c'est la femme, elle démontre ses désirs, elle est plus attirante, et juste dans son regard, tu peux dire qu'elle a envie de telle personne, que c'est plus autant tabou que ça l'était avant que... elle est pas la seule à ressentir ces sentiments-là. C'est comme rassurant. (Vanessa)

Ouais comme lui ici, ça dit : « J'ai pas tout le temps été fidèle... », ça peut arriver à tout le monde, je me dis, bon, ben, ça peut arriver à tout le monde, au moins il explique son point, quelqu'un qui est dans le même pétrin comme qu'on peut dire, ben... il lit ça et il dit « Ah O.K. », je suis pas le seul à être comme ça, au moins il peut se sentir moins... (Mélissa)

Ben maintenant, je me trouve correcte, parce que j'ai commencé à regarder les top-modèles et on dirait que ça a augmenté ma confiance en moi parce que c'est un autre genre de beauté, c'est sûr que c'est beau les gros seins et les fesses, mais aussi les top-modèles, même si le monde trouve ça laid, le monde qui est filiforme, ben moi ça a augmenté ma confiance en moi-même, parce que ça a montré un autre genre de beauté qui me ressemblait plus. (Sarah)⁹

- Ben c'est sûr... C'est sûr que certains gens vont trouver que l'apparence, et l'impression, c'est un peu superficiel, mais je pense que, c'est important de se sentir bien, comme si j'ai comme toute les dessous de bras mouillés, je vais être gênée toute la journée, si y a une façon de remédier à ça... c'est un bon moyen, parce que sinon, il me semble, si j'ai les dents jaunes, j'oserai pas faire un sourire ni rien, on dirait que tu files mal quand tu sais que y a de quoi qui cloche. Si j'avais mauvaise haleine, et que j'en étais consciente, ben j'oserais pas parler proche des gens, et je serais tout le temps de même [elle prend une pose gênée]. (Sarah)

- Donc c'est une façon d'améliorer ta confiance en toi-même, c'est ça? (Chercheuse)

- Oui. (Sarah)

Euh... ça, [...] j'avais lu plus les plus grands titres, comme, « complexée par une partie de mon corps », il me semble que je l'avais lu, des femmes qui parlaient des parties de leur corps, parce qu'on sait que les femmes sont complexées beaucoup, là. Ben tu vois qu'il y a pas juste toi des fois qui dit « ah, j'aime pas mes fesses, j'aime pas... » Tu vois qu'il y en a d'autres qui

⁹ Note : Citation non considérée dans l'analyse car appartenant à la sous-catégorie « Stars ».

chialent eux-autres aussi. [...] » des fois, tu te reconnais un peu là-dedans.. Le monde se sent complexé et ça, quand tu lis ça, tu vois que t'es pas la seule comme ça. (Carolane)

- Quand ils mettent des articles comme ça dans des magazines, ben tu penses que t'es la seule ou quelque chose comme ça qui pense que t'es grosse ou t'es pas belle, mais quand ils mettent ça des affaires de même, ben tu sais que c'est pas juste toi qui pense comme ça, là. (Sabrina)

- C'est rassurant? (Chercheuse)

- Ouais, des fois y en a qui disent « Tu pognes les nerfs pour rien et t'es pas grosse » quelque chose comme ça, mais quand tu trouves des articles de même, ben tu dis « En fin de compte, je suis pas la seule, pas mal tout le monde...[pense ça]. » (Sabrina)

Ben ça, je l'ai lu un peu, parce que, c'est quand même quelque chose de dur, moi j'ai vécu ça, la rupture. Et c'est quelque chose de dur, là ça aide des fois de lire ça. (Sabrina, « Dr Love : La rupture... comment s'en sortir sans y laisser sa peau! »)

Ben, tu t'aperçois que t'es pas toute seule et que des fois, c'est peut-être moins pire que tu penses, et tu le sais juste pas. Tu l'as pas encore réalisé, mais ça aide à réaliser des choses. (Andréanne, « Avez-vous déjà été complexée par une partie de votre corps? »)

Ben je trouve ça intéressant, parce que y a des shots qui arrivent au monde et que tu dis, des fois t'as des shots qui arrivent à toi, des mauvaises expériences, tu dis, « olé¹⁰ », tu te sens quasiment la seule [à] qui [ça] arrive, et quand tu vois quelque chose de même, tu te dis « ah, ben, peut-être bien que j'étais pas si pire que ça, il y a quelqu'un dans le monde [à]qui [il] est arrivé la même chose que moi ». (Laurence)

- C'est rassurant? (Chercheuse)

- Ouais, c'est rassurant. (Laurence, « Vox Pop »)

Là encore, la fonction « pour se rassurer » ne constitue pas une catégorie exclusive et peut rejoindre celle d'apprendre :

Ben c'est pas que ça me rejoignait mais c'est des fois certaines femmes ont le même complexe que toi et ils disent comment qu'y ont réussi à passer par-dessus, ça te donne une idée comment tu pourrais passer par-dessus toi aussi, là. (Alexandra)

- Et de voir que c'est écrit par un homme, et qu'un homme pense ça, ben, tu te dis, ben câline... (Émilie)

- C'est rassurant un peu. (Audrey)

¹⁰ Expression acadienne dérivée de « *Holy* » exprimant la surprise.

- *Oui, c'est rassurant.* (Émilie)
- *Parce qu'avec tout ce qui se passe à télé, toutes les filles qui font de l'anorexie ou vraiment les mannequins, juste le fait de voir des émissions sur les mannequins et faut qu'ils maigrissent, et que les filles pensent que les gars, c'est ça qu'y aiment. Ben c'est un peu rassurant de se faire dire que non, c'est pas ça vraiment.* (Audrey)
- *[...] Et aussi c'est avec des articles comme ça que t'apprends à mieux t'aimer...* (Émilie)
- *À t'accepter.* (Audrey)
- *À t'accepter, ouais.* (Émilie)

Ah, ça je trouve ça intéressant parce que des fois que c'est une question que tu te posais dans ta tête, là. Et quand elle arrive là, tu dis « oh, ben », faut croire que... tu vois la réponse, t'es moins, t'es plus rassurée. (Laurence)

Dans ces cas, la citation est alors classée sous les deux fonctions.

4.4.2 Analyse des fonctions pour les catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité »

Les figures qui suivent exposent les résultats de la codification des entretiens concernant les fonctions (ou les motivations ou les « gratifications » de lecture) remplies par les deux catégories principales étudiées (« Mode-Beauté » et « Sexualité »).

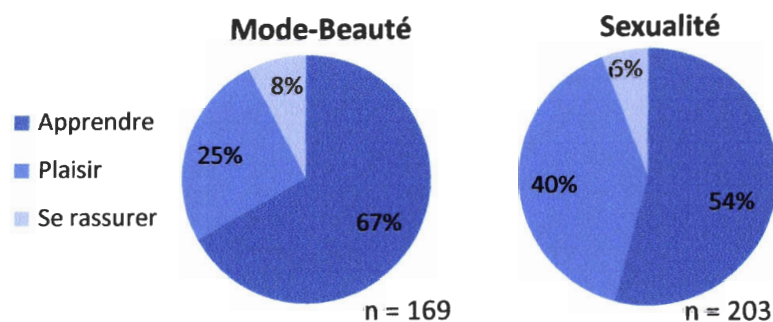


Figure 11 : Fonctions remplies dans les catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »

La figure 11 montre que les articles sont largement lus pour apprendre, surtout en ce qui concerne la catégorie « Mode-Beauté » (67 %). En ce qui a trait aux textes traitant de sexualité, toutefois, on peut considérer que les fonctions remplies sont relativement à mi-chemin entre le plaisir (40 %) et l'apprentissage (54 %). Il faut tout de même noter qu'en

majorité, les participantes disent lire les articles portant sur la sexualité pour apprendre (54 %). Dans une très petite proportion presque égale dans les deux catégories, enfin, les textes leur servent à se rassurer (8 % pour « Mode-beauté » et 6 % pour « Sexualité »).

Pour bien saisir la relation quasi-oppositionnelle entre « apprendre » (fonction utilitaire) et « plaisir » (fonction ludique), et puisqu'elles sont les principales fonctions remplies, nous les avons opposées sur un axe où **1 = apprendre et 2 = plaisir**. Ceci permet d'observer les données obtenues sous un autre angle, puisqu'on intègre sur un même graphe les deux catégories.

Il est à noter que le terme « global » renvoie ici à la fusion des résultats entre les catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité », donc d'une moyenne. Il ne peut référer à l'ensemble du magazine, puisque l'analyse des fonctions et des types de réception n'a pas tenu compte des autres catégories (voir « Organisation de la recherche »; section 2.1).

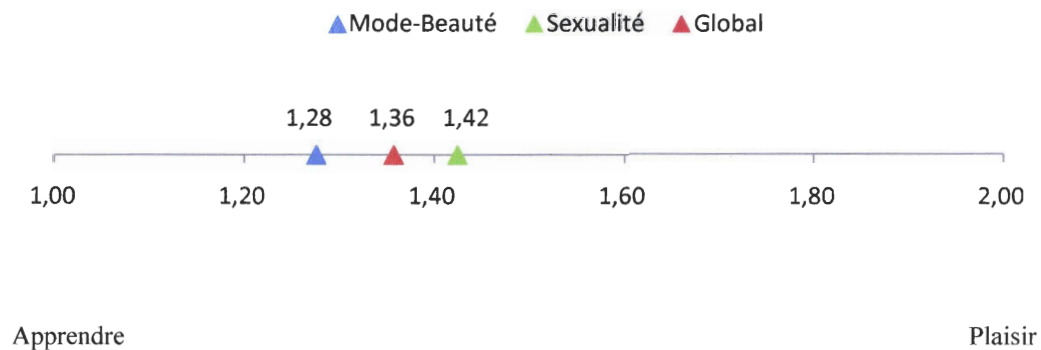


Figure 12 : Axe des fonctions « Apprendre » et « Plaisir » des catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »

4.4.3 Analyse des fonctions des sous-catégories de la sexualité

On présente ici les résultats de l'analyse des fonctions pour les sous-catégories de la sexualité, soit « Pratiques sexuelles » et « Relations interpersonnelles ».

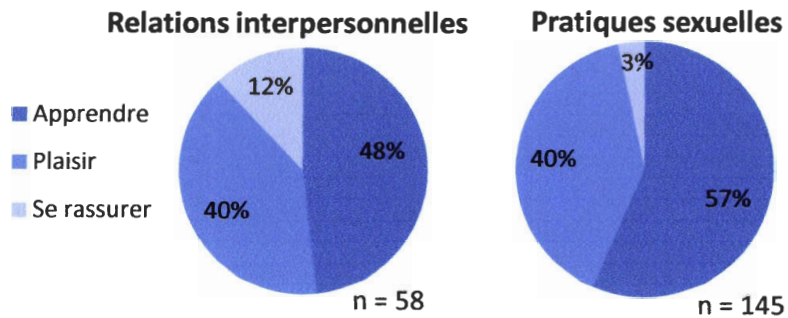


Figure 13 : Fonctions remplies par les sous-catégories de la sexualité

On observe que, dans les deux cas, les textes sont lus plus généralement dans une optique d'apprentissage, et ce, dans une plus forte mesure pour la sous-catégorie des pratiques sexuelles (57 % contre 48 %). On note aussi une différence en ce qui concerne la fonction « se rassurer » : une plus grande proportion des textes traitant des relations interpersonnelles remplissent cette fonction (12 % contre 3 % pour les pratiques sexuelles).

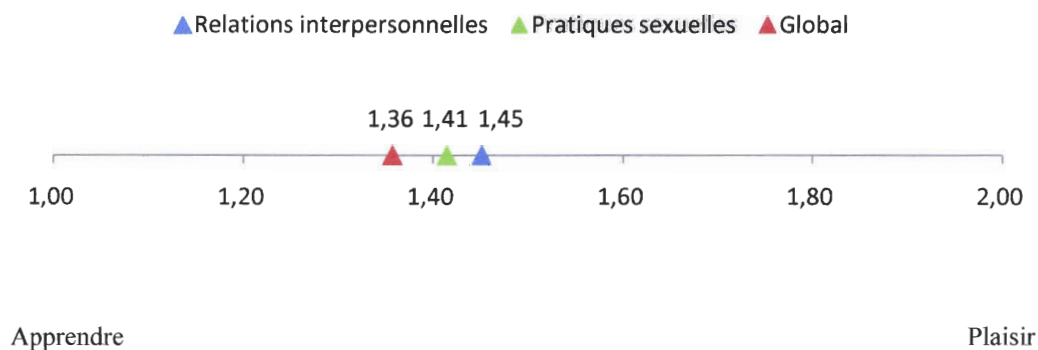


Figure 14 : Axe des fonctions « apprendre » et « plaisir » pour les sous-catégories de la sexualité

Sur l'axe des fonctions (qui, on le rappelle, ne mesure que la relation apprendre-plaisir), on peut observer les mêmes résultats, mais au moyen d'un indice.

4.4.3.1 Analyse des fonctions des textes traitant des relations interpersonnelles

Comme on l'a fait au chapitre précédent, on peut analyser les fonctions remplies par les articles traitant des relations interpersonnelles un peu plus en profondeur. Comme il a été dit précédemment, ces articles, pour faire du sens, ont été regroupés selon le thème abordé (Corps, Couple ou Infidélité) ou selon le type d'articles (« Vox Pop »). La valeur « n » représente ici le nombre d'occurrences lors des entretiens où une participante a signifié qu'un article remplissait pour elle l'une ou l'autre des trois fonctions (apprendre, s'amuser ou se rassurer).

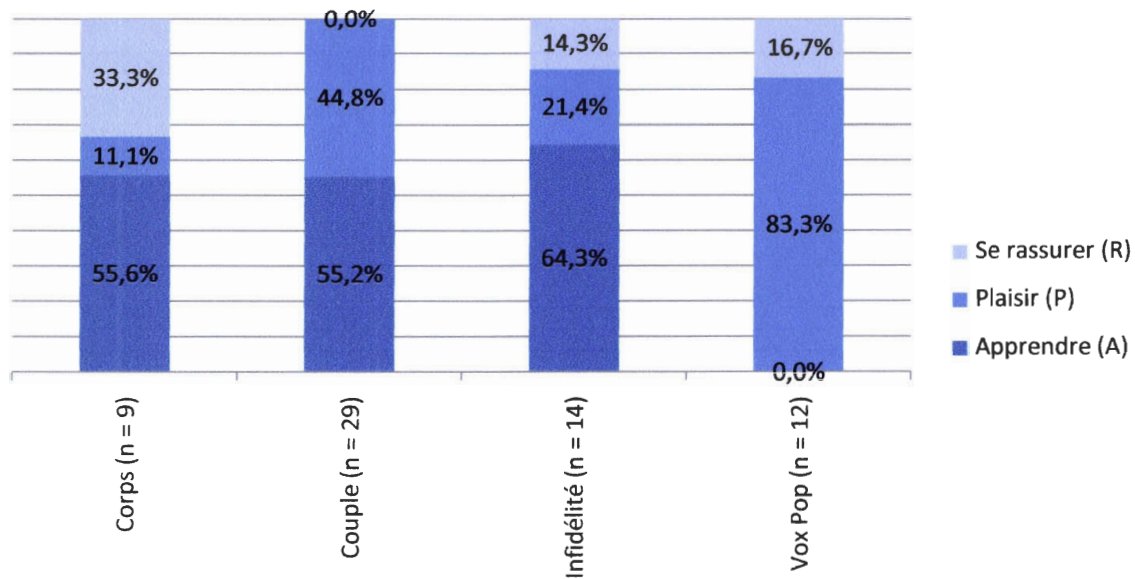


Figure 15 : Fonctions remplies par les articles traitant de « Relations interpersonnelles »

On remarque ici que les articles à vocation ludique de type « Vox Pop » servent en effet aux participantes à s'amuser (p : 83 %; r : 17 %; a : 0 %). Les autres articles, c'est-à-dire ceux traitant d'infidélité (a : 64 %; p : 21 %; r : 14 %), du corps (a : 56 %; p : 11 %; r : 33 %) et du couple (a : 55 %; p : 45 %; r : 0 %), cependant, leur permettent surtout de s'instruire. Les textes traitant du couple, toutefois, remplissent presque autant la fonction « plaisir » que celle d'apprendre (p : 45 %; a : 55 %). Ce sont également les seuls qui ne remplissent pas la fonction « se rassurer » (r : 0 %), alors qu'en contraste, les articles

traitant du corps remplissent en grande partie cette fonction (r : 33 %). Ce résultat permet d'observer que les participantes semblent entretenir un certain malaise avec le corps, alors que les relations de couple, sauf en ce qui a trait à l'infidélité (14 %), ne semblent pas les inquiéter.

4.4.3.2 Citations illustrant des résultats de l'analyse des fonctions pour la sous-catégorie « Relations interpersonnelles »

Voici quelques exemples de citations illustrant ces résultats.

4.4.3.2.1 La fonction « apprendre » dans les textes traitant d'infidélité

- Il y avait aussi, quand ils disaient « Infidèle un jour, infidèle toujours ». Des fois, tu te dis « ah, ça été mal avec cette personne-là parce que, je sais pas, elle t'a trahie sur de quoi, et là en même temps, tu l'aimes encore, tu sais pas, s'il a été infidèle une fois, il va l'être pour toujours, ou... c'est juste de quoi que vous vous êtes mal compris? » C'est intéressant, cet article-là. Tsé, y a conté un mensonge, ben la prochaine fois, il va-tu en conter d'autres ou ben il va-tu dire la vérité? Et ce que ça fait sur les couples et toute ça, ils se chicanent et toute ça, ils restent-tu ensemble pareil? (Jessica)

4.4.3.2.2 La fonction « apprendre » dans les textes traitant du couple

Ben moi, j'ai juste brièvement survolé la règle des trois, les trois premières secondes, c'est le regard, après ça, les trois premières minutes, c'est l'approche, et les trois premières heures, c'est connaître et [tout] ça. Ben, je l'ai juste lu brièvement, mais ça disait quoi pas faire dans les trois premiers jours et quoi faire, quand tu rencontres une personne, quand elle t'intéresse, j'ai juste survolé, j'ai juste lu ce côté-ci. Ça disait que les trois premiers jours, faut pas que tu lui présentes tes chums, force-le pas trop à vouloir te revoir, sois, comment ils disaient ça, sois mystérieuse. Ça dit tout le temps ça, faut que tu sois mystérieuse, faut que tu lui donnes le goût de te connaître. Ça disait juste ça, comme des petits trucs, là. Ça me tentait, parce que je viens de me faire laisser. Là, c'est comme « Ah faut que j'aille cruiser, là ». J'ai juste lu brièvement. Ouais. (Vanessa, « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois »)

- Du début jusqu'à fin, [...] j'en prenais tout le temps [des trucs, des règles] et je me comparais des fois... [...] Et je me disais mettons que je me comparais avec ma relation avec [mon chum], là, trois premières secondes, trois premières minutes, et là je pensais à ça et je me disais « Hein, c'est vrai! Vraiment vrai! » [...] [J]'étais en train de lire ce qu'on remarquait et là je me suis dit : « Oh, [Catherine], fais attention », parce que, c'est ça. [...] Je suis rendue compte que des fois j'étais peut-être pas correcte [dans

mon comportement avec mon chum]. Ça m'a vraiment intéressée. (Catherine, « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois »)

- Là ils disent de ne pas trop s'engager... Et des fois, moi je dis : « Ah nananan... plus tard, plus tard », mais là faut pas trop que je le fasse. Ça m'a appris à pas faire ça. (Jessica)

- Ça, c'était vraiment... « Les premiers moments d'une rencontre, la règle des terribles trois », j'ai vraiment trouvé ça bon, parce que ça dit vraiment les trois premières secondes, les trois premières minutes, et des fois t'as besoin de savoir ça, tu t'en aperçois pas mais c'est vraiment ça qui se passe. (Andréanne)

- Et comment tu as réagi quand tu as lu ça? [...] Est-ce que c'est des choses que tu vas surveiller? (Chercheuse)

- Ouais. Après l'avoir lu, je vais vraiment, si je rencontre quelqu'un, ça va vraiment me venir en tête. Sans même le vouloir, mais, je l'ai lu, ça va me rester dans la tête pareil. (Andréanne)

Il est à noter que la fonction « apprendre » ne signifie pas que les jeunes filles gobent tout ce qui peut être écrit dans le texte, comme le démontre cette citation :

- C'est ça que j'avais lu, les trois premières secondes, les trois premières minutes. C'est drôle. Faut que tu fasses telle chose mais faut pas que tu l'invites et faut qu'il te rappelle après une semaine ou quelque chose comme ça. Je trouve ça drôle. (Sabrina)

- C'est pas tout le temps de même, c'est juste c'est drôle la manière qu'ils marquent ça. (Joanie)

- Tu l'approches, mais faut pas trop que tu t'approches, et après ça, tu vas lui parler, et si ça va bien, mais c'est... [rires] (Sabrina)

- Il y en a qui vont trop se fier là-dessus... (Joanie)

- Ouais! [rires] (Sabrina)

4.4.3.2.3 La fonction « plaisir » dans les textes traitant du couple

Ben justement, c'est super cute. Ça fait penser à des romans Harlequin. (Émilie, « Histoire de désir »)

Ça encore, « Histoire de désir », ben j'ai vraiment aimé l'histoire-là, je trouvais ça quand même assez cute, comment ils se sont rencontrés, parce que ça a commencé qu'il la regardait de loin, et finalement sont tombés en amour. (Sarah)

Ça, je trouvais ça cute, comme je disais. On dirait que c'est vrai, c'est pas juste comme... même des fois, tu les vois, sont un petit peu déshabillés, mais comme sont collés, je trouve que c'est pas juste une image de sexe, je trouve qu'ils s'aiment, c'est vrai. Je trouve ça cute. Qu'il y ait une page comme ça, ça nous montre que dans les magazines, c'est pas juste des images de sexe, comme il peut y avoir de l'amour aussi. (Carolane, « Histoire de désir »)

Ça, « Histoire de désir », c'était comme... Ça c'est une affaire d'hôtel où elle a rencontré son chum quand elle était allée en voyage. Je sais pas, c'était juste une histoire à lire juste pour passer le temps. (Andréanne)

Ouais, les trois premières secondes, fallait tu fasses quelque chose, après les trois premières minutes, fallait que tu fasses d'autre chose. Après ça, il me semble c'était les trois premières heures. Après ça les trois premières semaines et ça expliquait... C'était drôle, là, c'était le fun. [...] Ben, c'est pas tout le temps de quoi que je ferais, mais comme... je trouvais ça cute, là. (Carolane, « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois »)

4.4.3.2.4 La fonction « se rassurer » dans les textes traitant du corps

Ben moi je l'ai lu, et j'ai trouvé ça intéressant, parce qu'ils disaient que c'est pas tous les gars qui recherchent le corps parfait, parce que lui-même, il disait qu'il avait côtoyé des corps parfaits, et que des fois, il regardait une autre personne qui était un peu plus grosse, et il la trouvait aussi belle que l'autre. Ça te rassure sur l'opinion des gars. (Alexandra)

- Et de voir que c'est écrit par un homme, et qu'un homme pense ça, ben, tu te dis : « Cécile »... (Émilie)

- C'est rassurant un peu. (Audrey)

- Oui, c'est rassurant. (Émilie)

- Parce qu'avec tout ce qui se passe à télé, toutes les filles qui font de l'anorexie ou vraiment les mannequins, juste le fait de voir des émissions sur les mannequins et [qu'il] faut qu'elles maigrissent, et que les filles pensent que les gars, c'est ça qu'ils aiment... Ben c'est un peu rassurant de se faire dire que non, c'est pas ça vraiment. (Audrey)

- [...] Et aussi, c'est avec des articles comme ça que t'apprends à mieux t'aimer... (Émilie)

- À t'accepter. (Audrey)

- À t'accepter, ouais. (Émilie)

4.4.3.2.5 La fonction « se rassurer » dans les textes traitant d'infidélité

Ouais, comme lui ici, ça dit : « J'ai pas tout le temps été fidèle... » Ça peut arriver à tout le monde, je me dis, au moins il explique son point, quelqu'un qui est dans le même pétrin, ben... il lit ça et il dit « Ah, O.K., je suis pas le seul à être comme ça », au moins il peut se sentir moins... [seul]. (Mélissa)

4.4.3.2.6 La fonction « se rassurer » dans la chronique « Vox Pop »

- *Ben je trouve ça intéressant, parce que y a des shots qui arrivent au monde et que tu dis, des fois t'as des shots qui arrivent à toi, des mauvaises expériences, tu dis, « olé¹¹ », tu te sens quasiment la seule [à] qui [ça] arrive, et quand tu vois quelque chose de même, tu te dis « Ah, ben, peut-être bien que j'étais pas si pire que ça y a quelqu'un dans le monde [à] qui [il] est arrivé la même chose que moi ». (Laurence)*
- *C'est rassurant? (Chercheuse)*
- *Ouais, c'est rassurant. (Laurence)*

¹¹ Expression acadienne dérivée de « Holy » exprimant la surprise.

4.4.3.3 Analyse des fonctions des textes traitant des pratiques sexuelles

En ce qui concerne les articles de la sous-catégorie « Pratiques sexuelles », les résultats sont illustrés dans le graphique suivant :

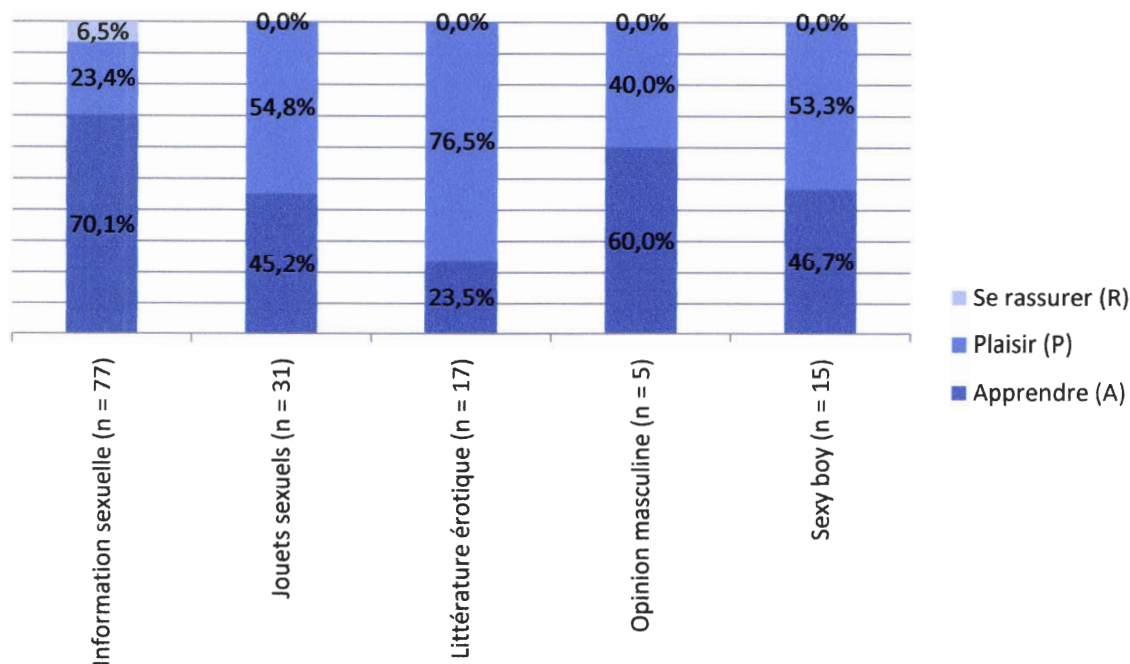


Figure 16 : Fonctions remplies par les articles traitant des « Pratiques sexuelles »

On remarque ici que la littérature érotique est surtout lue pour le plaisir (p : 77 %; a : 24 %; r : 0 %), de même que les articles faisant la promotion de jouets sexuels (p : 55 %; a : 45 %; r : 0 %). Les articles donnant de l'information sur la sexualité (a : 70 %; p : 23 %; r : 7 %) et faisant état d'une opinion masculine (a : 60 %; p : 40 %; r : 0 %), quant à eux, leur servent en majorité à apprendre. Les articles présentant un « sexy boy » leur servent presque autant à apprendre qu'à s'amuser (a : 47 %; p : 53 %; r : 0 %).

Enfin, seuls les articles fournissant de l'information sexuelle leur servent à se rassurer (7 %).

4.4.3.4 Citations illustrant des résultats de l'analyse des fonctions pour la sous-catégorie « Pratiques sexuelles »

Voici quelques exemples parmi les plus probants des résultats ci-haut présentés.

4.4.3.4.1 Fonction « plaisir » dans la littérature érotique

- Ben moi, « *Un après-midi chez le coiffeur* », je l'ai lu... (Jessica)
- [rires] Ouais, moi itou, ça... Je me suis dit « *Tabarouette* »! (Catherine)
- Ça m'a frappée, moi, hou! *Tabarouette*, c'est assez cru, là, hein! (Jessica)
- C'est une nouvelle érotique, je me suis dit, « *Tabarouette*, ça va être drôle », et finalement... [rires] Ouais, c'était drôle! [rires] (Catherine)
- Ouais, c'était drôle! Moi j'étais assise à côté de quelqu'un et je lisais ça - oh, *tabarouette*! Et là je contais ça à personne à côté, C'était là... (Jessica)
- [rires] Me semble t'es pas gênée, je comprends bien... Moi, quelqu'un qui aurait vu que je lisais ça, j'aurais fait comme « *Tabarouette*, je vais fermer ça! » [rires] [...] Ah, c'est drôle! (Catherine, « *Mon après-midi chez le coiffeur* »)

- Ben je sais pas, qui [est-ce qui] va aller sur le coiffeur et que tu vas commencer à lui pogner la cuisse, tsé... (Vanessa)
- Ouais, c'est ça, et qu'elle se laisse faire et qu'après, il l'apporte dans un autre... (Valérie)
- Dans un petit bord... (Vanessa)
- Dans une autre pièce, et là après l'autre coiffeur s'en vient avec, ça fait comme... voyons... (Valérie)
- [...] C'est le fun à savoir, j'ai aimé ça lire ça, et c'était intéressant, plutôt ildevrait y en avoir gros des histoires de même parce que c'était intéressant, et on a envie de le lire, tu regardes juste le titre, là, et... « *Mon après-midi chez le coiffeur* », l'image, elle dit bien des choses... et là ça déchire la petite culotte, c'est pas que ça me donne envie de faire ça, mais c'est que c'est le fun à lire, c'est drôle, tu lis ça et t'as des images dans ta tête et t'es comme... « Ayoye ». Elle dit : « J'aime ça me faire sodomiser ». Tsé, ça doit faire mal. J'ai trouvé ça drôle. (Vanessa)
- C'est juste pour ... te distraire? (Chercheuse)
- Ouais, c'est ça, on dirait que c'est quelqu'un qui conte une histoire, une histoire de fantaisie, mais une histoire qui est déjà vraiment arrivée. Je trouvais ça drôle. (Vanessa)
- Ah moi aussi quand je l'ai lu, j'étais comme... Ben, c'est plus pour distraire, on dirait tu te dis, c'est peut-être plus irréel, mais en même temps c'est vraiment passé à quelqu'un. C'est bizarre. (Valérie, « *Mon après-midi chez le coiffeur* »)

4.4.3.4.2 Fonction « plaisir » dans les articles traitant de jouets sexuels

- *Ouais. Après ça moi j'ai regardé les petites affaires sexuelles qu'ils vendaient, j'avais trouvé ça ben, ben drôle, les affaires qu'ils inventent asteure là-dessus, là. (Jessica)*
- *Hey moi itou, y a-tu des affaires bizarres pareilles, hein! (Catherine)*
- *Hein! Moi, j'aime ben ça. (Jessica)*
- *Hein, c'était l'anneau, là. [...] « Hein, tabarouette, ça existe, ça, c'est donc ben fou! » (Catherine)*
- *Ben au moins, ils pensent aux filles, asteure, là. (Jessica)*

- *Ça, c'est pas comme un autre article, c'est plus comme des petites affaires. (Carolane)*
- *...Des affaires qu'ils vendent, et comment t'as trouvé ça, cet article-là? (Chercheuse)*
- *Ben c'est le fun, ça nous informe que ça existe. (Carolane)*

- *J'ai trouvé ça drôle. Je pense que c'est un autre magazine en tous cas, y a quelque chose de drôle dedans. (Sabrina)*
- *Ouais. (Joanie)*
- *C'était quoi? (Chercheuse)*
- *C'était, je sais y en a c'est des pochoirs, là. J'étais comme « Non, là! » Il me semble, t'as du temps à perdre si tu le fais au pochoir... [...] En tous cas, c'est drôle. (Sabrina)*
- *[...]*
- *Et quand vous voyez ça, qu'est-ce que vous pensez? (Chercheuse)*
- *Ben moi ça me fait rire. (Sabrina)*
- *Ouais. (Joanie)*
- *Ouais, c'est pas quelque chose que ça vous intéresse d'acheter? (Chercheuse)*
- *Ben, tout de suite, non, mais des fois tu veux avoir du fun, quelque chose comme ça, c'est toutes des affaires drôles. (Sabrina)*

- *J'ai trouvé ça intéressant. Ça, ben c'est comme tantôt, des petits gugusses le fun, là. Ça c'est comme de la body paint. (Sabrina)*
- *Ouais, et c'est à saveurs, je te f...ck pas trop, là. Tsé, moi, c'est juste pour le trip de lire ce que c'est, là. (Joanie)*

4.4.3.4.3 Fonction « apprendre » dans les textes fournissant de l'information sexuelle

Ben, à un moment donné, si ça m'arrive de plus vouloir faire l'amour, savoir si c'est parce que le gars m'intéresse pas ou si y a d'autres raisons. Comme les prises de contraceptifs, je savais pas que la pilule pouvait arrêter la libido, diminuer la libido de la femme. [...] Ben je l'ai trouvé intéressant, et

je l'ai trouvé informatif. Tsé, je me suis dit que peut-être, dans ma vie, plus tard, ça allait me servir, là. (Émilie)

- Et pourquoi c'est important pour toi de voir toutes ces raisons-là? (Chercheuse)

- Ben c'est comme, moi j'ai mon chum, et à soir, je ne veux pas. Ben, pourquoi je veux pas? Et pourquoi que ça me tente pas, je le sais même pas moi-même. Peut-être bien que j'ai été stressée, peut-être qu'il est arrivé quelque chose. Peut-être bien que je suis fatiguée, ben, pourquoi que ça affecte mon système, et pourquoi ça fait ça, je vais le savoir. Peut-être bien, que c'est quelque chose qui a rapport avec la tête, peut-être que ça a rapport avec mes sentiments, je vais savoir pourquoi que cette chose-là m'affecte au niveau du désir sexuel. (Vanessa)

- Ça, « Anatomie masculine », je l'ai lu par exemple. Je trouvais ça ben, ben le fun, c'était intéressant. Tsé nous autres on en a pas [de pénis]. C'est intéressant. (Jessica)

- Ouais, c'est ça, moi itou j'ai trouvé ça full intéressant parce qu'ils expliquaient toute côté physiologique, qu'est-ce que ça faisait, c'était full intéressant, là! Comme, toutes les zones érogènes, vraiment, où est-ce qu'elles sont et je savais même pas que le point G, c'était la prostate. J'avais jamais su ça j'ai fait : « Ah! Tabarouette! Je savais pas ça. » Et j'ai commencé à dire ça à tout le monde, et je trouvais ça drôle. [rires] [...] J'ai fait un vox pop, juste pour le fun, là... Vox pop, [rires], je trouve ça drôle ce mot-là... J'ai commencé à demander à tous mes amis de gars, fait : « Ha! Ha! Savez-vous que le point G c'est la prostate? » Et eux-autres non plus savaient pas! [rires] Ils ont fait : « Ha! Dégueulasse! » J'ai fait : « Ah! C'est donc ben poche! » [...] Mouais, c'était vraiment intéressant. Mais à un moment donné c'était vraiment hard, par exemple, là... (Catherine)

- « Caresse 101 », là! [encadré] (Jessica)

- Ça, là! Ouais, c'est ça. Le reste, c'était pas mal pas pire, mais là, c'était vraiment l'enfer... (Catherine)

- Ça montrait vraiment comment donner du plaisir aux gars, y a toutes les p'tits détails, tu mets ton doigt là, tu nananan... C'était là... (Jessica)

- C'était fou... (Catherine, « Anatomie masculine »)

- Ben, c'est le fun, ça nous montre comment l'homme... l'anatomie masculine, comment ce que... je sais pas comment expliquer ça là. [rires] (Carolane)

- C'est important pour toi? Comment c'est important pour toi? (Chercheuse)

- Ben non, là. Ça nous informe plus, mais c'est pas... plus important que ça, là. [...] Ça nous montre juste comment il est faite, et ça. Comment ce que... comment il fonctionne. (Carolane)

- Et pourquoi tu le lis, parce que c'est intéressant, parce que... tu veux juste savoir? Ou tu veux-tu l'appliquer, ou...? (Chercheuse)

- Ouais, c'est juste... c'est juste savoir. (Carolane)

- Curiosité? (Chercheuse)

- *Ouais, curiosité, je suis curieuse à plein, je vais... peut-être pas l'appliquer. Ben ça dépend des fois, là, mais.* (Carolane)
- *Plus tard?* (Chercheuse)
- *Hum. Ben tout de suite là j'ai un chum, là mais... Ça dépend, là. Si c'est intéressant à plein, ben... [rires]* (Carolane, « Anatomie masculine »)

- *Heille, ça...* (Sabrina)
- *« Anatomie masculine » ?* (Chercheuse)
- *Ouais.* (Sabrina) [...]
- *Qu'est-ce que ça disait là-dedans?* (Chercheuse)
- *Ben ça disait comme des trucs que tu peux faire, comme aux gars, et je trouvais ça drôle, là. [...]*
- *C'est-tu des trucs que vous pouvez essayer?* (Chercheuse)
- *Ouais. C'est pas des affaires effrayables¹² comme l'autre article de tantôt. [...]* *C'est juste... c'est des affaires que tout le monde sait, là.* (Sabrina) [...]
- *Et en quoi c'est moins effrayable?* (Chercheuse)
- *Ben c'est moins, c'est pas une histoire qui a là-dedans, ça dit juste comme l'information, tandis que tantôt, c'était vraiment personnel, là. Ça, c'est juste l'information là-dedans.* (Sabrina)
- *Et en quoi c'est important d'avoir cette information-là?* (Chercheuse)
- *Ben c'est juste drôle. Ben... c'est quand même important.* (Sabrina)
- *C'est bon de s'enrichir.* (Joanie)
- *Ouais. C'est des fois tu sais pas comment faire telle chose, ben ça le dit là-dedans ou quelque chose comme ça.* (Sabrina) [...]
- *C'est un bon moyen d'information?* (Chercheuse)
- *Ouais.* (Joanie)
- *Ouais.* (Sabrina, « Anatomie masculine »)

- *Euh... J'ai trouvé ça intéressant. Ben, tu sais pas comment ce qu'un gars « file ». Admettons qu'il est trop... il est trop précoce ou de quoi de même. Tu sais pas comment il « file », ce gars-là, ça t'apprend, tu dis « O.K. », mais faut pas trop que tu le tannes avec.* (Laurence)
- *Qu'est-ce tu veux dire par « le tanne avec »?* (Chercheuse)
- *Comme tu dis « Ah, voyons voir, pourquoi que, pourquoi t'es si vite de que ça, et... »* (Laurence)
- *O.K., dans ce sens-là.* (Chercheuse)
- *Ouais, tu l'abaisse tout le temps. Comme ça peut être peut-être bien fatal, ça peut le diminuer dans son estime. Et, non, j'ai trouvé ça intéressant que, tu connais pas vraiment, t'es pas dans la personne d'un gars, tu sais pas comment ce que...* (Laurence)
- *Mais pourquoi tu lui demanderais pas, tu as dis que tu avais un chum, pourquoi tu lui demanderais pas comment que... Qu'est-ce qui fait que c'est mieux pour toi que ce soit écrit là?* (Chercheuse)
- *Parce que je sais pas, peut-être bien entrer dans une conversation avec, oui, il serait capable de m'en parler, mais il pourrait pas tout me dire. C'est*

¹² Régionalisme. « Incroyables ».

pour ça que j'aime mieux le lire, et que j'en sais moins, quand il va me dire de quoi, ben je vais paraître moins niaiseuse. (Laurence, « Anatomie masculine »)

- Ça c'est des histoires vécues parce que je trouve toujours ça intéressant, les histoires vécues. (Sarah)

- Est-ce que ça a plus de poids que quelqu'un qui donne juste des exemples et qui sait pas si c'est vécu ou pas? Quand c'est vécu pour toi, qu'est-ce que ça change dans l'importance? (Chercheuse)

- Ben c'est sûr que quand que c'est pas vécu, ça dit le côté plus psychologique de l'affaire, et quand tu lis ça pour de vrai, c'est comme, on dirait que tu comprends pourquoi les gens ils aiment ça les one-night stands, et pourquoi ils font ça. (Sarah, « Envie d'un one-night? »)

- Qu'est-ce que t'as pensé de ça? (Chercheuse)

- Ben j'ai trouvé ça bon, là. J'ai trouvé ça... (Carolane)

- Ouais? (Chercheuse)

- Oui, ça m'a informée encore là, parce que... (Carolane)

- Et, si ton opinion a changé, en quoi elle aurait changé quand t'as lu ça? (Chercheuse)

- Ben. Elle a changé plus positive, parce que, des one-night, je trouve que c'est pas conseillé, disons, mais... Moi je suis, c'est pas de quoi que je ferais vraiment mais je suis plus ouverte. (Carolane)

- Depuis que tu as lu ça? (Chercheuse)

- Ouais, depuis que j'ai lu ça et ils disent que, les règles à respecter, je trouve ça plus correct, je suis plus... Quand même, [si] ça m'arriv[ai]t un jour, j'aurais lu là-dessus... (Carolane, « Envie d'un one-night? »)

4.4.3.4.4 Fonction « se rassurer » dans les textes fournissant de l'information sexuelle

Ah, ça j'aime ça, c'est des affaires qui t'arrivent à toi, mais que t'en parles pas à personne, mais qu'eux-autres osent en parler. À, je sais pas moi, Dr Love. Il répond, et « Ah, O.K., ben je suis pas la seule à qui ça arrive! » [...] Comme ici, je pense que c'était une mauvaise rupture avec son chum, quelque chose comme ça. En tous cas, ça a rapport avec la sexualité, des affaires comme ça, des problèmes. Et tu vas lire ça et « O.K., ouais, ça m'est déjà arrivé moi itou, je savais pas que j'étais pas la seule, et O.K., je suis pas si pas normale que ça ». Des affaires qui te réconfortent un peu, et c'était le fun savoir... Moi, j'aime radoter les affaires que je sais là-dessus, comme « Hey, savais-tu que ça a déjà arrivé à une fille de quoi comme ça? ». J'aime ça lire ça, c'est comme mon petit bonheur de la journée.

(Vanessa, « Dr Love : La rupture, comment s'en sortir sans y laisser sa peau! »)

Ben ça, je l'ai lu un peu, parce que, c'est quand même quelque chose de dur, moi j'ai vécu ça, la rupture. Et c'est quelque chose de dur, là ça aide des

fois de lire ça. (Sabrina, « Dr Love : La rupture... comment s'en sortir sans y laisser sa peau! »)

- *Cet article-là, comment ça a fait changé ton opinion?* (Chercheuse)

- *Ben ça m'a fait réaliser que quand j'entendais parler d'une fille qui avait un one-night stand, c'était comme, « Oh, elle fait peut-être pas la bonne chose », mais ça, je trouve que ça a banalisé et que ça l'a rendu moins tabou vis-à-vis moi. Je vais moins trouver ça choquant quelqu'un qui fait un one-night stand.* (Sarah)

- *Et est-ce que tu trouves que c'est une bonne chose ou une moins bonne chose que ça a rendu ça moins choquant?* (Chercheuse)

- *Ben je trouve que c'est une bonne chose, mais c'est sûr que les gens qui font des one-night stand souvent, c'est pas vraiment un article comme ça qu'ils devraient lire, parce qu'ils devraient se contrôler un peu, mais disons les gens qui sont trop pognés et qui sont malheureux parce qu'ils n'ont pas une vie sexuelle assez épanouie, ben, écoute, ça va peut-être les aider à trouver ça plus normal.* (Sarah, « Envie d'un one-night? »)

4.4.4 Croisement avec les données d'ancrage

On présente dans cette section les données d'ancrage s'étant révélées pertinentes lors du croisement de celles-ci avec les résultats obtenus pour l'analyse des fonctions. Ici encore, la valeur « 1 » représente la fonction « pour apprendre », alors que la valeur « 2 » représente la fonction « pour le plaisir ». La fonction « pour se rassurer » n'a pas été analysée ici en raison du petit nombre d'occurrences y référant.

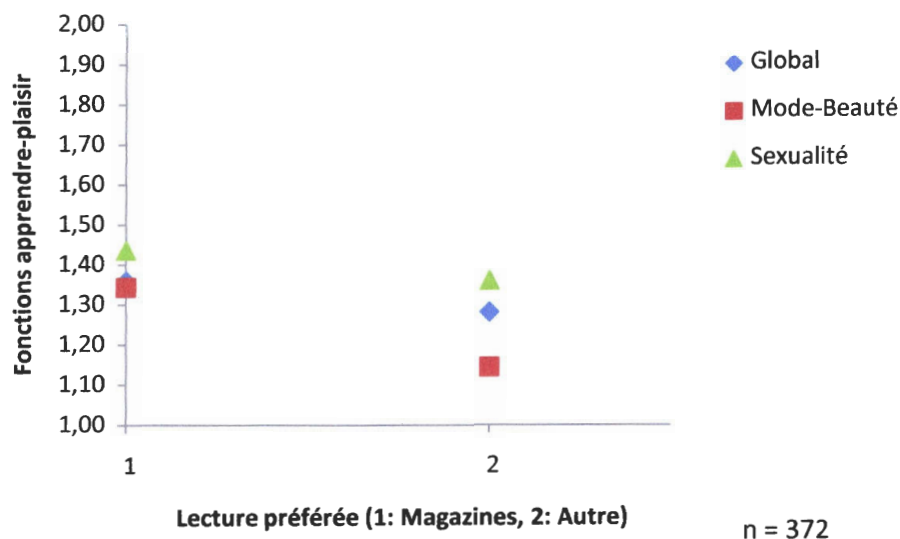


Figure 17 : Fonctions remplies selon la lecture préférée

Le graphique qui précède montre que les participantes qui préfèrent lire des magazines le font un peu plus pour le plaisir que celles dont la lecture préférée n'est pas les magazines (quoique la principale fonction remplie soit toujours « pour apprendre »).

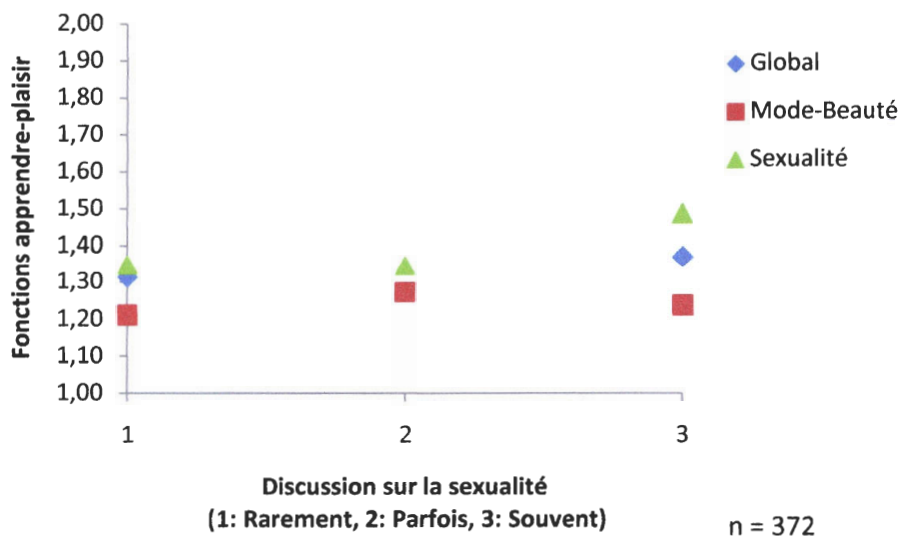


Figure 18 : Fonctions remplies selon la fréquence des discussions sur la sexualité avec les parents

Ici, bien que les points représentant les catégories « Mode-Beauté » et « Global » (représentant la moyenne des deux catégories) ne sont pas valables ou interprétables, puisqu'ils suivent une courbe à partir de laquelle on ne peut créer de sens, on peut noter, mais avec la pondération que ce graphique exige, que la fonction « plaisir » augmente quand l'adolescente estime qu'elle a « souvent » des discussions au sujet de la sexualité avec ses parents.

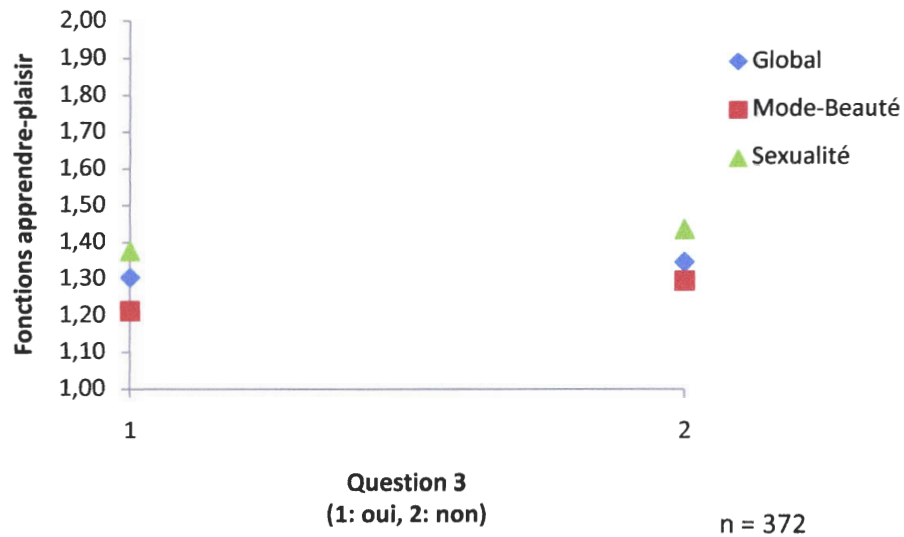


Figure 19 : Fonctions remplies selon la question
« Les discussions avec mes parents sont pourvues d'opinions »

On observe dans la figure 19 que les participantes dont les parents fournissent des opinions lors de leurs discussions sur la sexualité lisent le magazine un peu plus pour apprendre, quoique le point sexualité suive une tendance générale (il ne se sépare que légèrement du reste des points du graphique).

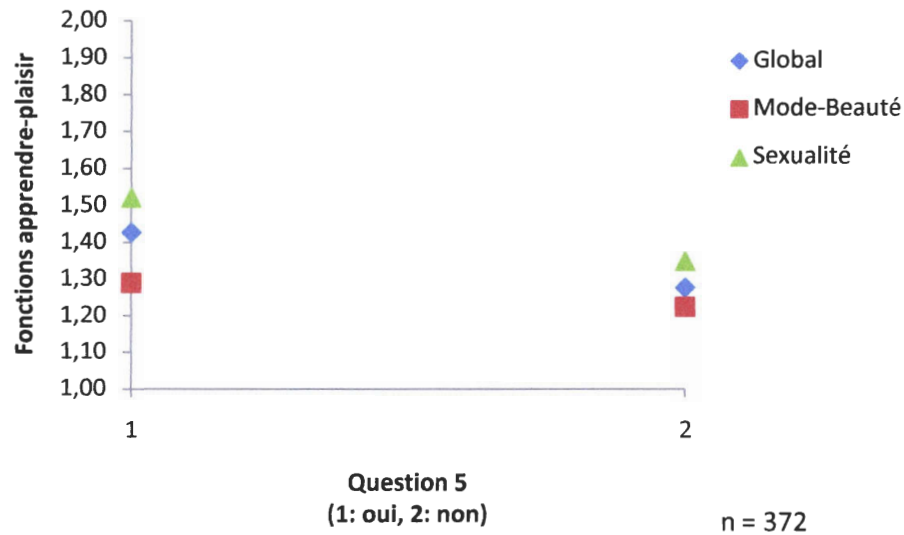


Figure 20 : Fonctions remplies selon la question
« Ces opinions [de mes parents] encouragent la sexualité »

À la figure 20, on peut voir que les participantes dont parents encouragent la sexualité lisent plus les magazines dans une optique de plaisir que celles dont les parents découragent la sexualité.

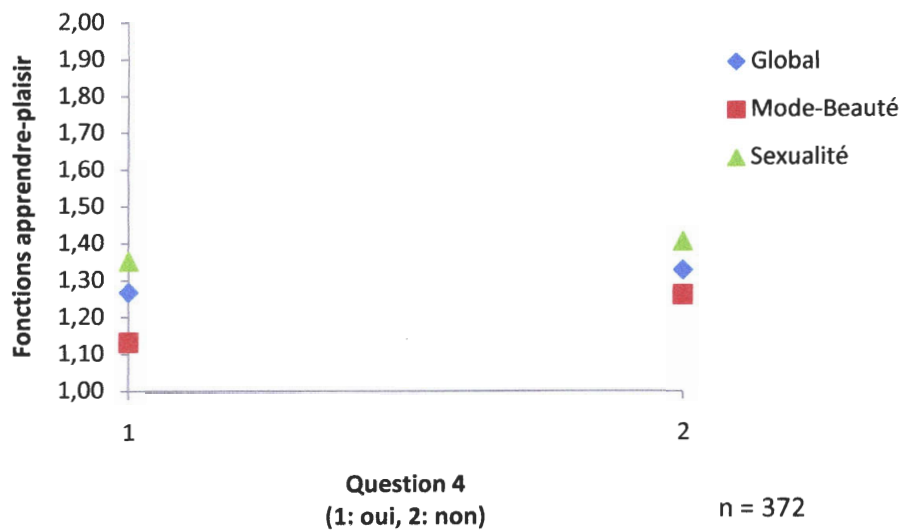


Figure 21 : Fonctions remplies selon la question
« Ces opinions découragent la sexualité »

La figure 21 corrobore un peu la précédente, quoique le point « Mode-beauté » soit mobile. Idéalement, ces deux derniers graphiques (figures 20 et 21) devraient montrer des résultats opposés. On observe cependant une légère différence qui peut s'expliquer par le fait qu'il a été possible pour certaines participantes de cocher les deux cases (« découragent la sexualité » et « encouragent la sexualité ») dans les cas où il leur semblait que leurs parents tenaient un discours ambivalent sur la sexualité.

4.5 Présentation des résultats concernant la réception des articles des catégories « Mode-Beauté » et « Sexualité » (résultats du plan 3)

Dans cette section sont présentés les résultats en analysant la réception; cette analyse est aussi basée, comme celle des fonctions, sur les verbatim des entretiens. On rappelle d'abord les codes définis pour la réception pour ensuite exposer les résultats graphiques, citations à l'appui. Ultiment, ces résultats sont croisés avec les données d'ancrage pertinentes.

Comme mentionné précédemment, nous avons défini quatre types distincts de réception : la réception dominante, la réception négociée, la réception oppositionnelle et l'ignorance. Ces niveaux sont clairement inspirés des types de réception de Stuart Hall (1973) et de leur application dans la recherche de Bouchard et Bouchard (2005), à l'exception de l'ignorance, que nous avons ajoutée pour témoigner de cette réalité pourtant pertinente (qui, à notre avis, aurait dû faire partie de cette dernière étude) et rendre compte plus fidèlement des comportements de lecture des participantes.

Il importe également de rappeler qu'en raison de la méthodologie utilisée pour cette partie de l'analyse, les résultats concernant « l'ignorance » sont moins fiables que ceux de l'analyse du taux d'intérêt. Il est donc préférable de se référer à cette partie de l'étude sur ce point (section 4.3, p. 57). Nous avons toutefois, à titre d'information et de comparaison, laissé les résultats de l'ignorance dans les graphiques, car ils ne sont pas sans pertinence non plus. Seulement, ils présentent certaines limites reliées au fait qu'ils ne reflètent que l'ignorance ayant fait l'objet de discussion lors des entretiens, et non l'ignorance manifestée par la méthode « crayon en main », plus constante (chaque article sans exception s'y est vu attribué une note, mesurée au moyen des annotations de couleur dans les magazines lors de la lecture à la maison).

Ainsi, certains articles ont pu ne pas être discutés lors des entretiens; nous n'avons donc pas de données sur eux qui puissent témoigner d'une réception particulière ou d'une ignorance. S'il avait été convenu que la chercheuse n'intervenait pas dans les entretiens pour discuter d'un article en particulier, l'ignorance aurait pu être valable pour cette partie de l'analyse, mais ce n'est pas le cas : la chercheuse a voulu discuter principalement des articles traitant de la sexualité et a volontairement attiré l'attention des participantes sur ceux-ci, guidant

parfois la discussion pour ne rien manquer de l'information qu'elle pouvait soutirer sur certains points.

Subséquemment, la mise en garde relative à l'ignorance est par ailleurs valable pour les autres types de réception : d'une façon ou d'une autre, tous les articles n'ont pas été discutés. Cependant, chaque article *discuté* s'est vu attribué un poids égal dans l'analyse.

Les citations expliquant un manque d'intérêt ou l'inverse, obtenues lorsqu'un article était discuté, sont en revanche tout à fait pertinentes; elles seront donc présentées pour illustrer les résultats qu'elles concernent.

4.5.1 Types de réception

Chaque article a été codé de façon systématique selon le type de réception que laissait entendre les participantes. Quatre niveaux de réceptions étaient possibles : « réception dominante », « réception négociée », « réception oppositionnelle » ou « ignorance ». Contrairement aux catégories des fonctions, celles des réceptions devaient être, pour l'analyse, totalement exclusives. Il a donc fallu se munir de règles de codification strictes. Les catégories sont présentées ici avec leur définition opérationnelle.

4.5.1.1 La réception dominante

On a considéré que la participante faisait une réception dominante d'un article lorsqu'elle était d'accord avec le texte étudié et n'y voyait aucune source d'opposition. Ceci se traduisait par le fait d'accorder de la crédibilité au texte, parfois plus qu'à soi. La participante témoignait souvent de sa réception dominante par des mots comme « C'est vrai ce qu'ils disent ». Dans les articles de la catégorie « Mode-beauté », où les textes étaient peu nombreux, la réception dominante se dénotait par une appréciation dominante des styles proposés : la participante les trouvait beaux, sans leur trouver de défaut, que ce soit en lien avec leur prix, leur extravagance ou leur inaccessibilité dans leur milieu géographique.

En cas d'absence de trace de réception dominante tangible ou explicite, la réception était classée comme étant dominante, puisqu'il n'y avait pas trace d'opposition.

Voici des exemples de citations témoignant d'une réception considérée dominante :

Heille, j'ai commencé à lire ça et je me suis dit « Tabarouette, c'est vrai, ça » : « [la masturbation] peut amener le développement d'un pattern particulier de stimulation qui ne peut pas toujours être reproduit dans une relation ». Ça, c'est vrai, vraiment. Là, je me suis dit : « Hein, c'est ça ». (Catherine)

Hum. Ouais, c'est ça. Et là elle disait, la clé du problème, le rejet, la honte de soi. Et là ça finissait par dire, vaut mieux s'accepter. Elle, elle a appris à s'accepter, finalement. Ben c'était bon. C'était vraiment bon. (Catherine)

Moi, j'avais encerclé celui-là parce qu'il était beau. L'été s'en vient, faut aller s'en acheter. J'ai encerclé ça! (Vanessa)

Ça, c'est ça que je te disais, que je trouve cute, ces deux personnes-là qui content leur histoire. [...] Je trouve ça beau à plein, et c'est vraiment vrai. (Carolane, « Histoire de désir »)

- Mais je trouve qu'il y a des raisons là-dedans qui sont vraies. (Sabrina)

- Comme quoi? (Chercheuse)

- Ben comme la télé, ici, là. Et les raisons de sommeil, c'est pas mal tout ça les excuses, c'est plein d'affaires comme ça, c'est vrai, là. (Sabrina, « Les 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe »)

Ben ça n'a pas vraiment fait changer mon opinion, ça l'a juste accentué. Comme moi, ayant passé proche de la boulimie et tout ça, je me dis si j'étais pas boulimique, j'étais vraiment, vraiment [proche], et je me dis que si ça peut réveiller d'autres personnes, ben c'est tant mieux. J'étais [exactement] de l'opinion de l'auteure. (Andréanne, « Quand la minceur tourne à l'obsession »)

Il est important de distinguer « réception dominante » et manque d'esprit critique, car tout autant qu'un article figurant dans un magazine pour adolescentes n'est pas systématiquement mauvais (au sens où semblent le laisser entendre les analyses de contenu, c'est-à-dire remplis de prescriptions idéologiques « néfastes » pour les lectrices), la réception dominante qui en est faite n'est pas nécessairement à critiquer ou naïve, comme le prouvent ces extraits :

- Ben je suis d'accord avec le gars dans ce cas-ci. (Catherine)

- Moi aussi. Je trouvais qu'il n'était pas le macho qui veut la petite raide maigre un peu nounoune, là. (Jessica)

Je l'ai trouvé super bon parce que... c'est vrai que tu veux avoir le corps parfait et dans le fond, ça rend pas si heureux que ça. (Jessica)

Ici, la participante s'est interrogée sur la source de l'article avant de lui apposer son approbation :

- *Et en plus, c'est écrit par une sexologue clinicienne et psychologue.*
(Émilie)
- *Ça passe le test?* (Chercheuse)
- *Ça passe le test!* (Émilie)

Le but de la distinction des réceptions n'est donc pas d'émettre un jugement de valeur sur la capacité critique des participantes, mais bien de comprendre les mécanismes de réception qui sous-tendent la lecture des magazines pour adolescentes.

La réception est également considérée comme dominante lorsque le sujet fait une lecture active de l'article qui provoque un changement dans son comportement ou dans son comportement éventuel:

Ils disaient que c'était pas bon d'avoir une télé dans chambre, parce qu'on écoute plus la télé avant de se coucher, et là on se couche, on s'endort sur la télé, tsé, genre, ils ne veulent pas de sexe à cause... ben en tous cas. Je trouve ça intéressant, je me suis dit, crime, je mettrai jamais une télé dans ma chambre [...]. (Jessica)

La réception est aussi dominante lorsque la participante évoque le fait que les défauts d'un article ne le dégradent aucunement à ses yeux :

Ouais. Ça, j'aime ça, par exemple. J'ai déjà essayé de me le faire, mais ça n'a pas marché. C'est un détail! [Rires] (Joanie, « Drama-chic! »)

4.5.1.2 La réception négociée

La participante est ici partagée entre deux opinions. Elle trouve l'article bon, mais elle exprime des craintes, ou encore elle pèse le pour et le contre d'un article. Il peut aussi s'agir d'une lecture oppositionnelle tempérée.

Moi j'ai juste, j'ai regardé ça un peu, j'ai vu Anna Sui et Lancôme... Ben Lancôme, c'est pas si pire. Anna Sui, c'est pas dans mes moyens. [Rires] J'aimerais ben ça par exemple... [Rires] Mais qu'est-ce tu veux. (Catherine)

Ouais, c'est ça, [c'est cher]. Mais Herbal Essence, Herbal Essence c'est pas si pire, c'est quand même dans nos moyens. (Jessica)

Euh, liposculpture, j'ai dû mettre « intéressant » je crois. (...) Oui, j'ai trouvé ça intéressant. Ben c'était vraiment plus médical ... Sauf que... il y a un petit côté que j'aimais peut-être moins, c'était banalisé, là... Finalement, c'est comme si c'était accessible à tous et que c'était pas grave. [...] Mais en même temps, il y a des choses [auxquelles] je n'avais pas pensé nécessairement, comme des fois on a des préjugés, on se dit, tabarouette, quelqu'un qui a eu recours à la liposculpture, c'est peut-être un lâche, mais là ils disaient que c'était pas nécessairement ça, qu'il y a vraiment des choses génétiques qui font qu'on peut pas maigrir d'une place ou d'une autre. Ça m'a fait voir que oui, c'est vrai, ça peut être nécessaire dans certains cas. (Catherine)

Moi ça me dérange pas plus que ça, dans le fond, les one-night... [...] En autant que ce ne soit pas des one-night quand ils ont déjà un chum, là... (Catherine)

L'auteur, c'est Stéphane Martel, et il donne toujours son avis sur tout, et je trouve ça intéressant. On voit comment les gars pensent. Ben j'ai trouvé ça intéressant, mais c'est sûr que y a des affaires qu'il disait que, il me semble ça marche pas son affaire... [Mais] ça reste toujours intéressant pour voir comment il pense, contrairement à moi. (Alexandra)

J'avais marqué « pas intéressant », mais je l'avais lu, parce que quand même, une rupture, c'est quelque chose qu'on va vivre dans notre vie, mais ça m'a donné quand même des p'tits trucs, c'est quand même des choses que je savais. Je serais pas du genre à perdre la tête pour une rupture, mais... quand même. (Émilie)

Ben... j'irais pas avec un gros décolleté comme ça. [rises] Peut-être bien pas, mais les souliers, j'aime bien les souliers. Et la sacoche est trop fleur pour moi. Mais à part de ça, je trouve que ça fait beau. (Vanessa)

C'est sûr qu'il y a des styles ici que tu trouves pas vers ici non plus là, mais c'est intéressant à savoir pareil. (Valérie)

Et des fois ça donne pas des bonnes solutions, c'est un peu inimaginable, mais... c'est des petites anecdotes, là. (Vanessa)

Ça, « Avez-vous déjà été infidèle? », [...] ça m'intéresse de comprendre, parce que c'est sûr que ces gens-là ils font pas ça pour le fun c'est... y a tout

le temps une histoire en arrière de ça, eux-autres aussi ça leur fait de la peine, et c'est sûr que les gens infidèles ont quelque chose à se reprocher, mais en même temps faudrait essayer de les comprendre eux autres. Parce qu'il a de quoi en arrière de ça. Je dis pas que c'est la faute de sa femme, qu'il l'a trompée, que lui a été infidèle, c'est pas nécessairement la faute de sa femme, mais c'est sûr qu'eux-autres y ont pas fait ça de gaité de cœur, ce serait comme fun de comprendre pourquoi eux-autres font ça, peut-être que la femme, elle, elle va pouvoir prendre [incompréhensible] et éviter sûrement qu'il la trompe, c'est sûr que c'est pas sur ses épaules que ça retombe, mais comprendre, là. (Sarah)

Je lisais la dessus et... c'était surtout la règle des trois premiers jours (faut pas appeler le gars et nananan). C'est sûr que je trouve ça ridicule parce que tu prends ça comme ça vient, c'est pas pareil pour tout le monde, mais d'un autre côté, c'est vraiment la norme et ce que la plupart des gens trouvent correct. Tu peux te baser là-dessus un peu. (Sarah)

Ben... je suis pas pour et contre, mais c'est quand t'es pas à l'aise avec ton corps, et tu veux changer, ben, go for it, c'est pour toi mais moi je le ferais pas, mais si tu te sens pas à l'aise dans ton corps et tu veux le faire, ben tant mieux pour eux-autres. (Carolane, « Liposculpture : corps à la carte »)

La réception négociée peut aussi s'exprimer par le fait qu'une participante exprime comment elle aurait modifié un article pour le rendre meilleur. Elle démontre ainsi qu'elle en jauge la qualité, sans pour autant l'accepter ou le rejeter en bloc :

- *Mais comme ici, ils auraient pu peut-être ajouter quel look ils pensent qui est le plus beau. (Sabrina)*
- *Ouais. (Joanie)*
- *Ça aurait été le fun juste savoir ça. (Sabrina, « Sexy Chocolat »)*

Dans la section mode-beauté, la réception négociée se révèle parfois par une appréciation des styles plus éclatés de la mode inspirée de la haute-couture, moins accessible :

Et après, ça dans « Histoires de robes », toutes les sortes qu'il y a, je trouve ça vraiment beau, pour l'été. C'est jaune, et d'habitude du jaune, y en a qui le portent, mais, c'est pas [pour tout le monde], et là vraiment ça sort ben, pour l'été. Et là ça sort, y a toutes sortes de couleurs différentes, moi je trouve que c'est plus grand-mère, mais en même temps ça lui fait pas si laid que ça pareil sur elle. Ça dépend du look. Comme ça, regarde, ce sont toutes des couleurs qu'il me semble que ça [ne] va [pas] tout bien ensemble mais c'est beau pareil, là. C'est sûr que le vert ici fait moins beau, mais c'est beau pareil. Ce sont toutes sortes de différents looks. Regarde, ici il

y a moins de froufrous, mais c'est plus court, c'est plus fait « style ». Ça dépend des fois. (Valérie)

Ça ici, ben j'ai regardé les images de robes, je sais que la jaune je la trouvais belle. Je sais qu'il y en a que c'est pas vraiment beau, mais c'est la mode, là. (Sabrina)

Des fois, on regarde les images et on dit « Ah, ça, si c'était pas là, ça serait plus beau... ». Moi c'est ce que je fais en tous cas. (Joanie)

- Ça, ben je les aime plus, parce que c'est plus comme que je prends. C'est que des fois, t'aurais pas osé des styles, mais c'est qu'en réalité, ils sont beaux, quand tu les vois dans les magazines... (Sabrina)

- Des fois, tu vois de quoi et t'es comme, « Ah... », mais après ça, tu regardes à [nouveau] et tu fais « Ah! Ça serait beau! » (Ashley)

Ben là-dessus, je trouve que, c'est pas... Ils nous apprennent quand même des choses, à une place, ça dit [...] comment le gars est fait, et tout ça. [...] À notre âge, c'est correct, on l'apprend même à l'école, comment que c'est [fait], on le sait. Mais il y a des choses que d'autre monde fait et que... Surtout l'histoire que j'avais lu là, qui expliquent vraiment en profondeur de même, je pense que j'aurais pas eu besoin de savoir ça. Je suis pas à un âge que... Ben, oui je suis à un âge [où] on peut faire ça et tout [le sexe], mais moi je suis pas de même. Je prends [mon] temps avec ça et je fais pas ça [...], j'ai même peur avec ces affaires-là. Ça prends le temps qu'il faut et tout. C'est pour ça [que] j'étais pas mal désappointée, surtout avec ces histoires-là [les nouvelles érotiques], ce sont elles qui m'ont [frappée] le plus [...]. Sinon, il est bon pareil, [le magazine]. Il est bon comme il était avant quand même [...]. C'est bon qu'ils en montrent un peu aux jeunes comment c'est, comment ça se passe et tout ça, là, mais pas trop en profondeur. Peut-être bien juste commencer mollo on dirait. Parce que je trouve que là c'est un peu trop. (Mélissa)

- Ça, j'ai lu ça, vaguement. J'ai trouvé ça quand même intéressant, parce que, les one-night stands, j'ai une de mes amies qui en [a], mais pas des vraies, et je trouve ça intéressant, pourquoi les gens vraiment veulent faire ça. C'est sûr que je me classe pas vraiment dans cette catégorie-là, je me trouve un peu jeune, [...] c'est sûr que des fois c'est mal vu, des gens qui font des one-night stand, mais d'un autre côté, c'est bien vu, j'ai [lu] toutes sortes d'articles là-dessus, [disant] que c'est bénéfique sur la personne. (Sarah)

- Et toi, qu'est-ce que t'en penses? (Chercheuse)

- Ben moi je pense que la personne, que la fille peut avoir un one-night stand une fois de temps en temps, mais pas à toutes les fins de semaines, parce que là, elle a un problème. (Sarah)

4.5.1.3 La réception oppositionnelle

On a considéré que la réception était oppositionnelle lorsque le discours tenu par la participante sur un article s'opposait au contenu d'un article. Par exemple :

En tout cas, moi ce que je trouvais vraiment niaisieux, là, c'était les stencils pour le poil pubien, là. Quel intérêt il y a de se mettre un lapin dans le poil pubien ou un trèfle à trois feuilles¹³? [...] Qui est-ce qui va s'arrêter à regarder le poil pubien d'une fille ou d'un homme... [...] J'ai comme, non, ça m'intéressait pas. (Audrey)

La réception était également classée oppositionnelle quand la participante tenait un discours « principalement » oppositionnel, c'est-à-dire lorsqu'une mince partie de l'explication était non oppositionnelle, comme si la participante avait envie de reculer d'un pas sur ce qu'elle venait de dire, mais que le reste de la discussion continuait à être tout à fait oppositionnel. Dans ce cas particulier, la réception oppositionnelle se différencie de la réception négociée en ce sens que la participante ne pèse pas le pour ou le contre d'une situation, ni ne semble partagée. Voici un exemple (rare) de cette situation :

Ben, je sais pas, là. C'est pas moi qui essaierais de quoi de même. C'était exagéré. Ben, ça se peut que ça arrive pour de vrai, là, mais... Quasiment un trip à trois, ça là. C'est beaucoup d'imagination. Je me disais « Olé, ils en mettent ». (Carolane, « Mon après-midi chez le coiffeur »)

Dans ce cas particulier, la partie « Ben, ça se peut que ça arrive pour de vrai, là, mais... » ne témoigne pas du fait que la participante semble partagée entre endosser l'article ou s'en offusquer, mais bien qu'elle ne semble pas l'approuver du tout, en dépit du fait qu'il puisse être réel. Une certaine part d'interprétation doit être faite.

En d'autres cas – beaucoup plus fréquents – l'opposition pouvait être la raison d'une ignorance. Dans un tel cas, la réception est codée comme étant oppositionnelle, et non comme ignorée. La distinction entre l'ignorance par manque d'intérêt et l'ignorance par opposition n'est pas seulement utile en soi, mais se trouve dans notre cas presque nécessaire. Puisqu'il était très fréquent que les participantes aient ignoré un article en raison d'une opposition, nous nous serions retrouvés, sans distinction, avec des résultats pouvant

¹³ L'article présentait des pochoirs permettant de dessiner des formes dans le poil pubien.

mener à croire que les jeunes filles lisent leur magazine de façon détachée, en ignorant une large part, et qu'elles n'expriment leur désaccord que rarement, ou, du moins, beaucoup moins souvent qu'elles ne le faisaient réellement. Les exemples en ce sens sont éloquentes, et de lire une série d'exemples distinguant l'ignorance par opposition de l'ignorance par manque d'intérêt permet de saisir l'importance de la nuance.

Voici ceux témoignant d'une ignorance par opposition :

- *Moi, je l'ai pas lu. Juste voir des collants et des talons hauts, ça fait : « O.K.! On passe! » [rires] (Alexandra)*

- *Et pourquoi? [...] (Chercheuse)*

- *Ça l'air plus agace! Excusez le mot! Mais, je sais pas. [...] T'as pas besoin de t'habiller comme ça pour attirer un homme, là... (Alexandra)*

- *Ah je regarde toujours les images des produits. (Émilie)*

- *Et ensuite tu passes? (Chercheuse)*

- *Je passe. [...] Je regarde les produits sauf que je trouve toujours que c'est des produits coûteux, là. Les ombres Éclat duo, 52 dollars. J'ai pas les moyens de m'offrir ça. (Émilie)*

Ça, je l'ai pas lu, parce que... [...] Y a des moyens autres que [la liposuccion] pour changer notre corps, je trouve. (Audrey)

Moi, sérieux, ce que le monde, les expériences de vie des autres,... J'aime moins ça. [Serait de l'ignorance, mais elle ajoute :] Elle racontait son histoire avec un gars du China Town, là, et... Je ne pense pas que ça m'arrive un jour de rencontrer quelqu'un dans le China Town. [Rires] (Catherine)

En contraste, l'ignorance par manque d'intérêt ressemblait plutôt à ceci :

Euh... « 12 produits qui font des miracles », ça, j'ai juste lu ça un peu... Mais c'est vraiment des produits que je n'utiliserais peut-être pas. De la crème et tout ça, je sais pas. (Andréanne)

Ben, ouais, moi aussi j'ai regardé les robes. Ben pas plus que ça finalement. (Catherine)

Ah moi c'est ça, j'ai lu « À l'occasion de mon trentième anniversaire », qu'il l'avait amenée dans un bar de danseuses, j'ai fait [bof]. (Jessica)

Les exemples d'ignorance par manque d'intérêt seront présentés plus en détail dans la prochaine section. Voici, pour compléter celle-ci, des exemples supplémentaires de lectures oppositionnelles, concernant dans un premier temps la catégorie « Sexualité » :

Ah c'était full décourageant, ça! C'était « Mâle attitude », c'était un auteur gars qui parle du point de vue des gars par rapport au désir... c'était vraiment décourageant! Il disait que ya beaucoup de gars que pour eux ils font une grosse distinction entre désir et amour, finalement, pour eux-autres c'est super naturel, là, de désirer plein de femmes, et d'en aimer juste une. Ben, je trouvais ça décourageant, je me suis dit, tabarouette... [...] Et lui, il banalisait ça, il disait que c'était pas grave, tout ça. Il n'a pas dit que l'infidélité c'était pas grave, mais ça s'en venait quasiment là-dedans, et je trouvais ça plate. Je suis contre ça, hein, ça paraît. [rires] (Catherine)

Ben c'est encore drôle, là, il y a plein de monde à l'école qui en mettent, mais j'ai pas assez de talent pour mettre ça anyway, je me casserai pas la tête. (Catherine)

Ah moi non plus je l'ai pas lu pantoute. Il avait l'air mécanicien, un moteur en arrière, là, il est en bedaine! (Jessica)

Ah ça, je l'ai lu. Parce que je me suis dit, crime... Moi je comprends pas comment le monde fait ça... Moi je me dis que pour coucher avec quelqu'un, faut que tu l'aimes. Comment ils font ça... J'ai encore plus capoté parce que j'ai lu qu'il y a des gars qui se pognaient des filles saouûles! [...] Je me dis, crime, c'est-tu un peu profiter des filles? (Jessica)

Ben je me dis, c'est qui lui, Stéphane Martel, pour qui il se prend? Il se prend pour le... le... Je sais pas pour qui il se prend pour dire des affaires de même, là, on dirait qu'il a fait une recherche et que tous les gars sont de même... et que la vie c'est de même... Il me semble qu'il y a d'autre chose aussi, là. Je peux pas croire que tous les gars pensent comme ça. [...] Ah moi en lisant ça j'ai dit : « Quessé c'est ça ! » J'étais un peu fâchée, là. Je vais passer. (Émilie)

Ben moi, savoir que la fille, elle a rencontré un gars à New York, et que dans le fond, ce gars-là, il reste à trois rues de chez-elle et qu'elle tombe amoureuse de lui.... Ça arrive à comment de gens, là? Je trouvais ça, comme, pff. (Audrey)

- Ben c'est encore écrit par Stéphane Martel, et moi, je le porte pas vraiment dans mon cœur. [...] (Émilie)

- Ben moi j'avoue qu'on dirait que cet auteur-là, il pense qu'il a raison dans tout ce qu'il écrit. [...] (Audrey)

- Je sais pas si il écrit on dirait quasiment pour donner une leçon, parce que c'est une revue de femmes, je sais pas s'il écrit pour donner une leçon aux femmes, mais... (Émilie)

- Il est vraiment provocateur. [...] (Audrey)

- Ben je suis sûre qu'on lirait plein d'articles différents de lui, et qu'il y a plein de fois [où] il se contredit. [...] Ça dépend comment il « file », là, dans le mois... (Émilie)

- Ah, c'est ça, « Aujourd'hui, je m'attaque aux femmes! » [rires] (Audrey)

Mais parce que... il n'attaquait pas les femmes, mais il disait qu'il y avait des gens qui trouvaient que c'était sexiste le fait d'ouvrir une porte à une femme, comme elle pourrait dire, je suis capable de l'ouvrir toute seule, là, pas besoin d'un homme. Mais j'ai pas trouvé ça plus intéressant qu'il fallait. [...] Je sais pas, la galanterie, c'est pas vraiment un acte sexiste pour moi... Ça ne m'interpellait pas vraiment. (Audrey)

Ben je sais pas, je trouve que c'est niaiseux, là, deux filles qui vont s'embrasser juste pour impressionner les gars... [...] Je trouve ça déplacé un peu, là, ça n'a pas sa place. (Audrey)

[Ici,] c'est encore des affaires comme de workout et ça [sourire], avoir un beau petit corps, mais je voulais préciser, à un moment donné ça vient quasiment vexant. On dirait qu'ils disent quasiment : « Faut tu maigrisses, go, on te donne des trucs, envoie, vas-y, prends vingt minutes de ta vie et vas-y ». Ça dit ici : « Qui n'a jamais eu un vingt minutes de sa vie pour [...] aller faire un petit workout? » C'est bon, avoir des trucs et ça, mais faudrait pas tout le temps qu'ils en rajoutent. [...] Là, ils en donnent quasiment trop, ils disent quasiment qu'il faut que tu sois maigre [...]. C'est vrai que t'as le choix de le prendre ou de ne pas le prendre, mais quand tu le vois souvent comme ça, t'as quasiment pas le choix de le prendre [le conseil]. [...] C'est quasiment comme un brainwash, on dirait. [...] Ils poussent un peu trop leur affaire des fois. Ils encouragent que la grosseur, c'est bon, et que la maigreur, c'est bon, mais on dirait qu'ils se contredisent d'une façon, en leur donnant des trucs pour maigrir vite. Ils le disent que si tu maigris trop vite, c'est dangereux de reengraisser. On dirait qu'ils se contredisent trop souvent dans leur magazine, des affaires comme ça. Ils devraient... [...] Je sais pas, moi, [veiller à ne pas se contredire]. (Vanessa)

Ben... je l'ai trouvé un peu macho, c'est-à-dire [qu'il dit :] « J'aime ce genre de femme-là, et j'aime pas ce genre de femme-là », comme s'il supposait qu'il n'allait pas sortir avec une femme filiforme. J'ai trouvé que c'était vraiment superficiel, ce qu'il disait. [...] Ben j'ai trouvé ça... J'irais pas jusqu'à dire choquant, mais j'ai trouvé ça un peu plate, là, qu'il dise ça. (Sarah)

« De la galanterie ou autres actes sexistes », moi j'ai lu ça, et j'ai trouvé que la galanterie, c'était pas nécessairement sexiste. Je trouve ça poussé parce

que moi je trouve ça le fun un gars qui ouvre la porte et qui paie le souper, je trouve ça romantique... C'est sûr que « l'homme fait le travail, et la femme fait la cuisine », ça, je trouve ça un peu sexiste, [mais] la galanterie, moi, je suis bien correcte avec ça [...]. Ils disent que les féministes trouvent ça absolument sexiste et macho, mais quelqu'un qui marche « entre la dame et la rue afin de la protéger d'éventuels dangers », moi, je trouve ça correct. La galanterie, ça prend ça. Et complimenter son élégance, selon moi, la plupart des femmes aiment ça se faire complimenter, j'ai rien trouvé de macho là-dedans, c'est juste galant. Mon père, il est vraiment du genre galanterie et tout, il achète souvent des fleurs à ma mère, moi je suis correcte avec ça, la galanterie, c'est une forme de politesse. (Sarah)

- Ça, [le] récit érotique, je l'ai lu un peu, et j'en avais lu une couple, dans les magazines différents, et on dirait celui-là je l'ai trouvé vulgaire un peu. C'était... (Sarah)

- En quoi il était vulgaire? (Chercheuse)

- Ben la manière qu'il s'exprimait, comme « bandé comme un taureau », je sais pas, pour moi, on dirait que les récits érotiques, ça devrait être plus artistique, avec des descriptions différentes. Je l'ai pas lu beaucoup, j'en ai peut-être lus une couple à un moment donné. Je fouillais dans les affaires à ma mère et je suis tombée là-dessus. Alors là on dirait que lui je l'ai trouvé vulgaire, et comme moi je suis pas [amatrice] de pornographie, parce que je trouve [que ça donne] trop une image abusive et dégueulasse du corps de la femme, surtout. (Sarah)

Ben j'ai trouvé que c'était... c'est pas moi qui ferait ça, là. Aller [faire l'amour] [...] dans les toilettes du magasin, et [chez] sa tante, à la fille, à côté de sa tante... Je sais pas, je trouvais que le gars était pas mal... Il aimait ça se montrer, il aimait ça faire ça en avant du monde... Moi je trouvais pas que c'était... [correct]. (Carolane)

Là, la madame elle disait [qu'elle] était elle-même anorexique et boulimique, et je trouvais [...] ça déplacé qu'elle mette ça, « de mon côté, je suis et je serai toute ma vie boulimique et anorexique ». Je comprenais pas pourquoi elle mettait ça. C'est comme quasiment... [...], pour ceux-là qui veulent s'en sortir et elle, elle met ça, ben je trouve que c'est pas encourageant [...] Je trouve qu'elle encourageait vraiment pas les jeunes qui sont là-dedans. (Carolane, « Quand la minceur tourne à l'obsession »)

Ben, je sais pas, ça dit « Ah, son corps, faut avoir un beau corps », des affaires de même, ça a pas rapport... Y en a qui vont penser, comme faut que tout le monde soit tout parfait, et ça, mais, y a pas personne de parfait. Même s'ils montraient une femme, [et qu'ils disaient] « Ah, c'est la plus parfaite », mais elle a des défauts elle aussi. (Joanie)

- C'est comme, les opérations de la chirurgie et ça. (Sabrina)

- C'est rien que ça qu'elle a eu, comme. Tu vois qu'elle est faite en plastique, là. [...] Ça, ça parlait de la liposuction, et à la place d'aller te faire faire

des coupures et des cicatrices comme ils disent là, t'es mieux de faire de l'exercice et de te mettre en santé. C'est pas la liposuction qui va te mettre en santé. [...] J'ai regardé ça et j'ai faite « Ah, ouin ». C'est pas ça qu'il faut que tu fasses. (Joanie)

- *Ça c'est « Envie d'un one-night? » (Chercheuse)*
- *Ouais. (Sabrina)*
- *Et comment tu as trouvé ça? (Chercheuse)*
- *Ben, je trouve que... [Rires] il me semble, à la place d'avoir un one-night, trouve-toi quelqu'un, là. Essaie de te trouver quelqu'un et ça va te sauver ben des problèmes. (Sabrina)*
- *Et toi, qu'est-ce que t'as pensé de ça? (Chercheuse)*
- *Ben c'est que je lisais ça et j'étais comme « Ouais mais, un one-night, ça peut t'apporter plus de problèmes que d'autre chose ». (Joanie)*

Ça c'était comme, une fille, là, [...] c'était sa fête, ou je sais pas trop, là, et ses amis l'avait apportée dans un club de striptease et après ça, moi j'étais comme « O.K... ». Ça a été un peu en détails, ils auraient pu juste, je sais pas, c'était... c'était bizarre. (Joanie, « Nos appétits érotiques »)

- *On a pensé, ça sera pas un article si pire que ça, mais après ça, ils ont été trop en détail. (Joanie)*
- *Ouais, comme... (rises) Moi j'ai lu ça, et j'étais comme, yark! (Sabrina)*
- *L'article aurait pu être bon s'ils avaient pas mis autant de détails. On est pas obligés de savoir, que y ont fait ci, et y ont fait ça. (Joanie)*
- *[...] Je pense que c'est le seul article que vraiment, j'ai faite « Yark! » quand je l'ai lu, j'étais comme « Ben là, les détails, y en a vraiment trop! », là. Ah, c'est effrayable¹⁴! (Sabrina, « Mon après-midi chez le coiffeur »)*

Dans la catégorie « Mode-beauté », la lecture oppositionnelle pouvait se présenter comme suit :

Ça ben là, je l'ai lu, c'est le maquillage... [...] Comme je [ne me maquille] pas tout le temps à chaque jour, des fois je me dis « Afff... ». Des fois même c'est mieux parce que tu peux laisser ta peau respirer. [...] je suis pas accro à me maquiller non plus. [...] Moi, je pense, la peau naturelle, c'est ça qui est le plus beau. (Mélissa)

[Ça], je l'ai lu, [...] j'étais [...], ben pas enragée, mais j'étais comme, pourquoi c'est de même qu'ils font ça, ça coûte cher au bout [la liposuction], et en même temps ça reste des marques après. Ils disent « Ça laisse pas de marques ». Non, non, oui, oui ça en [laisse], là. C'est juste que le monde ne sait pas que c'est juste plus tard [que] ça va arriver et [qu'il se

¹⁴ Expression régionale, sémantiquement proche de « incroyable ».

dit] : « Ah, ben j'aurais pas dû » et tout ça. Il y a même une chanson [où] une chanteuse montrait ça et tu vois une vieille madame [cicatrisée] à la fin... Bon, ben, messemble, ça leur montre pas qu'ils veulent pas ressembler à ça, là, plus tard? Moi j'étais comme, tsé, tu vas ressembler à ça certain. (Mélissa)

- Ça, moi, les tendances, je trouve ça laid. [rires] Les cheveux de même, je peux pas là. (Sabrina)

- Les cheveux [coupés] carré. (Joanie)

- Ouais, je suis même pas pour ça. Je sais bien que c'est pour le monde de la mode, mais... je trouve pas ça beau, là. (Sabrina)

- Ça, ben c'est les même petites bonnes femmes sauf qu'elles sont habillées. (Joanie)

- Mais je trouve pas leur linge beau. (Sabrina)

- Je trouve pas que c'est pas trop « Temps des fêtes », c'est tout noir, on dirait qu'ils s'en vont dans un salon funéraire. (Joanie, « Belle des Fêtes »)

4.5.1.4 La réception témoignant d'une ignorance

Les citations de cette catégorie témoignent d'un manque d'intérêt envers l'article en question, soit par ignorance totale (« moi, ça, j'ai pas lu ça ») ou partielle (l'article est lu mais sans grande démonstration d'intérêt). Si l'article s'est révélé décevant, même s'il créait de l'intérêt au départ chez la participante, il a aussi été classé dans cette catégorie. La participante utilise typiquement des expressions comme « c'est plate », « bof... », etc. pour témoigner de cette ignorance. Voici des exemples de ces citations justifiant cette codification :

Moi j'ai juste faite « Ah... » (Jessica)

C'est à peu près ça. « Les mystères de l'imaginaire érotique », je pense que je l'ai lu ça aussi. Je trouvais ça drôle. Mais finalement, j'ai été déçue. C'était pas full intéressant. [rires] (Catherine)

Non mais moi j'ai pas plus capoté que ça par exemple. La musculation, ça m'intéresse pas full, moi je trouve plus intéressant les affaires sur le cardio ou de quoi de même. [...] Je l'ai lu, mais pas dans l'intention de le faire, ni vraiment intéressée, là. (Catherine)

Ouais, je l'ai lu, ouais, mais j'ai pas capoté encore une fois. Parce que c'est une fille qui a vécu quelque chose, et ça ne m'a pas full intéressée. [...] C'est ça, ben c'est le fun pour elle, mais ça me tente pas nécessaire de lire

là-dessus, là. [Rires] Ces histoires-là, j'aime mieux qu'elles viennent de mes amies ou de ma famille [...]. (Catherine)

- « Sexy Boy ». (Jessica)
- *Toi, l'as-tu lu?* (Chercheuse)
- *Non, moi non plus j'ai pas lu ça.* (Catherine)
- *Il est encore ben beau, mais...* (Jessica)
- *Ça s'arrête là?* (Chercheuse)
- *Ça s'arrête là.* (Jessica)

Ah moi j'ai lu, mais, pas partout, là. Quand qu'ils se sont mis à dire des implants, des affaires de même, là... ça m'intéressait moins. (Émilie)

Ben moi ma mère est comme assistante dentaire alors les blanchiments, je sais comment ça marche, mais j'en utilise, et ça me tentait pas vraiment de lire là-dessus. (Audrey)

Ça, j'ai, pas vraiment lu, parce que « Homme de combat », ça m'intéressait pas plus qu'il faut. Ça m'intéressait pas parce que je « filais » que j'étais pas vraiment concernée là-dedans. (Sarah)

Non, je les ai pas lus, ça m'intéressait pas, masturbation et ça. Ça m'intéressait pas. (Carolane, « Plaisirs en solo »)

Ben j'avais pas lu gros. J'avais juste comme lu un petit peu, après j'ai changé de page. (Sabrina, « Nos appétits érotiques »)

- *Euh, ça, j'ai pas lu, parce que j'ai pas besoin vraiment de lire sur les teintures des filles.* (Andréanne)
- *Ça te touche pas?* (Chercheuse)
- *Non, ben, j'irai pas lire, comme, « O.K., elle a une teinture chocolat cerise ». Ça m'intéresse pas plus que ça.* (Andréanne, « Sexy Chocolat! »)

Ça, je l'ai pas lu, parce que ça m'intéressait pas plus que ça. J'irai pas me faire faire une liposuccion. Et sinon, je vais faire de l'exercice. [rires] (Andréanne, « Liposculpture : corps à la carte »)

Et « Anatomie masculine », ben je me sentais pas concernée ni rien. (Sarah)

Il est à rappeler que les catégories « fonction » et « réception » sont indépendantes, même lorsqu'il s'agit d'une ignorance. Ici, la participante ne s'est pas intéressée à un article mais y a quand même appris des trucs :

Ben on apprenait... c'est comme les autres affaires sur les gars, là, on apprend sur eux, sur ce qu'ils font dans la vie, mais c'est pas plus intéressant qu'il faut, je trouve. (Audrey)

Parfois, d'ailleurs, l'ignorance elle-même témoigne du fait que la fonction « apprendre » est remplie par l'article, comme dans cet exemple :

Moi, je l'ai lu, mais c'était pas intéressant, parce que j'ai déjà ce mascara-là et je savais qu'il allait bien. J'ai pas plus lu qu'il fallait. (Alexandra)

4.5.2 Analyse de la réception pour les catégories « Mode-beauté » et « Sexualité »

La cumulation des résultats pour les catégories « Mode-beauté » et « Sexualité », illustrés par le graphique qui suit, montrent que la réception a été de façon générale dominante. La réception dominante a cependant été plus fréquente dans la catégorie « Mode-beauté » (48 %) que dans celle de la sexualité (37 %). Plus d'articles ont été également ouvertement ignorés en sexualité (le tiers [33 %], comparativement à moins du quart pour « Mode-beauté » [23 %]).

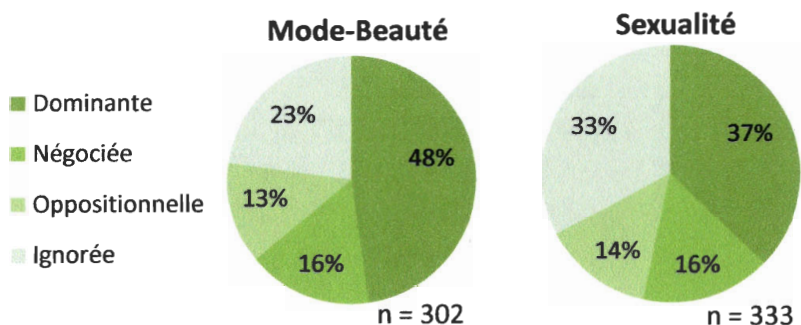


Figure 22 : Résultats de l'analyse de la réception dans les catégories principales

4.5.3 Analyse de la réception des sous-catégories de la sexualité

Fidèlement à notre plan de départ, les résultats obtenus pour la catégorie « Sexualité » sont examinés ici plus en profondeur. La figure 23 montre les résultats de l'analyse de la réception dans les sous-catégories « Relations interpersonnelles » et « Pratiques sexuelles ».

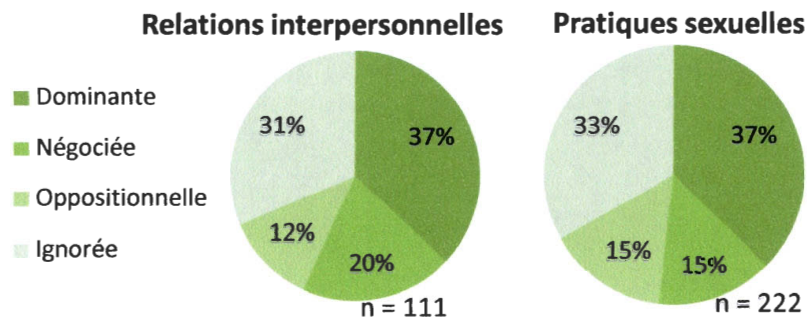


Figure 23 : Réception des catégories « Relations personnelles » et « Pratiques sexuelles »

On remarque ici que les résultats pour les deux sous-catégories sont très semblables. D'ailleurs, elles exposent le même pourcentage pour la réception dominante (37 %) et presque les mêmes pourcentages pour la réception négociée (20 % pour « Relations interpersonnelles » et 15 % pour « Pratiques sexuelles), pour la réception oppositionnelle (12 % pour « Relations interpersonnelles » et 15 % pour « Pratiques sexuelles) et pour la réception ignorée (31 % pour « Relations interpersonnelles » et 33 % pour « Pratiques sexuelles)

4.5.3.1 Analyse de la réception des textes traitant des relations interpersonnelles

Le graphique qui suit montre de quelle façon cette tendance s'exprime selon les thèmes des articles de la sous-catégorie « Relation interpersonnelles ». Il importe de lire les résultats de la réception ignorée avec prudence, ceux-ci ne prenant en compte que les articles ayant été « ouvertement » ignorés, c'est-à-dire pour lesquelles la chercheuse détient des citations exprimant cette ignorance. En d'autres termes, il est probable qu'en fait l'ignorance réelle soit plus importante que ce montrent les graphiques.

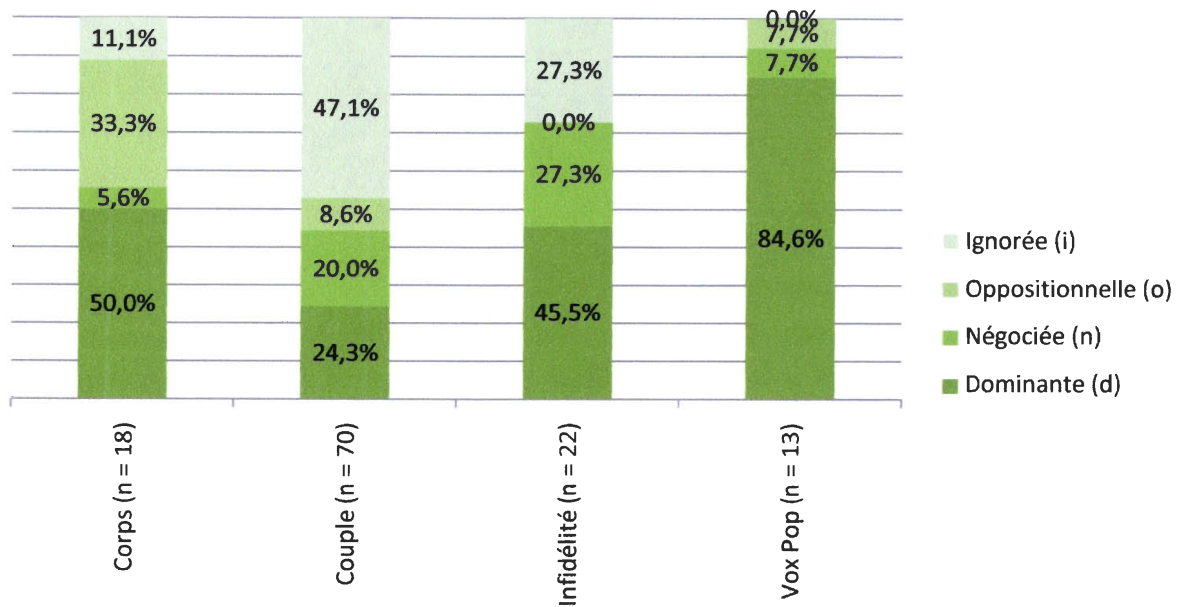


Figure 24 : Réception des articles des articles traitant des « Relations interpersonnelles »

On remarque que les articles de type « Vox Pop » ont presque entièrement été reçus de façon dominante (d : 85 %; n : 8 %; o : 8 %). Les articles traitant du corps (d : 50 %; n : 6 %; o : 33 %) ou de l'infidélité (d : 46 %; n : 27 %; o : 0 %) ont aussi été majoritairement reçus de façon dominante. Les articles traitant du couple, s'ils ont aussi été reçus surtout de façon dominante (d : 24 %), contiennent tout de même une large part de réception négociée (n : 20 %).

Aspect intéressant, lorsqu'on étudie de plus près les citations qui motivent les occurrences oppositionnelles du groupe d'articles de la catégorie « Corps », on se rend compte qu'elles concernent presque toutes le même article, soit « Le corps parfait, le revers de la médaille... », écrit par le journaliste Stéphane Martel. La figure 25, qui reprend le graphique précédent mais en détaillant les titres des articles et en montrant les occurrences plutôt que les pourcentages, montre bien cette tendance.

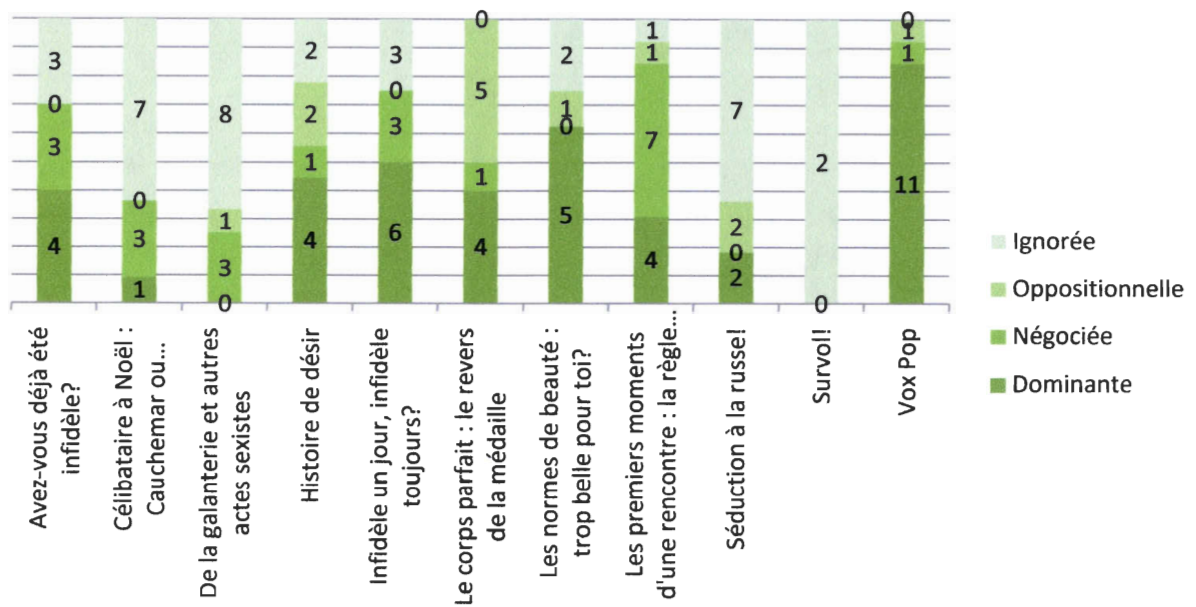


Figure 25 : Réception des articles traitant des « Relations interpersonnelles » (articles pris individuellement)

La figure 25 démontre en effet que cinq occurrences de réception oppositionnelles sur les quatre du groupe d'articles « Corps » proviennent de cet article. (Pour une classification des articles, se référer à l'annexe G).

4.5.3.2 Citations illustrant la réception oppositionnelle de l'article « Le corps parfait : le revers de la médaille... »

Voici quelques citations concernant l'article en question et illustrant la réception oppositionnelle qui en a été faite.

- *Ben c'est encore écrit par Stéphane Martel, et moi je le porte pas vraiment dans mon cœur. [...]* (Émilie)
- *Ben moi j'avoue qu'on dirait que cet auteur-là, il pense qu'il a raison dans tout ce qu'il écrit. [...]* (Audrey)
- *Je sais pas si il écrit on dirait quasiment pour donner une leçon, parce que c'est une revue de femme, je sais pas s'il écrit pour donner une leçon aux femmes, là, mais.* (Émilie)
- *Il est vraiment provocateur. [...]* (Audrey)
- *Ben je suis sûre qu'on lirait plein d'articles différents de lui, et qu'il y a[urait] plein de fois [où] il se contredit... [...]* Ça dépend comment il

« file », là, dans le mois... (Émilie)

- Ah, c'est ça, « Aujourd'hui, je m'attaque aux femmes! » [rires] (Audrey)

Ben... je l'ai trouvé un peu macho, c'est-à-dire [qu'il dit :] « J'aime ce genre de femme-là, et j'aime pas ce genre de femme-là », comme s'il supposait qu'il allait pas sortir avec une femme filiforme. J'ai trouvé que c'était vraiment superficiel, ce qu'il disait. [...] Ben j'ai trouvé ça... j'irais pas jusqu'à dire choquant, mais j'ai trouvé ça un peu plate qu'il dise ça. (Sarah)

4.5.3.3 Analyse de la réception des textes traitant des pratiques sexuelles

Dans la sous-catégorie des pratiques sexuelles, les résultats se présentent comme suit :

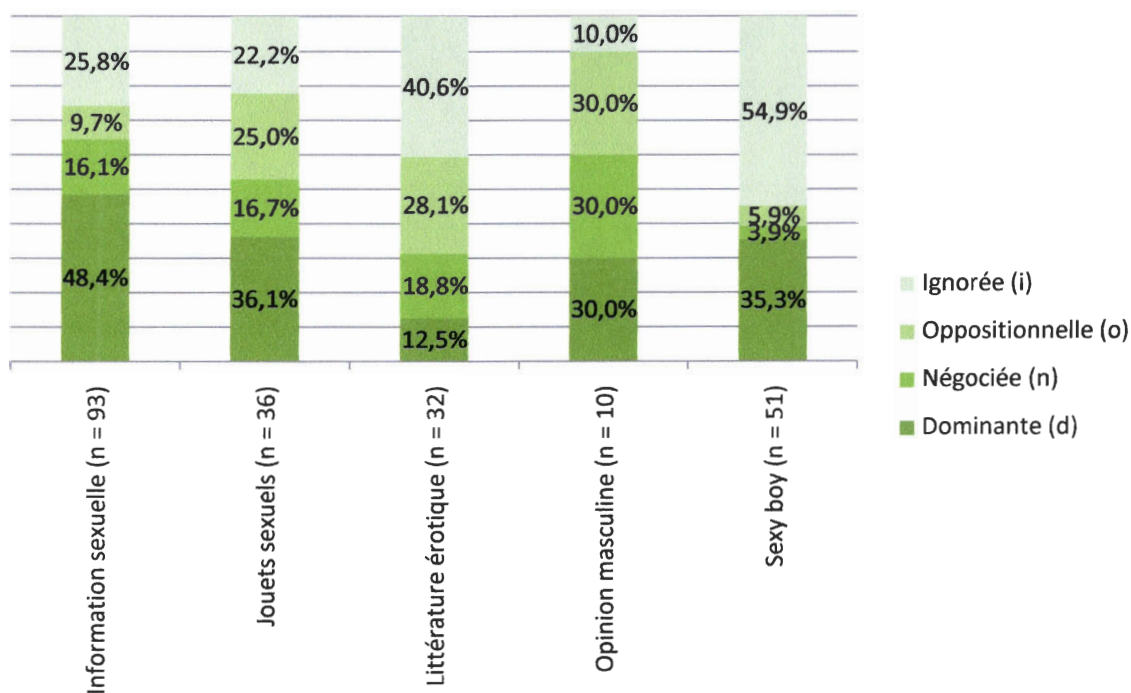


Figure 26 : Réception des articles traitant des « Pratiques sexuelles »

Les participantes ont surtout fait une lecture dominante des articles mettant en vedette un « Sexy boy » (d : 35 %; n : 4 %; o : 6 %) dans la mesure où elles avaient lu l'article (« i : 55 % » indique qu'une grande part des citations relatives à ce type d'articles

témoignent d'une ignorance). On observe le même type de résultats pour les articles présentant de l'information sexuelle (d : 48 %; n : 16 %; o : 10 %).

À l'inverse, les articles portant sur l'érotisme ou proposant une lecture érotique sont ceux qui ont soulevé le plus d'opposition, toutes proportions gardées (d : 13 %; n : 19 %; o : 28 %). Les articles discutant de jouets sexuels, quoiqu'ils ont été reçus de façon majoritairement dominante, présentent aussi une certaine proportion de réceptions oppositionnelles (d : 36 %; n : 17 %; o : 25%).

Enfin, les chroniques masculines sur la sexualité ont fait l'objet de réceptions mitigées : elles ont suscité autant de réceptions dominantes que négociées ou oppositionnelles (30 % chacune).

4.5.3.4 Citations illustrant des résultats de la réception des textes traitant des pratiques sexuelles

Voici quelques citations probantes illustrant les résultats obtenus ci-haut.

4.5.3.4.1 Réception des articles présentant un « Sexy boy »

La majorité des participantes ayant lu les articles présentant un « Sexy boy » ont fait une réception dominante de ces textes, comme l'illustrent ces exemples :

J'ai trouvé ça intéressant parce qu'il a commencé jeune à faire du karaté, et j'en ai déjà faite. [...] Juste voir jusqu'où sa passion s'est développée, ben, je trouvais ça intéressant. Et aussi t'apprends son côté amoureux, [qu'] il sera pas intéressé par des filles qui vont aller [le voir] juste pour son travail, et qu'il aime avoir une fille bien simple [et qui] puisse parler avec lui. (Alexandra)

- Moi je l'ai lu. Comme dans toutes les revues, je le lis tout le temps, et tu dis, ah, des beaux gars comme ça, ça regarde jamais des filles comme nous autres, dans le fond, quand tu lis l'article, ben t'apprends que, sont pas tous de même, là. Qu'ils apprécient les filles différentes, et t'es... [inspiration], t'es comme surprise, là. (Alexandra)

- Ben, moi je voulais savoir ce qu'il faisait ce gars-là! [rires] Où-est-ce que je peux le voir? [Rires] Ah, c'est pas vrai. Mais parce qu'il parle de lui et de son emploi, là... (Audrey)

- Et des fois ils posent des questions comme sur le côté plus personnel. (Alexandra)

- *Ouais... Ouais. Je dis pas que j'irais voir un de ses shows, mais j'ai trouvé ça intéressant, de lire qu'est-ce qu'il faisait ... c'est rare ... c'est pas moi qui va aller se mettre nue devant un public et euh... faire des choses comme ça, là.* (Audrey)

- *T'apprends à connaître différentes personnes, qui ont différentes opinions.* (Alexandra)

- *Ouais, je le trouvais, avec son petit habit d'escalade, là, vraiment accrocheur.* (Mélissa)

- *Et pourquoi c'était accrocheur?* (Chercheuse)

- *Ben, ça donne envie d'aller faire de l'escalade... Ça, j'y serais allée avec lui, ça m'aurait pas « botherée » [dérangée]. Il y a d'autres photos qu'il est un peu moins beau, mais celle-là...il est beau. Mais, je l'ai pas lu, et quand j'ai vu qu'il travaillait dans un truc de danseur, j'ai dit « ah, ben, c't'encore plus beau! » J'ai juste lu ça, ce début d'article-là. [...] Je dirais pas que je n'irais pas le voir, ça je l'avoue, là. Je pense que j'irais, mais en tout cas, c'est comme je dis, c'est un fantasme, je pense. [...] Quand je lisais ça, j'étais comme, tabarnouche, je pense que j'irais le voir certain.* (Mélissa)

- *Ça ici, j'ai lu un peu parce que j'ai vu qu'y était danseur dans un club, ce qui est quand même assez tabou parce qu'on dirait que c'est un peu vulgaire, être danseur dans un club, tandis que lui, c'est pas vraiment par manque d'argent à cause qu'il était dans un milieu difficile qu'il voulait faire ça, c'est parce qu'il aime ça et il avait voulu faire ça [...].* (Sarah)

- *Et toi, comment tu trouves ça le fait qu'il danse par choix comme ça?* (Chercheuse)

- *Ben tant que c'est son choix et qu'il danse parce que c'est ça qu'il aime faire, c'est correct. Ça en prend du monde comme ça et je suis sûre que peut-être plus tard, je vais aimer ça aller dans des clubs de strip-tease et qu'il a plusieurs femmes adultes qui aiment ça aller voir un homme danser. Ça montre aussi que c'est pas juste les femmes qui sont strip-teaseuses, parce que c'est sûr, on dirait que les gens trouvent toujours ça choquant, et c'est pas une bonne personne, tandis que, c'est juste qu'elle aime ça faire ça, là, ça varie selon les goûts.* (Sarah)

- *Moi, c'est « Jacob » qui m'a accrochée; juste le mot...* (Joanie)

- *Et pourquoi? Pourquoi Jacob était...* (Chercheuse)

- *Je le sais pas. Je le sais pas, c'est juste le nom, ça m'a accrochée et après ça, j'ai regardé les photos, j'ai fait comme « Ah, O.K... » [sourire]. C'est des photos qui vont t'accrocher plus que l'article, là. Tu penseras pas, « Ah, je vais lire l'article », l'article est peut-être bon, mais tu vas faire « Ah, les photos sont bien meilleures ». (Joanie)*

- *Ouais. Ça, ben je les ai pas lu, mais j'ai juste regardé la photo! (rires)* (Sabrina)

- *Ouais? Le beau gars?* (Chercheuse)

- *Beau gars certain!* (Joanie)

Il faut cependant tenir compte du fait que l'on trouve un nombre presque égal de lectures ignorées. En voici des exemples :

- [rires] *C'est un danseur au club. Moi c'est tout ce que j'ai retenu. Mais j'ai pas lu là non plus mais j'ai juste vu les questions, là j'ai fait « Ah...pfff... ça me tente pas de le lire! » [Rires] Ouais, ben tous cas, sa vie c'est être danseur, finalement!* (Catherine)

- *En tous cas, après ça, moi Jacob, de... Le beau gars, là, j'ai pas lu ce qu'il faisait dans vie, ça m'intéressait pas, là, mais j'ai regardé les images. [...] Mais en tous cas sa vie m'intéressait pas plus qu'il fallait.* (Jessica)

- *Non, moi non plus. C'est drôle. Mais dans le fond c'est vrai que c'est une question que je me pose, qu'est-ce qu'ils font, les danseurs dans leur vie, moi j'pensais qu'c'était juste du monde qui étaient obligés d'être danseurs, quand t'as vraiment plus de moyens, tu t'en vas danseur, et lui, ça avait pas l'air, là, y avait l'air à aimer ça. Je me suis dit : « Bof! [Rires] Tant mieux pour lui! » [Rires] J'ai pas lu ce qu'il avait à dire!* (Catherine)

- *Lui, je le trouvais pas beau. Je sais pas, on dirait que ça m'intéressait pas, encore une fois. Tsé oui, il est ben faite et ça, mais je sais pas.* (Carolane)

- *Il n'avait pas rien de particulier.* (Chercheuse)

- *Ouais, je... non.* (Carolane)

Ça, je l'ai même pas lu. [rires] Sérieusement! J'ai regardé les photos mais je l'ai pas lu parce que, ben j'ai lu comme le sous-titre et toute ça qui expliquait mais comme, je sais pas, ça m'intéresse pas plus que ça lire sur la vie d'un danseur. (Andréanne)

- *C'est ça, comme moi, ben oui, je les regarde, ils sont beaux, mais comme lire toutes les affaires, comment ils sont, et... ça, ça m'intéresse pas vraiment.* (Laurence)

- *Sais-tu pourquoi ça ne t'intéresse pas?* (Chercheuse)

- *Je ne sais pas. Juste [le fait qu'ils] répondent aux questions, ou ben, je sais pas, ça me [frappe] pas du tout, comme les autres magazines itou, c'est pareil. Quand qu'ils parlent d'un gars ou d'une femme qui va répondre à des questions...* (Laurence)

- *Ça ne t'intéresse pas?* (Chercheuse)

- *Non.* (Laurence)

- *Ça, je l'ai pas lu. Comme le gars était beau, là, mais comme, sérieusement, c'est la photo, et je sais pas. Des histoires de même, ça m'a pas vraiment intéressée. C'est juste l'histoire d'un gars qui combat, là. [...] Ça m'a pas vraiment intéressée. Je sais pas si c'est l'image du gars est en bedaine ou whatever. C'est comme l'histoire du danseur tantôt.* (Andréanne)

- [...] *Le fait qu'il était en bedaine, ça te décourage à le lire?* (Chercheuse)

- *C'est pas que ça me décourage, ça démontre juste qu'ils essaient de montrer la vie d'un homme, d'un bel homme, je sais pas, ça m'a pas plus...*

cliquée de ça. Tsé, je me dis, il n'est pas plus important que personne.
(Andréanne)

4.5.3.4.2 Réception des articles fournissant de l'information sexuelle

La majorité des textes fournissant de l'information sexuelle ont été reçus de façon dominante :

- *Mais je trouve que, y a des raisons là-dedans que c'est vrai.* (Sabrina)
- *Comme quoi?* (Chercheuse)
- *Ben comme la télé, ici, là. Et les raisons de sommeil, c'est pas mal ça les excuses, là. Et c'est plein d'affaires comme ça, c'est vrai, là.* (Sabrina, « 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe »)

Genre, ils disaient que ce n'était pas bon d'avoir une télé dans chambre, parce qu'on écoute plus la télé avant de se coucher, et là on se couche, on s'endort sur la télé, et, ils ne veulent pas de sexe à cause... Je trouve ça intéressant, je me suis dit, crime, je mettrai jamais une télé dans ma chambre [...]. (Jessica, « 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe »)

Ça, c'était vraiment comme bon, là! « Envie d'un one-night ». C'était vraiment drôle, je ne suis vraiment, vraiment pas le genre de fille qui va faire de quoi comme ça. Mais c'était vraiment... comme de voir, y ont vraiment élaboré un genre de tactique si tu veux faire ça, c'est quoi les avantages, c'est quoi les désavantages et ça, et j'ai vraiment trouvé ça drôle parce que, je suis vraiment pas pour ça, mais que quelqu'un ait pris le temps de vraiment élaborer le sujet de dire, si tu fais ça, après ça, fais pas ça, ou je sais pas, j'ai vraiment trouvé ça bon. (Vanessa)

- *Et là, maintenant, qu'est-ce que tu en penses, des one-nights?* (Chercheuse)

- *J'irais pas plus faire un one-night. Sérieusement! (rires) Comme, je sais pas si j'étais vraiment trop ancrée sur... Il y a des affaires qu'ils disent, que c'est vrai, comme que tu pourrais faire et tout ça, mais, je sais pas si je suis trop ancrée sur, « pas de one-night ». Ça n'a pas changé mon opinion assez pour que je sois comme « Ah, O.K., peut-être, là ».* (Vanessa)

Certaines participantes ont cependant eu une réception ignorée de ce type d'articles. En voici un exemple pour illustrer cette réalité.

- *J'ai remarqué que parmi les articles que tu n'avais pas lus, il y en avait comme « Plaisir en solo » ou « Panne de désir sexuel chez la femme. C'est des sujets qui t'intéressaient pas, mais en quoi?* (Chercheuse)

- *Ben c'est parce que je me sentais pas concernée, j'ai pas vraiment de vie sexuelle active ni rien, et « Plaisir en solo », ça m'a jamais vraiment intéressée plus qu'il faut, je me sentais pas concernée. Ça me faisait ni chaud ni froid. J'ai sauté. (Sarah)*
- *Même pour plus tard? (Chercheuse)*
- *Ben peut-être plus tard, mais je me dis, pourquoi lire ça tout de suite si... pour plus tard, il me semble [...]... [Quand ce sera] le moment, je vais lire là-dessus. (Sarah)*

D'autres textes, au contraire, ont parfois été reçus de façon clairement oppositionnelle :

- *Ouais, c'était vraiment intéressant. Mais à un moment donné, c'était vraiment hard, par exemple, là... (Catherine)*
- *« Caresse 101 », là! (Jessica)*
- *Ça, là! Ouais, c'est ça. Le reste, c'était pas pire, mais là, c'était vraiment l'enfer... (Catherine)*
- *Ça montrait vraiment comment donner du plaisir aux gars, là, y a toutes les petits détails, tu mets ton doigt là, tu nananan... J'étais là, ah... O.K. (Jessica)*
- *C'était fou... (Catherine)*
- *Alors cette partie-là, vous l'avez moins aimée? (Chercheuse)*
- *Ben, j'ai trouvé ça intéressant, j'ai trouvé ça drôle plus que d'autre chose. (Jessica)*
- *Oui, moi aussi je l'ai pris en riant parce que sinon j'aurais vraiment fait : « Tabarouette... » [Rires] Mais c'est quand même intéressant, là, mais, c'est parce qu'on est... C'est rare qu'on ait comme une conversation ou un livre qu'on lit et c'est vraiment plein, plein, plein de sexe partout... [Rires] (Catherine)*
- *C'est vraiment détaillé ... (Jessica)*
- *Super, super détaillé. Ça faisait quasiment peur à la fin. Non mais c'était quand même intéressant. Ils disaient aussi des affaires que je savais pas, qu'il y avait des zones érogènes sur les testicules... [que] proche de l'urètre aussi, qu'il y avait full de terminaisons nerveuses... [...] Ben je trouve ça intéressant, parce que quand tu le sais pas, t'aime autant le savoir. Mais quand tu le sens pas, tu peux pas le savoir, tout de suite de même, alors ils nous le disent. C'est sûr que c'était vraiment rough, là [rires], mais [rires] c'était assez bon à savoir, là. (Catherine)*
- *Ouais moi ce que j'ai trouvé c'est que ils nous prenaient genre quasiment comme quelqu'un qui avait jamais vu ça, mais c'est pas grave, j'ai trouvé ça drôle. [...] Non, mais j'ai trouvé ça drôle, ça m'a pas dérangé, là, rien. Mais des fois, il y a des petits détails qu'ils disaient, genre que, pfff.... Tsé, genre, à un moment donné, ils disaient : « N'ayez pas peur si y a une testicule un petit peu plus basse que l'autre... » Là, là, non. (Jessica)*
- *Ah moi aussi je trouvais ça bizarre! Ou alors, genre, donner toute la description du gland, là... (Catherine)*
- *Ah, c'est ça, « ça ressemble à un champignon... » (Jessica)*

- *Ouais! C'est ça! Moi aussi j'ai vu ça, «Ça ressemble à un champignon », pourquoi ils nous disent ça?* (Catherine)

- *Ouais. Pas rapport.* (Jessica)

- *Pas vraiment oui, je sais, parce que nous autres à l'école on a appris un petit peu, mais toutes les 5 raisons et tout... pas tellement obligée de savoir ça tout de suite, là.* (Mélissa)

- *T'aurais aimé mieux qu'il ne soit pas là?* (Chercheuse)

- *Oui.* (Mélissa)

- *Et que tu n'aies pas à le lire?* (Chercheuse)

- *Oui, quasiment ça. C'est ça, c'est que souvent je pense aux jeunes qui lisent ça. Mais moi je savais pas ça qu'asteure... Ben ils l'ont mis plus haut asteure, [l'âge]?* (Mélissa, « Plaisirs en solo : 5 raisons pour y succomber et 5 autres pour y aller mollo »)

4.5.3.4.3 Réception des articles présentant une lecture érotique

Les lectures érotiques ont surtout été reçues de façon oppositionnelle. Voici des citations exprimant l'opposition à ce type d'articles :

Ouais. Tsé ma sœur l'a pas lu non plus, mais j'aurais assez aimé qu'elle [le lise] pour avoir son opinion à elle. Ben, ça dépend, on n'a pas la même opinion, mais je pense qu'elle aussi, elle aurait fait [attitude disant « pas sûre... »]. Tsé, d'habitude, tu vois ça dans des affaires de livres pornos, je pense. Je sais pas, mais je pense que oui, là. C'était trop... on dirait. Vraiment trop. (Mélissa)

-*Ça, [le] récit érotique, je l'ai lu un peu, et j'en avais lu une couple, dans des magazines différents, et on dirait que celui-là je l'ai trouvé vulgaire un peu. C'était...* (Sarah)

- *En quoi il était vulgaire?* (Chercheuse)

- *Ben la manière qu'il s'exprimait, comme «bandé comme un taureau », je sais pas, pour moi on dirait que les récits érotiques, ça devrait être plus artistique, avec des descriptions différentes. Je l'ai pas lu beaucoup, j'en ai peut-être lus une couple à un moment donné. Je fouillais dans les affaires de ma mère et je suis tombée là-dessus. Et là, on dirait que lui je l'ai trouvé vulgaire, et moi, je ne suis pas admiratrice de la pornographie, parce que je trouve [que ça donne] ça trop une image abusive et dégueulasse du corps de la femme, surtout.* (Sarah)

- *[...] Est-ce que c'est important pour toi d'en lire pareil?* (Chercheuse)

- *Non, plus ou moins.* (Sarah)

- *...ou intéressant. Est-ce que tu trouves ça intéressant?* (Chercheuse)

- *Ben... intéressant, pas vraiment. C'est sûr que je suis toujours curieuse, parce que veut, veut pas, la sexualité, c'est comme, c'est un sujet quand même assez tabou, donc je suis curieuse de savoir, mais il y a du monde qui*

trouve ça excitant effrayable, et moi je trouve pas ça si excitant qu'il faut, là. (Sarah)

- *Je l'ai lu et j'étais comme « beuh! » [Rires] (Sabrina)*
- *[rire] C'est pas de quoi qu'on veut savoir, là. (Joanie)*
- *C'est ben beau, là, parler de sexualité mais... comme, moi, je suis ouverte avec ça avec mes parents et tout, là, mais j'imagine juste les jeunes qui lisent ça et qui sont pas ouverts, qu'est-ce qu'ils vont penser après ça de la sexualité, là? [...] Au début, c'est correct, là, mais comme... (Sabrina)*
- *On a pensé [que] ça serait pas un article si pire que ça, mais après, ils ont été trop en détail. (Joanie)*
- *Ouais ... [rises] Moi j'ai lu ça, et j'étais comme « Yark »! (Sabrina)*
- *L'article aurait pu être bon s'ils avaient pas mis autant de détails. On est pas obligés de savoir qu'ils ont fait ci et qu'ils ont fait ça. [...] Ils auraient pu juste skipper des passages et ça aurait été acceptable. (Joanie)*
- *Je pense que c'est le seul article que vraiment, j'ai faite « Yark! » quand je l'ai lu, j'étais comme « Ben là, les détails, y en a vraiment trop! », là. Ah, c'est effrayable! [...] Moi, les affaires personnelles de même, j'aime mieux pas savoir, là. (Sabrina)*

- *Pourquoi tu trouves que ça ne se fait pas? (Chercheuse)*
- *Je sais pas, c'est comme une histoire personnelle, et tant qu'à le conter dans un magazine ... Pas dans ce magazine-là, parce que, je sais pas, moi quand j'étais jeune, Adorable, je voulais le lire, là. Ben j'irais pas donner ça à une fille de comme, 15 ans, là. (Andréanne)*

- *Ça, c'est spécial comme article, là. J'étais comme, non! Ça aussi, c'est comme l'affaire sur le coiffeur, là... (Sabrina)*
- *Qu'est-ce que vous avez pensé de ça? (Chercheuse)*
- *Je sais pas, c'est... Comment je pourrais dire ça? Ils mettent des affaires de même dans un magazine, mais ils ne pensent jamais à l'âge des personnes qui pourraient le lire. Oui, ils vont penser : « Ah, c'est pour quelqu'un d'autre... nananan... » Ben je sais pas... (Joanie)*
- *Je sais qu'il y en a une là-dedans que c'est avec le robinet de la douche et plein d'affaires de même. C'est... (Sabrina)*
- *Ouais, ils disent des affaires de même, mais qu'est-ce qui te dit qu'un enfant ira pas au magasin et va faire, « Ah! Maman! », « Je fais comme maman, je vais lire un livre », et... Je sais pas. (Joanie)*
- *Et ça, c'est pour quel âge, vous trouvez, cet article-là? (Chercheuse)*
- *Ben, ça, c'est pas mal [pour les plus] vieilles, là. (Sabrina)*

Pour illustrer la variété des réceptions, voici un exemple de réception négociée de ce type d'articles :

- *Comme moi, j'aime lire comme les petits, là-dedans, c'est comme les affaires, les lectures érotiques et tout ça, je trouve ça... c'est bon à lire.* (Laurence)
- *Dirais-tu que la lecture érotique, c'est ta lecture préférée?* (Chercheuse)
- *Oui. Oui, parce que, je sais pas, je trouve ça « drôle », mais [ce sont] des affaires que t'imaginerais pas que ça arriverait en vrai. Je sais même pas si ça arrive pour vrai, mais [ils ont] de l'imagination, là. Et ça je trouve ça comme, je sais pas, ça fait... ça fait penser.* (Laurence)
- *Celle-ci, c'en est une. [...] Qu'est-ce que t'en as pensé?* (Chercheuse)
- *C'était vraiment... c'était vraiment extrême.* (Laurence)
- *Oui?* (Chercheuse)
- *[petit rire soufflé]* (Laurence)
- *Comme quoi?* (Chercheuse)
- *Ben quand que tu vas chez la coiffeuse, tu t'attends pas d'aller dans un petit bord avec plusieurs personnes, et... mettons, tu restes bête en même temps, tu dis « olé », tu vas-tu penser d'aller [de nouveau] chez le même coiffeur? Tsé, voyons, câline, il t'a toute vue, et t'as fait toutes sortes d'affaires avec. C'est ça qui m'est passé par la tête, là. [...] Mais, non, je trouve ça bon à lire. [...] Tsé, c'est drôle, mais en même temps, tu restes... tu restes figée.* (Laurence)

Ça, c'était une fille, là, [...] c'était sa fête, ou je sais pas trop, et ses amis l'avait apportée dans un club de striptease, et après ça, moi j'étais comme « O.K... », Veut, veut pas, ça a été un peu en détails, tsé, ils auraient pu juste, je sais pas, c'était... c'était bizarre. (Joanie)

4.5.3.4.4 Réception oppositionnelle des articles présentant des jouets sexuels

Une certaine partie des participantes ont fait une lecture oppositionnelle des textes traitant de jouets sexuels. Un objet en particulier promu dans ces articles a semblé justifier cette lecture, soit un ensemble de pochoirs pour la zone bikini. En voici deux exemples des réactions qu'il a suscitées :

- *J'ai trouvé ça drôle, là. [...]* (Sabrina)
- *C'était quoi?* (Chercheuse)
- *C'était [...] des pochoirs, là. J'étais comme « Non, là! » Il me semble, t'as du temps à perdre si tu le fais au pochoir...* (Sabrina)

En tout cas, moi ce que je trouvais vraiment niaiseux, là, c'était les stencils pour le poil pubien, là... Quel intérêt il y a de se mettre un lapin dans le poil pubien ou un trèfle à trois feuilles? [...] Qui est-ce qui va s'arrêter à regarder le poil pubien d'une fille ou d'un homme [...]? J'étais comme, non, ça ne m'intéressait pas. (Audrey)

4.5.4 Croisement avec les données d’ancrage

Pour l’analyse de la réception, seulement deux graphiques croisant les résultats aux données d’ancrage se sont révélés pertinents. Les voici :

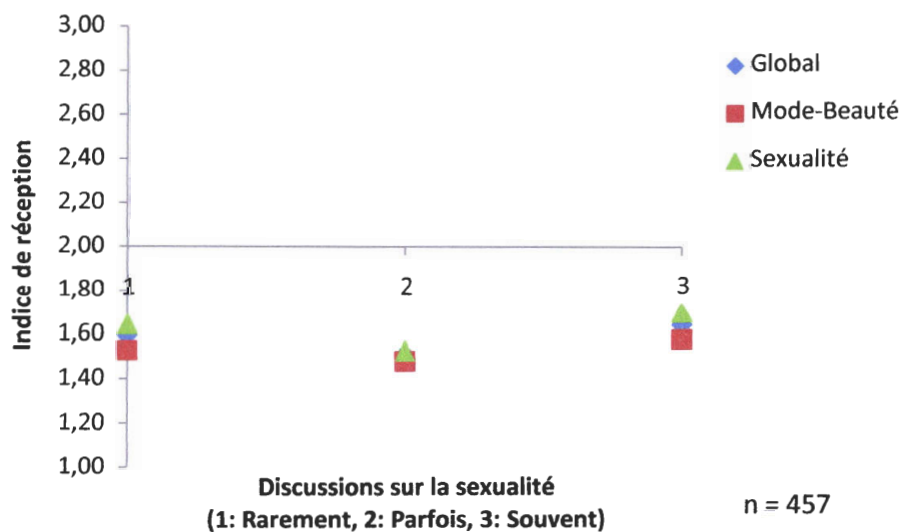


Figure 27 : Réception selon la fréquence des discussions sur la sexualité

Ici, seul le point « sexualité » est interprétable. Il indique que les participantes provenant de familles ayant « souvent » des discussions au sujet de la sexualité font généralement une réception légèrement plus oppositionnelle des textes du magazine.

Cependant, il importe de pondérer cette observation : alors que la question porte sur la sexualité, le point représentant celle-ci suit le point « global »; ainsi suit-il une tendance générale pour les deux catégories.

Le prochain graphique, quant à lui, montre que celles dont les parents fournissent des opinions lors des discussions ont plus tendance à faire preuve d’une réception plus oppositionnelle.

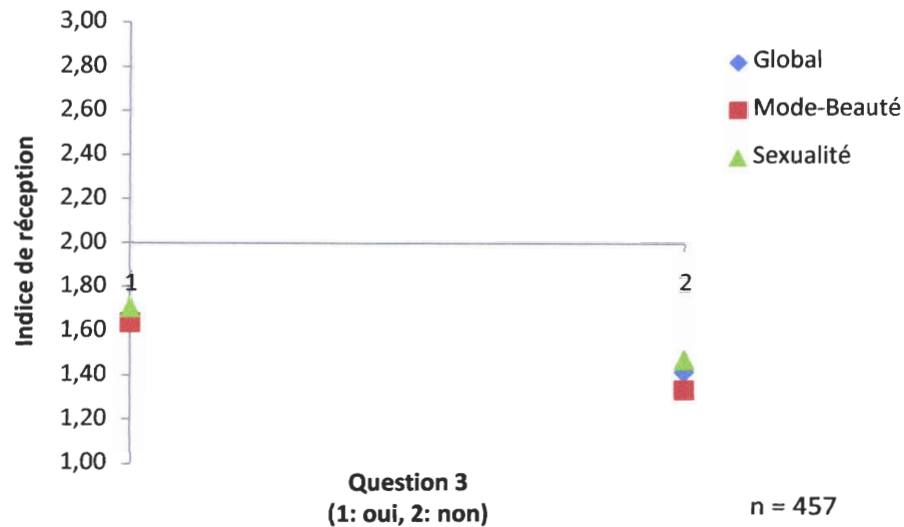


Figure 28 : Réception selon le fait que les discussions parentales contiennent ou non des opinions

Une des participantes nous a indiqué comment un de ses parents considérait le magazine *Adorable* et nous a parlé de la dynamique qui émergeait de leurs discussions :

- *Ma mère, quand elle voit ces magazines-là, elle dit [que] c'est des magazines de cul. Elle va [les] lire, mais elle ira pas lire les... [articles sexuels]. Tsé, elle va peut-être bien [les] lire, mais elle en parlera pas. Elle en parlera juste pas. Parce que tsé, j'en achète souvent, elle va les prendre, elle va les lire, et elle dit : « Voyons! Pourquoi t'achètes ça? »* (Laurence)
- *Qu'est-ce que tu réponds?* (Chercheuse)
- *Ben je dis « Voyons... ». Et là des fois je la niaise, je dis « Voyons, c'est pour m'enrichir! » [petit rire] Et là, ben... elle trouve ça drôle.* (Laurence)

5 Limites de la recherche

Avant de discuter des résultats, il importe d'abord d'en présenter les limites. Celles générales du choix de notre approche concernent l'impossibilité d'une généralisation. La perspective épistémologique des méthodes qualitatives prend effectivement en compte la relative indétermination des phénomènes sociaux et limite considérablement sa généralisation (ce qui constitue en fait un critère de validité des méthodes qualitatives) (Laperrière : 1997). De plus, l'accès indirect aux données (nous n'avons pas accès directement aux pensées des jeunes filles ni à leurs réactions « internes »), qui diminue légèrement la fiabilité des résultats, est aussi une limite (impossible à pallier) de notre recherche. La gêne créée par la présence de la chercheuse ou une volonté de plaire à cette dernière peut également avoir influencé les résultats.

En ce qui concerne les participantes, il est à souligner qu'elles proviennent toutes de petites villes de province ou de villages, et que leur âge est similaire (15 à 17 ans). Leur faible nombre (14 participantes en tout) limite grandement la portée de nos conclusions. L'analyse ne prend pas non plus en compte certains facteurs extérieurs d'influence, comme les autres médias fréquentés ou encore le niveau d'instruction des parents (variable qui s'est révélée non utilisable).

Il est difficile de déterminer si la saturation a été réellement atteinte, quoique les verbatim des entrevues en venaient à se répéter. La figure qui suit montre que les participantes ont donné des résultats variés (chaque croix représente une participante) :

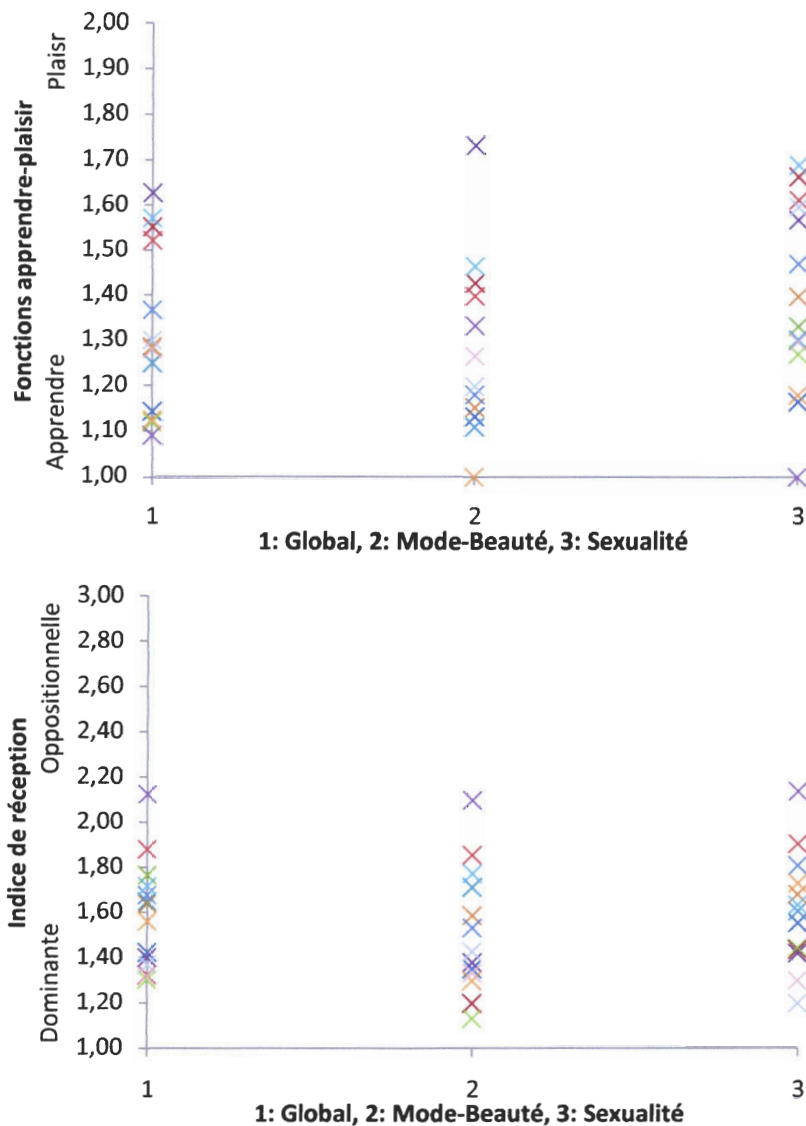


Figure 29 : Positionnement des participantes sur les plans 2 et 3 (fonctions et réception)

Bien que le positionnement des participantes suive des tendances, on observe une certaine marge d'erreur : les données sont relativement étalées. Si l'analyse avait porté sur un corpus d'entretiens plus abondant, il y aurait probablement eu des regroupements plus denses à certains endroits. Cependant, ce graphique permet de rappeler la complexité des résultats qu'apporte la recherche sur des sujets humains, et peut tout de même laisser voir certains regroupements qui coïncident avec les résultats présentés au chapitre 4 : d'abord, que la fonction « apprendre » est plus remplie que la fonction « plaisir »; ensuite, on

observe que la réception est plus dominante qu'oppositionnelle, et ce, pour l'ensemble des participantes.

En ce qui concerne la revue des écrits, elle nous a permis de constater que la recherche sur les magazines (d'autant plus que celle-ci est relativement récente et le contenu de ceux-ci continuellement changeant) ne peut se faire sans le mariage d'une étude de contenu et d'une étude de réception; autrement, les résultats risquent de n'être que partiels. À l'instar de Ballaster et coll., qui ont relevé le fait que les « contradictions » [que l'on trouve dans les magazines] n'embarrassent ni les éditeurs, ni les écrivains ou les lecteurs » (Ballaster et coll. : 1991, p. 7, dans Stevenson : 2002, p. 109), nos résultats incitent à « rejet[er] la dichotomie trop catégorique entre « agent procurant le plaisir » et « agent pourvoyeur d'idéologies opprimantes» (Stevenson : 2002, p. 109; voir également Currie : 1999, p. 166).

En d'autres mots, il faut « reconnaître la polysémie » des textes (Caron : 2003a, p. 4). Puisqu'il ne faut ni les dénigrer et ni les considérer que comme de simples textes lus pour le plaisir, il serait pertinent pour la recherche à venir de considérer les magazines féminins et plus encore les magazines pour jeunes filles comme des outils idéologiques complexes dont la réception est elle aussi complexe (et non pas unilatérale, comme les premières études de contenu sur les magazines féminins tendaient à la considérer).

Elle devra tenir compte également d'un écueil à éviter avec les adolescentes comme avec tout autre sujet : c'est-à-dire de confondre des éléments de la réception avec des éléments de la sociologie (ce qu'elles sont en tant que groupe). Un des moyens d'éviter cette confusion pourrait être d'inclure au protocole de recherche des sujets « non-lectrices », à l'instar de Currie (1999) et d'Hermes (1995), de façon à pouvoir établir les distinctions nécessaires. Ainsi, ce qui est applicable de façon générale à l'ensemble des adolescentes ne sera pas confondu avec ce qui pourrait concerner de façon plus exclusive les lectrices des magazines.

Conclusion et discussion

Au début de l'élaboration de la recherche, certaines hypothèses ont été avancées, qui concernaient, à la manière de notre analyse, trois plans. Nous avons d'abord proposé que les lectrices seraient intéressées par le contenu à caractère sexuel du magazine (et donc qu'elles n'allaient pas ignorer les articles qui en faisaient l'objet). Nous avons également proposé qu'elles liraient les textes à caractère sexuel dans deux buts: apprendre et se divertir. Ensuite, nous avons avancé qu'elles sauraient se montrer critiques envers certains textes avec lesquels elles ne seraient pas d'accord (et donc que la réception ne serait pas seulement dominante). Enfin, nous proposons que l'intérêt qu'elles porteraient aux textes à caractère sexuel, les fonctions qu'elles leur apposeraient et la réception critique, dominante ou négociée qu'elles en feraient pourraient varier selon différentes variables d'ancrage.

Au terme de la présentation de ces résultats, nous pouvons tirer plusieurs conclusions, certaines de façon plus appuyée que d'autres. Nous listons ici les résultats que nous avons pu tirer de façon claire, de même que ceux qui semblent montrer une tendance mais qui gagneraient à être mieux étayés lors d'une étude ultérieure (ces derniers sont issus du croisement des données d'ancrage, qui présentent certaines limites).

Plan 1 : Intérêt des textes

- Les participantes lisent les textes à caractère sexuel, et sont intéressées par eux. Ils sont lus dans une proportion de 55 %. Les articles de la catégorie « Mode-Beauté », à titre de comparaison, sont lus dans une proportion très semblable, soit à 49 %.
- Ces articles lus sont considérés majoritairement comme étant intéressants (24 % de tous articles sur la sexualité ont été jugés ainsi, contre 21 % pour la mode et la beauté). L'indice d'intérêt montre que l'intérêt pour les textes sur la sexualité et sur la mode et la beauté est nettement supérieur à celui créé par les autres articles du magazine (taux de 1,28 et 1,14 contre 0,69).
- Dans l'analyse des textes de la catégorie « Sexualité », qui oppose les sous-catégories « Pratiques sexuelles » et « Relations interpersonnelles », on remarque

que le taux d'intérêt pour ces dernières est très semblable, avec un intérêt légèrement plus élevé pour les textes sur les relations interpersonnelles : 1,37 contre 1,23.

- Plus les participantes sont âgées, plus leur intérêt pour les textes à caractère sexuel augmente. Leur intérêt est également plus élevé lorsque les parents semblent décourager la sexualité.
- Les publicités sont considérées de façon distincte des articles. Dans presque tous les cas, elles ont été ignorées par les participantes, autant dans l'annotation des magazines que lors des entretiens. Cela peut être dû aux consignes de lecture, qui étaient axées sur les articles.
- Les catégories « Forme », « Relations interpersonnelles », « Exemple féminin » et « Pratiques sexuelles » sont celles qui ont le plus intéressé les participantes. Comme les catégories « Forme » et « Exemple féminin » sont très peu représentées dans la revue, celle-ci gagnerait à publier plus d'articles sur ces sujets.
- Les participantes aiment trois types d'images : celles montrant un sentiment d'amour jugé « véritable », celles représentant un sex-symbol et celles montrant un maquillage ou des vêtements jugés esthétiques. Les taux de préférence sont similaires dans les trois catégories.

Plan 2 : Fonction des articles

- Les textes sur la sexualité, tout comme ceux traitant de la mode et de la beauté, sont largement lus dans l'optique d'apprendre ou de se tenir au courant (54 % pour la sexualité et 67 % pour la mode et la beauté). Viennent ensuite les fonctions « pour le plaisir » (40% pour la sexualité et 25 % pour la mode et la beauté) et « pour se rassurer » (6 % pour la sexualité et 8 % pour la mode-beauté). Ainsi, bien que tous les textes leur servent majoritairement à apprendre, les textes à caractère sexuel sont un peu plus lus pour le plaisir que ceux sur la mode et la beauté.

- Si on oppose les textes sur les pratiques sexuelles à ceux sur les relations interpersonnelles, on observe que ceux traitant des pratiques sexuelles sont plus lus pour apprendre (57 % des occurrences totales contre 48 % pour les relations interpersonnelles).
- Les jeunes participantes semblent préoccupées par l'apparence de leur corps, les articles traitant de celui-ci remplissant à 33 % la fonction « se rassurer », alors qu'elles n'ont pas encore besoin d'être rassurées par rapport au couple (0 %).
- Les participantes dont la lecture préférée est d'abord les magazines lisent les articles dans un but un peu plus ludique que les autres lectrices. Celles qui ont le plus de discussions au sujet de la sexualité avec leurs parents les lisent également dans un but plus ludique, surtout si ces discussions comprennent des opinions qui encouragent la sexualité.

Plan 3 : Réception des articles

- Les textes sont généralement reçus de façon dominante (37 % pour la sexualité et 48 % pour la mode-beauté).
- La proportion de réceptions oppositionnelles (de 12 % à 15 %, toutes catégories confondues) démontre clairement que les participantes sont capables de faire preuve d'esprit critique : elles ne gobent pas tout ce qu'elles lisent sans en jauger la qualité, les opposer à leurs valeurs ou en questionner les sources et les fondements. Les nombreuses citations très probantes à ce sujet en témoignent éloquemment.
- Les textes des sous-catégories des pratiques sexuelles et des relations interpersonnelles sont reçus de façon presque identique (respectivement, 37 % de façon dominante, 15 % à 20 % de façon négociée et 12 % à 15 % de façon oppositionnelle, alors que 31 % à 33 % sont ignorés).
- Enfin, il semble que les participantes dont les parents formulent des opinions en regard de la sexualité font une réception plus oppositionnelle des textes.

Ainsi, comme Frazer l'indiquait déjà en 1987, les participantes ne sont pas « victimes » des textes, mais, comme Currie (1999), Duke et Kreshel (1998) et, dans une plus petite mesure, Bouchard et Bouchard (2005) l'ont démontré, elles savent faire preuve d'esprit critique face à ceux-ci et peuvent négocier le sens de leurs contenus, qu'ils soient sexuels ou non. Toutes, en effet, ont été capables de faire preuve d'esprit critique par certaines réceptions oppositionnelles. Plusieurs, à l'instar des participantes de l'étude de Duke et Kreshel (1998), ont même clairement indiqué que certains textes allaient à l'encontre de leurs valeurs, notamment en ce qui a trait aux aventures d'un soir et à l'infidélité, et qu'elles comptaient conserver leurs opinions premières malgré l'incitation du texte à les changer.

Cependant, comme l'étude de Currie (1999) l'avait indiqué, il reste que les participantes semblent tout de même adhérer à l'idéologie véhiculée par ces magazines, puisque la réception qui en a été faite a été généralement dominante (48 % pour « Mode-beauté » et 37 % pour « Sexualité »). Si tous les textes contenus dans les magazines comme *Adorable* n'incitent pas nécessairement à la sexualité précoce ou à adopter un comportement hypersexualisé, certains sont troublants, autant par la précision de leurs détails (par exemple, l'encadré « Caresses 101 » de l'article « Anatomie masculine ») que par l'image qu'ils projettent des femmes autant que des hommes :

Mesdemoiselles, si vous considérez que les hommes sont difficiles à suivre, je vais tenter de vous éclairer un peu en vous indiquant ce qu'ils recherchent précisément. Primo : l'accès au plus grand nombre de femelles. Secundo : le plus grand nombre de relations sexuelles, peu importe le lieu, l'heure ou les dispositions. C'est tout! [...] On veut simplement passer à l'action. (re : « Mouvements du désir », par Stéphane Martel).

Quoique ce journaliste ait été largement critiqué par les participantes, autant pour son attitude condescendante que pour les idées qu'il avance, et bien que l'encadré « Caresses 101 » ait provoqué des réactions négatives chez plusieurs participantes, cela n'a pas été le cas pour tous les articles, ni pour toutes les participantes envers certains ou plusieurs textes à notre point de vue « discutables » (certaines participantes ayant apprécié les textes de Stéphane Martel, par exemple).

Bien que, conformément à notre posture théorique, nous observons que de jeunes lectrices peuvent arriver à leur propre interprétation de certains textes, interprétations qui peuvent être différentes de celles des chercheurs, et envers lesquelles nous tenons à nous abstenir de tout jugement, certains faits ne manquent pas d'inquiéter. À l'instar de Currie (1999), nos résultats ont démontré que les participantes ont majoritairement lu les articles (sexuels ou autres) dans la perspective d'apprendre, perspective qui, dans le contexte de cette recherche, peut être comprise en plusieurs sens : comprendre certaines situations, se tenir au courant des tendances en ce qui concerne la mode, emmagasiner des informations pour plus tard, etc. La mise en relation, d'une part, des résultats de recherche montrant que les médias peuvent jouer un rôle important dans l'apprentissage de la sexualité chez les sujets adolescents (Steele : 1999, dans Brown : 2002) et, d'autre part, du fait qu'un article discutant d'une « tendance » sexuelle n'a pas nécessairement de fondements véridiques (Anne Steiger, journaliste « sexo », a ouvertement avoué avoir inventé de toutes pièces certaines de ces « tendances » [2006, section 1.5]), invite à insister sur l'importance et la nécessité que les contenus sexuels des médias disponibles aux adolescents et aux adolescentes présentent une qualité qui encourage le respect de soi et des autres et, pour reprendre l'expression du Conseil du statut de la femme (2008), les « rapports égalitaires ».

Il apparaît également important de s'interroger sur les contenus et leur réception en ce qui concerne la mise en image des femmes dans ces magazines, car, comme le démontrent nos résultats, le corps constitue pour les participantes une source indubitable d'inquiétude (alors même que ne l'est pas le couple, sauf, et dans une moindre mesure, en ce qui concerne l'infidélité).

Bref, malgré la capacité qu'ont démontrée les participantes de faire preuve d'esprit critique envers certains contenus, les préoccupations concernant les représentations de la sexualité dans les magazines et leur réception par les lectrices demeurent. Il nous semble donc primordial de continuer la recherche en ce sens, tout en veillant à y inclure la voix des adolescentes pour l'inscrire dans le débat public, puisque ce sont elles, qui, au premier chef, sont concernées.

Bibliographie

- Agence France-Presse. 2007. « L'hypersexualisation est néfaste pour les filles », dans *Cyberpresse.ca*, 20 février. www.cyberpresse.ca.
- Adams, S., A. Garner et H. M. Sterk. 1998. « Narrative Analysis of Sexual Etiquette in Teenage Magazines », dans *Journal of Communication*, automne, vol. 48, n° 4, p. 59-78.
- Ang, Ien. 1995. « The Nature of Audience », dans John Downing et al. (éd.), *Questioning the Media : A Critical Introduction*, Thousand Oaks : Sage Publications, p. 207-220.
- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas : Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London : Methuen, 148 p.
- Berg, Bruce L. 1995. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Boston : Allyn and Bacon, 252 p.
- Bouchard, Natasha et Pierrette Bouchard. 2005. « L'imprégnation idéologique et la résistance : étude des réactions d'un groupe de préadolescentes à deux magazines pour jeunes filles », dans Estelle Lebel (dir.), *Recherches féministes*, vol. 18, n° 1. Québec : Université Laval, p. 5-24.
- Bouchard, Natasha et Pierrette Bouchard. 2003. « *Miroir, miroir...* » : *La précocité provoquée de l'adolescence et ses effets sur la vulnérabilité des jeunes filles*. Québec : Université Laval, Chaire d'étude Claire-Bonenfant sur la condition des femmes, Le GREMF édite, Cahier 87, 74 p.
- Boyatzis, Richard E. 1998. *Transforming Qualitative Information : Thematic Analysis and Code Development*. London, New Delhi et Thousand Oaks : Sage Publications, 184 p.
- Brown, Jane D. 2002. « Mass Media Influences on Family », dans *The Journal of Sex Research*, février, vol. 39, n° 1, p. 42-45.
- Brown, Jane D. et Sarah N. Keller. 2002. « Media Interventions to Promote Responsible Sexual Behavior », dans *The Journal of Sex Research*, février, vol. 39, n° 1, p. 67-73.
- Butler, Matilda et William Pasley. 1979. *Women and the Mass Media. Sourcebook for Research and Action*. New York : Human Sciences Press, 432 p.
- Caron, Caroline. À paraître (a) (soumis et accepté). « Les adolescentes dans le discours médiatique québécois : une présence paradoxale », dans Josette Brun (dir.), *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française*, Québec : Presses de l'Université Laval.

- Caron, Caroline. À paraître (b). *Vues, mais non entendues. Les adolescentes québécoises face à l'hypersexualisation de la mode et des médias* (titre provisoire). Thèse de doctorat (Ph.D.) : Département de communication, Université Concordia.
- Caron, Caroline. 2008. « Sexy Girls as the Other : The Discursive Processes of Stigmatizing Girls », Canadian Communication Association Conference : University of British Columbia, 4 et 6 juin.
- Caron, Caroline. 2003a. *Introduction aux travaux de langue anglaise sur la presse féminine (1978-2001)*. Québec : Université Laval, Chaire d'étude Claire-Bonenfant sur la condition des femmes, Le GREMF édite, Cahier 19, 68 p.
- Caron, Caroline. 2003b. *La presse féminine pour adolescentes : une analyse de contenu*, Mémoire (M.A.). Québec : Université Laval, 179 p.
- Caron, Caroline. 2002. « Conservateurs ou égalitaires, les magazines pour adolescentes ? ». Communication présentée au Troisième colloque international des recherches féministes francophones, Toulouse (France), 19 septembre 2002. <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/06/22/18/HTML/index.html>.
- Carpenter, Laura M. 1998. « From Girls into Women : Scripts for Sexuality and Romance in *Seventeen* Magazine, 1974-1994 », dans *The Journal of Sex Research*, vol. 32, n° 2, p. 158-168.
- Carstarphen, Meta G. et Susan C. Zavoina (éd.). 1999. *Sexual Rhetoric : Media Perspectives on Sexuality, Gender, and Identity*. Connecticut, London et Westport : Greenwood Press, 304 p.
- CCAB : BPA Worldwide. 2002-2007. *Revue(s) de consommation* (magazine *Adorable*). Toronto : Canadian Circulations Audit Board, juillet 2002 - juin 2006. www.bpaww.com.
- Chia, Stella C. 2006. « How Peers Mediate Media Influence on Adolescents' Sexual Attitudes and Sexual Behavior », dans *Journal of Communication*, Septembre, vol. 56, n° 3, p. 585-606.
- Chow, Jean Dianne. 1998. *Teen Magazines : Manufacturing Consent*. Thèse de doctorat (Ph.D.). Colorado : University of Colorado Health Sciences Center, 178 p.
- Clémence, Alain, Willem Doise et Fabio Lorenzi-Cioldi. 1994. « Prises de position et principes organisateurs des représentations sociales », dans Ch. Guimelli, (éd.), *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, p. 119-151.
- Cole, Ellen et Jessica Henderson Daniel (éd.). 2005. *Featuring Females : Feminist Analyses of the Media*. Washington : American Psychological Association, 231 p.

- Conseil du statut de la femme. 2008. *Le sexe dans les médias : obstacle aux rapports égaux*. Rapport de recommandations. Québec : Conseil du statut de la femme, Mai, 109 p. www.csf.gouv.qc.ca/fr/publications.
- Currie, Dawn H. 1999. *Girl Talk : Adolescent Magazines and Their Readers*. Toronto : Presses de l'Université de Toronto, 362 p.
- Cyr, Marie-France. 1998. *Parades et modèles de relations homme-femme dans les magazines féminins québécois de 1993*. Thèse de doctorat (Ph.D.). Montréal : Université du Québec à Montréal, 6 microfiches, 326 p.
- Dansereau, Stéphanie. 1999. « L'identité adolescente dans les magazines jeunesse : une voyeuse sans valise! ». Communication au colloque Culture populaire et pédagogie artistique. Montréal : UQÀM, 20 mars 1999.
- Dardigna, Anne-Marie. 1980. *La presse « féminine »*. Fonction idéologique. Paris : Petite collection Maspero, 245 p.
- Debras, Sylvie. 2003. *Lectrices au quotidien : femmes et presse quotidienne, la dissension*. Paris : L'Harmattan, 222 p.
- Devito, Marie-Noëlle. 2001. « Sexe et mini-jupe : Les magazines *Clin d'œil* et *Elle Québec* de 1995 à l'an 2000, entre tradition et modernité ». M.A. : Université du Québec à Montréal, 163 p.
- Duke, Lisa L., and Peggy J. Kreshel. 1998. « Negotiating Fertility : Girls in Early Adolescence Read Teen Magazines », dans *Journal of Communication Inquiry*, vol. 22, n° 1, p. 48-71.
- Duke, Lisa Lee. 1999. *The Role of Age and Race in Adolescent Girls' Interpretation of Teen Magazines*. Thèse de doctorat (Ph.D.). Géorgie : Université de Géorgie, 193 p.
- Durand, Monique et Lisa Marie Noël. 2005. « Hypersexualisation des filles – Échec du féminisme ? », dans *Gazette des femmes*, septembre-octobre, vol. 27, n° 2, p. 15-26.
- Durham, Meenakshi Gigi. 1998. « Dilemmas of Desire. Representations of Adolescent Sexuality in Two Teens Magazines », dans *Youth & Society*, vol. 29, n° 3, p. 369-389.
- Eddy, Bob. 2007. « Making sense constructively », dans *ETC : A Review of General Semantics*, janvier, vol. 24, n° 1, p. 12-18.
- El Yamani, Myriame. 1998. *Médias et féminismes : Minoritaires sans paroles*. Paris : L'Harmattan, 268 p.

- Festinger, Leon. 1962. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford : Stanford University Press, 291 p.
- Fine, Michelle. 1988. « Sexuality, Schooling, and Adolescent Females : The Missing Discourse of Desire », dans *Harvard Educational Review*, Cambridge : Harvard Educational Review, février, vol. 58, n°1, p. 29-53.
- Fine, Michelle et Leonard Saxe. 1981. *Social Experiments : Methods for Design and Evaluation*. Beverly Hills : Sage Publications, 267 p.
- Fine, Michelle et Lois Weis. 2003. *Silenced Voices and Extraordinary Conversations : Re-Imagining Schools*. London et New York : Teachers College Press, 208 p.
- Finney, Danielle Wendy. 2001. *Sexing Desire : The Construction and Treatment of Female Sexuality in Popular Women's Magazines*. Mémoire (Étude des femmes). Terre-Neuve : Memorial University of Newfoundland, 98 p.
- Frazer, Elizabeth. 1987. « Teenage Girls Reading Jackie », dans *Media, Culture and Society*, vol. 9, n° 4, p. 407-425.
- Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender and Identity : An Introduction*. London et New York : Routledge, 278 p.
- Gauthier, Benoît (dir.). 2004. *Recherche sociale : De la problématique à la collecte de données*. Sainte-Foy (Québec) : Presses de l'Université du Québec, 619 p.
- Glaser, Barney G. et Anselm Strauss. 1967. *The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research*. Chicago : Aldine Publishing Company, 271 p.
- Griffiths, Vivienne. 1995. *Adolescent Girls and their Friends : A Feminist Ethnography*. Aldershot et Brookfield : Avebury, 196 p.
- Hall, Stuart. 1973. « Codage/Décodage », dans *Réseaux*, n° 68, p. 27-39.
- Harris, Anita. 2004. *All About the Girl*. New York : Routledge, 280 p.
- Hermes, Joke. 1995. *Reading Women's Magazines : An analysis of Everyday Media Use*. Cambridge : Polity Press, 226 p.
- Jacquinet-Delaunay, Geneviève. 2003. *Médiamorphoses (Dossier : Médias People : du populaire au populisme)*. Bry-Sur-Marne : INA, septembre, n° 8, 120 p.
- Kaiser Family Foundation and Children Now. 1998. *Measuring the Effects of Sexual Content in the Media : A Report to the Kaiser Family Foundation*. Washington : The Henri J. Kaiser Family Foundation, mai.
- Kearney, Mary Celeste. 2006. *Girls Make Media*. New York : Routledge, 384 p.

- Kissling, Elizabeth Arveda. 1996. « Bleeding Out Loud : Communication about Menstruation », dans *Feminism & Psychology*, London, Thousand Oaks et New Delhi : Sage Publications, vol. 6, n° 4, p. 481-504.
- Kitzinger, Celia. 2004. « Feminist Approaches », dans Gobo, Giampietro, Jaber F. Gubrium, Clive Seale et David Silverman (éd.), *Qualitative Research Practice*, London, New Delhi et Thousand Oaks : Sage Publications, p. 125-140.
- Krueger, Richard A. 1998. *Developing Questions for Focus Groups*. London, New Delhi et Thousand Oaks : Sage Publications, 107 p.
- Kundanis, Rose M. 2003. *Children, Teens, Families, and Mass Media : The Millennial Generation*. Mahwah (New Jersey) : Lawrence Erlbaum Associates, 184 p.
- Laperrière, Anne. 1997. « Les critères de scientificité des méthodes qualitatives », dans Deslauriers, Pierre, Lionel Groulx, Anne Laperrière, Robert Mayer, Alvaro Pires et Jean Poupart (dir.), *La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, p. 365.
- Lebel, Estelle. 2004. « La réception des images par les femmes et par les hommes », communication présentée à l'ACFAS, Montréal, 12 mai.
- Lebel, Estelle. 2004. « Lectrices au quotidien », Sylvie Debras, compte-rendu, dans Loïc Hervouet (dir.), *Cahiers du journalisme*. Lille : Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille, printemps, n° 13, p. 388-391.
- Lindlof, Thomas R. 2002. *Qualitative Communication Research Methods*. London, New Delhi et Thousand Oaks : Sage Publications, 357 p.
- Mackenzie, Jennifer. 1999. *Like Mother, Like Daughter? : Adolescents' Perceptions of Sexuality and Fertility Decisions Within the Context of the Mother-Daughter Relationship*. Thèse de doctorat (Ph. D.). Utah : University of Utah, 250 p.
- Maigret, Éric. 2003. *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Armand Colin, 288 p.
- Mattelart, Armand et Michèle Mattelart. 1995. *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte, Collection « Repères », n° 174, 125 p.
- McRobbie, Angela. 1982. « Jackie : An Ideology of Adolescent Feminity », dans Bennet T., G. Martin et B. Waites (dir.), *Popular Culture : Past and Present*. London : Croom Helm, p. 263-283.
- Miles, Matthew B. et A. Michael Huberman. 2003. *Analyse des données qualitatives*. Bruxelles : De Boeck Université, 626 p.

- Miller, Brent C. 2002. « Family Influences on Adolescent Sexual and Contraceptive Behavior », dans *The Journal of Sex Research*, février, vol. 39, n° 1, p. 22-26.
- Morgan, David L. 1998. *The Focus Group Guidebook*. London, New Dehli et Thousand Oaks : Sage Publications, 96 p.
- Morgan, David L. et Alice U. Scannell. 1998. *Planning Focus Groups*. London, New Dehli et Thousand Oaks : Sage, 128 p.
- Pasquier, Dominique. 1997. « Télévision et apprentissages sociaux : Les séries pour adolescents », dans *Réseaux Reader CNET*. Paris : CNET, p. 811-830.
- Patton, Michael Quinn. 1990. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. New Delhi, Newbury Park et London : Sage Publications, 532 p.
- Pipher, Mary. 1994. *Reviving Ophelia : Saving the Selves of Adolescent Girls*. New York : Ballantine, 304 p.
- Radway, Janice. 1984. *Reading the Romance : Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill et London : The University of North Carolina Press, 274 p.
- Rakow, Lana F. et Laura A. Wackwitz. 2005. *Feminist Communication Theory : Selections in Context*. Thousand Oaks : Sage Publications, 280 p.
- Singer, Dorothy G. et Jerome L. Singer. 2001. *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks : Sage Publications, 765 p.
- Steele, Jeanne Rogge. 1999. « Teenage Sexuality and Media Practice : Factoring in the Influences of Family, Friends, and School », dans *The Journal of Sex Research*, novembre, vol. 36, n° 4, p. 331-341.
- Steiger, Anne. 2006. *La vie sexuelle des magazines : comment la presse manipule notre libido et celle des ados*. Paris : Éditions Michalon, 233 p.
- Stevenson, Nick. 2002. *Understanding Media Cultures : Social Theory and Mass Communication*. 2e édition. London : Sage Publications, 255 p.
- Strasburger, Victor. 1995. *Adolescents and the Media : Medical and Psychological Impact*. Thousand Oaks : Sage Publications, 131 p.
- Strasburger, Victor et Barbara J. Wilson. 2002. *Children, Adolescents and the Media*. Cambridge : Polity Press in association with Blackwell Publishers, 314 p.
- Streitmatter, Rodger. 2004. *Sex Sells! : The Media's Journey from Repression to Obsession*. Cambridge : Westview Press, 283 p.

- Tanner, Lindsey (Associated Press). 2007. « Study : 42 % of Kids Exposed to Porn », dans TheGlobeAndMail.com, 02 mai. www.theglobeandmail.com.
- Taylor, Laramie D. 2005. « Effects of Visual and Verbal Sexual Television Content and Perceived Realism on Attitudes and Beliefs », dans *The Journal of Sex Research*, mai, vol. 42, n° 2, p. 130-137.
- Thompson, John B. 1995. *The Media and Modernity : A Social Theory of the Media*. Cambridge : Polity Press, 314 p.
- Tolman, Deborah L. 2002. *Dilemmas of Desire : Teenage Girls Talk About Sexuality*, Lieu : Harvard University Press, 247 p.
- Trudeau, Violaine. 2007. « Nouvelle union! », dans *Adorable*, Québec : Les Éditions Genex Inc., juin, n° 124, p. 4.
- Van Zoonen, Liesbet. 1994. *Feminist Media Studies*. London : Sage Publications, 173 p.
- Voirol, Olivier. 2005a. « Présentation du dossier Visibilité/Invisibilité », dans *Réseaux*, Paris : Lavoisier, n° 129-130, p. 9-35.
- Voirol, Olivier. 2005b. « Les luttes pour la visibilité : esquisse d'une problématique », dans *Réseaux*, Paris : Lavoisier, n° 129-130, p. 89-121.
- Winship, Janice. 1987. *Inside Women's Magazines*. London : Pandora, 181 p.

Bibliographie des ouvrages encyclopédiques

- Balle, Francis (dir.). 1998. *Dictionnaire des médias*. Paris : Larousse, 281 p.
- Baltes, Paul B et Neil J. Smelser (éd.). 2001. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam ; New York : Elsevier, 26 vol.
- Barnouw, Erik (éditeur). 1989. *International Encyclopedia of communications*. New York : Oxford University Press, 4 vol.
- Bloch, Henriette. 1991. *Grand dictionnaire de la psychologie*. Paris : Larousse, 1062 p.
- Block, Eleanor S. et James K. Bracken. 1991. *Communication and the Mass Media : A Guide to the Reference Literature*. Englewood, Colo. : Libraries Unlimited, 198 p.
- Brenot, Philippe (dir.). 2004. *Dictionnaire de la sexualité humaine*. Bordeaux : L'Esprit du temps, 734 p.

- Bullough, Vern L. et Bonnie Bullough. 1994. *Human Sexuality : an Encyclopedia*. New York : Garland Pub., 643 p.
- Caralp, Évelyne et Alain Gallo. 2004. *Dictionnaire de la psychanalyse et de la psychologie*. Toulouse : Milan, 157 p.
- Cohen, Dr Jean (dir.). 1973. *Dictionnaire de la vie affective et sexuelle: dictionnaire médical, psychologique, sociologique et juridique*. Paris : Casterman, 272 p.
- Craighead, W. Edward et Charles B. Nemeroff. 2001. *The Corsini Encyclopedia of Psychology and Behavioral Science*. New York ; Toronto : John Wiley & Sons, vol. 1., 1836 p.
- Doron, Roland, et Françoise Parot (dir.). 2003. *Dictionnaire de psychologie*. Paris : Presses universitaires de France, 756 p.
- Encyclopaedia Universalis*. 2002. Paris : Encyclopaedia Universalis, 28 vol.
- Francoeur, Robert T. et Raymond J. Noonan (éd. associés). 2004. *The Continuum Complete International Encyclopedia of Sexuality*. New York : Continuum, 1419 p.
- Hill, Anne and James Watson. 2003. *Dictionary of Media and Communication Studies*. London : Arnold; New York : Oxford University Press, 339 p.
- Kazdin, Alan E. 2000. *Encyclopedia of psychology*. Washington, D.C.: American Psychological Association ; Oxford : Oxford University Press, 8 vol.
- Lamizet, Bernard et Ahmed Silem (dir.). 1997. *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Paris : Ellipses, 590 p.
- Lichtenberg, Kara Ellynn. 1994. *A Research Guide to Human Sexuality*. New York : Garland Pub., 497 p.
- Pascal. E65, *Psychologie, psychopathologie, psychiatrie*. 1990. Paris : Centre national de la recherche scientifique, Institut de l'information scientifique et technique.
- Ramachandran, V. S. 1994. *Encyclopedia of Human Behavior*. San Diego, CA; Toronto : Academic Press, 4 vol.
- Schement, Jorge Reina. 2002. *Encyclopedia of communication and information*. New York : Macmillan Library Reference USA, 3 vol.
- The New Encyclopaedia Britannica*. 2005. Chicago : Encyclopaedia Britannica, 32 vol.

Annexe A : Pré-questionnaire

Nom : _____

Prénom : _____

Nom fictif : [à remplir par la chercheuse]

Âge : _____

Niveau scolaire : _____ e année

Notes à l'école :

- 90 % et plus Entre 70 et 80%
- Entre 80 et 90% Moins de 70 %

Je lis **Adorable** depuis : _____ (mois et année)

Occupation des parents : _____

Niveau d'instruction des parents :

- Études secondaires non complétées Études postsecondaires entamées mais non complétées
- Études secondaires complétées Études postsecondaires complétées

J'ai des discussions à la maison au sujet de la sexualité :

- Souvent Rarement
- Parfois Jamais

Mes discussions avec mes parents au sujet de la sexualité (cocher tout ce qui s'applique) :

- Restent en surface Ces opinions découragent la sexualité
- Vont en profondeur dans le sujet Ces opinions encouragent la sexualité
- Sont pourvues d'opinions de la part de mes parents Sont dépourvues d'opinion de la part de mes parents

Annexe B : Guide d'entretien

1. Parlez-moi d'un type de lecture que vous faites durant vos temps libres. Ce peut-être la lecture d'un site Internet, d'un magazine, d'un journal, n'importe quoi.
2. Si je vous dis : « magazines pour adolescentes », quelle image vous vient en tête (en trois mots ou trois items) ?
3. Quelle proportion la lecture des magazines pour adolescentes occupe-t-elle dans l'ensemble de vos lectures ou de vos contacts avec les autres médias (internet, télévision)?
4. Quels magazines vous lisez?
5. Lesquels vous préférez (en ordre, pouvez-vous m'en nommer trois)?
6. En quoi ce magazine-là (le préféré) est-il différent des autres pour qu'il soit votre préféré?
7. Si on parlait maintenant du cas d'*Adorable*. Pouvez-vous me montrer comment vous le lisez? Qu'est-ce que vous lisez en premier? Quelles sont vos sections préférées? (etc.)
8. Je vous avais demandé de vous choisir une image. Pouvez-vous m'indiquer celle que vous avez choisie?
9. Qu'est-ce qui rendait cette image attirante pour vous?
10. Maintenant, j'aimerais voir les articles que vous avez lus. Qu'est-ce que vous avez lu dans ce numéro-là? Et celui-là? Et celui-là?
11. Regardons de plus près les articles. Lesquels avez-vous surligné en rouge (ou autre couleur) ?
12. Qu'est-ce qui vous a attiré dans cet article-là? Et celui-là?

13. (On regarde un par un chaque article encerclé en rouge.) De quoi parle cet article?
14. Quelle est votre opinion sur ce sujet?
15. Pourquoi c'est vrai/faux/important/pas important (réponse des participantes) ce qu'ils disent?
16. Est-ce qu'il y en a parmi vous qui ont changé d'opinion à la suite de la lecture de cet article? En quoi votre opinion a-t-elle changé?
17. Les autres, vous m'avez dit que votre opinion était restée la même. Pouvez-vous m'expliquer un peu ce que vous avez pensé en lisant l'article?
18. Cet article-là (le cas échéant) propose des trucs/conseils pour (sujet de l'article). Est-ce qu'il y en a parmi vous qui les ont suivis, ou qui ont essayé de les suivre? Qu'est-ce que vous avez fait?
19. Dans quel but avez-vous essayé ces trucs?
20. Comment ça s'est passé? (Avez-vous été déçue, surprise, enchantée...?)
21. Maintenant, qu'est-ce que vous avez sauté (pas lu) dans les magazines que je vous ai prêtés?
22. En quoi ces articles-là ou ces sections-là n'étaient pas intéressantes?
23. *Adorable* a changé de public-cible en juin 2002. Qui d'entre vous le saviez?
24. *Adorable* s'adresse maintenant à un public-cible âgé entre 18 et 25 ans. Aucune d'entre vous de fait partie de ce groupe d'âge. Comment vous vous sentez par rapport à ça? (En quoi trouvez-vous qu'il vous convient? En quoi trouvez-vous qu'il ne vous convient pas?)
25. Si je comprends bien... (résumé de deux à trois minutes des réponses aux questions clefs). Y a-t-il quelque chose que l'on pourrait ajouter et qui n'a pas été mentionné?

Annexe C : Images tirées du corpus

Cette annexe présente quelques exemples d'images illustrant les articles discutés ainsi que celle de la page couverture d'un des numéros remis aux participantes.



Image 1 : Page couverture du numéro de septembre 2007



Image 2 : « Plaisirs en solo : 5 raisons pour y succomber et 5 autres pour y aller mollo », septembre 07

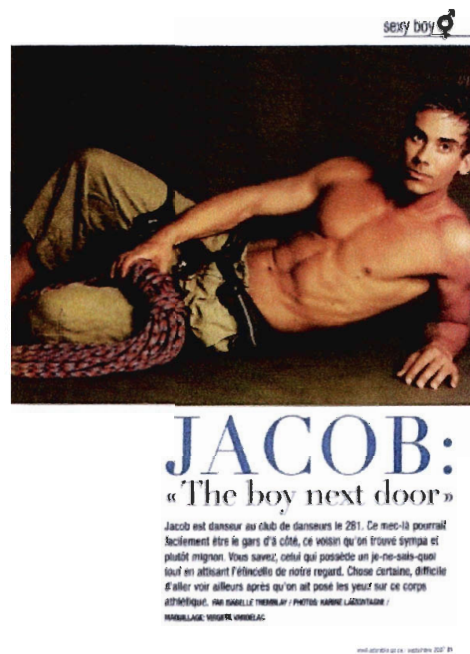


Image 3 : « Jacob : “ The boy next door” », septembre 07



Image 4 : « Mon après-midi chez le coiffeur » (nouvelle érotique), septembre 07

COQUINE

Par Yannick Foude
Boutique Les Lèvres (www.leslèvres.com)



Anatomie masculine

Dans les numéros précédents, nous avons beaucoup parlé des organes masculins, de quel stimulus et de comment faire pour atteindre le nirvana. Plus spécifiquement il se agit à votre les jambes et que l'on conste parfaitement connaître son pénis!

••• Vous venez enfin de ce que vous attendez un organe de plus près comme un véritable être qui a pour propulsions votre érection. Cela peut être un organe de soutien et comme tel, le fait de faire certaines contractions avec le « couloir » de votre organe vous attire les regards de vos amis, et c'est ce que vous voulez !

Une érection se présente bien que vous ne l'avez pas vue auparavant. Elle se présente à vous comme un organe de soutien et comme tel, le fait de faire certaines contractions avec le « couloir » de votre organe vous attire les regards de vos amis, et c'est ce que vous voulez !

Le gland, ou terme de changement ou d'un organe, se trouve dans le pénis et il est composé de plusieurs parties distinctes.

Dans le monde des hommes, il y a un organe qui s'appelle le gland et qui est composé de plusieurs parties distinctes. C'est ce que l'on appelle le gland et qui est composé de plusieurs parties distinctes.

Adieu à l'érection sans le plaisir, ne vous laissez pas tromper de la douleur, elle peut être un signe de votre organe et il est important de savoir ce que vous avez et comment l'utiliser.

- Comme le clitoris chez la femme, le gland est programmé pour procurer du plaisir -

CARESSES 101
POUR HOMME ET FEMME DANS POUR LA PRODUISANT DE MERVEILLES (SANTÉ)

La seule possibilité de se réveiller est de se réveiller et de se réveiller. Mais il y a une autre possibilité de se réveiller et de se réveiller. C'est de se réveiller et de se réveiller.

Le fait est qu'il y a une autre possibilité de se réveiller et de se réveiller. C'est de se réveiller et de se réveiller.

Le fait est qu'il y a une autre possibilité de se réveiller et de se réveiller. C'est de se réveiller et de se réveiller.

Image 5 : « Anatomie masculine », décembre 06 - janvier 07

Par Yannick Foude
Boutique Les Lèvres (www.leslèvres.com)



FAITES « VIBRER » VOS CLOCHETTES... (DU JOYEUX TEMPS DES FÊTES!)

Le temps des fêtes approche inéluctablement. Les parties de bureau se terminent, les vacances commencent et de nombreux de vous ne peuvent pas se passer de faire des fêtes. Les fêtes sont un moment où l'on se réveille et de se réveiller. C'est de se réveiller et de se réveiller.

Vibros de luxe!

Une des plus belles accessoires est...
C'est de se réveiller et de se réveiller.

Un petit creux?

Enfin, de la certitude pour le corps humain que l'on peut être sûr de soi. Prenez et prenez votre attitude, et vous pouvez en être sûr. C'est de se réveiller et de se réveiller.

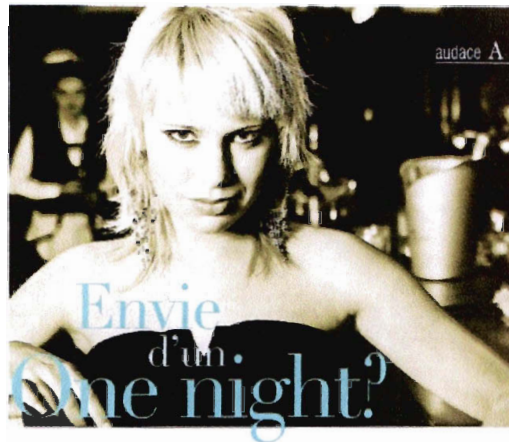
Un merveilleux outil

avant de passer au plat de résistance: comment votre partenaire avec cette grande joie de faire votre plaisir, il applique en simplement sur votre partie de votre corps et vous pouvez constater de votre plaisir et de votre plaisir.

LES DES PLUS BEAUX VIBRATIONS JAMAIS DÉCOUVERTES, MAIS SURTOUT UN DESIGN ÉROTIQUE POUR FAIRE VIBRER À LA PELLE LE CLITOIRE ET LE POINT G. IL EST NON DÉMONTABLE, SÉDUCTIF PAR SA FORME, MÊME AVANT D'ÊTRE SÉLECTIVEMENT VIBRANT, POUR ÉTANT LA PÉNÉTRATION.

Grâce à votre...
Grâce à votre...

Image 6 : « Faites “vibrer” vos clochettes... du joyeux temps des Fêtes! » (article sur des jouets sexuels), décembre 06 - janvier 07



Il y a des signes physiques qui ne trompent pas lorsqu'on ressent le besoin de jouer. Le message que votre corps vous envoie est clair. Pas question d'ajuster à piles cette fois. La solution: une aventure! Enfin une proposition, loin d'être indécente, pour les célibataires. Suivre le guide pour atteindre l'orgasme sans attaches! Par Ouelle Meunier

Le travail sexuel, c'est bien, mais un petit ça reste un petit. Rien plus, ce dernier donne toujours un excellent rendement que les 40g d'une main, avec habiles soins de. Pluies une fois et d'autres platement pour être bientôt dans ce qui s'appelle un one-night. Avec Thomas Lenoir, sexologue à Paris, les solutions sont nombreuses pour tout ce genre d'activités.

Il est un temps où le ciel était sombre pour les filles qui avaient des sentiments secrets sans fondement. En 2007, les choses ont changé.

« Selon les statistiques, on dispose de 90 secondes pour marquer positivement quelqu'un. »

La recherche française a également en son sein des spécialistes dans le domaine à savoir. Elles sont plus nombreuses, celles qui osent se retrouver qu'une fois d'un côté. Plus tard, il y aura une étude publiée. Les données dans le Journal of Sexual Medicine, un magazine, une recherche à la base de ce comportement chez les femmes. Une étude que je rappelle de

plus en plus de celle des hommes, sont au moins sur le plus grand des continents. Pour être honnête, il n'est pas toujours évident que ce message d'un seul côté, avec une certaine explication supplémentaire. « Pour les filles, ce n'est pas une question de temps, l'important est de ne pas être vu comme une "one-night" ou "Ce n'est pas toi". Pour la femme, il s'agit d'être sûre que lorsqu'elle dit "Ce message", ce n'est pas dans l'attente que le gars appelle. C'est OK si et seulement si on peut le lui dire. Quand une femme assume ce message. Et là, c'est souvent elle la gagnante. »

Quand on décide que l'on n'est pas prêt, que c'est un one-night dans un hôtel, un bar quel? Est-ce qu'il y a des règles d'hygiène à respecter? Les pros comptent en un clic pour savoir les règles sur la toile. L'important est de rassurer, c'est à dire s'assurer à savoir dans quel contexte on se trouve? Quel est le genre de sexe? Quelle partie du corps est touchée?

Image 7 : « Envie d'un one-night? », mai 07

L'ADORABLE BOUTIQUE

1 - LI BILDVANT ID SEXUALITY
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

15[€]

2 - FEMME ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

15[€]

3 - KAMOU TEA RASBERRY AER
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

9[€]

4 - FEMME ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

25[€]

5 - NIENGA ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

25[€]

6 - FEMME ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

18[€]

7 - FEMME ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

55[€]

8 - NIENGA ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

45[€]

9 - NIENGA ENFERME
400ml
Aperitif de chambre
avec des ingrédients
différents que vous
connaissez une sensation
de plaisir de la
gamme contact
Compatible avec
votre

52[€]

POUR COMMANDER
Partez à la conquête en indiquant
votre adresse de livraison
à l'adresse suivante

MAGAZINE ADORABLE
L'ADORABLE BOUTIQUE
400, Boulevard Charles-Fort
Suresnes 92099
Tél: 01 47 51 41 41
Site: www.adorable.com

Le tout est en stock dans
notre magasin principal

Les taxes et les frais de livraison
sont inclus

18 ans et plus

BON DE COMMANDE
NOMME ET PRENOM (à imprimer)
LES TAXES ET LES FRAIS DE LIVRAISON SONT INCLUS

Nom: _____
Prénom: _____
Adresse: _____
Code postal: _____
Ville: _____
Pays: _____
Téléphone: _____

GRATUIT
Livraison gratuite
pour les commandes
supérieures à 50€

Produit	Quantité	Prix
Produit	1	15,00
Produit	1	9,00
Produit	1	25,00
Produit	1	25,00
Produit	1	18,00
Produit	1	55,00
Produit	1	45,00
Produit	1	52,00
TOTAL		

Mode de paiement: CB CC Virement
Date: _____

Image 8 : « L'Adorable boutique »
(page publicitaire de jouets sexuels vendus par Adorable), mai 07

Annexe D : Graphiques non retenus pour l'analyse

On présente ici les graphiques qui, pour une raison ou une autre, se sont révélés invalides pour l'analyse. Ce pouvait être que la courbe représentée était non pertinente, ne présentant aucun lien entre les deux variables utilisées pour le croisement, ou encore que les résultats démontrés étaient trop constants pour être significatifs. Ce pouvaient aussi être que les résultats obtenus étaient contradictoires (notamment pour les questions « Ces opinions encouragent la sexualité » et « Ces opinions découragent la sexualité »). Il est à noter qu'aucun graphique n'a été créé pour représenter la question 6 du pré-questionnaire, aucune participante n'ayant coché cette option lors des rencontres.

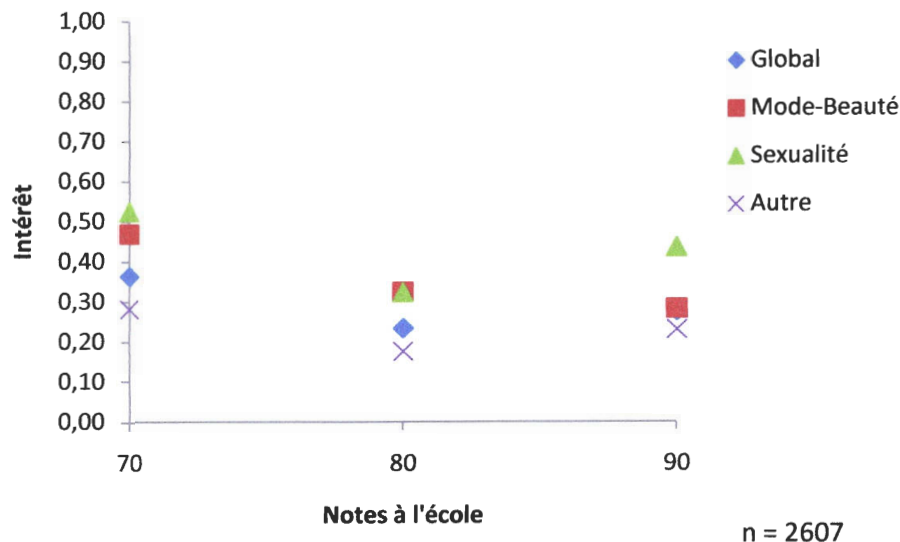


Figure 30 : Intérêt en fonction des notes à l'école

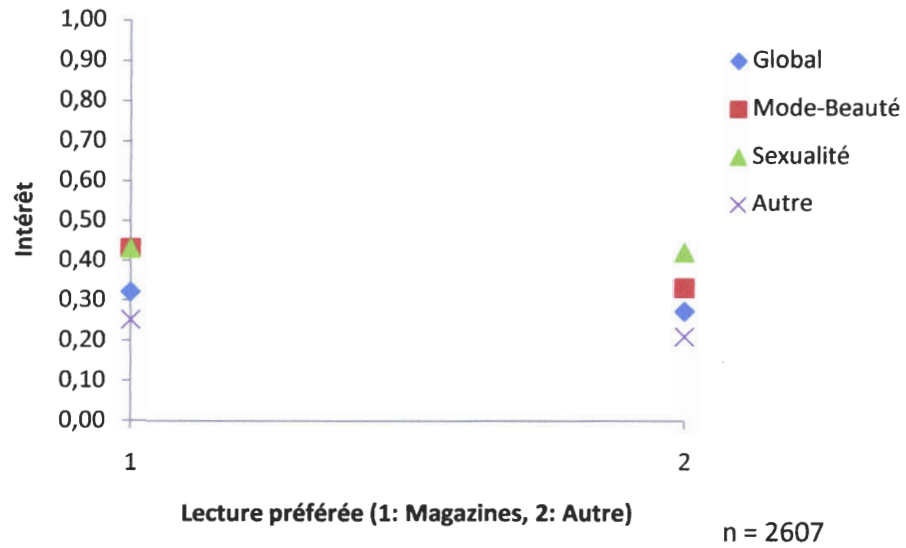


Figure 31 : Intérêt en fonction de la lecture préférée

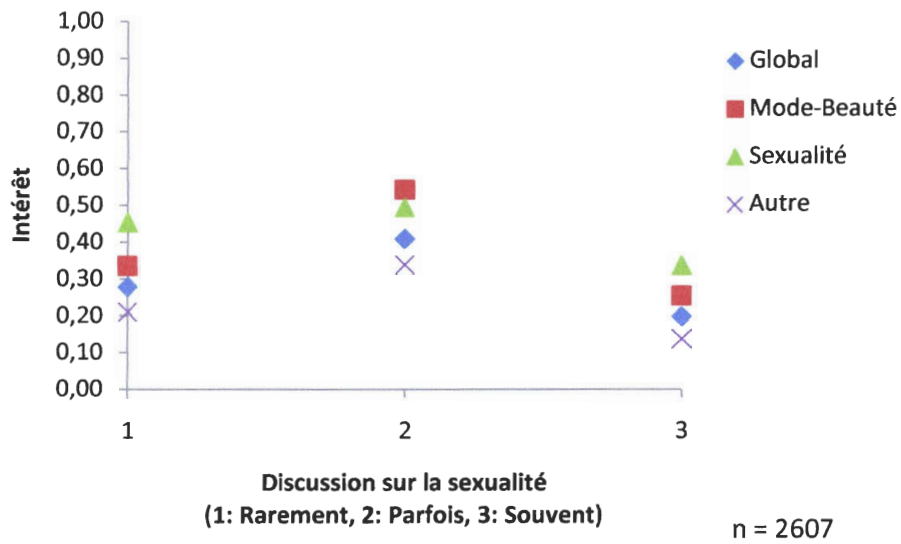


Figure 32 : Intérêt en fonction de la fréquence des discussions sur la sexualité

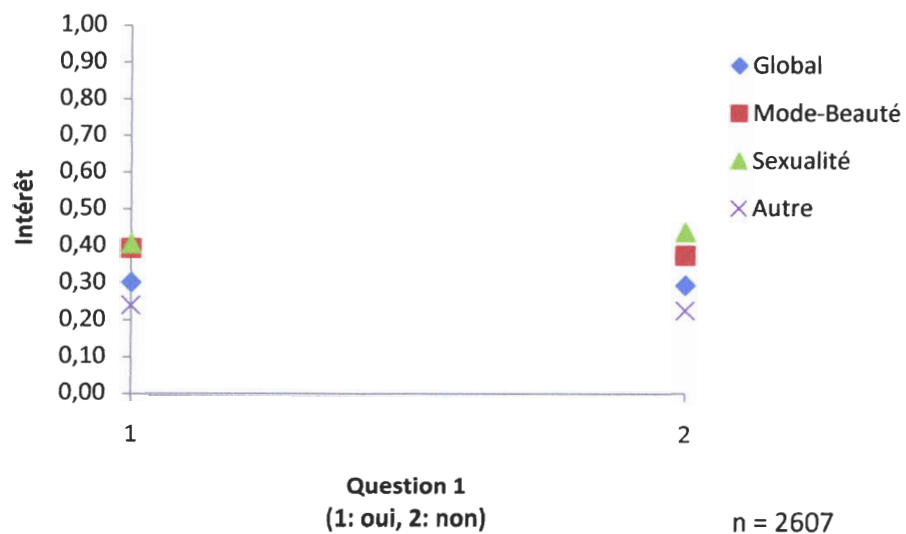


Figure 33 : Intérêt en fonction de la question
« Ces discussions restent en surface »

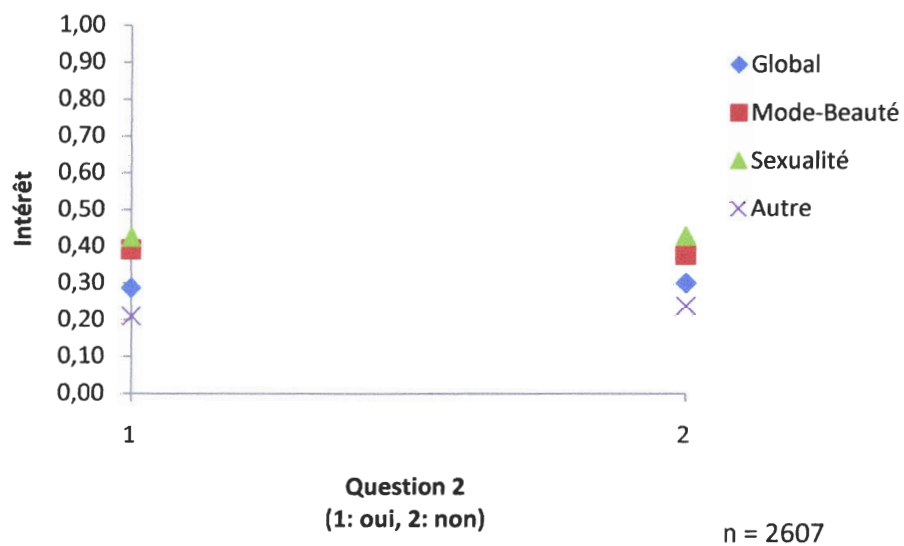


Figure 34 : Intérêt en fonction de la question
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »

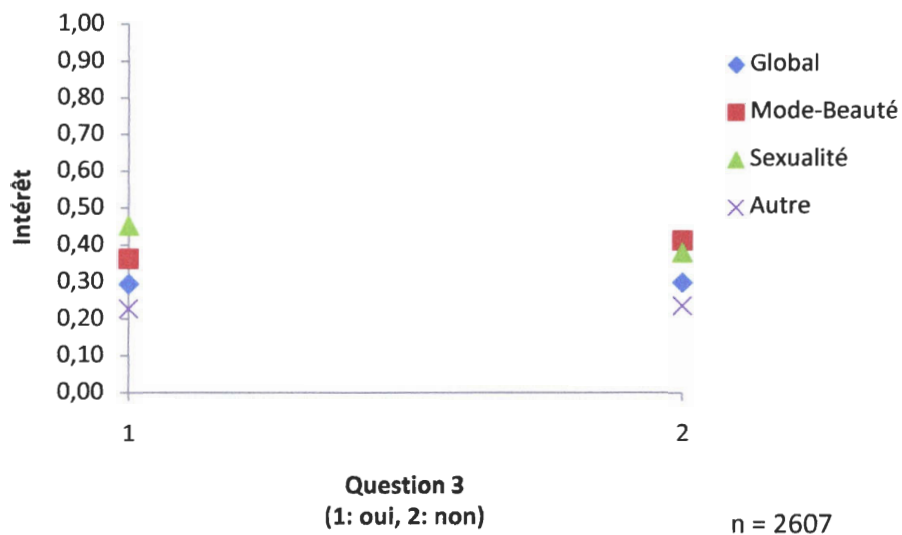


Figure 35 : Intérêt en fonction de la question « Ces discussions sont pourvues d'opinions »

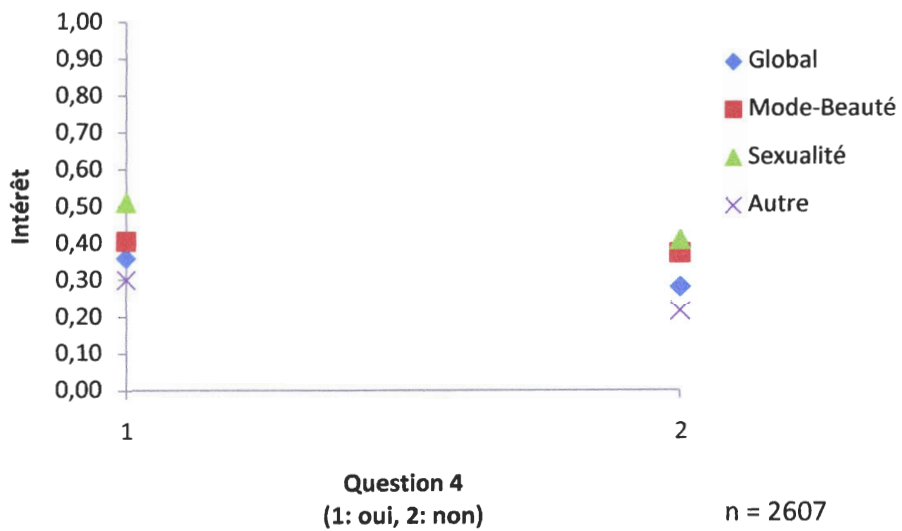


Figure 36 : Intérêt en fonction de la question « Ces opinions découragent la sexualité »

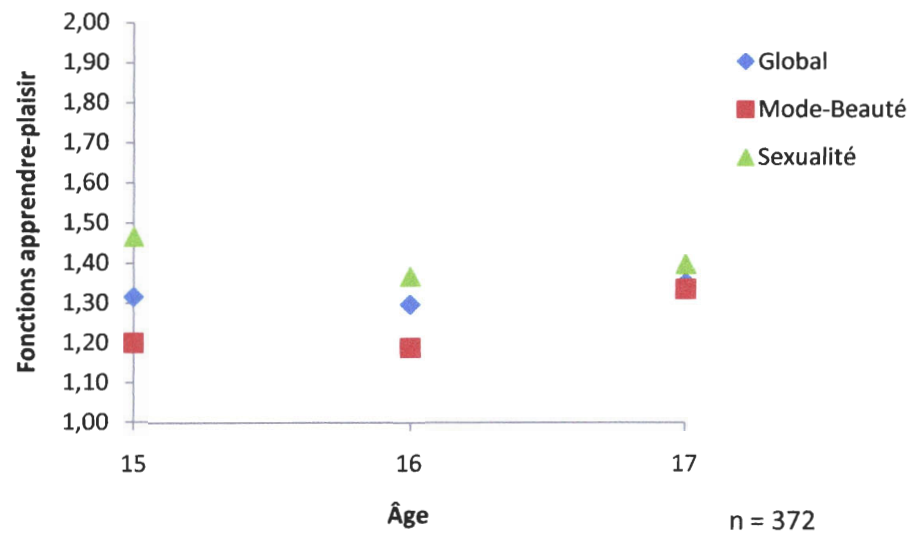


Figure 37 : Fonctions remplies selon l'âge

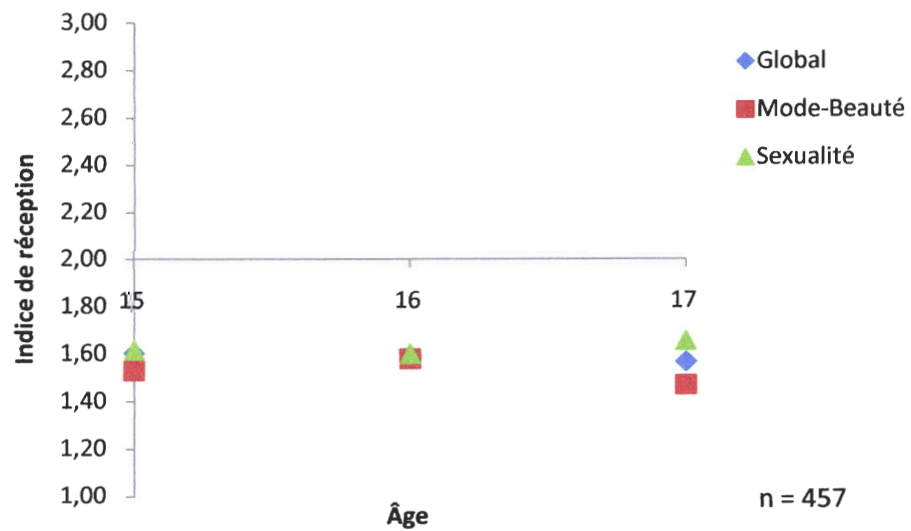


Figure 38 : Réception en fonction de l'âge

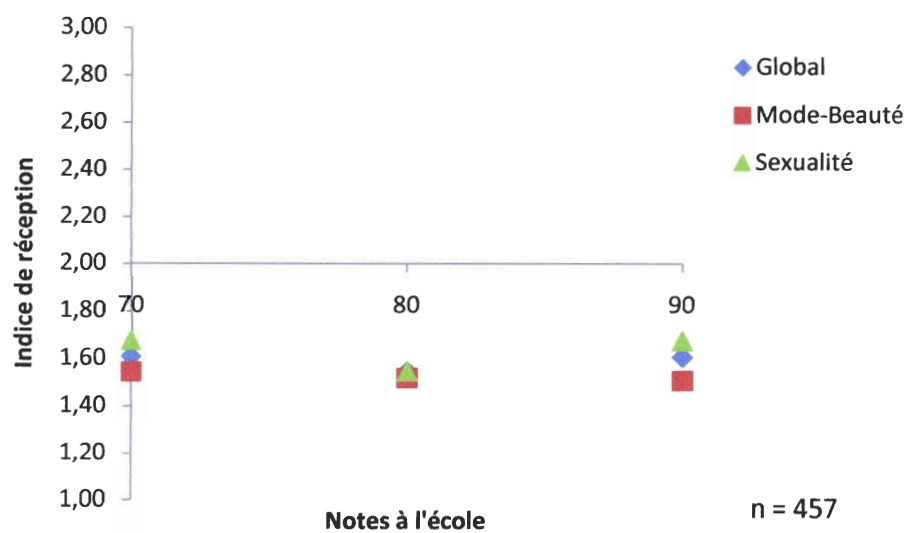


Figure 39 : Réception selon les notes à l'école

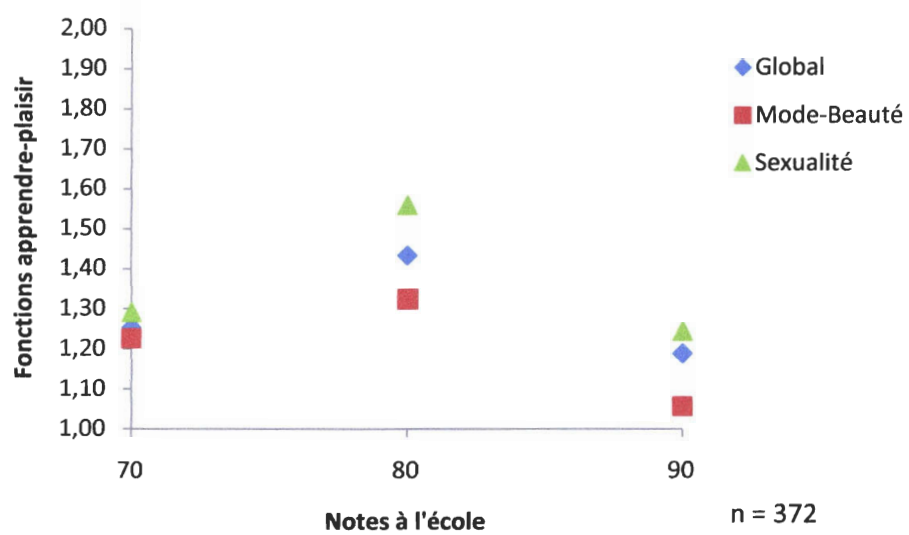


Figure 40 : Fonctions remplies selon les notes à l'école

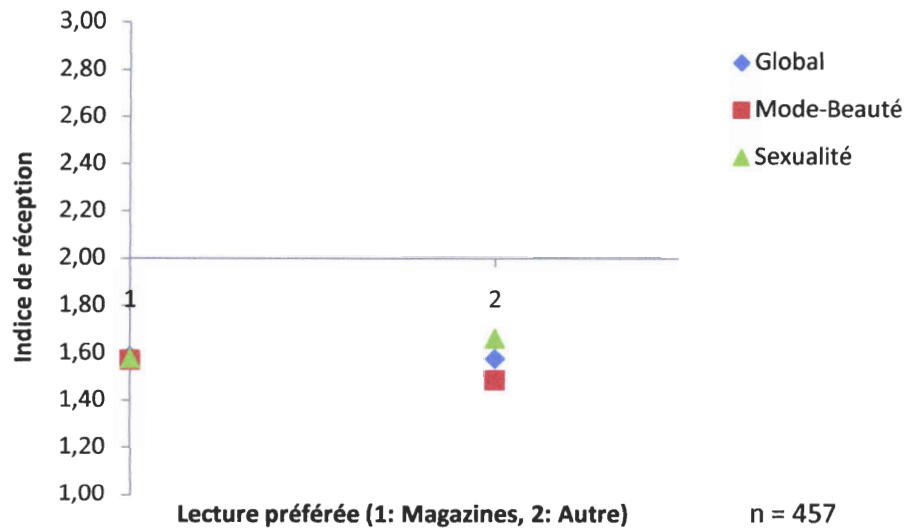


Figure 41 : Réception selon la lecture préférée

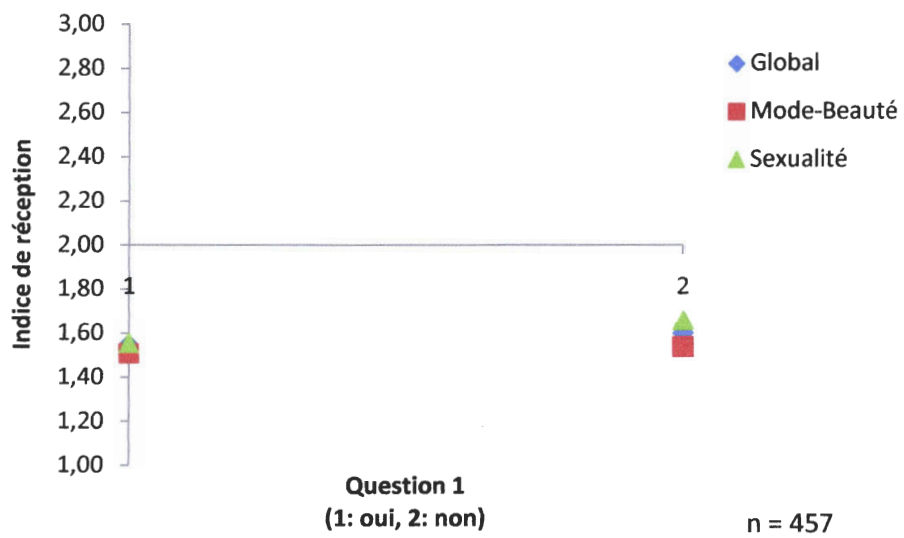


Figure 42 : Réception selon la question « Ces discussions restent en surface »

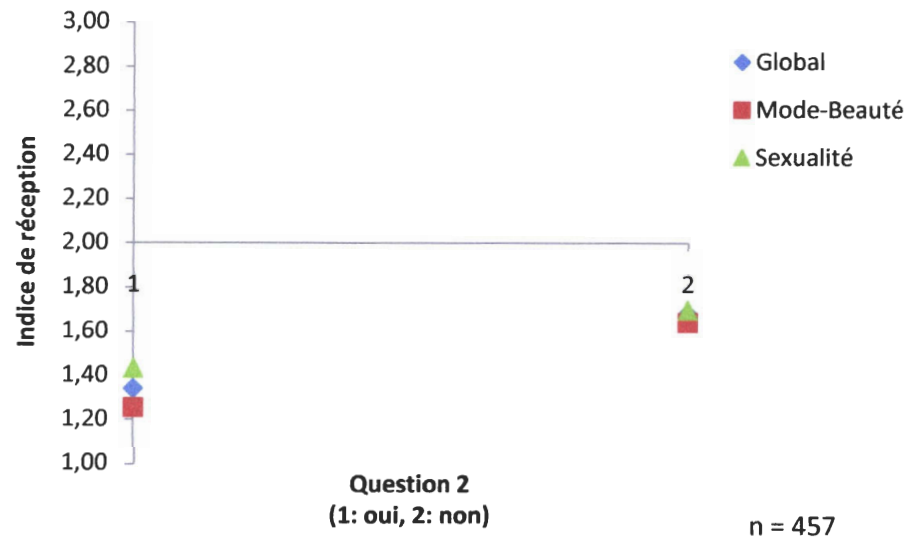


Figure 43 : Réception selon la question
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »

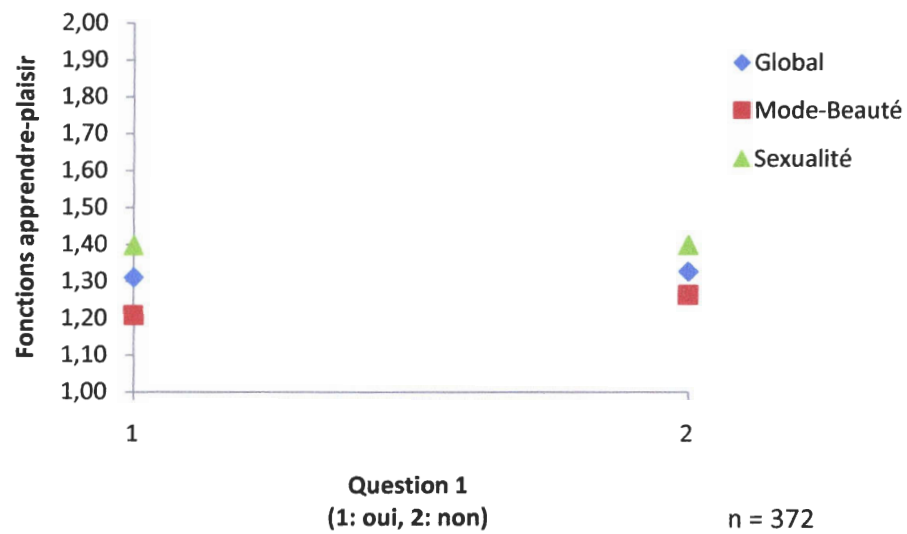


Figure 44 : Fonctions remplies selon la question
« Ces discussions restent en surface »

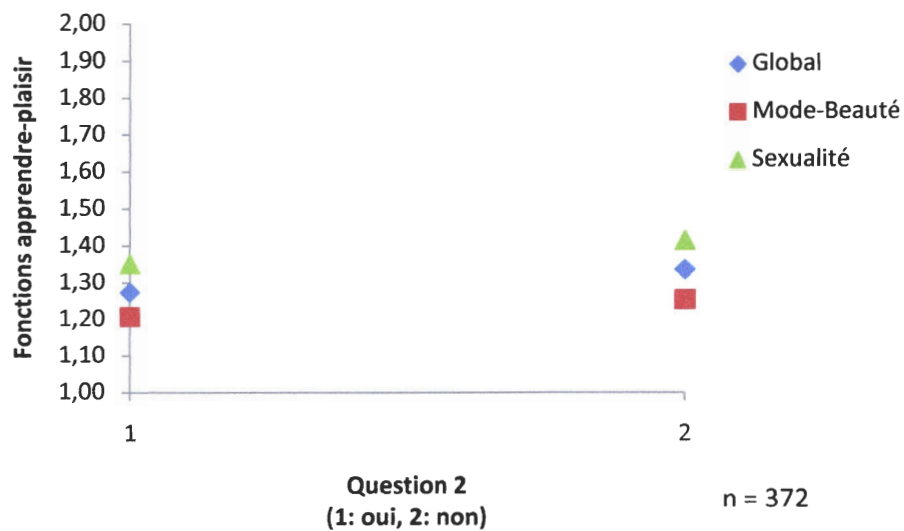


Figure 45 : Fonctions remplies selon la question
« Ces discussions vont en profondeur dans le sujet »

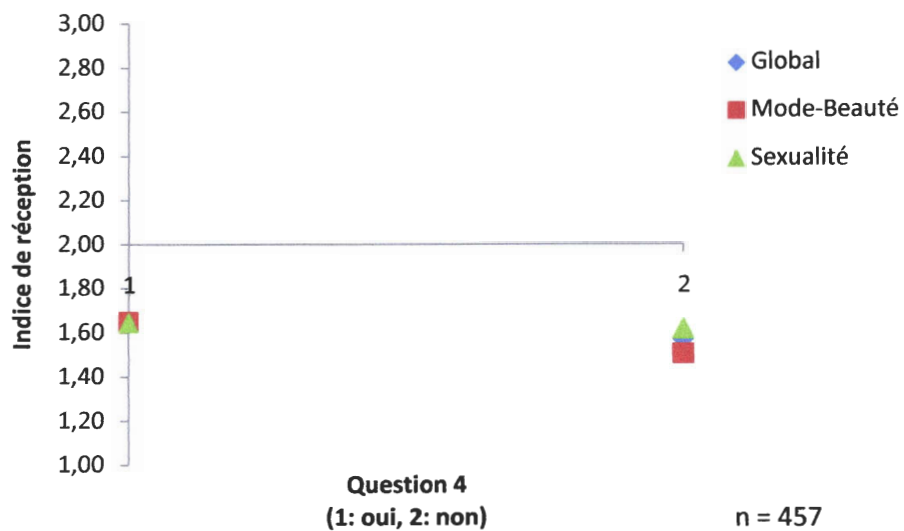


Figure 46 : Réception selon la question
« Ces opinions découragent la sexualité »

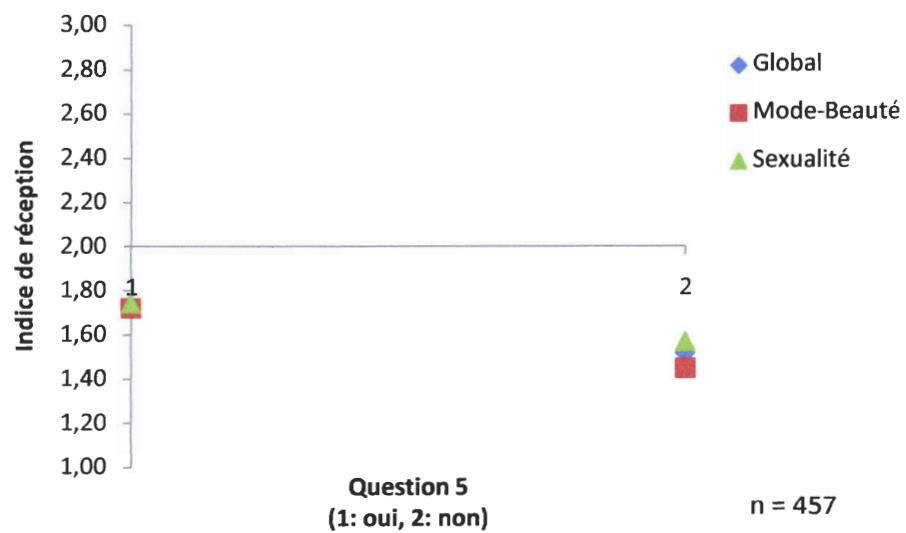


Figure 47 : Réception selon la question
« Ces opinions encouragent la sexualité »

Annexe E : Codification des sous-catégories thématiques

Les articles des trois numéros d'*Adorable* ont été classés en 16 sous-catégories thématiques. On explique ici comment s'est effectuée cette catégorisation et le type d'articles que chaque sous-catégorie contient.

1. *Actualités*. Chacun des magazines *Adorable* comprend une section récemment appelée « C'est dans l'air », placée relativement au début du numéro et divisée en petites chroniques faisant part à la lectrice des nouveautés en matières d'*entertainment* et de consommation. Bien que certaines de ces mini-chroniques concernent la mode ou la beauté, nous avons donné primauté à la « section » du magazine pour catégoriser celle-ci dans ce cas, puisque c'est façon de considérer cette section que semblaient privilégier les lectrices lors de l'entrevue. Cette catégorie comprend des titres comme « Films à venir » ou « Spectacles à venir ».

2. *Beauté*. Nous avons inclus dans cette section tout ce qui concernait le maquillage, la coiffure ou le corps. Elle comprend des titres tels que « Tendances maquillage du temps des Fêtes », « 12 produits qui font des miracles! », « Corps parfait : 5 choses que l'on peut changer, 5 choses à accepter » et « Liposculpture : corps à la carte ».

3. *Consommation*. Certains pages de consommations qui n'étaient pas classables dans « mode » ou dans « beauté » ou « actualités » ont été placées dans cette catégorie, qui comprend des titres comme « Directement... du Pôle Nord! » (guide d'achats de cadeaux de Noël) ou « Petits becs sucrés! » (page de produits de consommation sur le thème des bonbons).

4. *Cuisine*. Cette section comprend les pages où figurent recettes de cocktails (« Tchín! Tchín! ») ou qui discutent de gastronomie (« Pas le temps de cuisiner? Pas de problème! »).

5. *Décoration*. Les articles de cette section proposent des styles de décoration dont s'inspirer (« Créer l'ambiance! » et « À table tout le monde ! »).

6. *Exemple féminin*. Chaque numéro d'*Adorable* comprend un article qui fait le portrait d'une femme qui a réussi ou qui réalise un projet qui hors du commun. Intitulé « Elle est

extra », cette chronique mensuelle comprend des titres comme : « Stessy Chenail : Une créatrice pas tout à fait comme les autres! », « Jennifer Crawford : une fille très engagée » et « Contre vents et marées : deux filles en canot! ». L'article « Jeunes femmes du monde : Portrait d'une génération », qui ne faisait pas partie de cette chronique particulière, a aussi été ajouté à cette sous-catégorie.

7. *Forme*. Cette catégorie comprend deux articles traitant d'exercice physique : « Un fessier dur comme... du ROC! » et « Le workout éclair! Obtenez le corps que vous voulez avec le temps que vous avez! ».

8. *Horoscope*. Comme son nom l'indique, cette catégorie rassemble les articles traitant d'astrologie. Elle comprend des titres comme : « Que révèle votre signe? » et « Astro-Aide ».

9. *Mode*. Nous avons rassemblé dans cette catégorie tout article traitant de la mode, des designers, ou exposant des articles de consommation en lien avec la mode. « Look griffé à prix d'ami », « Objets de désir » et « À la mode de chez nous! » sont des exemples de titres figurant dans cette catégorie.

10. *Psychologie*. Nous avons regroupé dans cette catégorie les articles qui traitaient des troubles mentaux, sans égard à ceux ayant lien avec la beauté ou la minceur. Ainsi, les articles traitant de complexes corporels ont plutôt été catégorisés dans « Beauté ». Nous retrouvons dans la catégorie « Psychologie » deux titres : « Le trouble panique : une souffrance silencieuse » et « Troubles mentaux égalent troubles amoureux? ».

11. *Publicité*. Quelques-unes des participantes ont encerclé en rouge ou en mauve quelques publicités de grandes marques telles que Cover Girl (maquillage) et Incognito (serviettes sanitaires). Bien qu'en entrevue elles nous aient clairement indiqué qu'elles saisissaient qu'il s'agissait de publicité, et puisqu'elles avaient décidé de les encercler « quand même », nous avons choisi de créer une catégorie « publicité » pour refléter l'intérêt que ces quelques filles ont eu pour celles-ci. Comme la plupart des participantes ont ignoré ces quelques publicités dans leurs annotations, la moyenne pondérée de celles-ci est très faible. Aucune mention à l'égard des publicités dans les instructions pour annoter les magazines

n'encourageait ou ne décourageaient les participantes à considérer les publicités lors de leur lecture. Le reste des publicités, sans marque aucune, n'a pas été analysé.

12. Rédaction. Cette catégorie regroupe toutes les parties du magazine ayant trait au « squelette » du magazine, soit le mot de la rédaction, le sommaire, le carnet d'adresses, la prévision du contenu du mois prochain, la chronique « Écrivez-nous! », où l'on publie quelques lettres des lectrices adressées à l'équipe de rédaction, et enfin le « Spécial Noël », où l'équipe de rédaction exprime ses vœux du temps des Fêtes aux lectrices. Certaines de ces dernières parties, comme le sommaire ou encore la page donnant un indice du contenu du prochain numéro, ont rarement été annotées par les participantes. En tel cas, nous avons considérées celles-ci comme « non lues ».

13. Relations interpersonnelles. Cette catégorie inclut tout article traitant des relations hommes-femmes, des relations de couple ou des critères de séduction. On peut y trouver, entre autres choses, certaines chroniques mensuelles écrites par des hommes (« Mâle attitude » et « Testostérone ») qui émettent leur opinion en la matière, ou encore des couples qui relatent leur histoire d'amour dans la chronique mensuelle « Histoire de désir ». La douzaine d'articles que cette catégorie comprend des titres comme « De la galanterie et autres actes sexistes », « Infidèle un jour, infidèle toujours? », « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois » et « Célibataire à Noël : cauchemar ou bénédiction? »

14. Pratiques sexuelles. La catégorie « Pratiques sexuelles » comprend une vingtaine de titres répartis dans une dizaine de chroniques aux noms au ton « sexy », comme « Sexy scoop », « Sexy Boy », « Audace », « Coquine » et « Dr Love ». Les articles sont variés. Certains présentent le sexy boy du mois en relatant son parcours, le questionnant sur ce qui l'attire chez une femme et en accompagnant le tout de photos de lui torse nu (ou parfois en sous-vêtements). D'autres articles comportent une visée ou un ton en apparence « éducationnel » et traitent de sujets tels que la panne de désir ou des « mystères de l'imaginaire érotique ». Enfin, dans chaque numéro se trouve une chronique montrant les derniers jouets érotiques disponibles dans un *sex-shop* de Québec, une nouvelle érotique de même qu'une page publicitaire avec coupon de commande pour certains jouets érotiques vendus par le magazine. Voici quelques exemples d'articles que l'on retrouve dans cette

catégorie : « Les 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe », « Qu'est-ce qu'une femme désire vraiment sous la couette? », « Plaisirs en solo : 5 raisons pour y succomber et 5 autres pour y aller mollo », « Mon après-midi chez le coiffeur » (nouvelle érotique), « Jacob : *The boy next door* » et « Désir sexuel... La panne est-elle prévisible? ».

Comme la plupart des titres du magazine, même ceux traitant de la mode (par exemple le titre « Baise-en-ville », qui réfère à un article présentant des sacs à main), comprennent des mots qui relèvent de la sexualité, il aurait été non pertinent de se fier uniquement sur ceux-ci ou sur les mots compris dans un article pour différencier ceux appartenant à la sous-catégorie « Relations personnelles » de ceux appartenant à la sous-catégorie « Pratiques sexuelles ». Nous nous sommes donc laissée guider par le thème discuté.

15. Stars. Cette catégorie comprend les chroniques mensuelles « Potins d'Hollywood », « Jet set » et tout autre article en lien avec les célébrités du Québec ou d'ailleurs. Lorsqu'un article traitait à la fois de beauté et de stars, comme « Les secrets-beauté de... Geneviève Néron! », la catégorie « stars » a primé sur « beauté », puisque les entrevues avec les participantes nous laissaient croire que celles-ci percevaient ces articles en général ainsi.

16. Technologie. Enfin, trois articles ont été catégorisés sous le titre « Technologie ». Il s'agit des trois articles qui ont figuré sous la chronique mensuelle « Techno » dans les trois numéros retenus pour l'étude. Ils discutaient d'antivirus pour ordinateur, de téléphones portables ou de sites de magasinage en ligne.

Annexe F : Codification des articles « zone grise »

Certains articles des magazines *Adorable* remis aux jeunes filles pouvaient, dans certains cas, être difficiles à classer, notamment lorsque les thèmes abordés concernaient plus d'une catégorie. Cette annexe présente quelques-uns de ces articles où la chercheuse a dû faire un choix, en grande partie motivé par la réception qui en a été faite par les participantes.

« Troubles mentaux égalent troubles amoureux »

Cet article, par le thème abordé, pouvait être classé autant dans la catégorie « Psychologie » que « Relations interpersonnelles ». Cependant, la réception qui en a été faite par les participantes démontrait, dans la majorité des cas, qu'elles le voyaient comme un article traitant principalement de psychologie. Il a donc été classé dans cette catégorie.

« Les secrets beauté de Geneviève Néron »

Les articles présentant à la fois des personnalités connues et des trucs beauté ont été classés dans la catégorie « Stars », puisque les participantes qui ignoraient les articles traitant des célébrités mais qui n'ignoraient pas ceux où l'on discutait de trucs beauté ignoraient également les articles de ce genre. On obtenait alors des citations comme celles-ci :

Moi j'ai marqué ça « peu intéressant », parce que Geneviève Néron, O.K., je la trouve, tsé, je la trouve bonne comme actrice, sauf que savoir qu'elle aime mieux prendre son bain ou sa douche, là, c'est ça. Ça... ça me passe loin... (Émilie)

« Femmes du monde »

L'article « Femmes du monde » abordait le thème de la cause des femmes dans le monde, mais discutait aussi de leurs libertés et comportements sexuels, ici comme ailleurs. Pour cette raison, il aurait pu convenir de le classer dans la catégorie « Pratiques sexuelles ». Cependant, peu de participantes ont fait référence au fait que l'on y discutait de sexualité; on l'a donc classé dans « Exemple féminin ». Dans les rares cas où la participante a relevé ce fait, les discussions pouvaient ressembler à celles-ci :

- *Ben c'est le fun de voir comment les autres femmes sont, comment nous autres on est au Canada, et tsé, [comment on est au] Québec. (Carolane)*
- *Et comment tu as trouvé ça, ce qu'ils disaient là-dessus? (Chercheuse)*

- Ben, comme ça, je trouvais ça cute ici : « Il ne faut plus simplement être mignonne, mais baisable ». Ça, je trouvais ça, comme... c'est vrai, comme astheure c'est rendu comme ça, là. (Carolane)
- Et qu'est-ce que tu penses de ça, du fait que c'est rendu comme ça? (Chercheuse)
- Ben je trouve que c'est pas correct, tsé. C'est rendu effrayable. [...] Parce qu'astheure, il faut être... c'est vrai ce qu'ils disent, il faut plus être juste mignonne, il faut être comme... tu vois, les filles astheures, elles s'habillent vraiment sexy. (Carolane)
- Et toi, qu'est-ce que tu penses de ça, les filles qui s'habillent sexy? (Chercheuse)
- Ben, tu les laisses faire. Je trouve qu'elles aiment ça être provocantes, elles aiment ça qu'on les regarde [...]. (Carolane)
- Ouais, ça, je l'avais lu! (Sabrina)
- Oui, les « Femmes du monde »? (Chercheuse)
- Ouais. (Joanie)
- Ouais, comment elles agissent et tout, par rapport à la sexualité, ce qu'elles pensent. Dans certains pays, c'est pas vraiment parlé, et [dans] d'autres pays, tsé, ils se promènent quasiment tout nus, là. (Sabrina) [...]
- Et en quoi c'est important pour vous de lire sur les femmes d'autres pays? (Chercheuse)
- Ben, je me dis que tu peux savoir leur culture et ce qu'elles pensent, et c'est le fun à savoir, là. (Sabrina)
- Comment c'est, comment ils vivent, là. (Joanie) [...]
- [J]e trouve que c'est le fun, tsé... c'est de l'information de plus que t'as, là. (Sabrina)

« Dr Love : La rupture... Comment s'en sortir sans y laisser sa peau! »

Cet article de la chronique « Dr Love », qui n'avait pas de titre (nous avons repris le titre de la première rubrique), comporte deux rubriques : une nommée « Sexualité » et titrée « La rupture... Comment s'en sortir sans y laisser sa peau! » et une autre qui consiste en une « lettre du mois » où une lectrice fait part de son « angoisse » due au fait que son copain « aime faire l'amour dans des endroits inusités ». La première rubrique touchait le thème des relations interpersonnelles, alors que la deuxième concernait les pratiques sexuelles. L'article a été classé dans la catégorie « Pratiques sexuelles » bien que plusieurs participantes n'ont discuté que de la première rubrique afin de tenir compte de celles qui s'étaient exprimées au sujet de la deuxième. Voici, à titre d'information, une citation où une participante parle de cette « lettre du mois » :

Ben j'ai trouvé que c'était... c'est pas moi qui ferais ça, là. Aller [faire l'amour] [...] dans les toilettes du magasin, et [chez] sa tante, à la fille, à côté de sa tante... Je sais pas, je trouvais que le gars était pas mal... Il aimait ça se montrer, il aimait ça faire ça en avant du monde... Moi, je trouvais pas que c'était [correct]. (Carolane)

« L'Adorable boutique »

Bien qu'il s'agisse en fait d'une publicité *Adorable* (le magazine propose des jouets sexuels à vendre et inclut un bon de commande), cette page du magazine a été traitée comme un article, puisque les filles en discutaient comme si c'était le cas, et parce qu'il ressemble en plusieurs points aux articles présentant des objets sexuels provenant d'une boutique (donc de la publicité cachée). Certaines participantes ont questionné le fait que ce puisse être légal ou éthique de donner à des lectrices adolescentes la possibilité de commander de tels objets, mais elles ont en général peu soulevé la question de la publicité (uniquement dans ce cas particulier). Il est à souligner qu'il s'agit tout de même d'une publicité « éditoriale » (provenant du magazine lui-même).

Annexe G : Regroupement des articles pour analyse des fonctions et de la réception

Cette annexe présente la catégorisation dont on fait référence à la section 4.3.2.1. Dans la sous-catégorie « Relations interpersonnelles », les articles ont été regroupés comme suit :

1. Corps

- « Le corps parfait : le revers de la médaille »
- « Les normes de beauté : trop belles pour toi? »

2. Couple

- « Célibataire à Noël : cauchemar ou bénédiction? »
- « De la galanterie et autres actes sexistes »
- « Histoire de désir » (mai)
- « Histoire de désir » (décembre-janvier)
- « Les premiers moments d'une rencontre : la règle des terribles trois »
- « Séduction à la russe! »
- « Survol! »

3. Infidélité

- « Avez-vous déjà été infidèle? »
- « Infidèle un jour, infidèle toujours? »

4. Vox Pop

- « Vox Pop »

Dans la sous-catégorie « Pratiques sexuelles », ils ont été classés ainsi :

1. Information sexuelle

- « Anatomie masculine »
- « Désir sexuel... la panne est-elle prévisible? »
- « Dr Love : La rupture : comment s'en sortir sans y laisser sa peau! » (article contenant une chronique sexuelle)
- « Envie d'un one-night? »
- « Les 10 raisons pour lesquelles les femmes ne veulent pas de sexe! »
- « Les mystères de l'imaginaire érotique »
- « Plaisirs en solo : 5 raisons pour y succomber et 5 autres pour y aller mollo »
- « Qu'est-ce qu'une femme désire vraiment sous la couette? »

2. Jouets sexuels

- « Brillez sexy! »
- Étirer le plaisir »
- « Faites vibrer vos clochettes... du joyeux temps des Fêtes! »
- « L'Adorable boutique »

3. Littérature érotique

- « Mon après-midi chez le coiffeur »
- « Nos appétits érotiques »
- « Se laisser séduire par... la littérature érotique! »

4. Opinion masculine

- « Mouvements du désir »

5. « Sexy Boy »

- « Georges St-Pierre : L'homme de combat »
- « Jacob : *The boy next door* »
- « L'audacieux du mois : Francis Cadieux »
- « Marco G : Tentative d'approche »

