

Direction des bibliothèques

AVIS

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

**L'évolution du thème de l'alimentation et de la nutrition:
Le cas de « Châtelaine » francophone de 1960 à 1990**

Par

Sima HAMADEH

**Département de Nutrition
Faculté de Médecine**

**Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître ès Sciences (M. Sc.)**

© Sima HAMADEH, 2007



**Université de Montréal
Faculté des études supérieures**

Ce mémoire intitulé:

**L'évolution du thème de l'alimentation et de la nutrition:
Le cas de « Châtelaine » francophone de 1960 à 1990**

**Présenté par
Sima HAMADEH**

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

**Dr. Olivier RECEVEUR
Président-Rapporteur**

**Dr. Marie MARQUIS
Directrice de recherche**

**Dr. Irene STRYCHAR
Membre du jury**



Sommaire

La nourriture, responsabilité de la femme, est un bien très spécifique, devenu à la fois surabondant et resté le plus indispensable à la vie. Elle porte des valeurs d'usage (calorique, sanitaire), hédoniques (gustatives, esthétiques), symboliques et morales. Ainsi, les magazines féminins produisent continuellement du discours sur l'alimentation, qu'il s'agisse de régimes, de santé, de recettes et de plaisir. L'**objectif** général de cette étude est d'explorer la continuité et/ou la rupture dans les motivations alimentaires révélées par l'analyse des textes alimentaires du magazine féminin québécois francophone « Châtelaine » durant les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990. **Méthodologie:** Il s'agit d'une analyse du contenu de 185 documents classifiés en 12 types référant à l'alimentation dans les 51 numéros apparus dans les quatre années. Chaque document fut résumé à la recherche de différentes variables significatives regroupées selon leurs mots clés sous quatre thématiques soit : santé et maladies, alimentation et nutrition, le corps, et la société. Les variables trouvées ont été analysées à la lumière du contexte culturel et social du Québec pour révéler les aspects dominants de chacune des décennies. **Résultats:** Les documents analysés reflètent la dominance des thématiques de l'alimentation et nutrition (n= 430), suivie de la santé et maladies (n=292), de la société (n= 71) et enfin du corps (n=70). **Conclusion:** L'analyse des textes des magazines féminins nous suggèrent des motivations alimentaires des femmes au fil du temps. En comparaison avec le modèle de Furst et al. (1996), ces motivations dépendent surtout de l'individu influencé par son environnement.

Mots clés: alimentation, nutrition, santé, culture, femme, média, consumérisme.

Summary

Food, being a woman's responsibility, is a very specific commodity that became both superabundant and remains the most essential life ingredient. Food represents different values, some are health related (i.e. calories) and hedonistic (taste, aesthetic) and others are symbolic and moral. Thus, women's magazines continuously highlight the issue of food through diets, health topics, recipes, and pleasure. The general **objective** of this study is to explore the continuity and/or the rupture in food motivations revealed by the analysis of food texts of Québec's French-speaking women's magazine "*Châtelaine*", during years 1960/61, 1970, 1980 and 1990. **Methodology:** It consists of the content analysis of 185 documents referring to food, classified in 12 types, and appearing in 51 issues in four years. Each document was summarized in the search of different significant variables grouped according to their key words under four sets of themes: health and diseases, food and nutrition, body, and society. The observed variables were analyzed in the light of the cultural and social context of Québec to reveal the dominant aspects of each decade. **Results:** The analyzed documents reflect the predominance of themes related to food and nutrition (n = 430), followed by health and diseases (n=292), society (n = 71), and finally by body (n=70). **Conclusion:** The analysis of women's magazines suggests the variation of women's food motivations with time; however, and compared to Furst et al. (1996) model they mainly depend on the individual who is influenced by his environment.

Key words: food, nutrition, health, culture, woman, media, consumerism.

Liste des matières	
Sommaire	i
Summary	ii
Liste des tableaux	v
Liste des figures	vi
Remerciements	vii
1. Introduction	1
2. État des connaissances	3
2.1 Histoire de la pensée sociale sur l'alimentation	3
2.1.1 Courants sociologiques en alimentation	5
2.2 Alimentation et mangeur	6
2.2.1 Le rapport du mangeur à sa nourriture	7
2.2.2 Les pratiques alimentaires	9
2.3 Alimentation et motivation	16
2.3.1 Les influences	19
2.3.2 Le système personnel	37
3. Problématique	49
3.1 Contexte culturel et médiatique	50
3.2 Contexte québécois et média	52
3.3 Contexte du magazine féminin « Châtelaine »	55
4. Objectif	58
5. Méthodologie	59
5.1 Contexte de l'étude	59
5.2 Analyse	60
5.3 Fiabilité	61
6. Résultats	63
6.1 Article accepté par Nutrition and Food Science	64
6.2 Résultats et discussion complémentaires	81
6.2.1 Le profil du lectorat	84
6.2.2 La source de crédibilité	85
6.2.3 Les outils proposés à la lectrice	85
6.2.4 Discussion complémentaire	86

	iv
6.2.5 Limites de l'étude et pistes de recherche	90
7. Conclusion	92
Bibliographie	94
Annexe 1	x
Annexe 2	xxvi

Liste des tableaux

Tableau 1. Titres des documents représentatifs des variables associées aux quatre thèmes	81
Article	
Tableau I. Distribution of the documents from “Châtelaine” (n = 185)	69
Tableau II. Representation of the health and diseases thematic (n = 292)	70
Tableau III. Representation of food and nutrition thematic. (n = 430)	72
Tableau IV. Representation of body thematic. (n = 70)	73
Tableau V. Representation of the societal thematic. (n = 71)	74

Liste des figures

Figure 1. Modèle adapté de Furst et al. (1996) pour le choix alimentaire	18
Figure 2. Variables associées aux facteurs personnels influençant les choix alimentaires	20
Figure 3. Variables associées aux ressources influençant les choix alimentaires	25
Figure 4. Variables associées au cadre social influençant les choix alimentaires	30
Figure 5. Variables associées au contexte alimentaire influençant les choix alimentaires	34
Figure 6. Variables associées au processus des négociations influençant les choix alimentaires	38

Remerciements

Je tiens à remercier ma directrice, Dr. Marie Marquis, pour sa grande disponibilité, son transfert de connaissances, l'enthousiasme qu'elle a porté à l'égard de ce projet et avec qui c'est un réel plaisir de collaborer. Ce travail est le fruit de nos efforts communs.

Je fais des remerciements sincères à mes parents pour leur support et particulièrement, à mon frère qui m'a généreusement entouré et à ma sœur qui m'a beaucoup aidé.

Enfin, à la personne sans laquelle je ne serai pas ici aujourd'hui, à Ziad, ce travail vous est dédié.

1. Introduction

L'alimentation n'est pas seulement une fonction biologique vitale, mais aussi une fonction sociale essentielle. C'est un phénomène complexe à multiples préfaces qui s'arrangent selon plusieurs dimensions: celle qui s'étend de la fonction biologique et nutritive à la fonction culturelle et symbolique de l'alimentation; et celle qui s'étend de la fonction physiologique et individuelle à la fonction sociale et collective. Ainsi, l'homme individuel, l'homme social, la société, la biologie, la physiologie, la culture et le symbolisme sont profondément entremêlés dans l'acte alimentaire (Fischler, 1990).

Dans toutes cultures, il existe des règles d'une grande complexité qui gouvernent la consommation des aliments et le comportement du mangeur en s'appuyant sur les classifications établies en catégories comestibles (qui, à leur tour, sont classées en sous-catégories: de goût, de texture et d'autres critères culinaires) et catégories non comestibles (certains aliments ne sont tabous que dans des circonstances et/ou pour certains individus) (Fischler, 1990).

De ces faits, il faut poser la question: pourquoi choisissons-nous de manger certains aliments plutôt que d'autres? En d'autres termes, il faut se demander pourquoi nous ne consommons pas tout ce qui est biologiquement comestible? La réponse à ces questions ne se trouve pas seulement dans l'alimentation mais elle demeure en grande partie dans la pensée du mangeur, son métabolisme, ses habitudes alimentaires et ses perceptions déterminés par la culture et la nature des regroupements sociaux où il abrite (Fischler, 1990). La variabilité des choix alimentaires humains rejoint sans doute l'habitude, la familiarité et la variabilité des systèmes culturels. L'habitude se créerait à force de consommer un aliment et par la suite un aliment rencontré à plusieurs reprises est plus apprécié qu'un aliment totalement inconnu, cela conduit à la familiarité et par la suite à augmenter l'accessibilité à certains aliments habituels et connus. Cependant, il ne faut pas négliger le métabolisme corporel, approprié à chaque individu, ou la sagesse du corps qui permettrait à l'organisme de distinguer ce qui lui profite ou lui nuit. En résumé, nous consommons tout ce qui biologiquement et culturellement comestible simultanément. Donc les humains choisissent leurs aliments suite à leur goût, aux qualités organoleptiques alimentaires, à la disponibilité, au coût

et surtout aux caractéristiques des origines et préceptes culturels alimentaires : « *les cuisines* » (Fischler, 1990).

Le modèle de Furst et al. (1996) englobe les différentes motivations du choix alimentaire en les regroupant sous trois composantes majeures soient: le cours de la vie, les influences et le système personnel. Ces composantes majeures sont divisées en plusieurs variables externes et internes. Parmi ces variables, notons celle des informations reliées à la santé et à la nutrition (Furst et al., 1996).

En révisant le contexte culturel, québécois et médiatique, on constate que le consommateur recevait, depuis longtemps, ces informations de plusieurs sources dont la majorité provenait des sources médiatiques (ADA, 2006; Le collectif Clio, 1992). Ce sont souvent les femmes qui sont les plus intéressées par les informations nutritionnelles et sanitaires (Beardsworth et al., 2002), car souvent elles sont responsables du choix de la qualité de la nourriture préparée et présentée sur leurs tables de cuisine (Le collectif Clio, 1992). Toutefois, ces sources d'information sont multiples (écrites, visuelles et auditives) et varient avec le temps (Marquis et al., 2006).

Dans ce mémoire, nous explorerons des courants dominants à l'égard de l'une ou l'autre des motivations alimentaires, surtout celles des femmes, en analysant les textes référant à l'alimentation dans un magazine québécois francophone « Châtelaine » durant les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990. Châtelaine comme magazine féminin a pour objectif d'éduquer le chef d'orchestre de la famille, la femme. Il aborde des sujets divers, par exemple: la révolution féminine, les rôles sociaux et les genres, les problèmes sociaux et familiaux, la culture et la tradition, la consommation, le profit industriel, l'alimentation, la nutrition et la santé (Châtelaine, 2007).

La revue de la littérature portera sur l'étude sociologique de l'alimentation à travers les différents courants sociologiques et insistera sur le rapport du mangeur à son alimentation et sur les principales motivations du choix alimentaire.

2. État des connaissances

Une socio-anthropologie de l'alimentation a pour objet l'investigation des relations entre la physiologie de l'homme, la culture et le milieu naturel. Elle étudie l'organisation des sociétés et des différents moyens d'exploitation de l'homme aux ressources mises à sa disposition par le milieu naturel qui l'entoure. Mais elle s'intéresse également aux interactions entre le biologique, l'écologique et le social. « C'est donc l'originalité de la connexion bio-anthropologique d'un groupe humain à son milieu qui constitue l'objet de la socio-anthropologie de l'alimentation. Ainsi l'alimentation devient un des principaux facteurs structurants de l'organisation sociale, tout autant sinon plus que la sexualité ou la parenté » (Poulain, 2002: p244).

Pour mieux comprendre ce lien socio-alimentaire, on a recours à l'étude de l'histoire de la pensée sociale sur l'alimentation et aux courants sociologiques étudiant l'alimentation. Ensuite, on passera du général au particulier en étudiant la relation établie entre le mangeur et son alimentation, ses pratiques alimentaires et les différentes motivations du choix alimentaire.

2.1 Histoire de la pensée sociale sur l'alimentation

Pour étudier l'histoire de la pensée sociale sur l'alimentation, il faut mentionner la présence de deux grandes périodes distinctes. La première période, qui va du début du XXème siècle (naissance de la discipline) jusqu'au milieu des années 1960. Durant cette phase, l'alimentation était un lieu de classification et de lecture d'autres événements et problématiques sociales plus générales comme l'identité, le développement, la répartition sexuelle des rôles sociaux, etc. Ainsi, l'intérêt sociologique se centralisait à peine sur l'alimentation (Poulain, 2002).

Contrairement, la seconde phase se caractérise par le passage de l'intérêt sociologique pour l'alimentation aux sociologies de l'alimentation (Poulain, 2002). Ainsi, l'acte alimentaire est devenu un objet à étudier en lui même et semble plus que jamais nous préoccuper (Fischler, 1990). Cette phase s'annonce avec les travaux de Lévi-Strauss (1964) selon qui, chaque société traduit inconsciemment sa structure par le langage de sa cuisine (Poulain, 2002; Fischler, 1990). Son étude mène donc à la compréhension des cultures et des sociétés. Il proposait d'ailleurs une analogie entre

langage et cuisine. Ainsi, la divergence des langues dans le monde entier résulte de ce que les humains parlent les langues propres à leurs sociétés. De même puisque tous les humains mangent la cuisine adaptée à leur mode de vie, il existe donc un grand nombre de cuisines spécifiques et différentes. Le concept général de la cuisine est universel, mais, les cuisines spécifiques sont diverses. Par analogie entre langage et cuisine, comme les fautes de grammaire dans chaque langue peuvent endommager le sens, les fautes de « grammaire culinaire » ou les changements dans la cuisine fondamentale d'une société peuvent perturber les anciennes habitudes alimentaires du mangeur et l'entraîner dans des situations bouleversantes et hésitantes. Il semble que le structuralisme post-Lévi-Strauss s'attardera sur l'étude de la variabilité alimentaire et l'emprise de la culture sur l'analyse de l'alimentation humaine en considérant la cuisine un milieu caractérisé par ses propres habitudes communes (Fischler, 1990).

En fait, cette deuxième phase débute clairement avec les travaux de Moulin (1967), d'Aron (1967 ; 1976) et se prolonge avec ceux de Garine (1978), de Fischler (1979), de Grignon (1980), d'Hubert (1984), de Poulain (1985), de Lambert (1987), de Herpin (1988) et de Corbeau (1991). La cuisine et les manières de table ont été considérées des activités sociales et une mise en scène des valeurs et des identités culturelles. Ainsi, elles constituaient un programme sociologique dont l'objet principal d'étude n'est autre que la culture et ses modalités d'adaptation, de communication et de propagation et non pas carrément l'étude de l'acte alimentaire et culinaire. Donc, l'intérêt de ce programme sociologique n'est pas autant suffisant pour couvrir toutes les ramifications nécessaires pour fonder une nouvelle branche dans la sociologie soit une sociologie ou une anthropologie de l'alimentation (Poulain, 2002).

A cet égard, il fallait donc tenter de traiter l'acte alimentaire comme un objet sociologique principal de l'étude et non secondaire à la culture tout en localisant les différents obstacles épistémologiques empêchant la fondation de la sociologie alimentaire, tels que de considérer l'alimentation et la cuisine comme des thématiques mineures par la pensée savante. Pour permettre ce changement de paradigme, l'étude des différents courants anthropologiques reliés à l'autonomie du social fut mise à contribution. C'est donc inspiré de l'anthropo-sociologie de l'alimentation que l'on saisit l'intérêt de s'attarder au concept « d'espace social » proposé par Condominas

(1980) pour mieux comprendre le mangeur contemporain (Poulain, 2002). Par espace social nous entendons un espace déterminé par l'ensemble des systèmes de relations, caractéristiques du groupe considéré.

2.1.1 Courants sociologiques en alimentation

Souvent, l'alimentation a été associée à des thématiques culturelles, religieuses et sociologiques. Ainsi, les premiers ethnologues et sociologues étudiaient l'acte alimentaire à partir des thèmes du symbolisme qui leurs sont associés, par exemple: le totémisme, le sacrifice et les interdits. Pour ce, « l'état de la question » de la sociologie de l'alimentation a été plusieurs fois réalisé par des auteurs anglo-saxons. Jack Goody (1982) inaugure cette série en repérant trois courants sociologiques principaux : le fonctionnalisme, le culturalisme et le structuralisme. De plus, sans parler de quatrième courant mais plus simplement d'une attitude de recherche combinant des points de vue, il insiste aussi sur les mutations des pratiques alimentaires déterminées par les transformations des systèmes de production et de consommation (Poulain, 2002). Mennell (1992), Murcott (1992) et Van Otterloo (1992) baptisent cette dernière perspective proposée par Goody de « développementalisme », mouvement dans lequel ils incluent leurs propres travaux. Rejetant l'approche culturaliste voulant que la culture détermine l'originalité des pratiques alimentaires, la sociologie de l'alimentation est alors présentée en trois courants principaux: le fonctionnalisme, le structuralisme et le développementalisme (Poulain, 2002).

Le fonctionnalisme se consacre à l'étude de l'alimentation comme une activité structurante et organisatrice du social et de transmission des normes. Par exemple, l'essentiel de la vie familiale pourrait bien être le repas en commun avec la mère et les enfants et la faim serait l'élément primordial structurant les relations humaines au niveau des différents modes d'interaction sociale: d'abord au sein de la famille et par la suite dans les communautés plus larges (Richards, 1939). Ainsi, les règles culinaires forment une adaptation culturelle efficace liée à la biologie pour assurer la survivance d'un groupe (Harris, 1985).

Le structuralisme s'oppose au fonctionnalisme et présente la cuisine d'une société comme une langue animée reflétant inconsciemment sa structure culturelle

interne. Ainsi, un fait social comme les règles culinaires ne peut être compris que par un autre fait social et dans la logique intrinsèque de la culture de la société considérée (Poulain, 2002). Par exemple, chaque repas traduit une situation sociale organisée qui structure les mangeurs en suivant les rites d'échange et de politesse qui accompagnent les repas quotidiens (Lévi-Strauss, 1965; Douglas, 1979).

Finalement le **développementalisme** tente de prendre en compte la dynamique des changements sociaux et étudie les relations entre le social, le corporel et le psychologique en se référant aux travaux de Nobeit Elias (1939) qui propose le concept de « processus de civilisation ». Ce processus tente de dépasser la simpliste approche adaptative culturelle et de développer une approche intégrative prenant à la fois les dimensions biologiques et sociales du phénomène envisagé. C'est plutôt un mécanisme d'intériorisation et de rapprochement vers le sujet qui est le noyau de l'espace social et sa façon de gérer son instinct et son désir dans le milieu social auquel il appartient. Les travaux de Fischler (1979) sur le rapport du mangeur à sa nourriture que nous développerons à la section suivante furent classés par Beardsworth et al. (1997) comme représentant cette démarche développementaliste.

2.2 Alimentation et mangeur

Après s'être attardé au général (alimentation et sociologie), on doit étudier le particulier (alimentation et mangeur). En dépit de cette sécurité et de cette abondance, l'alimentation semble plus que jamais préoccuper l'humain, voire l'inquiéter. L'inquiétude contemporaine est double: c'est d'abord celle des variétés excessives et de l'innocuité alimentaire de la modernité, face auxquelles s'affiche l'inquiétude à l'égard du vaste choix et des bons critères sans défaut. Ainsi, le mangeur moderne ne déploie pas tous ses efforts pour se préoccuper de la pénurie alimentaire mais il doit gérer les pulsions et les tentations dérivées de l'abondance en faisant des sélections bien établies selon ses priorités pour rejeter le superflu avec discernement (Fischler, 1990). En effet, cette situation est nouvelle, mais le mangeur, appartenant toujours à l'espèce Homo sapiens, ne l'est pas. Les récentes décennies d'abondance alimentaire n'étaient pas suffisantes pour modifier les particularités biologiques de cet omnivore

habitué tout au long de son évolution à la pénurie et à l'inquiétude reliée au manque de la nourriture (Fischler, 1990).

Le mangeur du XXème siècle est un mangeur libre, autonome et réflexif. Il doit donc faire face à la fréquente abondance alimentaire actuelle et à sa continuité dans la société hypermoderne (Ascher, 2005), en sculptant son propre corps, un organisme plus adapté à l'irrégularité et au risque des ressources (Fischler, 1990). Mais, malgré la liberté et l'autonomie de ce mangeur moderne, il vit une angoisse inévitable qui résulte de l'état d'omnivore (Fischler, 1990), défini comme une condition enracinée autant dans notre esprit que dans notre être biologique rendant nos goûts et nos pratiques plus éclectiques et diversifiés (Fridman et Ollivier, 2004; Fischler, 1990). Ainsi, pour comprendre les critères de ce mangeur moderne et autonome, il faut d'abord s'interroger sur le mangeur ancestral (Fischler, 1990), soumis à des routines et des interdictions (Ascher, 2005), puisqu'entre ces deux il n'y avait pas une rupture, tout au contraire il se situe un mangeur immortel (Fischler, 1990). Donc, dans la pénurie, comme dans la profusion, il y a une permanence, une stéréotypie anthropologique du mangeur (Fischler, 1990). Le mangeur moderne sera abordé dans cette partie spécifique de notre revue de littérature en détaillant, d'une part, le rapport du mangeur à sa nourriture, d'autre part, les pratiques alimentaires adaptées.

2.2.1 Le rapport du mangeur à sa nourriture

Les règles culinaires, dans leur variété et diversité, constituent autant de réponses au problème que pose au mangeur sa nourriture. Parmi d'autres, trois de ces particularités propres à l'espèce humaine jouent un rôle essentiel dans le rapport de l'homme à son alimentation : le paradoxe de l'omnivore, le principe d'incorporation, la construction et la délimitation *du self*, du soi-même, avec sa caractéristique protectrice biologique: le dégoût (Poulain, 2002).

Le paradoxe de l'omnivore – l'être omnivore est un être autonome, libre et sélectif dans le choix de son régime alimentaire. Il construit, en quelque sorte son régime alimentaire à la carte (Ascher, 2005). Mais, à cette liberté s'associent une interdépendance et une contrainte de la diversité et du cosmopolitisme alimentaire (Fischler, 1990). Claude Fischler (1990) a défini le paradoxe de l'omnivore comme

étant la situation indispensable résultant du tiraillement des deux pôles vécus par chaque être omnivore, celui de la néophobie (crainte de l'inconnu et résistance à la nouveauté) et celui de la néophilie (adoption de la nouveauté et variabilité, exigence du changement). Ainsi, l'homme est soumis à une sorte de double contrainte, entre le traditionnel et le nouveau, entre la régularité et le renouvellement, entre la restriction et la variabilité (Fischler, 1990), ce qui engendre un sentiment de risque, d'incertitude, voire d'anxiété qui pèse sur le choix alimentaire du mangeur (Ascher, 2005). Comment résoudre ce paradoxe et surmonter cette double contrainte ? La cuisine d'une société peut être saisie comme une unité rassemblant les diverses représentations des pratiques alimentaires, les différentes manières de table et les réglementations et normes sociales distinctes. Elle permet de résoudre le paradoxe de l'omnivore en s'appuyant sur des classifications établies en catégories comestibles et non comestibles, par exemple: l'homme peut résoudre ce paradoxe par ses capacités d'apprentissage social supérieures à ses aptitudes individuelles. Cet apprentissage social permet de réduire au minimum les risques liés au choix des aliments et de concilier autant que possible l'aptitude à l'innovation nécessaire pour satisfaire la contrainte de variété (Fischler, 1980; 1983).

Le principe d'incorporation - l'incorporation est l'acte fondamental de faire traverser un aliment la borne entre le dehors et le dedans de notre organisme. Ce mouvement est responsable de l'angoisse de l'omnivore, car sur le plan réel et/ou mythique, l'introduction d'un aliment mène à l'intégration de ses caractéristiques et par la suite le mangeur devient ce qu'il mange ainsi l'incorporation fonde l'identité individuelle du mangeur (Fischler, 1990). Cette description de l'incorporation du bon ou mauvais objet qui se manifeste respectivement à travers certaines certitudes ou peurs de le consommer traduit l'une des caractéristiques essentielles du rapport de l'homme à son corps. Elle est liée à l'idée même de médecine (tout aliment est conçu selon ses valeurs nutritives comme une bonne ou mauvaise médecine pour la santé et le bien être) (Fischler, 1990). Parallèlement, l'incorporation est autant fondatrice de l'identité collective que de l'identité individuelle. C'est une protection contre l'acculturation et toutes les conséquences des contacts extérieurs étrangers, surtout, dans les minorités culturelles et communautaires immigrantes où on trouve une

persistance des traits culinaires même si la langue maternelle a été remplacée par la langue locale (Fischler, 1990). Enfin, outre un risque, l'incorporation peut être le moyen opportun de devenir ce que l'on souhaite être (Fischler, 1990). Vu que l'incorporation est fondatrice de l'identité individuelle et collective, il est donc normal que le mangeur tente à se construire en mangeant pour devenir ce qu'il veut être, par exemple : être un végétarien (Poulain, 2002; Fischler, 1990).

Les frontières *du self* et la nature du dégoût - le dégoût, comme le goût, tient le premier rôle dans le choix et la consommation alimentaires (Fischler, 1990). Il est influencé par plusieurs facteurs innés (biologiques et physiologiques) ou acquis (psychologiques, sociaux et culturels) (Ascher, 2005). Ainsi, le dégoût s'oppose à l'incorporation en traçant les frontières entre ce que l'on nomme en anglais le *self* et le monde, le dedans et le dehors de notre corps. En effet, le contrôle du mouvement de l'incorporation ce fait par l'intermédiaire de la « bouche » qui est nommée par Poulain (2002): *le poste de douane de cette frontière*. Enfin, l'origine affective ou cognitive du dégoût génère une protection biologique muable et reconstruite culturellement (Fischler, 1990).

Devant ces faits, le mangeur contemporain est un individu plus autonome, sociable et à la recherche d'une maîtrise de soi et d'une réflexivité élevée. Malgré son autonomie, il agit avec une certaine liberté conditionnelle où pèsent sur ses décisions des nouveaux types de régulations collectives, par exemple l'influence de média de masse sur le choix alimentaire du consommateur. Ici, se dégage l'image d'une société en transition mais à des rythmes variables qui rendent parfois difficile l'interprétation de certaines pratiques alimentaires dans lesquelles on cherche à produire de la différence pour se distinguer des autres (Ascher, 2005).

2.2.2 Les pratiques alimentaires

Les pratiques alimentaires ne sont que des habitudes ou des comportements alimentaires (Fischler, 1990) acquis dès l'enfance et qui perdurent souvent pendant l'adolescence et aussi à l'âge adulte (Taylor et al., 2005). Elles nous aident à mieux comprendre l'évolution du mangeur et son rapport à sa nourriture. Pour réussir l'étude

des pratiques alimentaires, il faut bien les définir tout en tenant compte de leur évolution avec l'histoire et de la méthodologie suivie pour cette étude.

Les pratiques alimentaires sont des révélateurs de la société. Sociologiquement parlant, elles forment, comme le souligne Robert Castel (2004), le fondement des ressources objectives et matérielles essentielles pour l'indépendance sociale de l'individu. Anciennement les concepts de distinction, habitus et socialisation ont aidé à comprendre ces pratiques sociales diverses mais ne sont pas toutes seules suffisantes (Ascher, 2005).

Les conséquences de la famine et les mythes reliés à la tradition justifiaient clairement les différentes pratiques alimentaires des populations. Auparavant, la majeure partie de l'alimentation était collective et le menu était unique donc, les multiples choix quotidiens des repas représentent un phénomène de masse assez récent où la contrainte économique est moins forte alors que les choix sont de plus en plus variés. Cependant le « pouvoir » et le « devoir » de choisir quoi manger est tellement intéressant pour comprendre les pratiques alimentaires et c'est d'ailleurs cela qui fait poser la question « que manger ? » en permanence à toute la population. À noter que cette question n'est pas nouvelle aux riches qui choisissaient avant leurs nourritures mais c'est à la fin du moyen âge qu'elle s'est posée d'une manière nouvelle à cause de l'abondance alimentaire, du développement du commerce à longue distance et de l'augmentation de la disponibilité des nouveaux produits exotiques (Ascher, 2005). Cette diversité (pratiques, lieux, goûts, références) et cette apparente liberté n'existaient pas autrefois même pour les plus riches et c'est en comprenant les pratiques alimentaires que nous arrivons à mieux analyser la société hypermoderne et interpréter les changements que nous constatons dans la vie urbaine (Ascher, 2005).

La personnalisation des repas et la diversification du choix sont les deux caractéristiques majeures du processus de transformation des pratiques alimentaires des populations surtout pour les plus riches qui, imités par les autres classes sociales, jouent un rôle moteur dans l'évolution des pratiques sociales et alimentaires. C'est dans ce contexte que s'est développé *le restaurant* comme réponse marchande urbaine moderne à l'autonomisation et la personnalisation des pratiques alimentaires.

Il permet aux individus de manger seuls ou en groupes et surtout de manger hors domicile à des horaires différents de ceux exigés par la société. Ainsi, le restaurant est une commercialisation ou une « marchandisation » d'une pratique préexistante: le festin, en le libérant de certaines habitudes et contraintes traditionnelles. Cependant, le festin change de nature, il est toujours prêt et disponible sur la simple demande des consommateurs (Ascher, 2005).

Le restaurant est intéressant à étudier car il renforce la dynamique de l'individualisation et de la socialisation permettant aux individus de synchroniser leurs temps mais pour sa réussite il nécessitait un mangeur préparé aux conditions de l'individualisation et d'autonomie, capable matériellement et culturellement de manger seul (Ascher, 2005). À ce sujet, l'histoire des assiettes et des couverts s'avère d'ailleurs intéressante pour analyser certaines formes de l'individualisation et de son évolution. Jusqu'au moyen âge, le mangeur utilisait ses doigts ou le pain pour se servir directement des pots collectifs. Ensuite, et à la fin du moyen âge, l'ostentation et la propreté formaient les deux bases majeures sur lesquelles se sont développées les règles de courtoisie aboutissant à l'apparition de la première évolution des pratiques de table. Ces règles ont abouti avec l'émergence des règles de civilité au début du XVIème siècle particulièrement manifestées dans le domaine de l'alimentation par le développement de nouveaux instruments de cuisine, de table et de la maîtrise du corps afin de le maintenir à distance de celui des autres. Devant ces faits, l'assiette, la fourchette, le couteau puis le verre individuel vont progressivement s'installer durant des siècles. Ces couverts individuels permettent matériellement à chaque individu de créer son micro territoire privé au milieu d'un groupe, d'où la nécessité de remplacer les bancs collectifs par des chaises ou fauteuils individuels. Cette sphère d'individualisation est un territoire d'autonomie où le mangeur peut maîtriser sa propre alimentation (Ascher, 2005).

À la fin du XVII et au XVIIIème siècle, les règles de civilité s'élargissent et se transforment en règles de bienséance, de bonnes manières « le savoir vivre » qui devient distinctif au milieu des gens qui n'appartiennent pas aux mêmes classes sociales contrairement à la civilité qui gère les comportements des gens de la même classe sociale sans qu'ils se connaissent nécessairement. De ces faits et dans cette

période, la propreté a été moins évoquée comme cause majeure d'évolution des pratiques alimentaires, les coutumes et instructions religieuses continuent à être respectées, la qualité de la nourriture est plus répandue, la variété culinaire et alimentaire augmente de même le nombre des plats par repas et les principes d'économie s'insèrent dans les livres de cuisine destinés à tous les niveaux sociaux, exposant les manières de préparation et d'économisation (Ascher, 2005).

Enfin, cette évolution des couverts, de restauration et d'individualisation mène à une augmentation des motivations et des choix de consommation, des goûts personnels et des critiques culinaires aboutissant à l'esthétisation de l'alimentation. Malgré la liberté de choix du mangeur, son autonomie est relative, d'une part elle s'accompagne d'une introspection des normes par exemple, l'individu mange ce qui est bon pour lui et non pour les hommes en général, d'autre part, elle s'inscrit dans un contexte social accru (Ascher, 2005).

La question contemporaine, avec la poursuite et la généralisation de l'individualisation, est celle de l'éventuelle émergence de nouvelles formes de pratiques alimentaires surtout dans les sociétés occidentales qui traceraient les cadres d'une nouvelle modernité: la troisième phase de la modernité alimentaire. La première fut celle de la **détraditionnalisation** qui vit naître un mangeur individuel libéré des règles anciennes et des traditions avec la disparition progressive des pratiques alimentaires issues du Moyen Âge. La seconde fut celle de l'émergence d'un producteur de masse/consommateur de masse et par la suite l'apparition accentuée d'une abondance alimentaire caractérisant **l'ère industrielle**. La dernière est **l'hyper modernité**, une modernité plus radicale qui souligne la permanence des déterminations sociales mais avec une approche plus large et multidimensionnelle à n dimensions (Ascher, 2005). Ces nouvelles régulations sont donc à elles-mêmes hypermodernes car elles varient selon les circonstances et fonctionnent en s'appuyant sur la réflexivité des individus. Elles sont plus procédurales que substantielles car elles ne fixent pas les menus des individus mais elles les incitent à réfléchir à ce qu'ils mangent et aux conséquences de leurs choix alimentaires (Ascher, 2005).

Suite à l'industrialisation qui commençait à laisser ses empreintes sur les repas à la fin de la seconde Guerre Mondiale (Shapiro, 2004), les pratiques alimentaires se composent et se décomposent aussi de plus en plus vite. Ainsi, l'enjeu pour l'industrialisation contemporaine n'est plus la massification des consommations mais leur différenciation (Ascher, 2005) en générant un triple mouvement : disparition de certaines fonctions socialisatrices de la cuisine, émergence de nouveaux produits alimentaires dépourvus de qualité symbolique spécifique résultant de métissage distribués par les spécialistes de marketing et brassage transculturel de certains produits, techniques et pratiques alimentaires (Poulain, 2002).

De façon générale, la mondialisation et la facilité du déplacement entre les pays à finalité touristique ou de migrations, favorisent l'universalité des marchés et les inter échanges de produits et techniques culinaires et participent à la diversité et au métissage des modèles alimentaires (Poulain, 2002). Ceci soulève l'importance de tenir compte de l'acculturation. Elle est définie comme l'entrecroisement des civilisations permettant de comprendre et de simplifier le processus de métissage, aidant au repérage des différents espaces alimentaires (familiers ou nouveaux) et traduisant d'une dialectique d'intégration/différenciation les mouvements qui en résultent (Poulain, 2002).

Finalement, les pratiques alimentaires sont répétitives, pour cela on les nomme «habitudes ou comportements alimentaires». Elles sont les résultats des traditions culturelles, des décisions individuelles et de la disponibilité des aliments (Kronl et al., 1993). Aujourd'hui, les mangeurs n'hybrident pas leur alimentation, mais tous mangent des cuisines très variées qui ne relèvent plus du même ensemble des règles culinaires, des pratiques alimentaires et des codes préétablis. Cette tendance de cuisine cosmopolite concerne surtout la **classe créative**, groupe social hétéroclite, ouvert aux innovations de la vie quotidienne dont les individus confiants mangent sain, varié mais modéré, ethnique et terroir, parfois bio. Ce mode d'alimentation indique que la classe créative a achevé la période de transition alimentaire et que ses individus esthètes ont libéré la gastronomie, qui a été propre à une certaine classe sociale élevée, de la grande cuisine remarquable en la diffusant plus couramment dans des pratiques alimentaires moins privées. Cette « classe créative » joue un rôle important mais non

exclusif dans l'évolution des modes de vie contemporains en proposant de nouvelles références aux autres groupes sociaux (Ascher, 2005).

La diversité des explications théoriques des changements des pratiques alimentaires contemporaines a poussé certains auteurs à rechercher des nouvelles perspectives complémentaires capables d'articuler les différents points de vue. C'est le cas de Warde (1996) en Angleterre et de Desjeux (1996) en France. Warde, spécialiste de la sociologie des genres et de la consommation, a travaillé sur la typologie des mangeurs en se basant sur la théorie durkheimienne du suicide pour étudier les différentes tendances des mutations alimentaires contemporaines. La typologie qui en résulte permet de distinguer quatre forces sociales opposées deux à deux, l'individualisation, l'informalisation ou la déstructuration, la communautarisation et la stylisation, qui organisent le champ de l'alimentation et plus spécifiquement de la consommation alimentaire.

L'individualisation est la tendance à faire prévaloir les droits de l'individu sur les pressions de conformité des différentes catégories sociales d'appartenance, qui influencent les pratiques de consommation des individus. **L'informalisation ou la déstructuration** est la tendance à la déréglementation et à l'anéantissement des différentes structures et formes de la consommation alimentaire plus ou moins rigides, traditionnelles et coutumières. C'est la gastro-anomie décrite par Fischler (1979) comme déstructuration de l'encadrement traditionnel des conduites alimentaires par les individus les plus autonomes. **La communautarisation** est la tendance à suivre la conformité d'une société afin d'y affirmer les sentiments d'appartenance et d'attachement, ainsi elle s'oppose à l'individualisme. Enfin, **la stylisation** est une nouvelle forme de segmentation sociale en des petits groupes sociaux autre que les classes sociales avec des styles de consommation fortement organisés et standardisés. (Poulain, 2002). « Ce dernier mouvement est désigné par certains auteurs par le terme *néo-tribalisme* » (Poulain, 2002: p194).

En résumé, ces quatre tendances s'opposent donc deux à deux : informalisation/ stylisation et individualisme/communautarisme. Partant de cette typologie, Warde (1997) construit **une typologie des mangeurs**. « À la diversification

individuelle est associé un *mangeur zappeur* soumis à la gastro-anomie. À l'hypersegmentation, un *mangeur esthétisant*, trouvant dans ses consommations un lieu d'expression de lui-même. À la massification, un *mangeur manipulé* par l'industrie alimentaire. À la division structurelle, un *mangeur traditionnel* soumis aux surdéterminations sociales classiques » (Poulain, 2002: p196).

Pour Desjeux (1998), la diversité des théories sociologiques et leur opposition artificielle résultent des niveaux d'observation et des lectures produites à des échelles différentes. Dans un ouvrage collectif récent traitant la sociologie de l'alimentation et la nutrition anglo-saxonne, Germov et Williams (1999) utilisent la notion d'échelle. Cette notion est un découpage d'observations aidant à comprendre un fait social pour les diverses connaissances obtenues sur lui et résultantes des différentes échelles d'analyses. Ainsi, trois niveaux d'observation organisent les différentes forces auxquelles est soumise l'évolution des pratiques alimentaires. D'abord le **niveau macrosociologique** où l'échelle est influencée par les circonstances sociales (économie, marketing, mode de vie, classes sociales) et non par la volonté des individus et leurs mécanismes individuels. Par exemple, les effets de la McDonaldisation sur les pratiques alimentaires dans le monde entier. Ensuite le **niveau mésosociologique** utilisant dans ses interprétations une échelle reliée à cinq grandes catégories soit : le symbolique, l'intérêt ou les rapports de pouvoir (entre le plus fort et le plus faible), l'analyse en termes mythiques, les constructions identitaires (identité collective et individuelle) et les réseaux sociaux. Les lectures produites à cette échelle sont dominantes dans la sociologie contemporaine. Par exemple, les logiques de la différenciation sociale basées sur les interactions et pratiques alimentaires spécifiques d'un groupe humain et qui les différencient des autres groupes humains d'une même culture ou des cultures différentes. Et enfin le **niveau microsociologique** où l'échelle se centralise sur l'individualisme et la volonté de l'individu, ses choix représentant le produit d'un arbitrage cognitif entre des préférences (Poulain, 2002). À la distinction classique macro, méso et microsociologique, Desjeux (1993) propose d'ajouter une quatrième échelle d'observation : l'**échelle biologique** dont l'objet est de comprendre l'impact des phénomènes sociaux sur les choix alimentaires en analysant les données

biochimiques et physiologiques impliquées dans le processus de nutrition (Poulain, 2002).

C'est au niveau mésociologique que l'analyse des pratiques alimentaires permet de faire des hypothèses plus avancées sur l'individu contemporain et la société hypermoderne. En fait, le choix de ce niveau s'explique par la présence combinée de l'échelle microsociale (individu) et de l'échelle macro sociale (société et culture) pour expliquer les interactions sociales qui sont à la base des processus décisionnels (Poulain, 2002).

L'utilisation des différents types d'échelles d'analyses peut aider à mieux tracer et à comprendre les déterminants des motivations du choix alimentaire qui seront étudiés dans la section suivante.

2.3 Alimentation et motivation

Les motivations sous-jacentes au choix alimentaire déterminent quels aliments sont ingérés et influencent très largement le système de production alimentaire suite aux demandes de consommateur. Le choix alimentaire incorpore non seulement les décisions basées sur des réflexions conscientes mais aussi celles qui sont automatiques, habituelles et inconscientes (Furst et al., 1996).

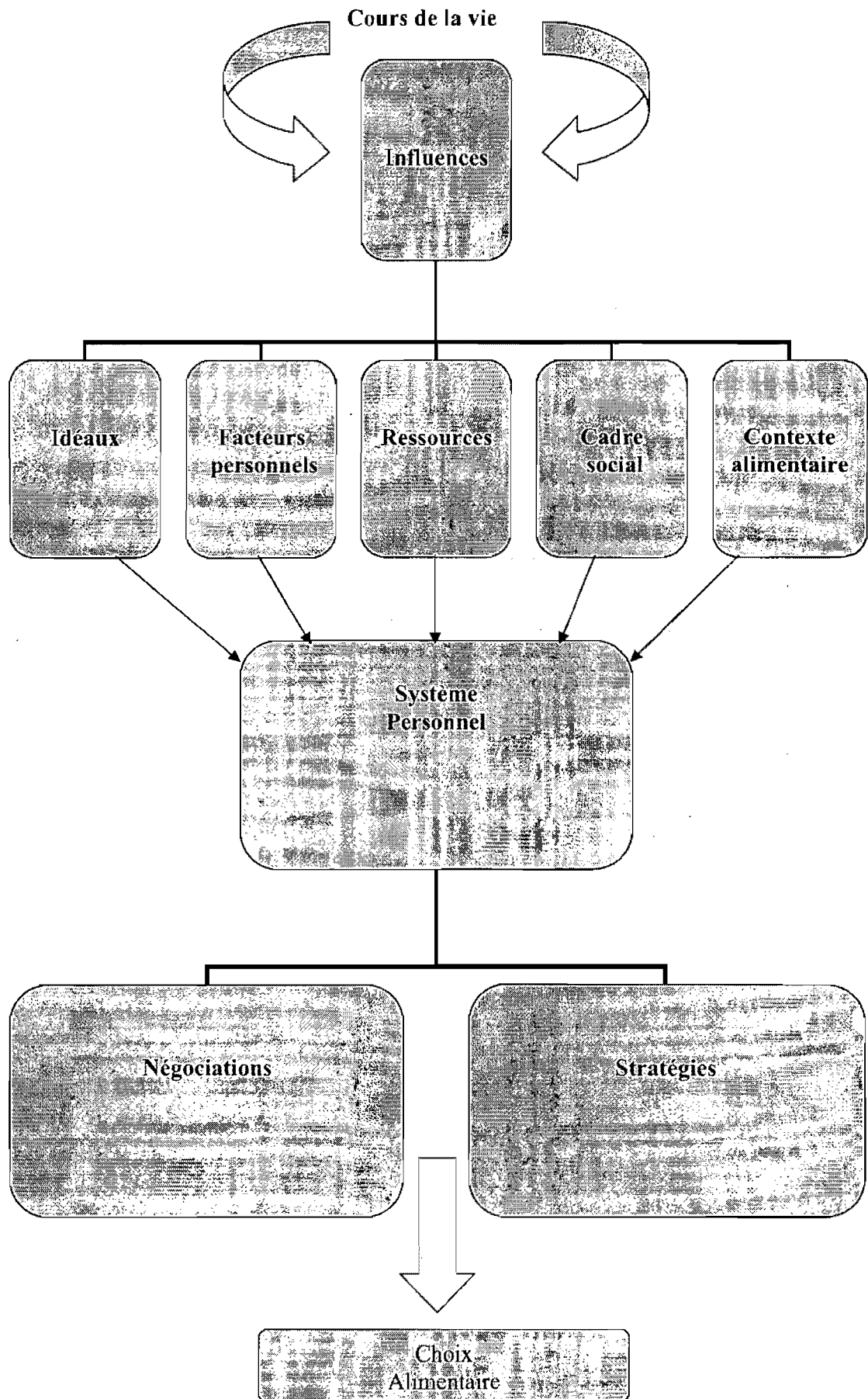
L'individu contemporain est influencé par des processus sociaux de plus en plus variés d'où la diversification de ses choix, très disparates selon les champs sociaux auxquels il est soumis, arbitrants selon les circonstances de façons différentes entre plusieurs rationalités, finalités et systèmes de valeurs et de références. Il choisit son mode de vie à la carte. Ainsi pour comprendre les choix qu'il fait, il faut comprendre comment il évolue et agit spécifiquement dans chacun de ces diverses configurations sociétales qui forment l'espace social auquel il est soumis. C'est dans ce sens que la société est hypermoderne mais elle l'est également parce que la modernisation continue, voire s'exagère. Plus particulièrement, émerge l'éclectisme, une des dimensions majeures de la personnalité contemporaine des omnivores anciennement nommés « élite culturelle » (Fridman et al., 2004), qualité de celui qui n'a pas de goût exclusif, qui ne se limite pas à une seule catégorie de produits (Ascher,

2005). L'éclectisme des omnivores est loin d'être uniforme, il existe donc une pluralité de manières d'être omnivores qui ne sont pas équivalentes entre elles. Cette diversité est-elle due à l'ouverture à la diversité culturelle ou aux vastes ressources culturelles disponibles ? (Fridman et al., 2004).

Furst et al. (1996) abordent la nature générale du processus du choix alimentaire en utilisant une approche constructiviste désignée par des méthodes conceptuelles et analytiques permettant de reconnaître les changements et de schématiser les complexités du choix alimentaire (Furst et al., 1996). Les composantes de ce modèle seront présentées dans la revue de littérature qui suit.

Le modèle de Furst et al. (1996) représenté à la Figure 1 présente les facteurs internes et externes impliqués dans le choix alimentaire sous trois composantes majeurs: le cours de la vie, les influences et le système personnel. *Le cours de la vie* est la source fondamentale de plusieurs facteurs individuels et collectifs (Bush, 2005) formant le choix alimentaire en incluant les rôles personnels (expériences passées, présentes et futures) et les environnements (physique, social et culturel) auxquels la personne s'expose (Furst et al., 1996). L'importance d'étudier le cours de la vie réside dans la compréhension de l'interaction des différents facteurs biologiques, psychosociaux et sociaux entourant l'acte alimentaire (Hooper et al., 2005 ; DesMeules et al., 2003). Ainsi, l'étude des facteurs individuels (préférences alimentaires, physiologie, perceptions alimentaires, etc.) ne suffit pas à expliquer totalement le choix alimentaire étant donné que l'acte alimentaire est fortement influencé par le contexte environnemental (interpersonnel, économique, physique et social) (Frank et al., 2005 ; Raine, 2005). Le cours de la vie génère un ensemble d'*influences* sur lesquelles nous nous attarderons dans la section suivante.

Figure 1. Modèle adapté de Furst et al. (1996) pour le choix alimentaire



2.3.1 Les influences

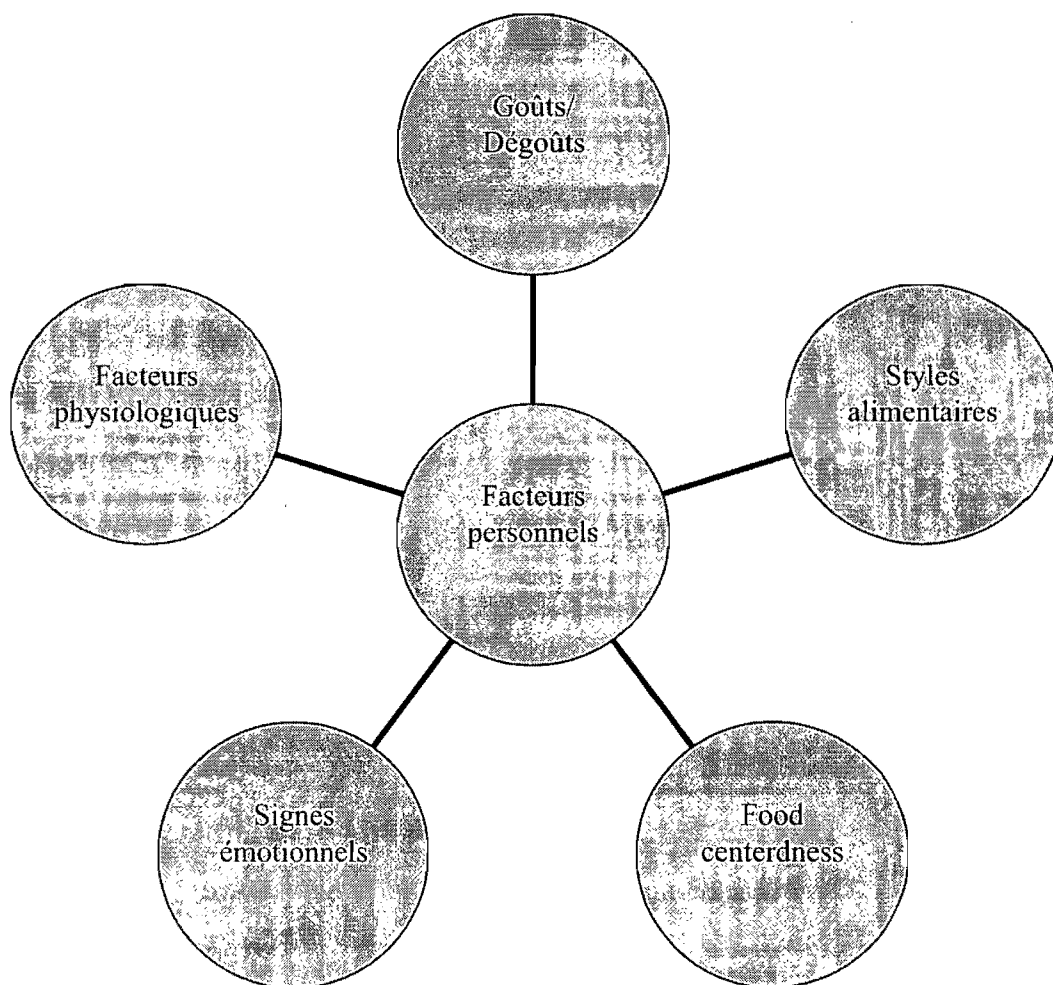
Les influences sont divisées en cinq variables externes et internes au consommateur qui interagissent entre elles: les idéaux, les facteurs personnels, les ressources, le cadre social et le contexte alimentaire.

Les idéaux comprennent les attentes, les standards, les croyances et attitudes des consommateurs et leur prétention consciente et tacite envers l'alimentation en général (Furst et al., 1996) et la consommation des aliments sains pour maintenir une bonne santé en particulier (Paquette, 2005). Ces prétentions dérivent des facteurs culturels et symboliques (Furst et al., 1996) et deviennent des normes (Raine, 2005) ou des habitudes alimentaires (Sawyer-Morse, 2007) affectant le choix alimentaire (Blake et al., 2007). Selon Helms (1988), plus la distance entre l'objet consommé et le lieu de consommation est grande, plus l'objet (par exemple la nourriture) serait investi d'un pouvoir mythique (Fridman et al., 2004). Par exemple: les personnes âgées canadiennes vivant dans des collectivités choisissent leur alimentation en fonction de leurs idéaux (Payette et al., 2005). La nutrition a conservé depuis longtemps une forte potentialité symbolique; en plus d'un besoin biologique il existe une relation de don et de contre-don (le don ou l'échange alimentaire implique un certain type de relation entre les gens). Ainsi, le rôle social et symbolique de la nourriture et de l'acte alimentaire réside dans l'intensification des liens communautaires, de sens d'appartenance et d'entraide mutuelle (Raine, 2005). Et pour s'inspirer de Mauss (1998), la nourriture continue de porter du « hau », sorte d'esprit et de valeur des choses qui donne le « mana » autrement dit l'honneur et le prestige. Par exemple, « recevoir chez soi » est un aspect de personnalisation et d'intimité supplémentaire aux relations, cependant il démontre aux invités les appartenances de leurs hôtes soit: logement, prestige, etc (Ascher, 2005). Plus spécifiquement, chez les peuples autochtones du Canada, la consommation alimentaire dépasse le simple fait de manger et représente des démarches culturelles significatives, par exemple: la coopération, le partage et la générosité (Willows, 2005).

Les facteurs personnels sont au centre du choix alimentaire et forment les frontières des choix retenus par les consommateurs. Ils reflètent ce qui est significatif pour les individus en se basant sur leurs besoins et préférences dérivés de leurs traits

psychologiques et physiologiques (Furst et al., 1996). La figure 2 illustre ces facteurs référés aux goûts et dégoûts, aux styles alimentaires individuels, au concept de « *food centerdness* », aux signes émotionnels et aux facteurs physiologiques.

Figure 2. Variables associées aux facteurs personnels influençant les choix alimentaires



À l'égard des *goûts/dégouts* à la fin des années 1970, Pierre Bourdieu a travaillé sur les bases d'une nouvelle sociologie du goût. Il postulait l'existence de classes sociales stables et homogènes, se reproduisant dans le temps par la

transmission d'un capital économique et symbolique (Fridman et al., 2004). Ceci supposait l'existence d'une culture légitime transmise par la famille et l'école et dont l'acquisition était socialement reconnue comme désirable. Au cours des 20 dernières années, les éléments centraux de la sociologie bourdieusienne du goût ont fait l'objet de très intenses critiques dans le domaine social et dans le domaine culturel. Ainsi, dans le domaine de la culture, il n'existe pas dans les sociétés postmodernes de formes collectives d'exclusion dans la mesure où aucun critère absolu de goût n'arrive à s'imposer comme légitime surtout avec l'émergence des cultures jeunes, le brouillage des frontières entre culture savante et populaire, l'explosion des affirmations identitaires multiples, la prolifération des produits de consommation (Fridman et al., 2004). Le point de départ de ses critiques est la thèse avancée par Richard Peterson (1992) selon laquelle il existe dans le monde actuel une polarisation croissante entre une classe éduquée **d'omnivores** (branchés culturels dont les goûts et les pratiques sont éclectiques et diversifiés méprisants les formes commerciales de la culture populaire) et une classe moins éduquée **d'univores** (exclus, dont les répertoires et pratiques sont plus restreints, caractérisés par la consommation indifférenciée des produits commerciaux). Donc on assiste aujourd'hui à l'émergence d'une nouvelle forme de culture légitimée appelée l'ouverture ostentatoire à la diversité (Fridman et al., 2004). Pourtant, plus on s'élève dans l'espace social plus les goûts sont diversifiés, alors que plus on descend plus les goûts sont restreints. Mais ils restent fortement tributaires de l'origine sociale et du capital culturel (Fridman et al., 2004). Ainsi, le goût cultivé se caractérise par une attitude cosmopolite et une préférence marquée pour l'exotique et le lointain ce qui donne de plus le sentiment de rareté et distinction en vivant la diversité culturelle et non pas l'homogénéisation. Le goût ou l'exotique n'est pas un élément entièrement nouveau. Alors que le dégoût consiste en une protection biologique reconstruite culturellement (Fischler, 1990), l'expression de goûts et de dégoûts est en partie liée aux différences de volume et de la diversité du capital culturel, et donc à la position dans un espace social à multiples dimensions, ainsi tous n'auront pas la même réponse de goût suite à l'ouverture à la diversité surtout dans les groupes minoritaires ou appartenant à des classes sociales basses (Fridman et al., 2004). Enfin, les gens mangent ce qui est goûteux et bon (Sawyer-

Morse, 2007). Chez les Nord-Américains, bien que le goût soit personnel (affecté par des facteurs physiologiques et métaboliques et modifié avec l'âge, le genre et l'expérience alimentaire) (Sawyer-Morse, 2007), il est encore influencé par le groupe social et culturel auquel on appartient (Willows, 2005). Selon les résultats du sondage mené par le Conseil Canadien des Aliments et de la Nutrition (CCAN) en 2006 sur les tendances de consommation (rapport de: « Nutrition: évaluation et tendance VI » NÉT VI), le goût est le premier critère du choix alimentaire. Il est d'importance dans la population canadienne infantile (Taylor et al., 2005), chez les personnes âgées vivant dans la collectivité (Payette et al., 2005) et chez les peuples autochtones du Canada soit: les Indiens, les Métis et les Inuits (Willows, 2005). Le goût et la nutrition sont de même importance dans les motivations du choix alimentaire chez les Canadiens, suivis du prix et de la praticité (CCAN, 2006). Ainsi, de manière très spécifique, le Québécois est un mangeur préoccupé par le prix et il exprime une préférence pour les saveurs salées (Duhamel, 2007).

Concernant les *styles alimentaires individuels*, ils expliquent les préférences ou aversions des différents individus pour des aliments particuliers (Furst et al., 1996). Les préférences alimentaires chez les Américains résultent d'une exposition précoce aux différentes variétés alimentaires à un âge infantile, par exemple: la préférence pour le gras est éduquée à un très jeune âge dans la petite enfance (Sawyer-Morse, 2007). Dans une étude récente menée auprès des femmes âgées entre 18 à 50 ans et vivant dans les milieux ruraux de New York avec un revenu faible ou moyen, les résultats associent les préférences à un processus cognitif personnel (Blake et al., 2007) influençant fortement le choix alimentaire individuel et permettent de classer les gens sous des catégories. Parmi ces catégories, celle du « *neuroticism* » et sa relation avec le risque sanitaire, le stress, et l'anxiété et celle de « *l'ouverture à l'essai* » et le désir de manger un éventail d'aliments même non familiers (Steptoe, 1995). De plus, les préférences et aversions alimentaires sont déterminées également par les normes sociales et culturelles (Raine, 2005), par exemple: une préférence pour les aliments traditionnels chez les peuples autochtones du Canada (Willows, 2005), alors que les préférences des adolescents et des adultes canadiens sont influencées, entre autre par, les indices environnementaux soit les messages médiatiques (Raine, 2005).

Toujours relié aux facteurs personnels, le « *food centerdness* » représente l'implication à l'égard de l'aliment, ce facteur suggère que certaines personnes semblent être plus centrées alimentaires que d'autres. C'est surtout le plaisir, le symbolisme, la sécurité et la santé qui jouent un rôle dans ce « *food centerdness* » (Furst et al., 1996) ou ce qu'on appelle le *fooding*. Le *fooding* est le fait de se nourrir avec *feeling* (Ascher, 2005). C'est un art alimentaire qui désigne l'association du contenu de nos assiettes et la manière de le consommer. Il concrétise tous les courants gastronomiques (cuisine du monde, cuisine facile et/ou préparée, etc.), et peut se traduire soit dans la cuisine à domicile, soit au restaurant suite à certaines dispositions d'esprits et demandes de nouveauté, de qualité et envie de modernisation alimentaire (Ascher, 2005). À noter que le *fooding* chez les Canadiens diminue avec l'âge suite aux modifications normales accompagnant le vieillissement telles que: changements du goût (salé, sucré, amer), diminution de l'acuité de l'odorat, de la sensation de soif, les problèmes physiologiques (ingestion, digestion, absorption, etc.) (Duhamel, 2007).

À l'égard des *signes émotionnels*, ils supposent que parfois, le choix alimentaire résulte de l'humeur et des sentiments (Furst et al., 1996). C'est surtout le stress et les émotions négatives qui influencent non seulement la quantité consommée mais aussi la sélection des produits (Steptoe, 1995). Il en résulte des désordres alimentaires divers, typiques de la modernité dont l'anorexie, la boulimie et l'orthorexie nerveuse soit le souci de bien manger de manière obsessionnelle (Ascher, 2005; Beardsworth et al., 2002). Polivy et al., (2005) soulignent une relation bidirectionnelle entre l'acte de manger et les divers états psychologiques. Ainsi, l'humeur ou l'état psychologique peuvent influencer ce qu'on mange en quantité et /ou qualité, tandis que l'alimentation peut influencer également le bien-être psychologique du mangeur (Polivy et al., 2005).

Enfin les *facteurs physiologiques* sont la faim, les allergies et les régimes parmi les facteurs les plus connus (Furst et al., 1996). Selon le rapport du CCAN (2006), 70 aliments sont à l'origine des allergies alimentaires chez 4 à 6 % des enfants canadiens et chez 6 à 8 % de moins de 3 ans.

Plusieurs autres caractéristiques sont reliées aux facteurs personnels expliquant les choix alimentaires, les plus saillants étant le genre, l'âge et le revenu. Ainsi, il existe entre les femmes et les hommes des différences reliées à l'alimentation et à la santé, aux dimensions éthiques, aux systèmes de production et de sélection alimentaire, aux attitudes et choix, aux changements de régimes, aux habitudes culinaires et à l'image corporelle. (Beardsworth et al., 2002). Par exemple: depuis longtemps les femmes en Amérique s'informent sur les aliments et la nutrition via les messages des magazines féminins (Jacobson, 2003; Weston et al., 1986). Un autre exemple relatif à la différence dans le choix alimentaire due au genre chez les adolescents canadiens: les adolescentes canadiennes (12 à 19 ans) consomment plus de fruits et légumes que les adolescents canadiens du même âge (Rjediger et al., 2007). Chez les Américains, les adolescents s'associent aux repas familiaux plus que les adolescentes (Larson et al., 2007; Rockett, 2007).

Chez les Canadiens, l'âge est un important facteur personnel dans le choix alimentaire (Raine, 2005). La qualité alimentaire peut se détériorer avec l'âge en raison de l'augmentation de l'autonomie personnelle et sociale fournissant au mangeur une plus grande liberté individuelle, et non familiale, pour effectuer son choix alimentaire (Raine, 2005). Par exemple, l'adolescence est une période critique et souvent marquée par l'exploration et les changements des styles de vie, ce qui peut influencer les habitudes alimentaires comme, la diminution de la fréquence du petit déjeuner par comparaison à l'enfance (Larson et al., 2007).

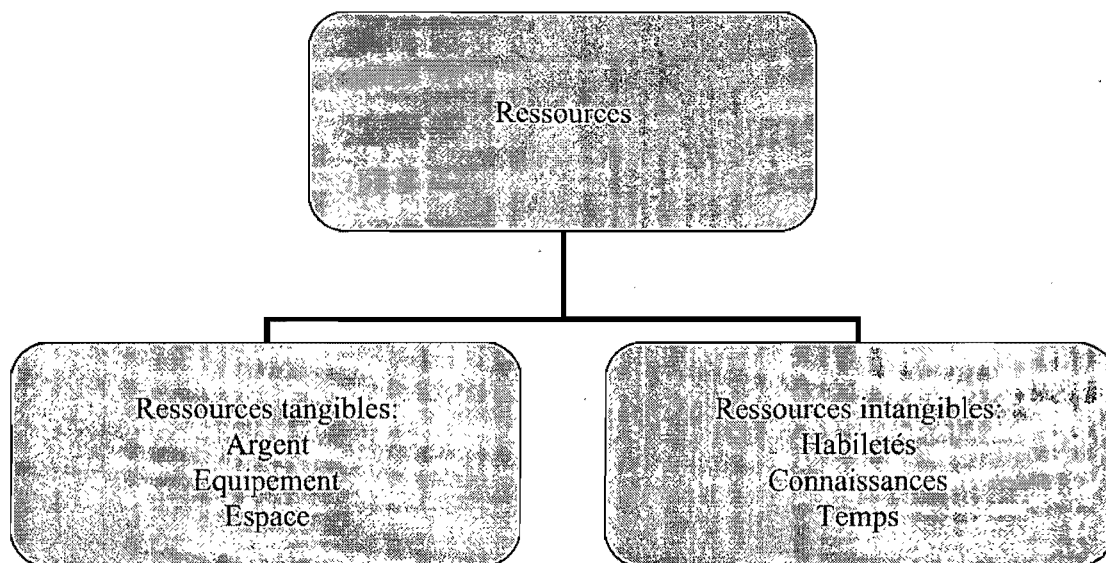
Le revenu est aussi l'un des facteurs déterminants qui influencent directement ou indirectement le choix alimentaire (Power, 2005). Au Canada, le revenu insuffisant touchant plusieurs groupes de la population (enfants, personnes âgées et peuples autochtones) est le principal obstacle à la saine alimentation car il est le dénominateur commun à l'accessibilité physique aux aliments et à la disponibilité de ces aliments aux marchés (Duhamel, 2007; Power, 2005; Raine, 2005). En Amérique, le revenu insuffisant a un impact négatif sur les repas familiaux qui deviennent moins fréquents (Rockett, 2007), sur l'éducation nutritionnelle des femmes qui lisent moins les étiquettes alimentaires des produits (Bowman, 2006) et sur la santé et les maladies telles que l'obésité, le diabète, les maladies cardiovasculaires, etc. (Bowman, 2006).

Chez les Canadiens comme chez les Américains, une relation inverse s'établit entre la sécurité et l'innocuité alimentaire et le revenu (Duhamel, 2007 ; Ricciuto et al., 2007; Bowman, 2006). Par exemple, lorsque leur revenu est faible, ils consomment moins de fruits et légumes et mangent plus d'aliments riches en lipides qui apaisent leur faim (Rjediger et al., 2007; Ricciuto et al., 2006; Bowman, 2006).

La troisième variable associée aux influences qui interagissent pour expliquer le choix alimentaire est les ressources.

Les ressources sont la troisième variable, sujettes à des fluctuations au cours de la vie et dépendent des changements de rôles, de capacités personnelles, de revenu, d'indépendance et d'état de santé. Elles se divisent en deux parties illustrées à la figure 3: les ressources tangibles soit l'argent, l'équipement, l'espace et les intangibles soit les habiletés, les connaissances et le temps.

Figure 3. Variables associées aux ressources influençant les choix alimentaires



L'argent et surtout sa disponibilité affecte la portée et la nature des décisions face aux choix alimentaires, par exemple: lorsque le revenu des Canadiens est élevé, l'argent est utilisé pour acheter tous types d'aliments (Ricciuto et al., 2006; 2007). Pour les Canadiens, l'argent est la capacité économique individuelle de s'approvisionner en quantité adéquate d'aliments sains, et il est lié ainsi à la sécurité

alimentaire (Duhamel, 2007). Il est encore lié directement au temps puisque ce sont deux commodités à échanger et à négocier (Furst et al., 1996).

L'équipement est aussi d'intérêt; ainsi l'équipement ménager du XIX^{ème} siècle était très rudimentaire et préparer plusieurs plats à chaque repas s'avérait impossible car une femme ne possédait qu'une ou deux marmites, quelques cuillères, fourchettes, couteaux, assiettes et écuelles. Chez les plus nantis un équipement plus complet permettait une certaine variété dans la préparation des plats (Le collectif Clio, 1992). Cependant, les technologies et les sciences d'aujourd'hui sont mobilisées par l'alimentation (Ascher, 2005) et affectent le choix alimentaire (Furst et al., 1995). Les progrès des appareillages électriques furent ainsi utilisés pour augmenter la productivité dans le travail domestique et économiser du temps notamment dans la cuisine: mélangeur, presse-purée, four à micro-ondes. Le cas du réfrigérateur est intéressant car il permet de diminuer la fréquence des approvisionnements et, couplé avec l'automobile, il rendit possible l'émergence de nouvelles formes de commerce et choix alimentaire (Ascher, 2005). L'utilisation du four à micro-ondes nuit au développement des compétences culinaires surtout chez les jeunes canadiens qui considèrent la préparation d'un repas une perte de temps (Duhamel, 2007).

L'espace en terme de qualité et de disponibilité est l'un des facteurs de l'environnement physique qui influence d'une part l'accessibilité aux aliments et leur disponibilité, d'autre part la quantité d'approvisionnement et leurs formats et par la suite le choix alimentaire (Raine, 2005; Furst et al., 1996). Aussi bien pour les Canadiens que les Américains, la disponibilité d'un espace suffisant permet un approvisionnement plus important en quantité et en variété, influençant de plus la fréquence du magasinage quotidien ou hebdomadaire (Duhamel, 2007; Hill et al., 2003). À noter que les grands supermarchés au Canada offrant les aliments sains à moindre coût sont installés près des autoroutes et presque absents dans les collectivités à faible revenu et dans les environs des résidences de personnes âgées (Raine, 2005).

Les habiletés notamment les habiletés culinaires, comme ressources intangibles, jouent un rôle important dans le choix alimentaire (Furst et al., 1996) et dans l'acquisition des saines habitudes alimentaires au Canada (Duhamel, 2007). Elles

sont sujettes aux innovations technologiques culinaires obligeant les femmes à réapprendre à cuisiner, car la méthode de travail n'est plus la même (Le collectif Clio, 1992). Selon le sondage relié à la préparation des repas mené par les diététistes du Canada en 2007, seulement 50% des Canadiens peuvent cuisiner avec des aliments que leurs enfants aiment manger (Duhamel, 2007). Les femmes, avec des compétences culinaires élevées, sont plus confiantes à l'idée de pouvoir cuisiner presque tous les plats alors que les hommes préparent généralement des plats plus simples (Beardsworth et al., 2002). Ces habiletés peuvent diminuer avec l'âge, par exemple: au Canada, les personnes âgées perdent avec le temps leurs habiletés culinaires fonctionnelles ce qui influence leurs choix et comportements alimentaires (Payette et al, 2005).

Les connaissances des consommateurs suggèrent que ceux ci sont de plus en plus intéressés à s'informer de leur alimentation; surtout les femmes qui suivent les directives lues par la presse et les messages nutritionnels des magazines féminins (Jacobson, 2003) alors que les hommes, généralement moins conformes, suivent celles des autres membres de la famille (Beardsworth et al., 2002). Selon, le rapport du CCAN (2006), 87 % des Canadiens présumant qu'ils possèdent des connaissances nutritionnelles. Les jeunes, les hommes et ceux de niveau éducationnel faible se trouvent les moins confiants en leur connaissance nutritionnelle acquise (CCAN, 2006). Les informations nutritionnelles reliées aux divers groupes d'âge (Raine, 2005) sont souvent à la base des décisions, choix et comportements alimentaires, d'où l'importance d'avoir accès à des informations d'une haute crédibilité (CCAN, 2006). Ces sources d'information changent avec le temps, ainsi, elles doivent être révisées régulièrement. En 1997, les rapports de l'Institut National de la Nutrition (Marquis et al., 2006) montrent que l'Internet est la source d'information la moins importante (6%). En 2002, les Canadiens expriment toutefois ainsi leurs préférences: magazines de nutrition (49%), livres (42%), Internet (40%), étiquetages des produits alimentaires (37%), diététistes (15%), médecins (13%). Cependant, leurs niveaux de confiance dans ces sources est différent: diététistes (88%), médecins (61%), livres (54%), état (53%), magazines (39%), Internet (34%) (Marquis et al., 2006). En 2006, le rapport du CCAN présente des nouveaux pourcentages en sources d'information des Canadiens:

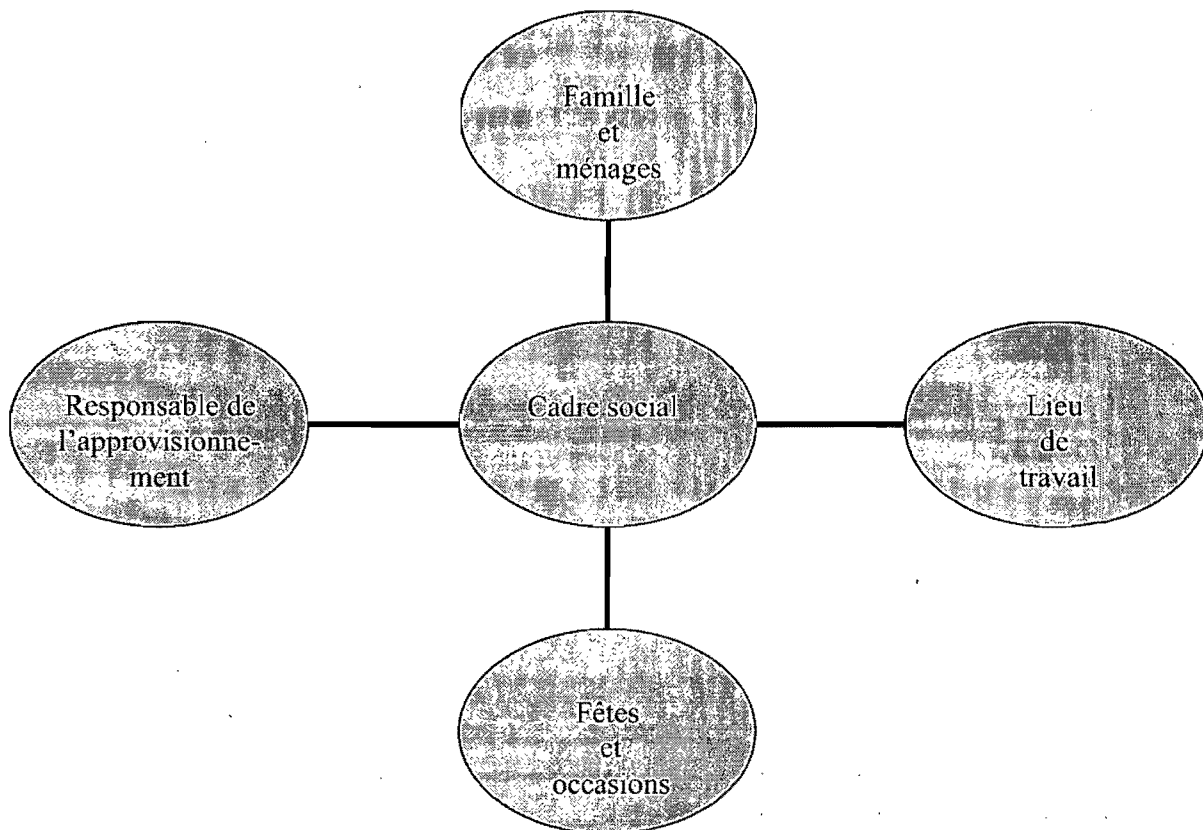
étiquetages des produits alimentaires (77%), média écrit (76%), pairs et familles (66%), Internet (65%). Le mémoire de l'OPDQ (2007), rapporte l'importance de l'étiquetage sur les emballages des produits alimentaires comme étant la principale source d'information du mangeur canadien qui manque de temps pour choisir un produit dans l'épicerie (Duhamel, 2007). Aujourd'hui, les consommateurs tirent leurs informations des diverses sources auditives (émissions de radio), visuelles (émissions de télévision) et écrites (guides, revues, rubriques culinaires, livres de recettes). En bref, entourés par cet univers gastronomique abondant et confus, les consommateurs sont devenus surinformés suite à l'accessibilité à l'hétérogénéité des cuisines du monde, à la variété des théories et expériences culinaires et à la compétition médiatique (Ascher, 2005). Ce brouhaha se fonde dans une véritable et planétaire cacophonie alimentaire menant à l'anxiété individuelle (Fischler, 1990). D'où la nécessité d'avoir des méta-guides alimentaires explicites et clairs facilitant la tâche aux mangeurs pour pouvoir effectuer un choix nutritionnel approprié parmi tous les guides qui prolifèrent (Bowman, 2006; Ascher, 2005) mais qui en sera responsable? L'association américaine des diététistes (ADA) promeut les diététistes professionnelles pour contrôler ces informations dans la mesure où elles peuvent travailler en harmonie et sans conflits d'intérêts avec l'industrie (ADA, 2006; Nestle, 2003). Au Canada, parmi les approches politiques de promotion de la saine alimentation et de l'amélioration des connaissances nutritionnelles, Santé Canada a publié le « Guide Alimentaire Canadien pour manger sainement » et les « Recommandations alimentaires pour la santé des Canadiens et des Canadiennes » (Raine, 2005). Le contenu de ces documents vise à aider les gens, surtout ceux de faible niveau d'éducation (Duhamel, 2007), à faire un choix approprié parmi les différentes informations reçues (Paquette, 2005).

Enfin, *le temps* est une denrée abondante et rare à la fois, il est devenu un objet d'échange économique, une marchandise qui a l'étrange propriété de ne pas pouvoir être stockée. Autrement dit, on cherche simultanément à économiser et à gagner le temps dans n'importe quel type de consommation vu qu'il est irréversible et impossible de le stocker. Le temps est une finalité par excès et par défaut de la consommation: beaucoup de produits s'achètent parce qu'ils font gagner du temps, beaucoup d'autres

parce qu'ils occupent le temps libre. Selon le sondage relié à la préparation des repas mené par les diététistes du Canada en 2007, les Canadiens ne consacrent pas du temps pour préparer un repas (30% par manque de temps et 26% par manque d'énergie) (Duhamel, 2007). Ainsi, pour gagner du temps les Canadiens cherchent des solutions: repas faciles à préparer ou aliments prêts à être mangés (Duhamel, 2007; Raine, 2005). En fait, les Nord-Américains passent la plupart du temps à des activités sédentaires soit la télévision, les jeux vidéos, l'internet, etc. (Hill et al., 2003).

Le cadre social, sa dynamique et sa composition est la quatrième variable exerçant une influence sur le choix alimentaire des consommateurs les amenant parfois à des priorités et forces contradictoires. Ainsi, la variation dans l'achat alimentaire canadien est en relation directe avec toutes les dimensions du cadre social surtout les caractéristiques sociodémographiques du ménage et la composition de la famille (Frank, 2005; Raine, 2005), par exemple: la consommation des fruits et légumes par les adolescents est plus élevée dans les ménages canadiens dans lesquels vivent des personnes âgées et/ ou éduquées à l'université (Rjediger et al., 2007; Ricciuto et al., 2006) et moins élevée par les adolescents vivant dans un ménage monoparental (Rjediger et al., 2007). De plus, l'insécurité alimentaire est fonction du cadre, par exemple: chez les ménages canadiens monoparentaux ayant une femme à leur tête, la prévalence de l'insécurité alimentaire était de 24,9% (3 fois plus élevée que dans les ménages monoparentaux ayant un homme à leur tête ou chez les ménages comportant un couple) (Duhamel, 2007). Les dimensions les plus importantes de ce cadre social sont d'une part, les relations interpersonnelles incluant les familles et ménages, le lieu de travail, les fêtes et occasions. D'autre part le cadre social inclut les rôles sociaux et leurs interprétations sociales par exemple sacrifier ses propres préférences alimentaires ou choisir selon les goûts des autres pour les satisfaire. Plus précisément, il réfère ainsi au rôle du responsable d'approvisionnement et au rôle de former les choix alimentaires des autres (Furst et al., 1996). Ces dimensions sont illustrées à la figure 4.

Figure 4. Variables associées au cadre social influençant les choix alimentaires



Les familles et les ménages sont complexes et forment l'environnement interpersonnel le plus familier influençant le choix alimentaire (Raine, 2005). La famille est le premier environnement social immédiat auquel les enfants sont soumis et où ils mettent en pratique leurs habitudes alimentaires (Raine, 2005). Deux études récentes américaines étudiant l'impact des repas en famille sur les adolescents, montrent que ces repas surtout durant l'enfance et l'adolescence peuvent avoir une influence plus durable sur la qualité de la diète et par la suite peuvent prédire les modèles des habitudes alimentaires à l'âge adulte (Larson et al., 2007; Rockett, 2007). Par exemple Larson et al., (2007) ont trouvé que ces repas en famille à un âge précoce mènent les femmes à prendre plus le petit déjeuner et mènent les hommes et les femmes à prendre plus le dîner. Suite à l'industrialisation, la nature de ces repas a changé avec le temps et leur fréquence a diminué. Ainsi, historiquement la famille

vivait surtout de l'agriculture et tous ses membres s'entraidaient dans le travail agricole au même endroit, tout près de la maison sans la nécessité de travailler ailleurs. Cela s'illustre par le partage d'un même repas par la famille (Le collectif Clio, 1992). L'autonomie croissante du mangeur a permis à la famille de jouer ses rôles traditionnels, économiques, culturels, éducatifs, reproductifs mais de façons nouvelles avec des individus plus individualisés. Ainsi, dans le contexte de nouvelles réalités économiques, la famille a contribué à réaménager les valeurs sociales, en les redistribuant à chacun de ses membres avec un pouvoir de manger seul ou seul ensemble sans partager le repas avec ceux qui sont à la même table (Ascher, 2005). Au Canada, à mesure que les enfants avancent en âge, l'influence familiale sur l'alimentation diminue et sera remplacée par celle des pairs et d'autres personnes de l'environnement interpersonnel moins familial (Raine, 2005).

Le lieu de travail exerce un rôle important dans le choix alimentaire compte tenu du temps, de l'espace et de l'impact des collègues sur la prise alimentaire des plats cuisinés, produits à emporter, etc. Au Canada, suite à l'horaire de travail chargé (Duhamel, 2007) et à l'exposition aux messages médiatiques sur les produits alimentaires pratiques mais de moindre qualité, que ce soit dans les milieux de travail ou dans les écoles (Raine, 2005), les individus mangent souvent moins sainement et dépensent moins de l'énergie. D'où l'importance du rôle des diététistes dans le service alimentaire pour une collectivité afin de contrôler l'offre alimentaire et de conseiller les individus à l'égard d'un style de vie actif (Duhamel, 2007). De plus, le lieu et les horaires du travail ont tendance à déplacer les repas vers des heures plus avancées, c'est ce qu'on appelle la désynchronisation alimentaire, menant à des nouveaux rythmes et par la suite à des nouveaux types et appellations des repas. Par exemple le brunch, déjeuner tardif venu des États-Unis est un glissement des heures du petit déjeuner (breakfast) vers des heures plus tardives (lunch) en l'intégrant avec le goûter. Le plus souvent il se prend le dimanche et avec des amis (Ascher, 2005).

Les fêtes et occasions révèlent minutieusement les caractéristiques propres à chaque société et ses traditions et sont une réflexion de notre identité collective (Sawyer-Morse, 2007). Elles réactualisent de façons périodiques, diverses et fréquentes la conscience que les individus ont de l'existence du social (Ascher, 2005).

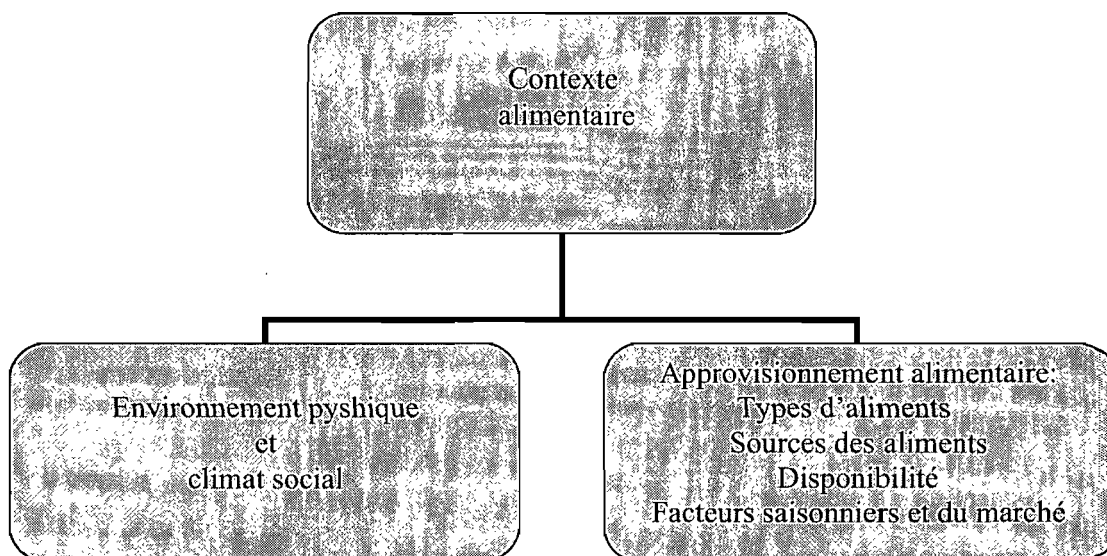
Pourtant, la nourriture continue à faire partie de diverses célébrations et occasions, étant donné que l'acte de manger a une forte connotation sociale et culturelle (Raine, 2005). Durant ces rituels plusieurs types de choix alimentaires sont adaptés différemment des pratiques quotidiennes (Furst et al., 1996).

Finalement à l'égard du *responsable de l'approvisionnement*, l'essentiel de son rôle est d'interagir avec le système alimentaire afin d'acquiescer les aliments répondant aux préférences des autres membres du ménage. Au Canada, la façon dont la famille s'approvisionne et répartit la nourriture entre ses membres varie en fonction du sexe du parent responsable de l'approvisionnement par exemple: les mères se sacrifient souvent afin d'assurer un apport alimentaire adéquat à leurs enfants (Raine, 2005). Ainsi, selon une étude menée en Amérique sur les facteurs personnels et familiaux du choix alimentaire, la façon de s'approvisionner serait fonction du profil du responsable de l'approvisionnement soit: celui qui s'intéresse à la santé (il choisit des aliments santé pour sa famille), celui qui veut satisfaire tous les membres de sa famille (il choisit une variété d'aliments qui répondent aux différents besoins et préférences alimentaires de chacun des membres de sa famille), etc. (Blake et al., 2007). Pour longtemps, les femmes en général et particulièrement les Canadiennes, étaient responsables des rôles sociaux et ménagers, mais après leur intégration sur le marché du travail, une nouvelle réalité face aux partages des rôles a surgi (Duhamel, 2007; Friedan, 1963). Quoi qu'il en soit, si les rôles sociaux changent, ils le font lentement et le travail domestique relatif à l'alimentation est encore très largement féminin (Poulain, 2002).

D'ailleurs, concernant le rôle de former les choix alimentaires des autres ce sont les femmes qui essaient de contrôler les habitudes alimentaires de leur famille (Furst et al., 1996). Au Canada, la préparation des plats et le contrôle de la qualité de la nourriture présentée sur la table familiale sont des tâches éternelles et d'une grande importance pour les femmes (Raine, 2005; Le Collectif Clio, 1992). Également au USA, les femmes seraient les responsables directes de la formation du choix alimentaire des autres (75% des femmes américaines sont responsables de l'approvisionnement) (Cullen et al., 2007).

Le contexte alimentaire est relié étroitement au cadre social, il fournit l'environnement où les aliments sont issus du système social alimentaire le plus large et dans lequel aura lieu le choix alimentaire. Aujourd'hui, cet environnement éloigne de plus en plus les Canadiens, surtout en milieu urbain, de se procurer des aliments directement de leurs sources originelles (la ferme, la terre ou la mer) en les lui procurant aux supermarchés ou aux restaurants (Raine, 2005). Le contexte alimentaire est directement lié à l'impact de la globalisation sur l'approvisionnement alimentaire (Frank et al., 2005) et au profit de l'industrie alimentaire qui va souvent à l'encontre de la saine alimentation (Power, 2005). Par exemple, le contexte alimentaire est de plus en plus varié suite à l'industrialisation alimentaire sans répondre nécessairement aux exigences nutritionnelles et sanitaires. Ce contexte alimentaire est divisé en deux variables soit les environnements physiques incluant le climat social et les facteurs spécifiques d'approvisionnement alimentaire de l'environnement plus précisément les types d'aliments, les sources des aliments, la disponibilité et les facteurs saisonniers du marché (Furst et al., 1996). Ces composantes sont illustrées à la figure 5. Toutefois, on constate souvent que l'environnement physique et social n'a pas été construit en vue de favoriser une alimentation bonne et saine (Raine, 2005).

Figure 5. Variables associées au contexte alimentaire influençant les choix alimentaires



Les environnements physiques et le climat social exercent un rôle important dans le choix alimentaire et agissent souvent au niveau inconscient chez les Canadiens (Polivy et al., 2005) que ce soit pour les repas à domicile ou hors domicile (Raine, 2005). Ainsi, les Nord-Américains, surtout les adolescents, qui mangent devant la télévision ou au cinéma consomment une quantité plus grande d'aliments riches en calories (Rockett, 2007; Polivy et al., 2005). Pour les repas à domicile, les femmes ont longtemps été responsables de créer une ambiance harmonieuse et un endroit culinaire confortable auxquels fut associé le souci d'apparence et du perfectionnement du rôle de la ménagère (Martens et al, 2005) qui s'intéressait à une certaine époque à la décoration de la cuisine, le centre de la vie des femmes (Friedan, 1963). Cette esthétisation culinaire s'est manifestée par l'influence de la « sauce blanche » non seulement sur les aliments mais sur la cuisine entière. Ce penchant pour le blanchiment expose les signes d'hygiène et de santé créant un environnement bon et beau (Shapiro, 1986). Parallèlement, et dans les différentes formes des repas hors domicile développées suite à l'évolution des modes de vie urbains, l'analyse des endroits où les gens se rendent nous renseigne à la fois sur les relations sociales qu'ils

souhaitent avoir, les sensations qu'ils souhaitent éprouver et sur les cadres et les ambiances qui leur semblent propices à ces relations. . En résumé, l'art est en forte relation avec la cuisine, la nourriture et le choix alimentaire: peinture, architecture des cuisines, décoration des plats, ustensiles de tables, architecture des restaurants, etc. (Ascher, 2005).

Le types d'aliments s'associent aux préférences pour certains types d'aliments et varient avec le temps, l'âge, le genre, l'environnement et la familiarité. Auparavant, les Canadiens mangeaient surtout du gibier, du poisson (facilement disponibles jusqu'au XIXème siècle), du pain (base de tous les menus), du porc, des légumes et des fruits. Ensuite, le thé et la mélasse, importés par la colonisation britannique, ont été introduits dans les menus des canadiens (Le Collectif Clio, 1992). Le rapport du CCAN (2006), montre que certains Canadiens choisissent des aliments et leur composantes (fibre, protéines, vitamines, grains entiers, acides gras riches en oméga 3, aliments organiques, fruits et légumes, etc.) pour améliorer leurs habitudes alimentaires, maintenir une bonne santé, avoir de l'énergie et pour contrôler leur poids et qu'ils s'intéressent moins au sel, cholestérol, fer, acides gras trans et les glucides (CCAN, 2006). Aujourd'hui, et suite à la globalisation, l'accès à presque tous les types de cuisine locale ou globale est plus facile. Selon l'Enquête menée pour Agriculture et Agroalimentaire Canada, sur les tendances alimentaires au pays d'ici 2020, le grignotage remplacera les plats et les repas complets et il sera encore plus facile de transporter les aliments (Duhamel, 2007). Cette étude estime une croissance de la consommation de certains types d'aliments tels que: les huiles, les gras de cuisson, la crème, la viande (surtout de l'agneau), les fruits et légumes congelés, le sucre et les sirops (Duhamel, 2007). Chez les britanniques et chez les Américains, le choix des types des aliments est surtout relié au genre ou au sexe (Cullen et al., 2007; Beardsworth et al., 2002). Par exemple, selon une étude britannique menée auprès de 177 hommes et 244 femmes entre 18 et 74 ans, de presque même niveau éducatif mais de statut social différent, les femmes contrairement aux hommes, choisissent les aliments santé, mangent plus de fruits et de légumes, consomment moins de viande rouge et d'alcool, sont plus orientées vers l'environnement et les dimensions morales dans la production et la sélection des produits alimentaires. En Amérique, les hommes

consomment la viande rouge, la viande transformée et les produits frits plus que les femmes (Beardsworth et al., 2002) et les Hispaniques consomment plus de fruits et légumes que les Africo-Américains. Ces derniers consomment plus de protéines que les Blancs qui consomment surtout de l'alcool et des « mixed dishes » (Cullen et al., 2007). Cependant, l'alimentation traditionnelle des peuples autochtones au Canada autrefois riche en protéines animales et à faible teneur en lipides et glucides est à l'heure actuelle remplacée par des aliments commerciaux riches en lipides et en sucres et pauvres en fruits et légumes (Willows, 2005).

Les sources des aliments réfèrent souvent aux marchés spécifiques où se trouvent les types d'aliments désirés à consommer (Furst et al., 1996). L'accès à ces endroits n'est pas toujours facile, ce qui mène à une déviation des choix alimentaires des Nord-Américains et au remplacement par d'autres produits accessibles mais pas nécessairement de bonne qualité nutritionnelle (Raine, 2005; Hill et al., 2003).

Ainsi, *la disponibilité* et le coût sont à l'évidence des conditions nécessaires à la consommation, un aliment ne peut être consommé que s'il est accessible et disponible que ce soit en raison de son coût en argent, en temps ou en énergie (Cullen et al., 2007; Fischler, 1990). Enfin, pour mieux comprendre les sources des aliments il faut tracer la chaîne agroalimentaire de la fourche (les producteurs agricoles) à la fourchette (les consommateurs, les intervenants sur la fourchette: les communications, le marketing, etc.). Entre les deux on trouve l'ensemble des intervenants sur les aliments (les transformateurs, les inspecteurs, les distributeurs, etc.) (Duhamel, 2007).

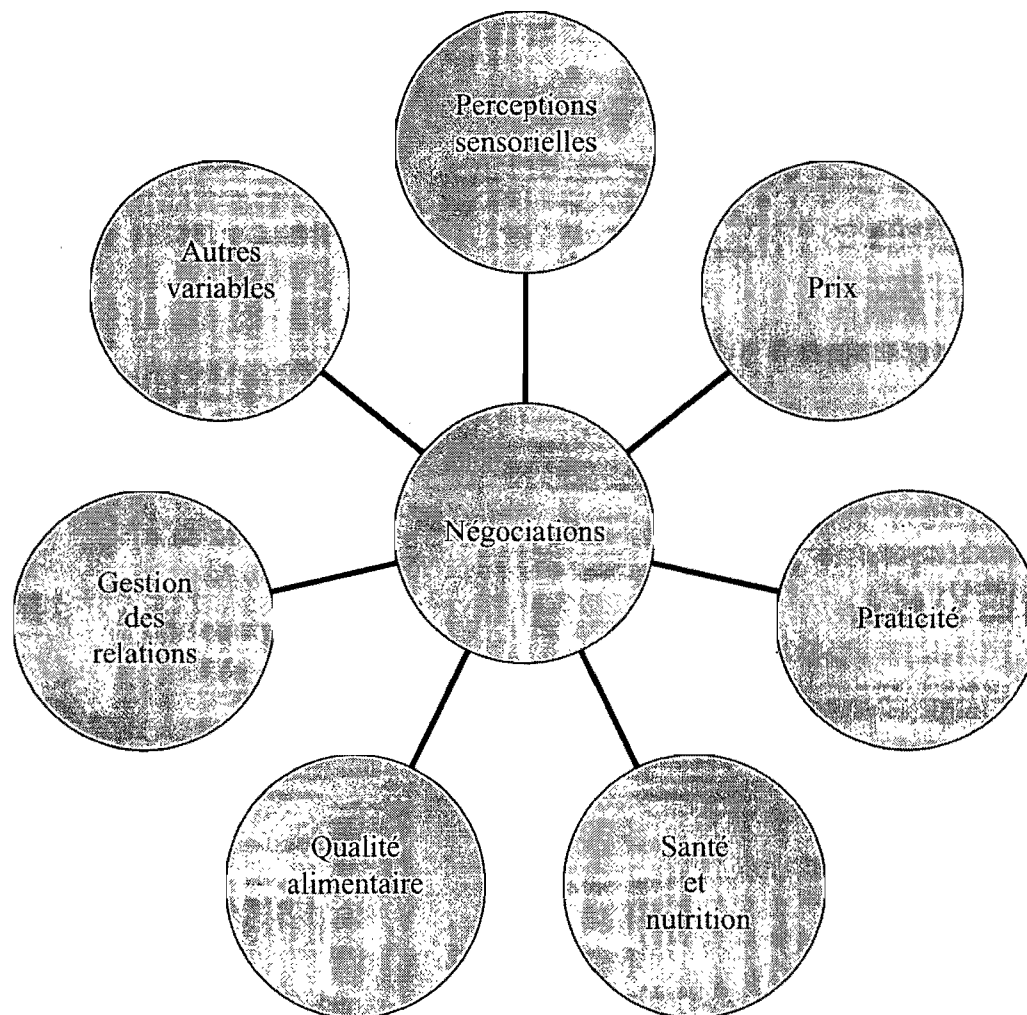
Finalement *les facteurs saisonniers et du marché* suggèrent que les choix alimentaires sont parfois limités par le manque actuel des produits dans les marchés ou par les variations saisonnières surtout dans les endroits ruraux (Steptoe et al., 1995). Avec l'influence du contexte alimentaire, ce qui est disponible dans le marché trace les contraintes du système alimentaire personnel des consommateurs (Furst et al., 1996). Ainsi, il est important de suivre la continuité/discontinuité saisonnière de certains produits alimentaires et son impact sur les changements des prix relatifs (Bowman, 2006) pour mieux comprendre le choix alimentaire des consommateurs (Duhamel, 2007). À noter que toutes ces influences décrites agissent à leur tour sur le système personnel.

2.3.2 Le système personnel

L'expérience individuelle du choix alimentaire, acquise au cours de la vie, et soumise aux multiples influences préalablement décrites mène au développement des systèmes personnels pour le choix alimentaire. Ces systèmes personnels contiennent les variables internes au consommateur regroupées en deux processus interactifs référant à des processus de négociations et des stratégies.

Le processus de négociations implique l'acte d'évaluer les bénéfices de certains choix alimentaires contre les risques potentiels des mauvais choix. Il peut être un processus rapide ou élaboré. La majorité des choix alimentaires suppose des décisions qui passent à travers ce processus mais avec des intensités variables. Pour les Canadiens, ces perceptions sont influencées par les recommandations nutritionnelles, les interprétations culturelles et les préférences individuelles (Raine, 2005). Les six variables principales sont: les perceptions sensorielles, les considérations monétaires, la praticité (liée au temps, à la facilité d'accès et de préparation), la santé et la nutrition (prévention et contrôle des maladies; contrôle du poids et bonne forme physique), la qualité alimentaire et la gestion des relations humaines. La figure 6 présente ces variables.

Figure 6. Variables associées au processus des négociations influençant les choix alimentaires



Les perceptions sensorielles sont souvent un attribut dominant et varient selon les individus. C'est le facteur limitant du choix alimentaire et la variable la moins négociable (Furst et al., 1996). Elles incluent le goût, la texture, les odeurs, la présentation et les aversions alimentaires. A l'égard du goût, l'aliment agit sur des récepteurs sensoriels, tactiles et visuels et de température, ainsi le goût d'un aliment résulte de cet ensemble d'informations sensibles très complexes (Ascher, 2005). Il peut dénoter la saveur des aliments ou les choix alimentaires en plus de l'affect et des dimensions hédoniques. Les facteurs intervenant dans la genèse des goûts alimentaires

sont biologiques, psychologiques, culturels et sociaux (heure du repas, média et industrie, etc.). Par exemple, le goût et la texture de certains aliments traditionnels des Inuits au Canada tels que l'igunaaq (viande de phoque fermentée) les motivent à en consommer (Willows, 2005). Leur transmission peut être intergénérationnelle (par voie génétique de certaines prédispositions engendrant des goûts innés qui peuvent être modelés par l'influence sociale et culturelle) ou intra-générationnelle (par la culture, la tradition et l'effet-pochoir des parents à l'égard des enfants et l'expérience répétée de ces derniers à manger des aliments de certains goûts, de même l'influence des pairs) (Fischler, 1990). Les mécanismes d'acquisition des goûts sont reliés à l'expérience, à la familiarisation, aux effets post-ingestifs et à l'état de satiété du sujet. Les goûts et les préférences alimentaires sont ainsi en relation avec les facteurs biologiques: l'âge et le sexe (Raine, 2005; Taylor et al., 2005). Ils changent au cours de la vie et avec les différentes circonstances (Furst et al., 1996). Pour ce, le goût tient le premier rôle dans la consommation alimentaire des Canadiens (CCAN, 2006; Fischler, 1990), et est en relation étroite avec les considérations monétaires et la praticité qui suivent le goût et la nutrition en importance dans leur choix alimentaire (CCAN, 2006)

Si manger est l'acte de goûter et déguster, il n'est pas seulement une affaire de goût, mais aussi une affaire de savourer les aliments et de jouir des mets. Ce fait est mieux connu par les industriels agroalimentaires que par les sociologues. Pour cela, ils répondent aux demandes des consommateurs modernes en leur produisant des aliments ou des symboles susceptibles de contribuer à l'accroissement de leur autonomie, de leur distinction sociale. En installant le goût au cœur des choix alimentaires, la nourriture contemporaine participe à ce que l'on peut qualifier d'esthétisation de la vie quotidienne. L'esthétique est un savoir sur ce qui fait le beau. Le consommateur observateur familier avec ses besoins et les sources de son plaisir se base surtout sur ses goûts personnels dans la réalisation de ses arbitrages alimentaires quotidiens. Ainsi, le beau devient l'une des qualités recherchées et exigées dans la consommation et surtout la consommation alimentaire. Dans ce dernier cas, s'établit une confusion entre beau et bon dans le sens que le beau remplace le bon esthétique et non moral, producteur du plaisir et de jouissance. Suite à la complexité et diversité du

choix alimentaire, le consommateur se sert de l'esthétisation pour restreindre son choix, l'individu choisit donc en fonction de ces goûts qui ont pris la place occupée autrefois par la routine, les saisons, les prescriptions religieuses. En fait l'esthétisation alimentaire joue sur le bon plus que sur le beau, en rendant tout ce qui est beau plus acceptable, comestible autrement dit plus bon. L'évolution de la notion « l'acte de manger est de plus en plus esthétique » est traduite dans les linéaires des livres de recettes, les guides gastronomiques et de consommation dans les librairies, le succès des cours de cuisine, le développement des rayons d'épicerie fine dans les supermarchés (Ascher, 2005). En bref, l'index des perceptions sensorielles l'emporte sur l'index de la santé (Steptoe et al., 1995). Finalement, certaines préférences ou aversions gustatives sont innées (le sucré) et d'autres sont acquises. Mais même celles innées sont réversibles, la variabilité l'emporte donc sur l'universalité, l'acquis a le dessus sur l'inné (Fischler, 1990).

Le prix est aussi une variable dominante dans le choix alimentaire soit en adaptant d'autres valeurs, soit en les rejetant (French, 2003). Il est un facteur déterminant du choix alimentaire des Canadiens (CCAN, 2006) et des Américains surtout dans les ménages à faible revenu (Duhamel, 2007; Bowman, 2006). À l'égard des Américains, c'est surtout avec le goût et la qualité que cette variable entre en conflit dans la sélection de certains produits (Bowman, 2006). De plus, ce sont les différentes perceptions des individus face au prix des aliments qui valorisent le rôle du prix dans le choix alimentaire (Sawyer-Morse, 2007; Furst et al., 1996; Steptoe et al., 1995). Par exemple, en Amérique du nord, les femmes (surtout à faible revenu) donnent une importance aux prix plus que les hommes, de même les Hispaniques et les Africo-Américains qui considèrent le prix des aliments plus que les Blancs (Bowman, 2006).

À l'égard de *la praticité*, les années cinquante nous rappellent que la technologie caractérisait déjà l'acte de cuisiner par une relation impersonnelle et brève avec les aliments. Ainsi, l'alimentation a été perçue comme une simple nécessité pour le fonctionnement de l'organisme. Parallèlement, les publicités faisaient la promotion de différentes formes de praticité, elles s'adressaient surtout aux femmes qui devenaient de plus en plus occupées hors de la maison (Shapiro, 1986). Ce sont les

femmes des classes sociales moyennes qui se sont les plus engagées dans le concept des aliments prêts à servir et ont commencé à réfléchir différemment sur l'alimentation bien qu'elles se soient de plus en plus habituées aux saveurs artificielles présentées par l'industrie alimentaire (Shapiro, 2004). Les mangeurs s'intéressent aux deux types de praticité soit celle à long terme (approvisionnement en grandes quantités) et celle immédiate (achat rapide dans un lieu convenable) qui incluent précisément les trois composantes: le temps, la facilité d'accès et la facilité de préparation (Sawyer-Morse, 2007; Furst et al., 1996). Ces considérations s'appliquent surtout pour les femmes Nord-Américaines qui veulent établir un équilibre entre famille et travail et ne veulent pas dépenser plus que quinze minutes dans la préparation d'un repas (Sawyer-Morse, 2007). Ainsi, le temps est un composant essentiel de la praticité, comme commodité à dépenser ou à économiser (Furst et al., 1996). Par la suite, la gestion quotidienne du temps deviendra essentielle pour le consommateur entrepreneur des années à venir qui sera capable de faire plusieurs choses à la fois, de se multi programmer afin de gagner du temps (Sawyer-Morse, 2007; Rochefort, 1997). Ainsi, le choix des consommateurs peut être étroitement lié à cette praticité en termes de lieu d'une part et de temps d'autre part. Pour la même raison, la facilité de préparation s'avère importante pour économiser du temps. Dans sa classique formulation, la facilité de préparation était associée avec l'émergence des visiteurs de dernière minute mais après la deuxième guerre mondiale elle est devenue l'obsession de l'industrie alimentaire surtout des « *American homemakers* » (Shapiro, 1986). Ainsi dans les années cinquante on observe les produits prêts à servir ou semi-préparés promus par les médias tels que les magazines féminins et les publicités. Ces médias expliquaient aux femmes l'arrivée d'une nouvelle époque sans effort de préparation alimentaire tout en leur rappelant leur présence au travail et la nécessité d'utiliser ces produits faciles et rapides dans la cuisine (Shapiro, 1968; 2004). De nos jours, la demande pour les produits de praticité est ascendante, ils remplacent de plus en plus l'espace destiné aux fruits et légumes dans les épiceries (Brewis et al., 2005). Au Canada, la praticité est l'une des premières variables influençant le choix alimentaire, elle est aussi importante que le prix (CCAN, 2006).

La santé et la nutrition est une variable pouvant être à la fois le résultat ou l'effet de l'alimentation. La nutrition est une science jeune d'à peine 100 ans, elle analyse les rapports entre la nourriture et la santé (Duhamel, 2007). Au Canada, l'influence de cette variable sur le choix alimentaire survient à toutes les étapes de la vie (Frank et al., 2005) et surtout chez les personnes âgées (Payette et al., 2005). Certains Canadiens font des choix pour des produits qu'ils considèrent santé alors que d'autres font des choix en réaction à des produits qu'ils désirent éviter (Taylor et al., 2005). Les facteurs individuels sont souvent plus importants que les facteurs sociaux dans la détermination de choix alimentaire santé (Paquette, 2005; Raine, 2005; Glanz et al., 1998). De plus, santé et nutrition incorporent trois facteurs reliés aux maladies et au bien-être soit la prévention et le contrôle des maladies, le contrôle du poids et la bonne forme physique (Furst et al., 1996). Selon le rapport du CCAN en 2006, les Canadiens choisissent leurs aliments pour maintenir une bonne santé et pour contrôler leur poids. Ainsi, la prévention et le contrôle de maladies est un motif de choix alimentaire qui augmente avec l'âge chez les femmes et non pas chez les hommes (Steptoe et al., 1995). Le contrôle du poids est un déterminant majeur du choix alimentaire pour les individus concernés par leur poids, surtout dans cette préférence culturelle pour la minceur (Steptoe et al., 1995). Un choix alimentaire santé peut donc être fait pour une raison de beauté et d'apparence et non pour une raison sanitaire (Steptoe et al., 1995). Plus spécifiquement, les femmes sont souvent insatisfaites de leurs poids et plus concernées de les contrôler que les hommes. Elles sont prêtes à faire de multiples tentatives de réduction de poids. Quant aux hommes, ils ne réagissent pas pareillement à leurs propres perceptions corporelles même dans le cas d'obésité (Beardsworth et al., 2002). De nos jours, plusieurs femmes considèrent que la minceur est une obligation sociale, en raison de la promotion diffusée par les médias et les publicitaires du culte de minceur et ses attitudes, attribués à l'image de la femme d'aujourd'hui. Ainsi les magazines jouent un rôle actif et responsable dans la diffusion et la mise en image de l'idéal de minceur contemporain même si les médias n'ont pas été seuls à installer ce culte de minceur (Ascher, 2005). Notons que ces médias n'ont pas érigé l'idéal de minceur qui prévaut dans notre société, mais ils ont contribué dans sa large diffusion et sa mise en image. Certes, la femme mince plaît, mais pourquoi

plaît-elle dans notre société ? Aujourd'hui la norme que nous impose la société est la minceur, d'où cette confusion récurrente entre normalité et minceur. Cette définition de la norme échappe aux professionnels de la santé et se radicalise indépendamment d'eux. Cette radicalisation peut être un effet pervers de cette grande lutte contre l'obésité où la minceur est considérée comme un facteur de bonne santé (Ascher, 2005). Enfin, concernant la forme physique, les femmes seraient plus intéressées par l'ingestion réglée des aliments afin de maintenir un équilibre dans la balance alimentaire et la bonne forme. Pour les hommes, l'alimentation serait une source de joie, de plaisir et de satisfaction. Ils se préoccupent moins que les femmes pour les valeurs nutritionnelles nécessaires pour le bien être et la santé. À noter que le facteur de classes sociales en Amérique du Nord, joue un rôle dans cette différence des perceptions selon le genre, ce sont surtout les classes élevées et moyennes qui démontrent ces différences (Paquette, 2005; Beardsworth et al., 2002).

La qualité alimentaire est fréquemment considérée dans le choix alimentaire mais sa perception diffère entre les gens ce qui rend sa compréhension difficile (Furst et al., 1996). Cette différence dans sa perception revient à ce que le concept de « qualité perçue » se positionne entre les caractéristiques objectives du produit et les préférences du consommateur, rendant son évaluation plus personnelle et situationnelle. De façon générale, les perceptions, attitudes et normes peuvent prédire la consommation des aliments spécifiques et sont des thèmes d'intérêt pour les producteurs et détaillants alimentaires (Holm et al., 1996). Par exemple, au Canada la qualité est souvent associée aux niveaux d'excellence des produits (fraîcheur, sans gras, etc.), à l'apparence, au goût et à la santé (Paquette, 2005). Souvent une meilleure qualité est associée aux prix plus élevés (Reardon et al., 2001; Furst et al., 1996) et par la suite l'innocuité alimentaire et la sécurité alimentaire sont en forte relation avec la capacité d'achat et le revenu du consommateur, et le prix des aliments (Duahmel, 2007). Suite aux avertissements environnementaux sur la qualité des produits, leurs ingrédients naturels et leur emballage (Steptoe et al., 1995), une perception générale de la croissance des risques alimentaires est en relation avec le sentiment de dégradation de la qualité des produits alimentaires depuis ces dix dernières années. Dans les catégories de populations les plus réflexives vis-à-vis de la qualité de leur

alimentation, chaque choix d'un met, chaque composition d'un repas est susceptible d'être décidé en fonction d'une évaluation des différents risques et avantages qu'il est susceptible d'engendrer sur la santé corporelle et psychologique (Polivy et al., 2005). Mais d'un autre côté il y a le registre des goûts et plaisirs s'opposant à celui des valeurs diététiques et des risques. Claude Fischler (1990) se demande si cette nouvelle diététique n'est pas une des formes produites par la société pour limiter l'anomie c'est-à-dire réintroduire un ordre alimentaire. La prise en compte du risque n'est évidemment qu'une des dimensions de choix alimentaire individuel. Mais le comble de ce processus de *risquisation* c'est qu'il peut finir par donner une valeur nouvelle au produit risqué : la transgression ou la rébellion. Ce qui produit à l'individu de la honte en transgressant une règle imposée par la culture à laquelle il est soumis, de la culpabilité en transgressant une règle intériorisée et adaptée dès les premières années de sa vie et un sentiment d'échec en transgressant une règle fixée librement pour lui-même mais qui doit être remplacée par une autre plus pratique et convenable (Ascher, 2005; Polivy et al., 2005).

La gestion des relations humaines est une variable prédominante là où les préférences et les besoins des autres sont à considérer. Elle est surtout influencée par les idéaux culturels et personnels et liée étroitement aux valeurs de goût et de santé. Elle est une valeur importante chez les gens concernés par le maintien de l'harmonie avec leur entourage et dans leurs ménages tout en changeant parfois leurs habitudes pour s'accommoder avec autrui (Furst et al., 1996). Cette variable d'une forte dimension sociale n'a rien de nouveau et est présente dans la culture canadienne afin de maintenir les relations sociales et le respect des spécificités culturelles (Raine, 2005)

Toutes ces variables du processus de négociations s'opposent et se lient suivant leur signification dans un choix alimentaire particulier. Pour ce, chacune a le potentiel d'être le facteur décisif et dominant dans une situation particulière où les facteurs sont en conflit, mais où parfois ses variables sont en harmonie.

Aussi, des variables additionnelles peuvent être ajoutées au processus des négociations (Furst et al., 1996) notons: l'éthique, la tradition et la familiarité. La dimension *éthique* réfère à la religion et l'impact de la laïcisation des prescriptions alimentaires; la gourmandise était le premier pêché et le plus décisif défini par l'église catholique (Fischler, 1990). Cependant, une autre forme de laïcisation apparaît, c'est l'évolution de manger maigre qui réapparaît aujourd'hui avec une force étonnante sous la forme de ce que Claude Fischler (1990) a appelé une « lipophobie ». De nos jours, subsistent encore les interdits alimentaires mais ils ne sont pas hérités d'une tradition alors qu'ils sont adoptés par les individus comme des règles de choix personnels ou comme produits de rationalité pour objectifs personnels ou collectifs. Quoique, les interdits alimentaires n'aient pas été jusqu'à une période récente aussi puissants et répressifs que les interdits sexuels, ils évoluent parallèlement. Ascher (2005) se demande si aujourd'hui compte tenu de l'affaiblissement de certains interdits sexuels (ex: homosexualité) et de la montée de nouveaux interdits alimentaires (profanes, laïcisés et rationalisés) l'alimentation est en train de devenir un des terrains majeurs du manque à jouir qui nous incite à reconsidérer très significativement la notion du trouble alimentaire résultant du manque de jouissance. Les interdits alimentaires rencontrés au Canada sont souvent reliés aux différentes religions des immigrants. Ainsi, selon le mémoire de l'OPDQ (2007), le Québec accueille 17% de l'ensemble des immigrants de diverses ethnicités reçus au Canada. L'influence de ces différentes communautés culturelles immigrantes est de modifier et de diversifier l'offre alimentaire dans certaines épicerie vu que ces différentes ethnies portent avec elles un bagage culturel et religieux influençant ses croyances à l'égard de la consommation alimentaire (Duhamel, 2007). Pour ce fait, le nouveau Guide Alimentaire Canadien lancé en Février 2007 intègre plusieurs aliments dérivés des habitudes alimentaires des différentes communautés culturelles immigrantes au Canada (Duhamel, 2007).

Concernant la *tradition*, le passé n'est plus ce qui continue grâce aux actes ou produits traditionnels mais ce qui disparaît. Cela attribue à la tradition une double valeur, celle de la rareté et celle du regret mythique. Une des caractéristiques essentielles des techniques marchandes modernes est l'effort pour nous inculquer la nostalgie reliée aux produits traditionnels manqués. Cependant, les différentes formes

de publicités de masse (créent des expériences de durée, de passage et de perte, réécrivent les histoires vécues des individus, des groupes ethniques, etc.) apprennent au consommateur à souffrir de la perte de ces produits qu'il n'a jamais perdus en réalité mais qui les a parfois remplacés par d'autres plus courants, modernes ou pratiques. Avec ces expériences de pertes qui n'ont jamais eu lieu, ces publicités créent une « nostalgie imaginée » (Ascher, 2005). Dans le même ordre d'idées, et à la fin de 1960, émerge ce qu'appelle Edgard Morin (1975), la mentalité « néo-archaïque » qui encourage les plats rustiques et naturels créant un bouleversement partiel des hiérarchies gastronomiques et un changement des préférences et des demandes alimentaires. Par la suite, une substitution de l'opposition ancienne haute gastronomie/nourriture rustique, par une nouvelle opposition celle de la haute gastronomie et gastronomie rustique/ nourriture industrialisée prend de l'ampleur. Début 1980, l'époque de la nouvelle cuisine, le mouvement néo-archaïque profusionne et se propage dans toutes les régions. Les grands cuisiniers, les guides, les livres de cuisine adoptent la nouvelle « cuisine de terroir ». Les différents membres de la hiérarchie alimentaire, l'industrie et les PME agroalimentaires trouvent dans le terroir un nouvel axe d'exploitation et de production. L'intérêt contemporain pour les cuisines de terroir est dû à l'angoisse vécue par le mangeur moderne vis-à-vis de l'effondrement des hiérarchies culturelles culinaires habituelles et à la nostalgie de revivre dans un espace social familial clairement identifié et identifiant (Poulain, 2002). La survalorisation de la tradition populaire et des produits de terroir reflète les nouvelles tendances de marketing de l'industrie alimentaire et ses jeux au niveau du marché local et global (Ascher, 2005). Ainsi, l'industrie alimentaire essayait avec cette vaste promotion de la « cuisine de terroir » d'atténuer l'anxiété des individus liée à la fusion identitaire individuelle et collective au sein du développement de l'industrialisation alimentaire et de la mondialisation (Poulain, 2002). Par exemple, chez les Autochtones du Canada, les aliments traditionnels favorisent la santé en raison de leurs valeurs: intrinsèque et culturelle (Raine, 2005).

La familiarité dérive de la consommation habituelle de certains produits, elle ne diffère pas avec le genre, mais elle semble plus importante pour les groupes sociaux à faible revenu (Beardsworth et al., 2002). L'habitude est le fruit de la nécessité, se

créerait à force de consommer un aliment ainsi dans deux études menées auprès des familles américaines, prendre les repas en famille surtout à l'âge adolescent joue un rôle important dans la création des habitudes alimentaires et de la familiarité avec les aliments de bonnes qualités nutritives et santé (Larson et al., 2007; Rockett, 2007). Donc, la familiarité augmente l'accessibilité à un aliment déjà rencontré à plusieurs reprises et qui a souvent plus de chances d'être apprécié qu'un aliment totalement inconnu (Fischler, 1990). La familiarité, même superficielle, avec une diversité d'objets culturels permettrait d'échapper à la nécessité du jugement esthétique et de réduire l'anxiété liée au vaste choix de consommation et aux nouveaux produits rencontrés (Fridman et al., 2004)

Enfin, comme seconde composante du système personnel, *les stratégies* sont influencées par toutes les variables regroupées dans la catégorie « influences ». Elles impliquent les choix alimentaires basés sur des réflexions alimentaires résolues précédemment, donc devenues des habitudes. Pourtant, les stratégies individuelles sont des règles et des schémas uniques à suivre pour chaque choix alimentaire. Ces règles dérivent des habitudes bien établies précédemment dans les processus de négociations. Les gens utilisent les stratégies pour simplifier le temps impliqué dans le choix alimentaire et dans les autres tâches du contexte alimentaire (préparation, achat, emballage, conservation, etc.) (Furst et al., 1996). Les stratégies aident à mieux s'organiser en face des changements environnementaux rapides afin de faire des bons choix alimentaires contre la pression de l'environnement social (Hill et al., 2003). En résumé, le processus de négociations est très dynamique alors que les stratégies sont plus routinières, stables mais aussi flexibles et aident les gens à simplifier la tâche du choix alimentaire dans différentes situations.

À la fin du modèle proposé par Furst et al.(1996), un choix alimentaire est fait mais certaines influences peuvent être plus saillantes que d'autres pour des gens particuliers et/ou dans des situations spécifiques. Dans cette mesure, ce modèle conceptuel du choix alimentaire aide à mieux comprendre les pratiques alimentaires et l'interaction entre actions individuelles reliées à l'alimentation et le système

alimentaire dans un sens plus large. Son approche constructiviste mène à discerner les facteurs influençant le choix alimentaire du processus tout entier. En bref, ce modèle est plus large dans la portée des différents facteurs du choix alimentaire et essaye d'intégrer plusieurs concepts des sciences sociales dans une méthode multidisciplinaire. De plus, il permet des variations inter et intra individuelles et reflète un processus de choix réfléchi ou habituel et automatique. Pour ce, le rôle du stade de la vie doit être explicitement considéré car les attitudes des gens envers leur alimentation résultent d'une ère historique particulière, des cadres sociaux et culturels auxquels ils sont exposés durant leur vie et de la synchronisation et trajectoires de leurs expériences individuelles des événements passés et courants (Furst et al., 1996). En conclusion, l'acte alimentaire ne couvre pas seulement la connaissance et la préparation des aliments mais comprend encore plusieurs dimensions telles que: la culture, la tradition, la production (où, quand et comment), la distribution, etc. et leur impact sur la qualité alimentaire. Tous ces facteurs personnels et sociaux peuvent structurer le choix alimentaire de façon plus ou moins consciente d'où l'importance de comprendre les interactions complexes des facteurs individuels, des multiples environnements et du contexte politique entourant le choix alimentaire (Raine, 2005).

3. Problématique

L'alimentation occupe aujourd'hui dans les médias, les places de choix, celles que l'on réserve aux grandes questions de société ou aux scandales (Poulain, 2002). Les magazines et les journaux sont la source majeure de l'éducation nutritionnelle des consommateurs (Potter et al., 2000). Selon le regroupement des éditeurs des magazines Américains en 2005, 6,7% de toutes les pages éditoriales des magazines destinées au consommateur américain ont été consacrées à l'alimentation et à la nutrition. Les lecteurs ne parcourent pas seulement ces pages mais certains changent leurs habitudes alimentaires en se basant sur les informations lues (American Council on Science and Health, 2007). Certes, les messages des médias influencent les comportements et reflètent les valeurs sociales de l'époque vécue. Ce n'est toutefois pas encore évident si ces messages influencent ou reflètent les tendances sociétales, plus particulièrement, les courants dominants des motivations alimentaires. Selon la littérature, les médias écrits peuvent avoir des influences importantes sur les attitudes et motivations alimentaires par la promotion de certains produits et pratiques dans les articles, les publicités, les éditoriaux et les images (Potter et al., 2000). Ce sont surtout les publicités qui forment les représentations dynamiques et relatives aux valeurs culturelles dans le monde (Brewis et al., 2005).

Selon la théorie sociale cognitive de Bandura (1986), le modelage du comportement alimentaire suite à des messages directs ou indirects est dû à ce que le comportement est dynamique et dépend de l'environnement et des concepts personnels qui s'influencent les uns les autres. Cette interaction continue entre une personne, son comportement et l'environnement est appelée le déterminisme réciproque (Neumark et al., 1996). Donc, cette théorie souligne que non seulement l'environnement social et physique de l'individu peut influencer les comportements et les motivations alimentaires, mais l'inverse est aussi vrai (Strychar, 2007). Ainsi, selon la théorie sociale cognitive, les comportements alimentaires pourraient influencer les médias ce qui explique l'ambiguïté entourant la réalité des messages médiatiques: ils influencent ou reflètent les tendances sociétales ?

3.1 Contexte culturel et médiatique

Au tournant du XX^{ème} siècle, les livres de cuisine, les guides alimentaires, les textes des manuels destinés aux mères de famille étaient répandus abondamment dans le marché. De même les magazines et surtout ceux destinés aux femmes étaient remplis des mêmes informations supportant l'image de la maison comme refuge pour les hommes et comme défi perpétuel pour les femmes. Cette approche pour le travail ménager avec ses règles et programmes imposait une responsabilité féminine de gestion pour le travail de jour et la cuisine en particulier (Shapiro, 1986). Ainsi les livres de cuisines les plus populaires nous révèlent le climat culinaire d'une période donnée, les attentes et les aspirations qui entourent le fourneau et la table de cuisine d'une part et les influences des matériaux et techniques utilisés dans la cuisine domestique d'autre part (Shapiro, 2004). Par exemple, le livre classique « Joy of cooking » de Betty Crocker, qui fût plus connue à la radio en 1936. En fait, Betty Crocker n'existait pas, elle était imaginaire et sa voix était celle de Blanche Ingresall, une des membres de « Home Economics », second mouvement féminin en Amérique (Shapiro, 2004). Le but de ce mouvement était de faciliter l'accès des femmes au monde moderne, à la science et à la technologie surtout par des moyens médiatiques (radio, livre, magazines, etc.) (Shapiro, 1986). Malgré la popularité de ces livres de cuisines, les journaux et les magazines, avec leurs recettes qui nous racontent comment les femmes planifient leur cuisine ou comment elles envisagent et souhaitent cuisiner, étaient considérés plus proches de la réalité culinaire. Ainsi, selon Shapiro (2004), au moins à l'égard des pages culinaires, il semble que les magazines reflètent assez fidèlement les besoins et habitudes de leurs lecteurs et lectrices.

Dans les années 50, les magazines féminins avec leurs images, sources et idées recommandaient aux femmes de se réjouir de leur rôle de ménagères où elles pouvaient trouver une satisfaction. Par contre, dans les années 60, les magazines féminins commençaient à déplorer l'insatisfaction des femmes ménagères face à leur rôle comme reine du foyer (Friedan, 1963). Cette insatisfaction se faisait parallèlement avec l'augmentation de l'âge moyen au mariage et avec l'augmentation du nombre des femmes fréquentant les universités. Ainsi, les femmes des années cinquante et soixante ressentaient un problème face au rôle qui leur était confié mais croyaient que

les autres femmes ne le vivaient pas et étaient plutôt satisfaites de leur vie. Ainsi, elles étaient honteuses d'admettre aux autres femmes leur insatisfaction dans leur rôle de ménagère alors que ceci était le point commun de presque toutes les femmes de l'époque. Graduellement elles réalisaient « *the problem that has no name* » connu par: « *the feminine mystique* » partagé par la majorité des femmes de l'Amérique du nord (Friedan, 1963). À cet égard, les magazines féminins ont joué un rôle important dans l'évolution des intérêts des femmes, par exemple en 1939, les héroïnes de ces magazines n'étaient pas toujours jeunes, mais surtout bonnes ménagères avec un grand pouvoir dans leur rôle familial. Alors que dans les années 40, les femmes surtout célibataires ont commencé à travailler hors du foyer, dans les années 50 et 60, l'image féminine émergente est devenue plus jeune, frivole, enfantine, passive mais surtout féminine et contente de son univers domestique et culinaire avec un intérêt pour la beauté et l'attraction du sexe opposé. Ces femmes ne lisaient pas des livres mais des magazines qui même en écrivant sur les vedettes et actrices leur montraient leur vie au foyer et non au travail. C'est ainsi que le média écrit et la télévision qui est apparue dans les années cinquante glorifiaient le rôle de ménagère avec l'objectif de leur vendre des produits de consommation (Friedan, 1963).

Les magazines et spécifiquement les magazines féminins, ont été utilisés comme objet de recherche portant sur les conditions de vie des femmes (Martens et al., 2005). Il semble que les magazines féminins subissaient la pression de devoir contribuer aux changements recherchés dans la société et la culture. Les deux principaux changements socioculturels des années 60 sont: d'une part, le refus des femmes pour les prescriptions autoritaires entourant leurs pratiques et d'autre part, le développement d'une nouvelle phase de consumérisme par exemple, la consommation des produits de modernité réduisant les problèmes domestiques et culinaires (Martens et al., 2005) tels que les produits de praticité. Dans les années 70, phase de transition, les magazines parlaient aux femmes du potentiel de rêver d'une transformation culturelle de consommation. Cette période est caractérisée par le « rêve domestique » car les femmes peuvent appliquer les différents types d'informations nutritionnelles et sociales des messages médiatiques et réaliser leurs rêves en s'approchant du stéréotype féminin courant (Weston et al., 1986), soit d'établir un équilibre entre famille et

travail, entre devoir et pouvoir. Dans les années 80, les caractéristiques de la modernité (variété, emballage, praticité, etc.) sont de plus en plus promues et continuent dans les années 90 et 2000 où elles deviennent plus évidentes. Ces dernières années sont marquées par l'importance et la nécessité de présenter aux femmes des recommandations relatives aux produits et pratiques alimentaires modernes dans le but de leur simplifier la complexité reliée aux nouveautés et à la variabilité des produits au marché (Martens et al., 2005). Tout est pensé au niveau du consumérisme pour attirer et plaire aux femmes, de la publicité au choix des marchandises et à la consommation (Underhill, 2004).

3.2 Contexte québécois et média

Les femmes québécoises du XIX^{ème} siècle étaient des ménagères par excellence, leur travail ne s'arrêtait pas au seuil des maisons. La première forme de son travail hors de la maison consistait à s'occuper, avec ses enfants, des étables, des jardins potagers et de la basse cour. Au tournant du XIX^{ème} siècle, un demi-million de Québécois et Québécoises ont immigré aux Etats-Unis pour s'engager principalement dans les usines de textiles et de chaussures formant ainsi 40% de la main-d'œuvre la plus docile et vaillante de Amoskeag Corporation qui a fait alors son recrutement systématique au Québec où les deux tiers des femmes mariées de la ville étaient à l'usine. Avec le temps, les femmes ont commencé à avoir moins d'enfants surtout au début du XX^{ème} siècle avec l'exigence de l'éducation obligatoire des enfants et avec les strictes lois encadrant leur travail. Tous ces facteurs ont contribué à une baisse évidente du taux de la natalité. Enfin, plusieurs femmes ont alors quitté leur ferme natale pour s'installer aux villes du Québec, où la population devient proportionnellement deux fois plus importante à la fin du siècle qu'elle ne l'était dans les années 1850. Additionnellement aux indigènes, ces villes abritaient une population multiethnique due à l'immigration massive aux pays de l'Amérique du Nord. Pour les femmes immigrantes qui ne s'identifiaient pas aux cultures françaises ou britanniques du Québec, leur mode de vie antérieure subsiste et amenant avec elles leurs héritages communs, passent souvent leur temps à la maison et en famille. La persistance de ce mode de vie impose la nécessité de s'entraider et de maintenir les traditions religieuses

et culturelles, les habitudes familiales et alimentaires du pays d'origine au sein de leur communauté (Le Collectif Clio, 1992).

Suite à l'industrialisation, femmes, hommes et enfants doivent apprendre à devenir des rouages du nouveau système économique qui s'implante et qui exige surtout des femmes de nombreuses adaptations. Les solidarités traditionnelles du monde rural ont été ébranlées, voire rompues; pour survivre elles doivent alors recréer de nouvelles formes d'entraide et de soutien. Les femmes sont obligées de modifier leurs comportements, abandonner le rythme de travail de la société préindustrielle et se plier à la discipline des nouvelles fabriques, de vivre à l'étroit dans des logements surpeuplés, d'acheter ce que jadis elles produisaient et de changer de travail. Elles doivent réapprendre à être femmes dans un monde où elles sont à la fois exclues et indispensables. Gagner sa vie au XIX^{ème} siècle implique la plupart du temps qu'on quitte sa maison pour s'engager ailleurs comme domestique, ouvrière (plus de la moitié sont des couturières) ou professionnelle (9/10 sont des institutrices) (Le Collectif Clio, 1992).

La deuxième guerre mondiale vient bouleverser l'équilibre fragile entre le rôle des ménagères et leur importance au sein de leur famille et le rôle économique et social des femmes laborieuses pour aider les hommes à sauver la nation durant la guerre (Le Collectif Clio, 1992). Quand la guerre cesse, d'une part on veut qu'elles retournent à la maison pour réaccomplir leur rôle des mères et comme reines des foyers, d'autre part, les femmes prennent leur décision fatale de retourner à la maison pour revivre leur féminité (Le Collectif Clio, 1992; Friedan, 1963). Mais le besoin économique qui s'instaure après chaque guerre requiert une participation plus massive au travail hors domicile des femmes et ainsi leur retrait du marché du travail n'a été que temporaire. De ce fait, le tiraillement entre les deux rôles de la femme: les femmes à la maison pour assurer la reproduction et les tâches domestiques, et les femmes hors de la maison pour participer dans la plupart des sphères de la vie économique, mène à une impasse inévitable (Le Collectif Clio, 1992).

Dans les années 1940 à 1965, le Québec entre progressivement dans la société de consommation. Dans la sphère féminine des changements fondamentaux et inéluctables se produisent qui mettent en lumière l'impasse où se retrouvent toutes les

femmes (elles sont simultanément reines des foyers et engagées dans la vie publique). Ainsi, les femmes surveillent de près leur budget et planifient soigneusement leurs menus afin d'éviter le gaspillage et les pertes alimentaires. D'autre part, l'intrusion de la vie politique dans la vie familiale est évoquée par les facilités représentées par l'Etat aux mères travailleuses, par exemple: les garderies créées après la guerre pour libérer ses mères de la présence de ses enfants à la maison dans les heures de leur absence. Malgré tout, la garde des enfants n'est plus concédée à la voisine ou à la fille aînée retirée de son école pour s'occuper des plus petits. De plus, la guerre avec ses lourdes conséquences économiques fait découvrir subitement aux gouvernements l'importance de la contribution des ménagères dans l'amélioration de cette nouvelle situation économique. Ainsi, ces gouvernements cherchent par une persévérance publicitaire et médiatique adaptée à impressionner les femmes par le rôle de leurs tâches ménagères et culinaires quotidiennes dans la protection de l'économie nationale et dans le contrôle de la consommation en adaptant des nouvelles habitudes alimentaires, par exemple: cultiver son jardin devient donc une nécessité et le recyclage des déchets domestiques pour économiser. À noter l'apparition et l'organisation de plusieurs nouvelles professions féminines à cette époque, soient: le service social (1937-42), la bibliothéconomie(1937), la diététique(1942), la traduction(1942), la technologie médicale(1943) et la réhabilitation(1954) (Le Collectif Clio, 1992).

Aux États-Unis, et depuis les années 1920, une nouvelle image de la femme s'est imposée: la femme de carrière, ce modèle était surtout vécu par les québécoises anglophones plutôt par les québécoises francophones. La *mystique féminine* (la carrière de bonne ménagère était le salut et le secret du bonheur pour toutes les femmes) qui déferlait sur toute l'Amérique et au Québec, a été enracinée dans la mentalité des femmes et de leurs entourages par tous les moyens de communications de masse. Cette idéologie n'avait rien de nouveau pour les francophones autant que pour les anglophones, mais elle a aidé à rapprocher entre leurs deux modes de vie et à réduire l'écart dans leurs comportements respectifs. Ainsi, la modification dans les rôles et responsabilités pour les unes et les autres était l'une des conséquences de la guerre. Les médias (magazines, télévision, publicité, etc.) circulaient partout l'image

idéale de la mère de famille, en insistant sur le nouveau mode de cuisiner: il faut varier les menus, innover des plats et utiliser tous les électroménagers disponibles. Cependant la *mystique féminine* touchait légèrement les femmes de la classe ouvrière à cause du manque de temps et d'argent qui les empêchent à se conformer aux images des magazines et médias (Shapiro, 2004).

3.3 Contexte du magazine féminin « Châtelaine »

Pendant plus de cent années, les magazines féminins désiraient jouer un rôle important dans la formation du point de vue des femmes envers le monde et elles-mêmes. Les sujets d'intérêts varient avec l'âge, les femmes s'intéressaient plus aux messages reliés au foyer, à la santé et aux carrières, alors que les adolescentes focalisaient sur la mode, l'image corporelle et la vie des vedettes (Korinis et al., 1998).

La presse féminine est nettement considérée comme un produit de consommation qui doit éviter à tout prix toute forme de contestation. A vrai dire la femme qui envahit toutes les pages de ces revues est une femme inventée, une image consolante et attrayante sans doute, mais n'est autre qu'une femme mystifiée, une simple image. Cette nouvelle image promue n'est plus celle d'une mère ronde aux hanches généreuses mais celle d'une jeune femme mince et audacieuse. Cependant, cette fosse entre les messages illustrés par les magazines et la réalité vécue par les femmes est patente (Le Collectif Clio, 1992).

En Octobre 1960, Châtelaine, un magazine québécois francophone prend la relève de La Revue Moderne et inaugure une nouvelle presse féminine qui conçoit les modalités d'action de la femme dans la société (ménagère, femme au travail, etc.) et joue un rôle important dans la transformation de l'unanimité du discours féminin au Québec après 1960 (Valois, 1967). Ses éditoriaux et ses reportages traitent les différents sujets reliés à la condition féminine en se situant au cœur même de la vie que mènent un grand nombre de femmes (femmes de carrière, mères de famille, ménagères, culturelles, étudiantes, femmes et politique, etc.). Hélas, cela ne s'applique pas à la majorité (Valois, 1967) et l'ambiguïté de la condition féminine est toutefois loin d'être entièrement dégagee et résolue. Ainsi chaque année, cette revue organise un concours annuel pour élire une «châtelaine de l'année» qui est toujours une mère

de famille qui s'est engagée dans une mission quelconque (Le Collectif Clio, 1992). En général, les pages éditoriales des magazines présentent les opinions et les suggestions de public (Perse, 2001). C'est d'après l'étude de l'Éditorial de la revue « Châtelaine » qu'on peut résumer les sujets les plus importants et qui ont été abordés en fonction de la croissance et des changements dans la composition du lectorat féminin de Châtelaine des années 1960 jusqu'aux années 1990. Cependant, avec ces différents sujets entamés dans des articles, reportages, courriels, histoire de cas, concours, etc., ce magazine féminin québécois a réussi à établir un dialogue entre les femmes (surtout celles isolées entre les murs de leur foyer) sur leur rôle social, le progrès de leur avenir (en famille, travail, politique, etc.), la société de transition où elles peuvent se réaliser, leurs besoins personnels et leurs loisirs hebdomadaires (Châtelaine, 2007).

Ainsi, plusieurs rubriques et éditoriaux tentent à affirmer l'influence de la femme dans la société et à partir de sa famille. Donc, on incite cette femme à s'informer sur tout (rôle social, droit, devoir, politique, santé, etc.) sans perdre ses « fonctions premières » dans le foyer soient: le maintien du bonheur familial et l'équilibre du budget. Châtelaine a veillé à ce que des nouvelles orientations soient données à la revue au fil de temps afin de couvrir tous les sujets saillants selon la période historique par exemple, la famille, le consommateurisme, la nutrition, la beauté et la mode. En résumé, à une certaine époque Châtelaine traduisait instantanément les transformations rapides que connaissait la condition féminine. Cette attitude n'implique pas une coupure avec le passé mais elle vise à influencer les modèles de comportement prônés aux lectrices dont l'âge varie entre 18 à 68 ans (Valois, 1967).

Tel que mentionné précédemment, malgré l'évolution des mouvements féminins et du rôle social des femmes, elles restent responsables du contenu des assiettes et de la nourriture de leur famille. Le média écrit et surtout les magazines féminins peuvent avoir des influences importantes sur les attitudes de ses femmes et leurs motivations dans le choix alimentaire soit par des messages directs promus par les articles, publicités, images et éditoriaux, soit par des messages indirects promus par des images ou annonces impliquant un modelage dans les motivations alimentaires.

Cependant, nous devons comprendre l'aspect de réciprocité entre l'individu et son environnement évoqué par la théorie sociale cognitive afin de mieux interpréter l'impact de ces messages médiatiques directs ou indirects sur le choix alimentaire. Ainsi, on ne peut pas déterminer avec certitude si les médias influencent ou reflètent les motivations alimentaires et le comportement de l'individu (Potter et al., 2000; Bandura, 1986).

D'ailleurs, à ce sujet, Perse (2001) décrit les effets significatifs et consistants de média, incluant les magazines, sur les comportements des gens. Ces effets peuvent être de nature cognitive (effet sur l'acquisition de l'information), de nature affective (effet sur la formation des attitudes et des évaluations positives ou négatives d'un produit) et de nature comportementale (effet sur les actions observées et produites suite à l'exposition au média) (Perse, 2001). À son tour, McGuire (1986) a noté plus spécifiquement les effets communs et intentionnels des messages médiatiques sur: les comportements personnels et les progrès sociaux, soit: l'achat, l'idéologie, le stéréotypie, l'activité cognitive, le style, le control social, l'amélioration sociale, la politique, etc. Ainsi, le média de masse (magazine, radio et télévision) a été pour long temps accusé de responsable unique de changement et de contrôle des attitudes et des opinions des gens. Cependant, il semble que le média renforce seulement les attitudes antérieures, alors que l'environnement et les communications personnelles sont plus efficaces dans le changement des attitudes et dans la diffusion des messages et informations médiatiques (Shibanai et al., 2001). Ainsi, l'approche sélective des individus de certains messages médiatiques serait influencé par l'environnement et inversement (Perse, 2001).

Aujourd'hui aux États-Unis, les messages médiatiques alimentaires rapportés par les magazines ont atteint un plateau à l'égard des reportages nutritionnels après avoir été en amélioration consistante dans les années 80 et 90. De plus, la qualité de la crédibilité des courts textes est inférieure à celle des longues articles (American Council on Science and Health, 2007). Ce fait peut être expliqué par la croissance de l'utilisation de l'Internet en dépit des médias écrits. Actuellement dans l'Amérique du nord, la recherche des informations de santé est l'une des raisons communes pour l'utilisation de l'Internet par les consommateurs (URAC, 2003). Du côté de Canada,

l'Internet est devenu une source importante dans la diffusion des messages alimentaires et nutritionnels (Marquis et al., 2006). En 1997, il était la source la moins importante (6%), aujourd'hui il est devenu presque aussi important (40%) que les magazines (49%) et les livres (42%) (Marquis et al., 2006).

En bref, la relation entre les femmes et les médias suggère différentes problématiques. Celle retenue dans ce mémoire est d'explorer: Dans quelle mesure l'analyse des textes référant à l'alimentation dans un magazine féminin permet-elle de révéler les courants dominants à l'égard de l'une ou de l'autre des motivations alimentaires des femmes?

4. Objectif

L'objectif général de cette étude est d'explorer la continuité et/ou la rupture dans les motivations alimentaires révélées par l'analyse des textes alimentaires du magazine féminin québécois francophone « Châtelaine » durant les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990.

5. Méthodologie

5.1 Contexte de l'étude

Notre recherche est de nature historique: elle vise à étudier la continuité et/ou la rupture des motivations alimentaires représentées dans le magazine féminin francophone québécois «Châtelaine» pour la première année de chacune des nouvelles décennies de 1960 à 1990. Nous avons décidé d'examiner cette continuité par la compilation de la distribution du nombre total de type de documents au fil des ans et non en fonction de la proportion relative de chaque type de document par année. L'étude de l'effet du long terme cumulatif (le nombre total des documents au fil des ans) peut aider à mieux comprendre l'impact de média de masse sur la société et la culture (Shibanai et al., 2001). Contrairement, Potter (2000) ramène l'importance de l'étude des changements du contenu des messages médiatiques au fil de temps à l'impact des valeurs culturelles et individuelles sur le média, autrement dit le média n'influence pas mais reflète les tendances sociétales. L'approche de la théorie sociale cognitive de Bandura (1986) a été utilisée dans notre analyse afin de justifier la relation réciproque entre comportement alimentaire et média (Strychar, 2007) au fil des années.

Châtelaine, pour plusieurs raisons, a été la ressource documentaire la plus appropriée pour arriver à notre objectif, soit:

- son passé et présent dominant parmi les magazines féminins québécois (Potter et al., 2000).
- sa position au centre de l'interface entre les deux sphères domestiques et commerciales en aidant les femmes à réussir le ménage, à faire du bon magasinage en leur offrant des conseils experts et non seulement des publicités de produits à consommer (Martens et al., 2005).
- son importance reconnue par d'autres chercheurs l'utilisant pour des analyses de contenu de ses messages nutritionnels (Barr 1989) et pour la publication d'un livre reflétant le profil des 70 années de l'histoire des femmes au Canada (Fraser, 1997).

- son archive accessible et représentatif de toute la période de recherche prolongée sur les quatre décennies, facilitant ainsi la tâche d'explorer son contenu et sa relation avec notre sujet.

L'analyse du contenu des messages alimentaires dans la presse écrite, cas «Châtelaine», et leur évolution dans les quatre décennies, vise à identifier les thèmes/facteurs qui pourraient soit avoir une influence sur les attitudes, comportements et motivations alimentaires des femmes d'une part, et/ou pourraient être le reflet des valeurs et normes sociales dominantes dans chacune de ces décennies. Les avantages de cette analyse contextuelle sont nombreux: d'une part, c'est une méthode non invasive impliquant la communication qui est la clé de la compréhension de l'interaction sociale, d'autre part, elle permet d'examiner de manière systématique tous les documents dans la presse écrite (la totalité des articles peut être explorée).

5.2 Analyse

Selon Mills (1951), la compréhension d'un phénomène demande son observation dans le contexte historique large de son temps en incluant les tendances de l'époque et les circonstances de vie de tous les gens à cette époque. Mills (1959) définit cette approche contextuelle historique de «*imagination sociologique*» (Commuri et al, 2002). Ainsi, et dans le cadre de cette recherche, l'approche de l'imagination sociologique a été utilisée pour explorer comment l'impact relatif à chacun des différents facteurs influençant les motivations du choix alimentaire (surtout pour les femmes responsables de la nourriture de sa famille) a changé durant les quatre décennies de 1960 à 1990. Bien que le choix alimentaire soit une décision sociale complexe (Sawyer-Morse, 2007) dans laquelle plusieurs facteurs individuels (physiologiques et psychologiques) et collectifs (cadre social, tradition, etc.) s'entremêlent, cette approche peut faciliter la compréhension de l'interaction de ces facteurs déterminant l'identité du choix alimentaire. La méthode suivie peut être décrite en trois étapes:

1. Identification des documents référant à l'alimentation pour cette étude, l'unité de données est définie par chaque numéro de magazine «Châtelaine». La stratégie

d'échantillonnage repose sur le choix de tous les numéros mensuels du magazine pour l'année 1960 et 1961 (« Châtelaine» français est apparue en octobre 1960), 1970, 1980 et 1990. Tous les documents abordant l'alimentation ou la nutrition excluant les publicités alimentaires furent d'abord photocopiés.

2. Chaque document fut résumé à la recherche de différentes variables associées présentes dans leur texte. Ces variables furent ensuite examinées pour les regrouper sous quatre thèmes soit : santé et maladies, alimentation et nutrition, le corps et la société. Tous ces documents furent aussi catégorisés selon le type de données tels que : court texte, article et recette, recettes seulement, guide de consommation, article de fond, nouveautés, reportage, enquête, etc. La grille de codification précisant chacune des thématiques, leur variable et décrivant chaque type de données est présentée à l'Annexe 1. Toutes les variables associées à chacun des documents ont été identifiées et saisies dans le logiciel «Statistical Package for the Social Sciences» (SPSS, version 10.0). À noter que les trois numéros de l'année 1960 ont été considérés dans l'analyse de l'année 1961. D'où, seulement l'année 1960/61 est de 15 mois alors que les années 1970, 1980 et 1990 sont de 12 mois respectivement.

3. Après l'analyse des quatre thèmes identifiés et de leurs variables associées une synthèse a été faite pour les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990 afin de révéler les aspects dominants de chacune des années étudiées. Notre étude n'a pas retenu l'année 2000 car ce travail se basait sur une banque de données associées à une subvention de recherche qui abordait les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990.

5.3 Fiabilité

Pour l'analyse des documents, un premier juge a d'abord généré une liste de 24 variables associées à tous les documents et a codifié ce matériel. Un second juge, l'auteur de ce mémoire, a repris les documents et les a résumés confirmant la pertinence des 24 variables et les complétant avec l'ajout de six autres variables. Ce deuxième juge a ensuite procédé à la codification du matériel et a effectué une comparaison de sa codification avec celle menée par le premier juge pour une année complète. Peu de différences furent observées. Des efforts furent ensuite menés pour assurer la validité de la démarche d'analyse. Ainsi, la stabilité fut recherchée dans

l'analyse de contenu (Weber, 1985; Krippendorff, 1980), elle se réfère à ce qu'un même contenu soit codé de la même manière par le même chercheur. Ce recodage a été fait sur tous les documents avec les 30 variables dans un intervalle de deux mois et des ajustements mineurs furent apportés.

6. Résultats

Les résultats de l'analyse ont fait l'objet d'un article scientifique qui fut accepté pour publication dans le journal Nutrition and Food Science (voir Annexe 2 pour approbation du coauteur).

L'article intégral incluant les résultats, la discussion et la conclusion est ici présenté suivi de résultats complémentaires et d'une discussion complémentaire.

6.1 Article accepté par Nutrition and Food Science

Titre

**Food Motivation: Content analysis of “Châtelaine” women’s
magazine**

Auteurs

HAMADEH Sima and MARQUIS Marie

In Press

Nutrition & Food Science

Vol.28, No.1

Abstract

Purpose – The purpose of this study is to explore the continuity and/or rupture in food motivations as revealed from documents issued from “Châtelaine” in 1960/61, 1970, 1980 and 1990.

Design/methodology/approach - A historical content analysis was used to explore the food motivations in *Châtelaine*. Fifty one issues were read and all documents referring to food and nutrition were photocopied except for advertisements. Variables were associated to each document than grouped into four themes: health and diseases, food and nutrition, body, and society. Descriptive statistics were conducted using SPSS (version 10.1, 1999).

Findings – Overall, the content analysis has indicated that food and nutrition is the dominant motivation (n= 430) followed by health and disease (n= 292), society (n= 71) and body concerns (n= 70). Each decade was associated to major sub-themes. In brief, 1960 is the year of food, family and tradition; 1970 is the transition year; 1980 is the year of knowledge, culpability and environment; 1990 is the nutritional education year.

Research limitations/implications – Study done using the first year of each decade and in a single magazine can't be generalized. Moreover these results are specific to a French Canadian context. Further research on other media could provide more insight into some of the relationships explored in this study.

Originality/value –Our findings suggest that the dominant motivations are projecting in a different way from one year to another. These results support the need to take into consideration the role of media in shaping women's food preferences and the evolution of these motivations over time.

Keywords Food, Nutrition, Health, Culture, Magazine, Women

Paper type Research paper

Introduction

Food is a lens through which to view the world. The way people buy, cook and eat, how they set their tables, and the utensils they use all tell a story. Cooking has a nobler purpose than the gratification of appetite and the sense of taste; it is an important artifact, an expression of time, place and personality (Shapiro, 1986).

Furst et al. (1996) model outlines the general nature of food choice process using a constructionist approach which was useful to understand what is salient in people's mind in different food-related situations. Factors involved in food choice were grouped into three major components. First, the life course is the source of many factors that shape food choice. It includes the personal roles (past, present and future roles and experiences) and the social, cultural and physical environments to which a person has been and is exposed. The life course generates a set of influences. Second, the influences (ideals, personal factors, resources, social framework and food context) inform and shape people's personal systems. Third, the personal system: includes conscious value negotiations (sensory perceptions, monetary considerations, convenience, health and nutrition, quality, managing relationships) and unconsciously operationalized strategies. The negotiation process is very dynamic, while strategies are more routine, stable but flexible and are used by people to simplify the task of making food choices in different settings. A mutual shaping occurs between and within components of this model (Furst et al., 1996).

Women's magazines played a major role in deviating women's interests in life (American Council on Science and Health, 2004; Seale, 2002; Friedan, 1963). They can have an important influence on women's attitudes and their motivations in food choices, whether through direct messages promoted by articles, advertisements, images and editorials, or through indirect messages promoted by images implying modeling in food motivations (Potter et al., 2000). Press and contemporary edition continuously produce speech on food, whether referring to diets and health or recipes and pleasure. Food is found everywhere in conversations, opinions, and instructions: diet and gastronomy are daily common topics, which create food cacophony (Fischler, 1990). The sources of nutrition information change over time and therefore need to be

tracked regularly. For example, recently Canadians have expressed a preference for written sources for healthy eating information magazines (Marquis et al., 2006).

The main objective of this study was to explore the continuity and/or ruptures found in food motivations as revealed by the analysis of documents found in the Québec francophone magazine “Châtelaine” during 1960/61, 1970, 1980, and 1990.

Methodology

Study design and sample

Châtelaine is an important Canadian women's magazine. It is published in English and French. The English-Châtelaine was first published in 1928 and merged with the Canadian Home Journal in 1958. The French one was first published in October 1960 and is one of the widest magazine circulated among the French speaking Canadian women. Both the English and the French magazines reach more than 4 million women each month.

A historical content analysis was the method used to reveal food motivations in *Châtelaine*. There are several advantages in using a content analysis approach: it's an unobtrusive method; it involves communication, which is a key to understanding social interaction (Weber, 1985); and it allows all messages in the print material to be examined. For this study, the sample consisted of all messages related to food and nutrition, except for advertisements, in every *Chatelaine* in 1960 (from October to December, because the French *Châtelaine* was launched in October 1960) and in 1961, 1970, 1980, 1990. Each document was coded for different variables. These variables were then examined to be regrouped under four themes: health and diseases, food and nutrition, body, and society. All these documents were also categorized as per the type of document such as short text, article and recipe, etc. A codification grid describing every themes and variables is available with the first author.

Data analysis

Stability is a type of reliability that is considered important in content analysis (Weber, 1985; Krippendorff, 1980). Stability was assessed within an interval of two months and minor adjustments were done.

Data was transferred to the SPSS statistical package (SPSS, version 10.0, 1999). Descriptive statistics were obtained and cross tables were produced. It should be noted that 1960 and 1961 were considered as one year 1960/61.

Results

Description of documents

The material is associated with the French-speaking magazine "Châtelaine" from its first publication in October 1960 until 1990. For the year 1960, three issues covering October to December were analyzed, as well as, all issues pertaining to years 1961, 1970, 1980 and 1990. Thus, a total of 51 issues constituted the corpus of the material to be analyzed. One hundred eighty five documents were found. Out of all years, years 1960/61, with a total of 72 documents (39%) approach one or more of the topics associated with food, followed by year 1990 with 45 documents (24%) and year 1970 with 38 documents (21%). Year 1980, with 30 documents, presents 16% of all the used material.

All documents were categorized according to their type. **Table I.** presents the frequency of the documents located according to their types and their importance for the years pertaining to the study.

Table I. Distribution of the documents from “Châtelaine” (n = 185).

Type of documents	Percentage (n)	1960/1961 (%)	1970 (%)	1980 (%)	1990 (%)
Short text	28 (51)	60	15	4	21
Article and recipe	25 (46)	11	15	26	47
Innovations and findings	12 (23)	39	48	13	-
Recipes only (without articles)	11 (21)	57	19	19	5
Consumption guide	6 (12)	42	17	17	25
Long article	5 (9)	11	22	33	33
Report	4 (8)	25	13	25	38
Survey	2 (4)	50	50	-	-
Monthly heading	2 (3)	33	33	-	33
Quiz	2 (3)	67	33	-	-
Gastronomical guide	2 (3)	-	-	33	67
Contest	1 (2)	50	50	-	-

In comparison with the long articles (5%), the short texts are the most numerous documents (28%) and are more frequent in 1960/61, then their appearance decrease with years to surge again in 1990.

The type “article and recipe” is the second in term of importance aiming at encouraging readers to cook at home. This type of articles increases progressively with decades. The documents presenting “innovations and trouvailles” are important, these innovations are more frequent in the years 1960/61, 1970 and totally absent in 1990. The “recipes only” (without articles) are present in different proportions throughout the studied years but definitively dominate in 1960/61. The consumption guides, for

example the consumption guide of leguminous plants, are also relatively important. These guides are specially present in 1960/61 then decrease to surge again in 1990.

Content analysis:

The content analysis of every document was made under four themes reflecting the dominant motivations with regard to food and nutrition. These four themes are: health and diseases, food and nutrition, body, and society. Each theme was further analysed for the presence of different sub-themes, herein called variables. Each document (185) was associated to one or more themes and variables.

Health and diseases. This thematic was divided into four variables: advices/recommendations for healthy food, health, diets and diseases. **Table II.** presents the frequency of these variables and their repartition following the years under study.

Table II. Representation of the health and diseases thematic (n = 292)

Variables	Percentage (n)	1960/1961	1970	1980	1990
		(%)	(%)	(%)	(%)
Advice/recommen dations for a healthy diet	43 (127)	28	21	21	30
Health	26 (76)	26	28	17	29
Diets	16 (46)	26	15	24	35
Diseases	15 (43)	44	21	9	26

Advices or recommendations for a healthy diet is the dominant variable in this thematic and is specially present in 1960/61 and 1990. These documents reflect good practices vis-à-vis healthy food like avoiding canned food, home cooking, controlling the quantity of consumed food, being concerned with food quality, and responding to our nutritional needs. In general, these suggestions combine several recommendations in the same document.

Health is the second variable in these thematics. It is found throughout the year, however, slightly mentioned in 1980. Several documents refer to food practices, physical activity, moderate alcohol consumption, non smoking and also to personal growth. A great importance is given to social support which enables a successful follow-up of a balanced food diet, by referring for example to the encouragement of family, peers, and professionals.

Diets are the third variable in importance in these thematics of health and diseases. They are specially present in 1990 but are slightly mentioned in 1970. Mostly, the draconian and severe diets are the ones that are mentioned in the messages associated to diets with recommendations to avoid them. What follows in importance are the documents that try to abolish food myths for example those having to do with bread and potatoes and weight gain. Also, women's attitudes toward diets are often present, through approaching diets' barriers and trying to help female readers to overcome them. Hypocaloric and energetic diets are of equal importance, followed by diets approaching food restrictions, and vegetarianism. Many documents referring to food restriction are presented in 1960/61. Likewise, documents referring to vegetarianism were found only in 1980 and 1990.

The last variable of these thematics is "diseases". It is of great importance in 1960/61 and then in 1990. Topics approached diseases related to aging, gastrointestinal disorders, food allergies, medication, infertility, anemia, abdominal angina, hereditary diseases, and immune diseases.

Food and nutrition. This thematic is divided into eight variables: food categories, meals, food quality, nutrients, price, variety, taste and nostalgia. **Table III.** presents the frequency of these variables and their repartition following the years under study.

Table III. Representation of food and nutrition thematic. (n = 430)

Variables	Percentage (n)	1960/1961	1970	1980	1990
		(%)	(%)	(%)	(%)
Food Categories	26 (113)	26	22	24	28
Meals	21 (92)	27	20	22	32
Food Quality	17 (73)	29	18	15	38
Nutrients	16 (70)	32	21	21	26
Prices	7 (29)	24	45	14	17
Variety	7 (28)	36	18	18	25
Taste	4 (16)	25	6	31	38
Nostalgia	2 (9)	56	11	11	22

The variable food categories is most dominant in this thematic. The most important category is meat and substitutes specially in the 1970, followed by the category of fruit and vegetables which is the only food category existing in every studied year but with varied intensities. More precisely, reference to fruits and vegetables is abundant in 1960/61. Other food categories and products represent also a certain importance, such as: water, cereal products, alcohol, and honey. Reference to fat is weak and appears only in documents studied in 1970.

The second variable in importance of the food and nutrition thematic is “meals”. Different references of meals were identified in the documents. Lunch is the daily meal most talked about but its presence decreases from 1960/61 to 1990. Breakfast and supper are rarely approached. Menu is also very important, specially menus pertaining to an occasion/tradition (ex: Easter menu) and menus from ethnic cuisine (ex: Japanese food). However, interest for menu decreases with time from 1960 to 1990. Babies and infants meals are relatively important and present in all years.

The third variable in importance is “food quality” which is very present in 1990. It deals with several topics all in relation with the industry, the consumer, the government and various aspects of knowledge. The importance of educating consumers with respect to food quality is evident in 1990.

The fourth variable of this thematic is that of “nutrients”, which is more frequent in 1960/61 and 1990. Nutritional explanations of the values and benefits of a product are very important but their presence is decreasing in all years. The direct reference to calories is present only in 1980. Reference to “carbohydrates” reaches its peak in 1980, and reference to “proteins” marks 1970. The 1990s are the years with reference to “energy” and “nutritional norms” such as the Canadian Food Guide.

“Price” is the fifth variable in “food and nutrition” thematic. It comprises all that is connected to spending money, budget and consumerism. Reference to price is specially present in 1970.

The variable “variety” is specially mentioned in 1960/61. It covers all that is related to food variety and culinary innovation. “Taste” is a variable specially mentioned in 1980 and 1990 and almost absent in 1970. “Nostalgia” is the last variable in terms of importance specially present in 1960/61 and then decreases with years until 1990.

Body. This thematic was subdivided in two variables that are weight and body. Table IV. presents the frequency of these variables and their variation following the years under study.

Table IV. Representation of body thematic. (n = 70)

Variables	Percentage (n)	1960/1961	1970	1980	1990
		(%)	(%)	(%)	(%)
Body	51 (36)	36	23	10	32
Weight	49 (34)	35	18	21	27

Body is the most dominant variable in this third thematic. It is abundant in 1960/61 and 1990. Reference to body approaching the physiological aspect (ex: physiological problems related to weight gain or absorption of nutrients) is the most elaborated aspect and very abundant in 1970. Documents approaching social norms, referring to (culte de minceur) and weight control, mark 1960/61. References to

physical activity are absent in 1960/61 and frequent in 1980. Bonds between beauty/fashion/attraction are very frequent in 1980.

“Weight” is the second variable of this thematic with an explicit reference to weight, whose importance decreases with years. Reference to healthy weight is specific to 1990. Direct reference to obesity is specially present in 1960/61, whereas (culte de minceur) is specially present in 1970. Food disorders are only mentioned in 1980, underweight only in 1970 and overweight only in 1960/61.

Society. This fourth thematic was divided into four variables: family, culture, feminism, and environment. Table V. presents the frequency as of these variables their repartition following the years under study.

Table V. Representation of the societal thematic. (n = 71)

Variables	Percentage (n)	1960/1961	1970	1980	1990
		(%)	(%)	(%)	(%)
Family	52 (37)	52	24	7	16
Culture	24 (17)	35	12	24	29
Feminism	18 (13)	62	23	-	15
Environment	6 (4)	25	-	50	25

The importance of family is the dominant variable of the societal thematic especially in 1960/61. It comprises all that is related to enlarged family, children and husband.

References to culture and food are abundant in 1960/61. Documents that approached culture refer to Québec culture and foreign culture. Topics associated to feminism is in importance specially present in 1960/61 and decreases with years. It should be noted that this variable is absent in 1980. Finally reference to the environment, more precisely to the green consumer is abundant in 1980.

Discussion

The following discussion will approach the volume and the type of analyzed documents and will identify the main findings relating to each theme and reflecting the dominant motivations with regard to food and nutrition during the four decades from 1960 to 1990.

Concerning the number of documents, the analyses revealed the abundance of articles in 1960/61 and in 1990. In 1960/61 this can be associated to the household transformation with regards to food and cooking (Commuri et al., 2002). It can also be due to the interest of media to address usual topics of interest from different perspectives because of women emerging feminism (Friedan, 1963). In 1990, and after thirty years, this abundance reconfirms the interest in the subject (Châtelaine, 1990).

Concerning the type of documents, the importance of short texts may be due to the fact that female readers, who are increasingly occupied, are becoming less involved in leisure activities involving reading. However, their interest in cooking is definitively revealed in the “article and recipe” documents. As for the articles presenting “innovations”, mainly in 1970, they reflect women’s needs for innovation and creativity, already promoted by media in 1960’s (Friedan, 1963) and their desire to prepare epicurean dishes (Shapiro, 2004). Also, consumption guides are worth mentioning since they assist in guiding persons in their choices and food consumption. Ascher (2005) defines the consumption guide as an instrument which makes quality more visible, hence, increasing the user’s confidence.

Regarding the four themes, food and nutrition is the dominant food motivation, followed by health and disease. The third motivation is related to the societal theme and concern for body is the last motivation. By comparison with Furst et al’s model (Furst et al., 1996), the major themes found are mostly related to the personal system of the model. It was also shown by Glanz et al. (1998), that individual factors are more important than societal factors with respect to food motivations.

Each year under study can be characterized by key words. Thus, 1960/61 is the year of family, food and tradition. Findings obtained at this period describe personal interests such as feminism, body and family interests, which are also strongly

presented in relation to Québec culture. Despite lifestyle changes and women's aspirations, interest in family remains central and it is mostly around the dining table that family gather on a daily basis or in receptions.

Also, 1960/61 was the year of food in general and food variety, rather than nutrition. Interest for nutritional norms, such as search for fast and healthy food (without defining the notion of healthy food), and myths can be due to the social norms emerging in this era.

Recipes presented all are related to habits, culture and tradition reflecting Québec culture sometimes influenced by French culture. Parallel to the request for food variety, nostalgia is reflected by an interest for traditional cuisine which reassured the consumers who certainly find comfort in this type of cuisine. This concept of nostalgia was adopted by the industry and through the media for certain food products (Brewis et al., 2005). On the other hand, the modern recipes presented are time saving recipes. Hence, the lifestyles regulate their food choices, but it is important to mention that occasional and traditional recipes remain the most dominant and resistant to the speed required as a result of women's participation in the labor market. This search for convenience was continuous throughout the years and contributed to the development of an opposite trend namely the "slow food movement" (Ascher, 2005; Brewis et al., 2005).

With respect to diseases, prevention was not approached. With respect to weight, healthy weight is extremely important and related to food and beauty. Thus, obesity, overweight, and underweight were distinguished.

The 1970 era is the transition year. A transitional society appeared on the level of food and consumption. Hence, the notion of nutrition was more present and replaced that of food, but still silent on explicit explanations. In addition, consumerism emerged in the domain of food. Its basic equation is to establish a joint commodity for the consumer, producer, and distributor (Ascher, 2005). At this level, the importance of food price was manifested, which was the dominant variable in 1970. The capacity to manage a budget was treated explicitly in this year with the objective to succeed in food consumption while saving money and eating healthy. Price was described by

Fischler (1990) as one of the stakes influencing consumer's food choices; also it is strongly related to taste and products' availability. Finally, the Seventies are also the proteins years.

The 1980 era is the year of knowledge, culpability and environment. The era of knowledge was the nutrition one with the involvement of Louise-Lambert Lagacé, a dietitian giving nutritional advices to readers. On the other hand, culpability was expressed particularly facing our daily exposure to inevitable temptations to unhealthy food consumption and its consequences. Taste is the second most important topic in this year, enabling women to justify their choices. It is also the era of calories, carbohydrates and vegetarianism.

Also, 1980 is the environment year, presented by a particular motivation called "green consumption". More than 25 years later, this motivation is now associated to a desire to prevent environmental problems associated to globalization, and where consumers, enterprises, and government are the main actors (Le Gall, 2006).

The 1990 era is obviously the year of nutritional education. It is rich with nutritional recommendations for healthy food, health, diet, food categories, meals, and food quality. These recommendations, mainly in relation to improving food habits, meet the current preoccupations for promotion of healthy food which is a key determinant to the population's health (Hooper et al., 2005). Food categories covered all food types with an emphasis on fruits and vegetables and less interest in fats. For Febvre (1983), fats are the most permanent in the culinary system and are reinforced by the neophobism and conservatism. But this notion of the unchangeable has to be readdressed specially in the modern societies that became lipophobic (Fischler, 1990). Moreover, it should be noted that a vast variety of healthy meals were presented, full menus related to occasions or other cultures, a trace of the trend of tradition and openness to cultures. Food quality is an important variable in 1990 where consumer suffers the inevitable impact of "modernization" and the difficulty to avoid low food quality (Holm et al, 1996). Surprisingly the 1990 presents common points with 1960/61 such as body, Québec culture and traditional recipes.

Conclusion

Obviously, the woman is still the one mainly preoccupied by all what goes around food and the health of her family (Martens et al., 2005; Le Collectif Clio, 1992). However, what differs is the way to do it. Written media analysis has indicated different dominant motivations related to food during the years associated to the four decades. These motivations are resumed in Furst's model (Furst et al, 1996) on food choice at the personal system level, specifically with regards to the process of negotiations, influenced by the cultural and social variables of the model.

Studies pertaining to other magazines and media sources found in Québec may help in clarifying the results obtained in our study and confirm whether our conclusions reflect general motivations with regard to food for the four studied decades or are more specific of "Châtelaine". It would also be of great interest to produce oral historical data by conducting interviews with "Châtelaine" readers for each decade to explore whether the motivations reported by women meet the motivations revealed in our analysis of written documents.

Acknowledgment

Data collection of this research was financed by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada.

References

- American Council on Science and Health (2007), "Nutrition accuracy in popular magazines (January 2004-December 2005)".
- Ascher, F. (2005), "Le mangeur Hypermoderne", Odile Jacob, Paris.
- Brewis, J., Jack, G., (2005), "Pushing speed? The marketing of fast and convenience food", *Consumption. Markets and Culture*, Vol.7, No.1, pp 49-67.
- Châtelaine. *Pages éditoriales*. www.chatelaine.com (access in October 2007).
- Commuri, S., Ekici, A., Kennedy, P. (2002), "Historical review of advertising targeting mothers: content analysis under sociological imagination of ads in 1920s,1950s and 1980s", *Advances in Consumer Research*, Vol.29, pp114-123.
- Drichoutis, A., Panagiotis, L., Rodolfo, N. (2006), "Consumers' Use of nutritional labels: A review of research studies and issues", *Academy of Marketing Science Review*.
- Fischler, C. (1990), "L'omnivore", Odile Jacob, Paris.
- Friedan, B. (1963), "The feminine Mystique", W.W.Norton & Company Inc Publication, New York.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C.A., Sobal, J., Winter, F.L., (1996), "Food choice: a conceptual model of the process", *Appetite*, Vol.26, pp 247-266.
- Glanz, K., Kolonel, L.N. (1998), "Culture, religion, diet and health: challenges and opportunities", *Nutrition*, Vol.14, No.2, 238-240.
- Holm, L., Kildevang, H. (1996), "Consumers' view on food quality: a qualitative interview study", *Appetite*, Vol.27, pp1-14.

- Hooper, M., Kirkpatrick, S., Ellis, A., McIntyre, B. (2005), "Les facteurs qui conditionnent nos habitudes alimentaires", *Revue Canadienne de Santé Publique*, Vol.96 (Suppl 3), S6-7.
- Krippendorff, K. (1980), "Content analysis. An introduction to its methodology", Sage, Beverly Hills.
- Le collectif Clio. (1992), "L'histoire des femmes au Québec depuis quatre siècles", Le Jour éditeur, Montréal.
- Le Gall, M. (2002), "De la préoccupation pour l'environnement à la consommation durable", *CREREG*, Vol.25, pp1-16.
- Marquis, M., Dubeau, C. (2006), "Potential of the internet to address topics of interest in nutrition", *Nutrition & Food Science*, Vol.36, No.4, pp 218-224.
- Martens, L., Scott, S. (2005), "The unbearable lightness of cleaning: representations of domestic practice and products in *Good Housekeeping Magazine* (UK): 1951-2001", *Consumption, Markets and Culture*, Vol.8, No.4, pp 379-401.
- Potter, B., Sheeshka, J., Valaitis, R. (2000), "Content analysis of infant feeding messages in a Canadian women's magazine, 1945 to 1995", *Journal of Nutrition Education*, Vol.32, No.4, pp196-203.
- Seale, C. (2002), "Media & Health", Sage Publications, London.
- Shapiro, L. (1986), "Perfection Salad", Modern Library, New York.
- Shapiro, L. (2004), "Something from the oven 2004", Viking Penguin, London.
- Weber, R.P. (1985), "Basic content analysis", Sage, Berkeley.

6.2 Résultats et discussion complémentaires

Les résultats suivants complètent ceux présentés dans l'article accepté et qui sera publié dans le périodique Nutrition and Food Science (Vol.38, No.1). Dans un premier temps le tableau VI. illustre des titres de documents représentatifs de chacune des variables associées aux 4 thèmes identifiés. L'annexe définit chacune des variables de ces 4 thèmes. Notez bien que chaque document a souvent fait l'objet de catégorisation dans plus d'un thème, par exemple: le document « **Pâques à saveurs ethniques (1990)** » a été associé au thème du repas dans le tableau VI et lors de l'analyse fut aussi associé au thème de goût.

Tableau 1. Titres des documents représentatifs des variables associées aux quatre thèmes

Thème <i>Santé et maladies</i>	Titres de documents
Conseils/recommandations pour une saine alimentation	<ul style="list-style-type: none"> - La cuisine en 70 (1970) - Sachez choisir, sachez rôtir (1990) - La farandole des légumes (1990)
Santé	<ul style="list-style-type: none"> - Santé nouvelle: gras et bonne santé (1970) - La santé en huit points (1990) - Santé : vrai ou faux (1990)
Régimes	<ul style="list-style-type: none"> - Fines herbes pour fines bouches (1980) - Pour une poignée de kilos (1990) - L'obsession minceur (1990)
Maladies	<ul style="list-style-type: none"> - Prévention des crises cardiaques (1960) - De nouveau pour combattre l'anémie (1960) - Les rhumes pouvons- nous les éviter ? (1960)

Tableau 1. Titres des documents représentatifs des variables associées aux quatre thèmes (suite)

Thème <i>Alimentation et nutrition</i>	Titres de documents
Catégories alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> - Fruits cuits, fruit crus (1990) - La symphonie en riz (1990) - Chaud lapin (1990)
Repas	<ul style="list-style-type: none"> - Riches provisions de repas « minute » pour les invités de la dernière heure (1960) - Pâques à saveurs ethniques (1990) - Menu minceur (1990)
Qualité alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> - Semé pour vous (1960) - Sans croûte et sans souci (1990) - Des lunches qui ont du punch (1990)
Nutriments	<ul style="list-style-type: none"> - Le poisson parent pauvre du marché (1970) - Quand le poulet est de la fête (1990)
Prix	<ul style="list-style-type: none"> - Tout voir, tout savoir « consommatrice 70' » (1970) - Oui, c'est possible \$ 1.00 pour un plat cuisiné ((1970) - Le rôti du Dimanche, délices du Lundi (1970)
Variété	<ul style="list-style-type: none"> - Six façons de bien recevoir (1960) - 10 travestis pour un plat unique de bœuf haché (1960)
Goût	<ul style="list-style-type: none"> - Jeûner, ça goûte bon (1980) - Un goût de miel (1990)
Nostalgie	<ul style="list-style-type: none"> - Repas de circonstances (1960) - La grande réussite des fermières (1960) - On peut cuisiner vite bien (1960)

Tableau 1. Titres des documents représentatifs des variables associées aux quatre thèmes (suite)

Thème <i>Corps</i>	Titres de documents
Corps	<ul style="list-style-type: none"> - Alouette, je t'amincirai (1960) - Garder la ligne ! (1990) - Le retour des rondeurs (1990)
Poids	<ul style="list-style-type: none"> - Engraisser, ma mie, engraisser (1960) - Destinées aux canadiennes conscientes de leur apparence (1960)

Thème <i>Société</i>	Titres de documents
Famille	<ul style="list-style-type: none"> - Journal d'une mère de famille (1960) - Nourrir 5 personnes avec 22\$/ semaine (1960) - Travail et famille : un équilibre à définir (1990)
Culture	<ul style="list-style-type: none"> - L'air de Paris « Ici, coin canadien » (1960) - Des voix françaises de l'Est à l'Ouest (1960) - Vive le Québec gourmet (1990)
Féminisme	<ul style="list-style-type: none"> - Femmes de Québec, qui êtes-vous ? (1960) - Qu'est-ce qu'une belle femme ? (1960) - La femme et la non violence (1960)
Environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Coin cuisine (1980) - N'en jetez plus, la cour est pleine (1990)

Suite aux résultats obtenus dans les quatre thématiques liées aux motivations alimentaires, des résultats complémentaires sont présentés ci-bas. Ces résultats présentent le profil du lectorat, la source de crédibilité associée aux documents analysés et les outils proposés à la lectrice pour faciliter son choix alimentaire.

6.2.1 Le profil du lectorat. Une analyse des documents fut effectuée pour révéler sous quelle dimension on abordait la femme dans Châtelaine. Ainsi, deux variables ont été analysées soit : l'auteur des documents et la cible.

L'analyse des auteurs ayant signé les documents révèle que les femmes étaient bien impliquées dans la profession de journalisme avec 38 % des documents signés par des femmes alors que seulement 8% furent signés par les hommes. Plusieurs documents étaient sans identification de sources (26%). L'Institut Châtelaine a signé 25 % des documents étudiés.

L'analyse de la cible nous confirme que l'on s'adresse à un lectorat féminin avec 38% du matériel référant à une femme québécoise majoritairement francophone étant soit ménagère ou au travail, mariée avec ou sans enfant, active dans des associations féminines, ménopausée, allaitante ou enceinte. Elle est souvent perçue comme une consommatrice ayant une capacité à dépenser (18 %) particulièrement en 1960/61. Ce lectorat est aussi intéressé par des dimensions culturelles (22 %) surtout en 1960/61, par exemple les différentes cultures des pays d'outre-mer lui sont introduites. A noter que la femme présentée comme étant ménagère est moins présente avec l'avancement des années, elle est absente en 1980. Aussi remarquons nous la présence de la femme entourée de l'industrie (4%) sauf en 1980, ou de l'état (2%) seulement en 1961 et 1990.

Aussi, cette analyse suggère que l'on référerait surtout à la femme canadienne majoritairement francophone (15 %) surtout en 1980. Suivie de trois sous-catégories en lien avec celle-ci : l'histoire de la femme et son évolution avec 50% de ce matériel présent en 1980, la personnalité de la femme (exemple, femme introvertie ou extrovertie) particulièrement en 1960/61 et finalement le rôle de la femme surtout en 1960/61. Les années 1970 furent marquées de textes exposant ses aspirations et ses sources de pouvoir.

6.2.2 La source de crédibilité. Tous les articles étudiés ont été analysés pour vérifier sur quels aspects s'appuyait leur crédibilité. Plus du tiers des documents (36%) ont été publiés sans s'appuyer sur aucune source de crédibilité et ce particulièrement en 1960/61. Ensuite l'Institut Châtelaine a endossé plusieurs contenus (23%) étant très présent en 1960/61 avec 54% puis a décliné avec le temps pour n'endosser que 7 % des documents en 1990. Les appuis scientifiques permettant d'appuyer les textes furent la seconde source de crédibilité (12 %) toutefois aucune référence n'y fut faite en 1980. Les histoires de cas (11 %) furent aussi importantes et ont diminué avec les années. Aussi, les professionnels et experts de santé, plus précisément les diététistes (4%) absentes en 1960/61 et 1970 mais présentes en 1980 et 1990, et les médecins (2%) en 1961 et 1990 furent utilisés comme sources de crédibilité toutefois moins que les personnes d'expériences ou les spécialistes en cuisine tels que les chefs cuisiniers. L'industrie a supporté indirectement une faible partie du matériel (2%) en 1980 et 1990 par exemple pour des produits d'amaigrissement. Finalement les médias supportent aussi 2 % des contenus, présents en 1960 et 1980 ainsi, la télévision fut mentionnée dans certains documents pour supporter leur contenu.

6.2.3 Les outils proposés à la lectrice. Différents outils sont proposés aux lectrices. Plus précisément, 66 documents réfèrent à l'un de ces outils : livres de recette, photos descriptives, itinéraires de poche, double unité de mesure pour les recettes, légendes accompagnant les recettes, livres pour gourmets et bibliographie.

La double unité de mesure référant aux mesures impériales et métriques fut utilisée à partir de 1980. Elle permet de faciliter l'acte de cuisiner en familiarisant les femmes à différentes unités de mesures susceptibles d'être rencontrées dans des références de recettes hors de Châtelaine. L'itinéraire de poche est aussi un outil ; d'intérêt surtout présent en 1980. Il s'agit d'un livret avec les adresses et coordonnées pour des lieux culinaires. Les légendes accompagnant les recettes et reflétant les préoccupations pour le niveau de compétences culinaires attendues pour l'exécution de la recette et le coût sont les troisièmes en importance et furent introduites en 1990. Les photos descriptives, surtout en 1961, sont utilisées par exemple pour illustrer différentes sortes de légumineuses ou de fruits de mer. Les livres de recettes et les livres pour gourmets sont présents seulement dans les années 1980 et 1990.

Finalement quelques documents insèrent une bibliographie avec les articles ou ressources à consulter. Elle est fréquente en 1980.

6.2.4. Discussion complémentaire

En étudiant les variables associées à l'auteur et à la cible, on constate que la femme s'adresse aux femmes à travers *Châtelaine*. Les documents de ce magazine jouaient un rôle important dans la communication des informations alimentaires et nutritionnelles pendant les quatre décennies en reflétant une image propre de l'époque vécue et des intérêts de la femme majoritairement francophone mais aussi influencée par l'image de la femme dite universelle. Ainsi, la femme est la cible de ce lectorat, elle est étudiée de tous ses angles, personnels, familiaux et socioculturels. Son intérêt pour l'alimentation est du à sa responsabilité de veiller à la santé et d'assurer la qualité de nourriture présente dans l'assiette de sa famille (Le Collectif Clio, 1992).

Les outils et recommandations présentés aux lectrices supportent leur rôle de maintien de la saine alimentation de leur famille. Ces outils sont conformes aux *stratégies* du système personnel dans le modèle de Furst et al. (1996) et aident les femmes à simplifier leurs tâches relatives au choix alimentaire dans des situations différentes. D'après l'Institut de la statistique du Québec, en 2004, les femmes en emploi représentaient 55% des femmes, elles sont alors plus nombreuses que les hommes et avaient un âge médian de 41,6. Par comparaison avec les statistiques des années 60, l'âge médian des femmes était de 24 ans (Institut de la statistique du Québec, Bilan 2006). La variation croissante de l'âge moyen des femmes Canadiennes avec le temps est en relation avec l'amélioration de leur mode de vie et de leur santé. Cela explique l'importance d'étudier un lectorat féminin en général et son lien avec l'alimentation notamment parce que les femmes sont de plus en plus nombreuses sur le marché du travail et souffrent du manque de temps qui les empêchent parfois de manger sainement et de cuisiner à domicile.

Les recommandations présentes dans presque tous les documents sont surtout des conseils pour une saine alimentation en suivant des bonnes habitudes alimentaires par exemple: cuisiner à domicile. Donc, on ne fait pas juste informer mais plutôt recommander. Ainsi, le média joue un rôle de prescripteur des bonnes habitudes

alimentaires et non seulement une source d'information. Ce qui mérite un commentaire concernant le modèle de Furst et al. (1996) qui n'ont pas intégré ce rôle important du média en général et du média écrit en particulier et son influence sur les mangeurs. Seale (2002) a déjà soulevé le rôle et l'influence du média sur la santé des consommateurs et leur adoption aveugle de ces messages et idées diffusées sans discernement, par exemple: suivre un régime draconien néfaste pour la santé et promu par les médias.

La crédibilité des documents est aussi à commenter surtout pour les années 60/61 à cause de l'absence des sources de crédibilité dans un grand nombre de documents étudiés. L'Institut Châtelaine, la science et les histoires de cas s'avèrent plus importants comme sources de crédibilité que les professionnels de la santé. Dans les années 1960/1961 et 1970, les médecins étaient la source d'information nutritionnelle reliée à la bonne alimentation à laquelle se réfère les femmes. En 1980 et 1990, le rôle des diététistes dans la transmission des informations nutritionnelles est plus prononcé que ceux des médecins. Ce fait peut être dû à ce que la nutrition et l'éducation nutritionnelle est plus acceptée et diffusée dans ces deux décennies notamment avec la collaboratrice Louise-Lambert Lagacé au magazine en 1980.

Finalement, les résultats présentés dans l'article et les résultats complémentaires affirment la présence des principaux courants sociologiques de la **sociologie de l'alimentation** (le fonctionnalisme, le structuralisme et le développementalisme) dans les documents analysés. Perse (2001) a abordé l'importance et l'efficacité de l'approche structuraliste/fonctionnaliste dans l'analyse de la relation entre le média de masse et la société, ainsi, selon lui il faut étudier le média comme transmetteur des normes sociales et en même temps comme réflecteur de ces normes. L'analyse des documents nous révèle la transformation des pratiques alimentaires et une diversification des motivations du choix alimentaire avec une permanence des déterminations sociales, c'est le cas de la troisième phase de la modernité alimentaire: l'hyper modernité décrite par Ascher (2005). Cette analyse des motivations alimentaires durant les quatre années étudiées a été faite au niveau des

différentes échelles (macrosociologique, microsociologique, mésosociologique et biologique) afin d'impliquer tous les déterminants individuels et collectifs du choix alimentaire du mangeur. En général, les résultats obtenus dans ce mémoire confirment ce qu'a été avancé dans la revue de la littérature tels que: l'histoire sociologique sur l'alimentation, l'importance de « l'espace social » proposé par Condominas (1980) et « le paradoxe de l'omnivore » défini par Fischler (1990). Ainsi, ces résultats tracent le changement des motivations de l'omnivore soumis à l'impact de son espace social et culturel d'une part, et à une sorte de double contrainte entre la néophobie et la néophilie d'autre part. L'étude de ces changements des motivations alimentaires nous aident à mieux comprendre le mangeur contemporain et sa typologie qui a été construite par Warde (1997).

Plus spécifiquement, et en comparaison avec le modèle de Furst et al. (1996), le premier et le troisième thème soit, **Santé et maladies, Corps** sont reliés à la variable « santé et nutrition » du processus de négociations dans le système personnel. Alors que le thème **Alimentation et nutrition** est relié aux deux composantes du modèle de Furst et al. (1996): les influences (facteurs personnels, contexte alimentaire, ressources et cadre social) et au système personnel avec son processus de négociations (considérations monétaires, perceptions sensorielles, praticité, qualité, santé et nutrition) et ses valeurs additionnelles (familiarité, tradition). Finalement, le dernier thème, **Société** est relié à toutes les composantes du modèle de Furst: le cours de la vie, les influences (idéaux, cadre social) et le processus de négociations (gestion des relations). Ainsi, les quatre thèmes couvrent toutes les variables des trois composantes majeurs du modèle de Furst et al. (1996) conduisant aux stratégies appliquées dans le choix alimentaire du mangeur.

Aujourd'hui en 2007, les quatre thèmes identifiés en 1960/61, 1970, 1980 et 1990 sont toujours présents mais les variables varient en importance selon les facteurs personnels et collectifs entourant le choix alimentaire des Canadiens (l'âge, le sexe, le revenu, la politique, le média, les connaissances, l'économie, la psychologie, la physiologie, la disponibilité, l'accessibilité, la famille, les pairs, le statut social et culturel, la santé mentale, etc.) (Power, 2005; Raine, 2005). Ainsi, si les motivations alimentaires diffèrent selon le segment de la population canadienne étudiée, le rôle de

la femme reste presque le plus dominant dans le choix alimentaire (Raine, 2005). Parmi les motivations alimentaires contemporaines des groupes spécifiques au Canada, les motivations des enfants et des jeunes canadiens dépendent soit de la famille, de l'école, de la restauration rapide, des médias particulièrement de la télévision qui peut parfois éclipser l'influence de la famille, les connaissances, les attitudes et les préférences alimentaires (Taylor et al., 2005). Bien qu'on observe peu d'études sur les variables associées aux motivations alimentaires des personnes âgées vivant dans la collectivité, on peut citer les plus importantes influences: l'âge, le sexe, le niveau d'instruction, les problèmes psychologiques et de santé, les habitudes de vie, les croyances, la culture, le statut social, les messages publicitaires, l'étiquetage nutritionnel, etc. (Payette et al., 2005). Enfin, les motivations alimentaires des peuples autochtones du Canada (les Indiens, les Métis et les Inuits) avec leurs diverses langues, cultures et croyances religieuses, sont assez différentes et associées au sexe, à l'âge, aux saisons, aux communautés, au statut d'emploi, à l'éducation, à la taille des ménages, au revenu, etc. (Willows, 2005).

Récemment, le sondage « Nutrition: évolution et tendances VI » mené par le Conseil Canadien des Aliments et de la Nutrition en 2006 (CCAN, 2006) s'intéressait à obtenir des informations nouvelles sur l'importance des variables reliées aux motivations du choix alimentaire chez les Canadiens. Ce rapport a étudié la connaissance et la compréhension de la nutrition par les Canadiens, l'inquiétude quant à l'innocuité des aliments, l'information sur l'alimentation et la nutrition, l'étiquetage nutritionnel, le choix alimentaire et les changements dans les habitudes alimentaires (CCAN, 2006). Les canadiens utilisent leurs connaissances pour améliorer leur alimentation, atténuer leurs inquiétudes vis-à-vis de l'innocuité alimentaire (préparation, manipulation, conservation, additifs et produits chimiques, nutriments spécifiques, pesticides) et changer leurs mauvaises habitudes dans le choix des aliments (CCAN, 2006). Leur choix alimentaire dépend surtout de leurs considérations reliées à la santé, au maintien du poids, aux nutriments (fibres, protéines, vitamines, matières grasses et gras saturés), au goût qui est plus important que le coût et à l'aspect pratique des aliments à consommer (CCAN, 2006). Cependant, ce rapport indique une variété des sources d'information nutritionnelle auxquelles les

Canadiennes sont soumise: les étiquettes des produits (77%), les médias imprimés (74%), les amis, parents et collègues (66%), les médias électroniques (65%), professionnel de la santé (51%) et diététistes (23%) (CCAN, 2006). Les résultats du rapport NÉT VI (CCAN, 2006) confirment les résultats obtenus dans ce mémoire (corps, santé et maladies, alimentation et nutrition) à l'exception des variables associées à la société (famille, culture, féminisme et environnement) non abordées dans le sondage mené. La grande différence réside dans les sources d'information et leur crédibilité. Selon le rapport, les étiquettes des produits seraient en 2006 la principale source d'information nutritionnelle et précèdent les médias écrits, ce fait peut être une conséquence du manque de temps dans l'horaire chargé des Canadiens possédant quelques secondes pour choisir un produit à l'épicerie (Duhamel, 2007). Cependant, le rôle des professionnels de la santé et des diététistes est plus important en 2006 ce qui explique l'acceptation plus large de leurs rôles au sein de la collectivité canadienne dans la nouvelle décennie 2000 et possiblement une médicalisation de l'alimentation.

6.2.5 Limites de l'étude et pistes de recherche

Malgré que cette étude ait présenté une description exhaustive des fréquences et types des documents reliés à l'alimentation apparus dans un magazine populaire francophone féminin durant les quatre décennies, quelques limites laissent des questions sans réponses. Premièrement, le manque d'information sur les politiques de l'éditorial et les statistiques antérieures sur le lectorat de *Châtelaine*. Une connaissance supplémentaire des politiques de ce magazine et du lectorat peuvent compléter les interprétations des résultats de cette étude. Deuxièmement, notre choix délibéré pour les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990 peut être non représentatif des décennies 60, 70, 80 et 90. Une étude des numéros publiés dans d'autres années d'une même décennie peut aider à faire une comparaison des résultats obtenus et par la suite supporter une généralisation sur la décennie entière. Troisièmement, l'analyse des numéros de l'année 2000, qui n'a pas été menée dans le cadre de notre étude, pourrait compléter l'interprétation de l'évolution des motivations du choix alimentaire étudiées. Quatrièmement, l'analyse des autres composantes de *Châtelaine* (publicités alimentaires, recettes) est nécessaire pour l'étude de leur fluctuation entre eux et par

rapport au magazine dans sa totalité. par exemple, l'étude des publicités alimentaires et leur variation en contenu au fil des années et en comparaison avec le contenu des textes référant à l'alimentation serait d'intérêt. De même, l'analyse des recettes proposées parallèlement avec les recommandations des articles serait aussi d'intérêt. Cinquièmement, la reproductibilité de l'analyse menée pour une seule année doit être complétée par une recherche de la validité interjuge menée sur l'analyse des 51 numéros analysés avec les 30 variables dans les trois autres années. Finalement, l'étude a été produite dans un seul magazine mais il n'est pas clair que les motivations décelées de ce magazine pour les quatre années soient présentes dans d'autres magazines populaires.

Ainsi, en terme de pistes de recherche, des études issues de magazines et sources de média différentes tels que les journaux aideraient à éclairer les résultats obtenus dans cette recherche et à confirmer si les conclusions reflètent les motivations générales à l'égard de l'alimentation pour les quatre décennies étudiées dans les documents spécifiques à Châtelaine. Il serait aussi d'intérêt de pouvoir obtenir des données historiques verbales par le biais d'entrevues avec les lectrices de Châtelaine à chaque décennie et observer ainsi si les motivations rapportées par les femmes rejoignent celles déduites des analyses de documents écrits. Il serait d'intérêt dans le cas d'un autre projet, d'une part, d'associer certains faits saillants des motivations étudiées à des dépenses alimentaires par exemple, le pourcentage d'évolution de la dépense alimentaire des fruits et légumes durant ces années; d'autre part, de mettre en relation les faits saillants associés à des motivations avec les publicités alimentaires durant ces années étudiées. Aussi, la grille d'analyse peut être prise pour analyser d'autres matériels médiatiques référant aux motivations alimentaires et leur évolution dans le temps. Finalement, l'analyse des variables identifiées en fonction de la proportion relative à chaque type de document étudié pour chacune des années serait intéressante pour compléter l'évaluation de la continuité et/ou rupture des motivations alimentaires. Elle permettrait une analyse non seulement au fil du temps mais aussi par rapport aux divers types de documents les traitant au sein d'une même année. En bref, au lieu d'analyser l'évolution de la fréquence des types de documents en fonction des

années, une autre perspective pourrait être de s'intéresser à la proportion relative des différents types de documents à l'intérieur d'une même année.

7. Conclusion

Châtelaine conçoit selon ses propres perspectives les modalités d'action de la femme dans la société, elle se veut un lien entre les tâches féminines traditionnelles et les nouveaux champs d'action qui s'ouvrent aux femmes sans perdre l'équilibre entre travail, foyer et famille. Ce sont toutefois les présentations des Canadiennes francophones contemporaines par ce magazine qui nous livrent le plus explicitement des exemples ou des stéréotypes de vies qui rayonnent à l'extérieur des domiciles et de leurs rôles traditionnels de ménagères (Valois, 1967). C'est en vue d'enrichir sa vie personnelle et celle de son entourage que la femme s'intéresse au monde qui l'entoure, lequel est illustré explicitement dans le média écrit et surtout dans les magazines féminins. Ainsi, *Châtelaine* a essayé de présenter aux femmes, particulièrement aux Canadiennes francophones, l'évolution de la condition féminine à laquelle elles sont soumises.

En résumé, l'approche de l'imagination sociologique étudiant le fait dans son contexte social et historique et utilisée dans l'analyse des messages de média écrit nous a permis d'identifier les différentes variables associées aux motivations alimentaires et leurs fluctuations dans le temps. Ces motivations dépendent de l'interaction des facteurs individuels et collectifs, et varient surtout avec les facteurs biologiques (âge et sexe). Cette étude a confirmé ce qui a été avancé par le modèle de Furst et al. (1960) sur les différentes variables personnelles, culturelles et sociétales du choix alimentaire. Ces variables émergent d'une façon différente d'une année à l'autre mais sont toujours entremêlées.

Enfin, le média écrit est une image de l'époque vécue, il joue un rôle important en suggérant comment la femme se voit elle-même et/ ou aspire à être. Ainsi, l'analyse des textes alimentaires du magazine féminin québécois francophone « *Châtelaine* » durant les années 1960/61, 1970, 1980 et 1990 peut nous révéler les courants dominants associés aux motivations alimentaires des femmes. Cependant, il

existe une certaine réciprocité entre l'individu et son environnement donc on ne peut déterminer avec certitude si les médias influencent ou reflètent les motivations alimentaires et le comportement de l'individu.

Bibliographie

American Dietetic Association (ADA report). Position of the American Dietetic Association: Food and Nutrition Misinformation. *Journal of the American Dietetic Association* 2006; 106:601-607.

Ascher F. *Le mangeur Hypermoderne* 2005. Odile Jacob, Paris.

Bandura A. *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory* 1986. Englewood Cliffs: Prentice- Hall, New Jersey.

Barr SI. Nutrition in food advertising: content analysis of a Canadian women's magazine, 1928-1986. *Journal of Nutrition Education* 1989; 21: 64-71.

Beardsworth A, Bryman A, Keil T, Goode J, Haslam Ch, Lancashire E. Women, men and food: the significance of gender for nutritional attitudes and choices. *British Food Journal* 2002; 104 (7): 470-491.

Blake C, Bisogni CA. Personal and family food choice schemas of rural women in upstate New York. *Journal of Nutrition Education Behavior* 2007; 35: 282-293.

Bowman S. A comparison of the socioeconomics characteristics, dietary practices and health status of women food shoppers with different food price attitudes. *Nutrition Research* 2006; 26: 318-324.

Brewis J, Jack G. Pushing speed? The marketing of fast and convenience food. Consumption. *Markets and Culture* 2005; 8 (1): 49-67.

Bush M. Avant-propos de santé Canada. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S4.

Castel R. *L'individu hypermoderne* 2004. Érés, Ramonville Saint-Agne.

Châtelaine. *Pages éditoriales*. www.chatelaine.com (access in October 2007).

Commuri S, Ekici A, Kennedy P. Historical review of advertising targeting mothers: content analysis under sociological imagination of ads in 1920s,1950s and 1980s. *Advances in Consumer Research* 2002; 29: 114-123.

Condominas G. *L'espace social à propos de l'Asie du Sud-Est* 1980. Flammarion, Paris.

Conseil Canadien des Aliments et de la Nutrition (CCAN). *Nutrition: évolution et tendance VI (NÉT VI)* 2006; VI:1-92.

Cullen K, Baranowski T, Watson K, Nicklas T, Fisher J, O'Donnell S, Baranowski J, Islam N, Missaghian M. Food category purchases vary by household education and race/ethnicity: Results from grocery receipts. *Journal of the American Dietetic Association* 2007;107(9): 1747-1752.

Desjeux D. La décision entre stratégie consciente et force aveugle. *Sciences Humaines* 1993; 2: 43-46.

Desjeux D. «Tiens bon le concept, j'enlève l'échelle...d'observation !». *Utinam* 1996; (20): 15-44.

Desjeux D. *Les échelles d'observation de la consommation* 1998. Editons Sciences Humaines, Paris.

DesMeules M, Kazanjian A, McLean H, Payne J, Stewart D, Vissandjée B. Synthesis: Pulling it all together. *Women's Health Surveillance Report* 2003: 65-72.

Douglas M. Les structures du culinaire. *Communications* 1979; 31: 145-169, Paris.

Duhamel PG. Pour remettre le au cœur de l'assiette!. *Mémoire de l'Ordre professionnel des diététistes du Québec déposé dans le cadre des travaux de la Commission sur l'avenir de l'Agriculture et l'Agroalimentaire du Québec* 2007 ; 1-43.

Elias N. *La civilisation des mœurs* 1939. Calmann-Levy, Paris.

Fischler C. *L'omnivore* 1990. Odile Jacob, Paris.

Frank J, Finegood D. Avant-propos des instituts de recherche en santé du Canada. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S5.

Fraser S. *A woman's place. Seventy years in the lives of Canadian women* 1997. Maclean Hunter Publishing Limited, Toronto.

French SA. Pricing effects on food choices. *American Society of Nutritional Sciences* 2003; Supplement: 841S-843S. Presented as part of the symposium "Sugar and fat- From genes to culture" given at the experimental biology '02 meeting in New Orleans, LA, April 23, 2002.

Fridman V, Ollivier M. Ouverture ostentatoire à la diversité et cosmopolitisme. *Revue de Sociologie et Sociétés* 2004; 36 (1): 105-126.

Friedan B. *The feminine Mystique* 1963. W.W.Norton & Comapnay Inc Publication, NewYork.

Furst T, Connors M, Bisogni CA, Sobal J, Winter FL. Food choice: a conceptual model of the process. *Appetite* 1996; 26: 247-266.

Germov J, Williams L. *A sociology of food and nutrition. The social appetite* 1999. Oxford Univerity Press, Oxford.

Glanz K, Kolonel LN. Culture, religion, diet and health: challenges and opportunities. *Nutrition* 1998; 14 (2): 238-240.

Goody J. *Cooking, cuisine and class. A study in comparative sociology* 1984. Alors, Paris.

Harris M. *Good to eat, Riddles of food and culture* 1985. Simon & Schuster, New York.

Helms MW. *Ulysses'Sail: An Ethnographic Odyssey of Power, Knowledge and Geographical Distance* 1988. Princeton University Press, Princeton.

Hill J, Wyatt H, Reed G, Peters J. Obesity and the environment: Where do we go from here?. *Science* 2003; 299: 852-855.

Holm L, Kildevang H. Consumers' view on food quality: a qualitative interview study. *Appetite* 1996; 27: 1-14.

Hooper M, Kirkpatrick S, Ellis A, McIntyre B. Les facteurs qui conditionnent nos habitudes alimentaires. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S6-7.

Institut de la statistique du Québec. Gouvernement du Québec. *Le Québec: Chiffres en main*. Edition 2006. www.stat.gouv.qc.ca (access in Novembre 2007).

Institut de la statistique du Québec. L'évolution de la population totale, le mouvement de la population et la structure de la population. *La situation démographique au Québec*. Bilan 2006. www.stat.gouv.qc.ca (access in November 2007).

Jacobson J. Analysis of weight-related advertisements and nutrition articles in popular women's magazines. *A thesis submitted to the faculty of Brigham Young University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Nutrition* 2003; 1-82.

Korinis M, Korlund MK, Belli G, Donohue JM, Johnson JM. Comparison of calcium and weight loss information in teen-focused versus women's magazines over two 4-year periods (1986-1989 and 1991-1994). *Journal of Nutrition Education* 1998; 30(3): 149-154.

Krippendorff K. Content analysis. An introduction to its methodology 1980. Beverly Hills, CA: Sage.

Larson N, Neumark-Sztainer D, Hannan P, Story M. Family meals during adolescent are associated with higher diet quality and healthful meal patterns during young adulthood. *Journal of the American Dietetic Association* 2007;107(9): 1502-1510.

Le collectif Clio. *L'histoire des femmes au Québec depuis quatre siècles* 1992. Le Jour éditeur, Montréal.

Le Gall M. De la préoccupation pour l'environnement à la consommation durable. *CREREG* 2002; 25: 1-16.

Lévi-Strauss C. *Le cru et le cuit* 1964. Plon, Paris.

Lévi-Strauss C. Le triangle culinaire. *L'Arc* 1965; 26: 19-29, Paris.

M.M, Kronld, Lau D. Acculturation and Food Habits. *Health and Culture* 1993:187-196.

Marquis M, Dubeau C. Potential of the internet to address topics of interest in nutrition. *Nutrition and Food Science* 2006; 36 (4): 218-224.

Martens L, Scott S. "The unbearable lightness of cleaning": Representations of domestic practice and products in Good Housekeeping Magazine (UK): 1951-2001. *Consumption, Markets and Culture* 2005; 8 (4): 379-401.

McGuire WJ. The myth of massive media impact: savaging and salvagings. In public communication and behavior 1986. Academic Press, New York.

Meister K. Nutrition Accuracy in Popular Magazines: January 2004- December 2005. *American Council on Science and Health* 2007. Report of the survey presented by ACSH.

Mennell S. *All Manners of Food (Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the present)* 1985. Basil Blackwell, Oxford.

Mills CW. *White Collar: The American Middle Classes* 1951. Oxford University Press, New York.

Mills CW. *The Sociological Imagination* 1959. Oxford University Press, New York.

Morin E. *L'esprit du temps* 1962. Grasset, Paris.

Nestle M. Food Politics. *How the food industry influences nutrition and health* 2003. University of California Press, London.

Neumark-Sztainer D, Butler R, Palti H. Personal and socioenvironmental predictors of disordered eating among adolescent females. *Journal of Nutrition Education* 1996; 28: 195-201.

Paquette MC. Perceptions de la saine alimentation. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S16-21.

Payette H, Shatenstein B. Les déterminants de la saine alimentation chez les personnes âgées vivant dans la collectivité. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S30-35.

Perse EM. *Models of media effects* 2001. Chapter 2-3, p. 23-56. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.

Peterson RA. Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics* 1992; 21: 243-258.

Polivy J, Herman CP. La santé mentale et les comportements alimentaires. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S49-53.

Potter B, Sheeshka J, Valaitis R. Content analysis of infant feeding messages in a Canadian women's magazine, 1945 to 1995. *Journal of Nutrition Education* 2000; 32 (4): 196-203.

Poulain Jean-Pierre. *Sociologies de l'alimentation* 2002. Puf, Paris.

Power E. Les déterminants de la saine alimentation chez les Canadiens à faible revenu. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S42-38.

Raine K. Les déterminants de la saine alimentation au Canada. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S8-15.

Reardon Thomas, Farina E. The rise of private of food quality and safety standards: illustrations from Brazil 2001: 1-16. Presented at the International Food and Agribusiness Association's 2001 Symposium, 27 June, Sydney, Australia.

Ricciuto LE, Tarasuk VS. An examination of income-related disparities in the nutritional quality of food selections among Canadian households from 1986-2001. *Social Science and Medicine Journal* 2007; 64: 186-198.

Ricciuto LE, Tarasuk VS, Yatchew A. Socio-demographic influences on food purchasing among Canadian households. *European Journal of Clinical Nutrition* 2006; 60: 778-790.

Richards A. *Land, Labour and Diet in Northern Rhodesia, an economic study of the Bemba tribe* 1939. Oxford University Press, Oxford.

Rjediger ND, Shoostari S, Moghadasian MS. The influence of sociodemographic factors on patterns of fruit and vegetable consumption in Canadian adolescents. *Journal of the American Dietetic Association* 2007;107(9): 1511-1518.

Rocheffort R. *Le consommateur entrepreneur. Les nouveaux modes de vie* 1997. Odile Jacob, Paris.

Rockett H. Family dinner: More than just a meal. *Journal of the American Dietetic Association* 2007;107(9): 1498-1501.

Sawyer-Morse M. What's for dinner? Factors that influence food choices. *Today's Dietitian* 2007; 7(1):68-74.

Seale C. *Media & Health* 2002: 1-244. Sage Publications, London.

Shapiro L. *Perfection Salad* 1986. Modern Library, New York.

Shapiro L. *Something from the oven* 2004. Viking Penguin, London.

Shibanai Y, Yasuno S, Ishiguro I. Effects of global information feedback on diversity extension to Axelrod's adaptive culture model. *Journal of conflict resolution* 2001; 45(1): 80-96.

Steptoe A, Pollard TM. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite* 1995; 25: 267-284.

Strychar I, *Dietary Behaviours, Nutrition programs and Counselling: A Guide for Nutrition Educators* 2007; 1-93. Département de nutrition, Université de Montréal et Centre Hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM), Montréal.

Taylor J, Evers S, McKenna M. Les déterminants de la saine alimentation chez les enfants et les jeunes. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S22-29.

Underhill, P. *La science du shopping. Comment le merchandising influence l'achat* 2001. Village Mondial, Paris.

Utilization Review Accreditation Commission (URAC). *Setting the public agenda for online health search- a white paper and action agenda 2003*. www.urac.org (access in Octobre 2007).

Valois, J. La presse féminine et le rôle social de la femme. *Revue «Recherches sociographiques»* 1967 ; 8 (3): 351-375.

Warde A. *Consumption, food and taste* 1997. Sage, Londres.

Weber RP. *Basic content analysis* 1985. CA: Sage, Berkeley.

Weston L, Ruggiero J. The popular approach to women's health issues: A content analysis of women's magazines in the 1970's. *Women and Health* 1986; 10(4): 47-62.

Willows N. Les déterminants de la saine alimentation chez les peuples autochtones du Canada. *Revue Canadienne de Santé Publique* 2005; 96 (Suppl 3): S36-41.

Annexe 1

Grille de codification des variables représentant le matériel étudié, les thématiques traitées et les variables des résultats complémentaires.

1. Le matériel étudié

1.1 Année

1960-1961	Octobre 1960 à Décembre 1960 Janvier 1961 à Décembre 1961
1970	Janvier 1970 à Décembre 1970
1980	Janvier 1980 à Décembre 1980
1990	Janvier 1990 à Décembre 1990

1.2 Mois

Janvier	1961, 1970, 1980, 1990
Février	1961, 1970, 1980, 1990
Mars	1961, 1970, 1980, 1990
Avril	1961, 1970, 1980, 1990
Mai	1961, 1970, 1980, 1990
Juin	1961, 1970, 1980, 1990
Juillet	1961, 1970, 1980, 1990
Août	1961, 1970, 1980, 1990
Septembre	1961, 1970, 1980, 1990
Octobre	1960,1961, 1970, 1980, 1990
Novembre	1960,1961, 1970, 1980, 1990
Décembre	1960,1961, 1970, 1980, 1990

1.3 Type d'article

Court texte	Un document d'au maximum d'une page
-------------	-------------------------------------

Article et recette	Un document écrit incluant des recettes
Nouveautés (trouvailles)	Document traitant les nouveaux produits ou innovations alimentaires
Recettes seulement	Un document incluant des recettes seulement
Guide de consommation	Informations et détails de consommation
Article de fond	Article de plus d'une page
Reportage	Un document incluant un reportage traitant un sujet précis
Enquête	Un document présentant les résultats d'une enquête
Rubrique mensuelle	Rubrique répétée dans chaque numéro
Quiz	Des questions et des réponses sous forme de vrai ou faux
Guide gastronomique	Informations et détails gastronomiques
Concours	Concours annuel pour élire la personnalité Châtelaine de l'année. Il est mené par « Institut Châtelaine ».

2. Les quatre thématiques

2.1 La thématique: alimentation et nutrition

2.1.1 Catégories alimentaires

Produits céréaliers	La catégorie des produits céréaliers tel que définie par le Guide alimentaire canadien.2007
Fruits et légumes	La catégorie des fruits et légumes tel que définie par le Guide alimentaire canadien.2007

Produits laitiers	La catégorie du lait et substituts céréaliers tel que définie par le Guide alimentaire canadien.2007
Viandes et substituts	La catégorie des viandes et substituts céréaliers tel que définie par le Guide alimentaire canadien.2007
Alcool	Boisson alcoolique.
Produits de santé naturels	Produits naturels et non artificiels.
Assaisonnements	Produits pour assaisonner les plats et les salades.
Matières grasses	Beurre, huile, margarine.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.1.2 Repas

Repas de midi	Plats mangés à l'heure du midi.
Menu	Ensemble de plusieurs plats constituant un menu entier.
Goûter/collation	Produits mangés entre les trois repas essentiels quotidiens.
Souper	Le repas essentiel quotidien le plus tardif.
Desserts	Sucreries, gâteries, biscuits, etc.
Pique-nique	Repas à manger hors domicile, dans la nature.
Conserves	Produits alimentaires conservés dans des boîtes de conserves
Bébé/nourrisson	Repas spéciaux pour les bébés et les nouveau-nés.
Des icônes	Repas manger par les vedettes surtout celles de la télévision.

Jeunes	Repas faciles à être préparés par les jeunes.
Petit déjeuner	Plats mangés le matin.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.1.3 Qualité alimentaire

Qualité	Qualité sanitaire et nutritive des aliments par exemple: aliments nutritifs et bons pour la santé.
Hygiène	Propreté et salubrité alimentaire.
Sceau d'approbation Châtelaine	Sceau d'approbation de qualité donné par l'Institut Châtelaine pour certains produits alimentaires.
Normes sanitaires	Normes et standards de saine et bonne qualité alimentaire répandus dans la société
Réglementation gouvernementale	Les lois et règles fixées par le gouvernement.
Emballage	Emballage des produits alimentaires, par exemple: bouteille en plastique, en verre.
Étiquetage	Étiquetage sur les produits à consommer.
Désinfectant	Produit nécessaire pour assurer une bonne hygiène.
Rôle de l'industrie	Rôle exercé par l'industrie en ce qui concerne le suivi des réglementations gouvernementales comme l'étiquetage obligatoire et le bon emballage, etc.

Rôle du consommateur	Rôle exercé par le consommateur en effectuant un choix de produits
Marketing et communication	Leur rôle dans la diffusion des connaissances et informations relatives à la qualité alimentaire.
3 RVE	Réduction, réemploi, recyclage, valorisation et élimination.
Éducation et information	Impact de la connaissance sur la prévention de la qualité alimentaire, par exemple: une bonne connaissance des normes sanitaires aident à éviter les mauvaises qualités alimentaires.
Organisation et planification	Organisation et planification des approvisionnements alimentaires.
Modernité	Produits alimentaires résultants de la modernité et adaptables au nouveau mode de vie. Par exemple: les plats prêts à servir.
Enjeux psychosociaux	L'impact des problèmes psychosociaux sur le choix des aliments à consommer.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.1.4 Nutriments

Protéines (P)	Les aliments riches en protéines, ex: la viande.
Glucides (G)	Les aliments riches en glucides ex: desserts
Lipides (L)	Les aliments riches en lipides ex: le beurre.

Vitamines	Les différentes vitamines présentes dans les aliments.
Minéraux	Les différents minéraux présents dans les aliments
Calories	Le contenu calorique des aliments.
Portion	La quantité alimentaire ingérée en gramme, en morceau, etc.
Valeur nutritive	La valeur nutritive des aliments consommés.
Normes nutritives	Les recommandations et références nutritives.
Nutriments essentiels	Nutriments nécessaires pour le bon fonctionnement du corps et que le corps ne peut fabriquer lui-même.
Mythes	Fausse croyances avancées surtout par les médias
Suppléments	Les suppléments en vitamines et en minéraux.
Fibres	Le contenu en fibres de certains aliments
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.1.5 Recettes

Pour les enfants	Recettes spéciales pour les enfants.
Pour les jeunes	Recettes faciles à préparer par les jeunes.
Traditionnelles/occasionnelles	Recettes faites dans les fêtes et les occasions, par exemple: recettes de Pâques.
À vapeur	Recettes qui nécessitent une cuisson à vapeur

Au micro-onde	Recettes à préparer au micro-onde et non seulement à réchauffer.
Rapides	Recettes qui ne prennent pas de temps et n'incluant pas celles des micro-ondes.
Desserts/biscuits/gâteries Gelées/confitures/marmelades	Recettes de sucreries.
Ethniques	Recettes faites dans le contexte d'une culture précise, par exemple: recette Japonaise.
Potages/fricassés/ragoûts	Recettes différentes et variées de potages, de fricassées et de ragoûts.
Cadeaux à croquer	Les recettes qui sont destinées à des cadeaux tels que des cadeaux à préparer à base de chocolat.
Légère	Recettes faciles à digérer.
Adaptation aux modes de vie	Recettes adaptées au nouveau mode de vie en vitesse, variété et goût.

2.1.6 Prix

Gaspillage/budget/prix	Tout ce qui est en relation avec le prix des aliments à consommer.
Consommateurisme	Références aux droits et pouvoir du mangeur qu'il est en mesure de revendiquer

2.1.7 Variété

Variété	Variété en matière alimentaire
Innovation	La créativité culinaire et l'innovation des nouveaux plats à consommer qui n'existaient pas avant.

2.1.8 Goût

Goût	Les perceptions sensorielles reliées au goût.
------	---

2.1.9 Nostalgie

Nostalgie	La nostalgie reliée à la cuisine ancienne, par exemple : la cuisine de notre grand-mère.
Renouvellement de vieux concepts	Renouveler les vieux concepts alimentaires en y ajoutant des nouvelles idées pour répondre à la nostalgie recherchée et à la nouveauté vécue.

2.2 La thématique: santé et maladies

2.2.1 Conseils et recommandations pour une saine alimentation

Repas réguliers	Les 3 repas réguliers quotidiens: petit déjeuner, repas de midi et souper.
Recommandations du Guide Alimentaire Canadien	Les recommandations présentées par le Guide Alimentaire Canadien.
Alcool modéré	Consommation modérée d'alcool.
Non tabagisme	Ne pas fumer des cigarettes.
Repas équilibré et complet	Repas varié et incluant tous les nutriments nécessaires.
Variété	Manger une variété alimentaire.
Cuisiner à domicile	Préparation des repas à la maison.
Eviter les conserves	Limiter la consommation des aliments en conserves.
Eviter les repas de résistance (à la faim)	Ne pas consommer les repas riches en gras qui mène à la satiété rapide.

Eviter les aliments précuits et congelés	Limiter la consommation des aliments de praticité
Fraîcheur	Consommer des aliments frais.
Qualité	Consommer les aliments de bonne qualité.
Quantité	Contrôler les quantités à consommer.
Sommeil	Dormir et se reposer.
Surveillance alimentaire	Surveiller les aliments à consommer.
Culture	Impact de la culture sur la saine alimentation.
Besoins nutritionnels	Acquérir les besoins nutritionnels pour le bien être.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.2.2 Santé

Habitudes alimentaires	Avoir des bonnes habitudes alimentaires.
Exercice physique	Faire du sport et de l'exercice physique.
Epanouissement personnel	Faire des activités préférées pour soi-même.
Activités/loisirs intellectuels	Se divertir par des activités intellectuelles donnant des idées sur la façon de maintenir une bonne santé, par exemple: la lecture, les expositions alimentaires.
Poids santé	Maintenir un poids santé.
Soleil et air frais	Se divertir dans la nature et au soleil.
Support environnemental	Support de la part de: famille, pairs, collègues de travail, etc. pour maintenir une bonne santé.
Non tabagisme	Ne pas fumer.

Alcool modéré	Consommation d'alcool modéré.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.2.3 Régime

Amaigrissant	Régime suivi dans le but de maigrir.
Jeûne	Le jeûne religieux ou facultatif.
Restriction alimentaire	L'inanition alimentaire.
Hypolipidique	Le régime pauvre en lipides
Mythe	Le régime idéologique promu par une culture quelconque ou par le média.
Prématuré	Régime spécial pour les bébés prématurés.
Végétarisme	Régime dépourvu de viandes.
Hypocalorique	Régime faible en calories.
Léger	Régime facile à digérer.
Énergétique	Régime basé sur l'énergie totale.
Draconien et sévère	Régime très sévère mais plus faible que l'inanition.
Attitude face aux régimes	Les barrières à l'adhésion aux régimes.

2.2.4 Maladies

Troubles gastro-intestinaux	Les maladies reliées aux troubles digestifs et gastro-intestinaux.
Allergie	Les allergies alimentaires
Médication	Les médicaments pour les traitements des maladies.
Cystite	Inflammation de la vessie.
Infertilité	Les problèmes reliés à la fertilité.

Cholestérol	La maladie due à l'augmentation du cholestérol, HDL et LDL plasmatiques.
Anémie	Les anémies dues à une mauvaise alimentation.
Angine abdominale	L'obstruction des vaisseaux sanguins du cœur.
Alcoolisme	Relation entre alcool et maladies.
Sédentarité	Les maladies associées au manque d'exercice.
Vieillesse	Les maladies reliées au vieillissement.
Hérédité	Les maladies héréditaires.
Maladies immunitaires	Les maladies reliées au système immunitaire.
Dialyse	La maladie du mauvais fonctionnement des reins.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

2.3 La thématique : Société

2.3.1 Famille

Enfant /mari	L'intérêt de la femme pour ses enfants et son mari.
Famille élargie	L'intérêt de la femme pour la famille plus large, par exemple: grands parents.

2.3.2 Culture

Culture Québécoise	L'histoire et la culture particulière du Québec.
Ethnicité	Référence à la culture de d'autres ethnies.

2.3.3 Féminisme

Féminisme	Tout ce qui est en rapport avec l'émancipation du rôle de la femme.
-----------	---

2.3.4 Environnement

Environnement	Tout ce qui est relié à la consommation verte et à la protection de l'environnement.
---------------	--

2.4 La thématique : Corps

2.4.1 Corps

Image corporelle	L'intérêt pour le poids relié à l'apparence
La silhouette	L'intérêt pour le poids dans le but d'avoir une bonne ligne et une belle forme.
Exercices physiques	La pratique des exercices physiques pour maintenir un beau corps
Métabolisme	L'intérêt pour le poids du point de vue physiologique.
Beauté (mode, attirance, coquetterie)	L'intérêt pour le poids désirable ou pour simplement suivre les modèles de beauté promus par le média.
Normes sociales	Les normes sociales relatives au corps acceptable dans une culture et époque données, par exemple: la minceur en 1970.

2.4.2 Poids

Obésité	L'accumulation excessive de graisse dans le corps
Désordres alimentaires	Anorexie et boulimie.
Poids insuffisant	Le poids très faible et anormal.
Embonpoint	Un poids élevé et avec un risque de l'obésité.
Santé	Lorsque le poids reflète une bonne santé.
Appétit	Relation entre poids et appétit.
Culte de minceur	Lorsque le poids suit le culte de minceur.
Les références concrètes à un poids désirable	Barèmes et mesures utilisés exprimées en Kg.

3. Résultats complémentaires

3.1 Profil du lectorat

3.1.1 Auteur

Femme	L'auteur du document est une femme
Homme	L'auteur du document est un homme
Institut Châtelaine	L'auteur du document est l'institut de Châtelaine, qui est un outil marketing du magazine «Châtelaine», duquel les annonceurs peuvent obtenir le «sceau d'approbation» pour donner davantage de crédibilité à leurs produits.
Collectif	Plusieurs auteurs ont écrit le document
Industrie	L'auteur de l'article est l'industrie
NA	L'auteur du document n'est pas mentionné

3.1.2 Cible

Nouveau-né	La cible est la femme intéressée par le sujet des bébés.
Enfant/adolescent	La cible est la femme intéressée par les enfants, les adolescents.
Femme enceinte	La cible est la femme enceinte.
Femme ménopausée	La cible est la femme ménopausée.
Homme	La cible est l'homme.
Alcoolique	La cible est la femme entourée par l'alcoolisme.
Jeunesse	La cible est les jeunes
Adultes âgés	La cible est les adultes âgés
Ménagères	La cible est les femmes ménagères.
Femme au travail	La cible est la femme au travail.
Consommatrices	La cible est les consommatrices.
Culturels	La cible est ceux qui s'intéressent à la culture.
Québécoises	La cible est les canadiennes francophones.
Industrie	La cible est l'industrie alimentaire.
Femmes allaitantes	La cible est la femme allaitante.
Services de garde et écoles	La cible est les services de garde et les écoles.
Femme mariée sans enfant	La cible est la femme mariée sans enfant.
Associations sociales féminines	La cible est les associations sociales féminines tels que, associations des fermières.
État et gouvernement	La cible est le gouvernement.
Plusieurs	La cible est une combinaison de certaines de ces variables citées.

3.2 Sources de crédibilité

Diététiste (Dt.P.)	La source de crédibilité des documents est les diététistes.
Médecin (MD)	La source de crédibilité des documents est les médecins.
Sciences	La source de crédibilité des documents est la science.
Histoire de cas	La source de crédibilité des documents est la personne communiquant son histoire, son cas.
État et gouvernement	La source de crédibilité des documents est l'état, le gouvernement.
Chef cuisinier	La source de crédibilité des documents est un chef cuisinier.
Média	La source de crédibilité des documents est le média.
Industrie	La source de crédibilité des documents est l'industrie.
Institut Châtelaine	La source de crédibilité des documents est l'institut Châtelaine.
NA	La source de crédibilité des documents n'est pas mentionnée.

3.3 Outils

Non	Absence d'utilisation d'outils.
Oui	Utilisation d'outils mais pas alimentaires.
Livres de recettes	Livres avec des recettes détaillées.
Itinéraire de poche	Livret avec adresses et coordonnées pour des lieux culinaires, un petit guide.

Photos descriptives	Images des produits alimentaires utilisés ou mentionnés.
Double unité de mesure	Mention d'unité de mesures impériales et métriques dans les ingrédients des recettes,
Légende/recette	Description en tableau du niveau de temps et de prix pour chaque recette, par exemple: exécution = facile, moyennement difficile, difficile et coût = modique, moyen, élevé)
Livre pour gourmets/gourmands	Livre descriptifs des recettes sélectionnées pour les gourmands.
Bibliographie	On cite à la fin du texte étudié une bibliographie de ressources.
Recommandations	Les recommandations pour réussir l'acte de cuisiner.
Plusieurs	Combinaison de certaines de ces variables citées.

Annexe 2

Le « Journal Article Record Form (JARF) » reçu de la part du Dr. Mabel Blades, éditeur du journal Nutrition and Food Science et signé par le premier auteur (Sima Hamadeh) et par le second auteur (Dr. Marie Marquis).

L'article « Food Motivation: Content analysis of Châtelaine women's magazine » sera publié dans le volume 38, numéro 1 du journal (Février 2008).

**Université de Montréal
Faculté des études supérieures**

Ce mémoire intitulé:

**L'évolution du thème de l'alimentation et de la nutrition:
Le cas de « Châtelaine » francophone de 1960 à 1990**

**Présenté par
Sima HAMADEH**

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

**Dr. Olivier RECEVEUR
Président-Rapporteur**

**Dr. Marie MARQUIS
Directrice de recherche**

**Dr. Irene STRYCHAR
Membre du jury**