

QU'EST-CE QU'UN EXPERT EN PARENTALITÉ ? ANALYSE D'UN CORPUS DE MÉDIAS NUMÉRIQUES UTILISÉS PAR LES PARENTS

Marie BASTIEN¹, Baptiste CAMPION², Caroline ROBBEETS³, Jerry JACQUES⁴, Margaux ROBERTI-LINTERMANS⁵, Aurore FRANÇOIS⁶,
Laura MERLA⁷

Cet article analyse un corpus de 197 médias numériques utilisés par des parents d'enfants en bas âge (≤ 6 ans) dans l'exercice de leur parentalité. Il se centre principalement sur la manière dont sont construites et représentées des figures présentées comme « expertes » dans ce domaine. L'analyse met au jour une interpénétration entre des critères de légitimation scientifiques et institutionnels et des critères découlant de l'expérience parentale. Le corpus montre bien les transformations des figures expertes opérées tout au long du XX^e siècle et plus récemment par les médias numériques, et permet d'interroger les évolutions du rapport à l'expertise.

1 Marie BASTIEN est assistante et doctorante à l'UCLouvain.

2 Baptiste CAMPION est chargé de cours à l'Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS).

3 Caroline ROBBEETS est doctorante à l'UCLouvain.

4 Jerry JACQUES est professeur à l'UCLouvain.

5 Margaux ROBERTI-LINTERMANS est collaboratrice au Centre d'Archives et de Recherches pour l'Histoire des Femmes (AVG-Carhif) et professeure invitée à l'UCLouvain.

6 Aurore FRANÇOIS est professeure à l'UCLouvain.

7 Laura MERLA est professeure à l'UCLouvain.

Introduction

Devenir parent amène à se poser nombre de questions concernant l'éducation et la santé de ses enfants (e.g. Garbutt *et al.*, 2012 ; Sorbring, 2014). Ces questionnements poussent les parents à se renseigner et à construire activement des connaissances sur la base d'informations relatives à des thématiques variées (nutrition, usage des écrans, vaccination, etc.) qu'ils rencontrent au cours de leurs pratiques médiatiques et informationnelles quotidiennes sur le web (e.g. Baker *et al.*, 2017 ; Haslam *et al.*, 2017). Ces sources numériques sont souvent très hétérogènes, tant sur le plan de leurs formats que des sujets qu'elles traitent ou des acteurs qui les créent et les partagent. Certains de ces médias en ligne abordant la parentalité relèvent de campagnes de communication sociale (Frenette, 2009) conçues et diffusées par des acteurs à l'expertise reconnue socialement (institutionnels, associatifs, scientifiques, journalistes, etc.). Mais à côté de ceux-ci, on note également une multitude d'acteurs parfois très différents (entreprises privées, amateurs « experts », simples utilisateurs) qui se saisissent aujourd'hui des possibilités offertes par le numérique pour communiquer sur ces enjeux (Jenkins, 2006). On assiste à l'émergence de nouveaux acteurs, non-professionnels ou exerçant des professions nouvelles ou jusque-là éloignées des discours considérés comme légitimes sur la parentalité (comme les coachs, les influenceurs, etc.) dans un champ qui était traditionnellement « réservé » aux experts reconnus par la science et/ou ayant un ancrage institutionnel (médecins, diététiciens, éducateurs, etc.). Pour les institutions en charge de la petite enfance et du soutien à la parentalité, la complexité de ce paysage médiatique et l'émergence de ces nouveaux acteurs sont des enjeux majeurs qui les obligent à questionner leur positionnement dans l'espace médiatique et social autant que ce qui fonde une expertise qui peut parfois apparaître marginalisée par ces « nouveaux experts » de la parentalité. C'est un enjeu d'autant plus important pour les acteurs « traditionnels » de l'accompagnement de la parentalité que cette diversification du champ suscite des interrogations sur la fiabilité et la sécurité des conseils ainsi véhiculés.

Nous appuyant sur les résultats d'une recherche financée et menée en Belgique francophone dans le cadre d'ONE Academy, un partenariat

entre l'Office belge de la Naissance et de l'Enfance (ONE)⁸ et les universités pour dynamiser la recherche collaborative dans le champ de l'enfance, cette contribution se centre sur la façon dont se construit l'expertise dans les médias numériques utilisés par les parents comme ressource, tant sur le plan de leur représentation que des critères mis en avant pour justifier cette expertise. Il s'agit de chercher à comprendre, nuancer et dépasser une opposition directe entre professionnels et nouveaux intervenants dans le champ de la parentalité afin de mieux comprendre comment les acteurs des discours numériques sur la parentalité se construisent et se positionnent au croisement de multiples contraintes. Dans un premier temps, nous allons poser quelques balises visant à mettre en perspective les concepts d'expert et d'expertise. Ensuite, nous présenterons la méthode et le corpus sur lequel se fonde cette analyse. Enfin, nous présenterons les résultats en nous focalisant sur les questions posées par cette « concurrence des expertises » en parentalité.

1. Les enjeux de l'expertise

Questionner les médias de la parentalité et leurs discours impose de se demander qui est légitime pour s'exprimer, conseiller ou prescrire à ce sujet. Quelles sont les figures détentrices des savoirs légitimes ? Dans cette contribution, nous avons cherché à les questionner au départ des concepts d'expert et d'expertise (vue à la fois comme la qualité et l'activité de l'expert). Ceux-ci sont en réalité des « objets flous » (Bérard & Crespin, 2010) qui recouvrent de multiples déclinaisons et dimensions approchées de diverses façons dans la littérature.

L'expert est historiquement un artisan capable de théoriser son expérience et sa compétence, et de s'en faire le médiateur entre le terrain et des patrons distants (Graber, 2009). Cette capacité est notamment exploitée dans la pratique judiciaire consistant à faire appel à des rapports rédigés par des personnes ayant une habileté particulière, généralement liée au métier, permettant d'éclairer les juges sur des cas controversés (Béroujon, 2008). Profondément liée à la régulation des

8 L'Office de la Naissance et de l'Enfance (ONE) est un organisme d'intérêt public chargé des questions relatives aux politiques de l'enfance ainsi qu'à la protection de l'enfant, à son accompagnement médico-social préventif (du périnatal à ses 6 ans) et à son accueil en dehors du milieu familial. L'ONE a également d'autres missions dont celle du soutien à la parentalité, dès la période périnatale.

sociétés, l'expertise rompt avec le pouvoir discrétionnaire du souverain sous l'Ancien Régime en conférant de nouvelles formes d'autorité au gouvernement, basées sur une connaissance revendiquée comme objective (Rose, 1993). Dans la société industrielle du XIX^e siècle, l'expertise (en particulier technique et scientifique), de plus en plus coupée de l'artisanat, se professionnalise et s'institutionnalise au service d'instances décisionnaires juridiques, politiques, administratives ou techniques ayant besoin de connaissances spécifiques. Cette autonomisation progressive de l'expertise, doublée d'un élargissement de ses champs à la faveur de la diversification et de la spécialisation des disciplines scientifiques au cours du XX^e siècle, fait de l'expert un *professionnel* de l'expertise, membre d'une forme d'élite qui en détient le monopole (Sennett, 2000), et tend à le placer dans une position surplombante par rapport aux questions à expertiser, posture supposée garantir son indépendance. L'expert, tout en s'inscrivant dans une (hyper) spécialisation, tire sa légitimité de son externalité, en important un savoir exogène à un champ particulier (François & Niget, 2011). Les universitaires et chercheurs tendent à être consacrés comme experts destinés à éclairer les gouvernants ou le public dans les débats politiques, médiatiques et sociétaux.

Bien qu'elle ne soit pas décisionnaire par nature, l'expertise peut potentiellement remplir un rôle prescriptif auprès des instances faisant appel à elle : pourquoi le pouvoir politique prendrait-il le risque d'aller à l'encontre d'une évaluation rendue par quelqu'un dont c'est à la fois le métier et la fonction, et qu'on a mandaté pour cela ? Cette position tend à faire de l'expert une figure d'autorité dans les champs où il est sollicité, voire sur tous les sujets dans l'exercice particulier de « l'expertise médiatique » (Campion et Van Wynsberghe, 2017), souvent fondée sur une légitimité académique (la formation, le diplôme, souvent de nature scientifique et/ou technique) et institutionnelle (l'employeur, l'institution publique et/ou prestigieuse dont la fourniture d'expertise est une mission socialement reconnue) qui conférerait par nature une parole « autorisée ».

Face à ces conceptions de l'expertise parfois vues au service du pouvoir et de ses institutions, les sciences humaines et sociales ont développé depuis une trentaine d'années des approches plus critiques visant à rendre compte de formes d'expertise sortant de ce modèle institutionnel (Garric & Légise, 2012). C'est ainsi qu'ont été proposés notamment les concepts « d'expertise profane » ou « citoyenne » (Blondiaux, 2008) remettant en cause les expertises institutionnelles et

autorisées au profit de la reconnaissance de « l'expertise ordinaire » limitée à un domaine d'intérêt personnel (Flichy, 2010), de « l'expertise d'usage » définie comme la « somme de compétences acquises et transmissibles, de savoir-être et savoir-faire dans l'utilisation au quotidien des espaces urbains, des espaces privatifs, des réseaux et des relations sociales de proximité » (Bonnet, 2006, p. 61). Il s'agit d'une part de contester l'idée que les connaissances et une réflexivité sur celles-ci seraient l'apanage de professionnels formés, et d'autre part de mettre en avant le poids de l'expérience quotidienne dans les savoirs mobilisés en vue de l'action (« experts de leur quotidien ») ou de savoirs collectifs systématisés dans un débat participatif (« expertise citoyenne ») s'opposant à une logique de délégation à l'expertise savante (Sintomer, 2008). Cette expertise spécifique recouvre tant une capacité d'action des acteurs sociaux sur leur terrain de vie que leur sentiment de compétence ou d'efficacité dans une situation déterminée, potentiellement en tension avec les expertises professionnelles et institutionnelles.

Contrairement à la plupart des domaines de connaissance qui ne sont accessibles qu'à la condition de posséder une formation ou une expérience professionnelle spécifique, la parentalité a ceci de particulier qu'elle est accessible à l'ensemble de la population et peut être appréhendée de multiples façons. En tant que membre de la famille, parent ou simplement en tant qu'enfant, les occasions de percevoir, d'expérimenter ou d'entendre parler de la parentalité ne manquent pas au cours d'une vie. La question de la parentalité se prête donc bien à ces expertises multiples et potentiellement concurrentes. Le concept « d'expertise parentale » rencontré en psychologie ou dans certaines approches éducatives revient à considérer les parents comme « experts de leur enfant ». Celle-ci est caractérisée par des savoirs découlant de la pratique quotidienne et la croyance des parents à maîtriser une situation liée à la prise en charge de leurs enfants dans une situation donnée, par exemple le développement de leurs apprentissages scolaires (Tazouti & Jarlégan, 2010). Les discours centrés sur de telles « compétences parentales » posent en outre la question de leur évaluation et des critères pour le faire (Sellenet, 2009) au risque de questionner la légitimité des parents à s'occuper de leurs enfants : « Dans la pratique des intervenants, que ce soit dans le cadre d'une intervention psychosociale ou en milieu éducatif, les discours à propos de la compétence parentale et de son acquisition donnent parfois lieu à des gestes qui sont susceptibles de

dépouiller les parents de leurs savoirs et de leur pouvoir » (Miron & Tochon, 2004, p. 57).

En Belgique, l'ONE est depuis sa fondation en 1919 une institution incontournable dans l'accompagnement des parents. Depuis 1945, la majorité des familles sont accompagnées par différents types de consultation (prénatale, de nourrissons et de l'enfant de 0 à 6 ans) ou par l'action des infirmières-visiteuses directement dans les foyers. Dans le cadre de ces visites ou de grandes campagnes de propagande (selon les termes de l'époque), les conseils diffusés aux parents sont produits à partir des recommandations du Comité médical supérieur composé de médecins. Ce quasi-monopole de la diffusion du savoir jusque-là détenu par l'ONE est toutefois perdu dans les années 1970 alors que de nouveaux courants en psychologie portés par les universités se développent, et sont vulgarisés dans les médias, particulièrement dans la presse féminine (Vandenbroeck, 2004). Ces nouvelles orientations sont intégrées dans les conseils aux parents sous forme d'articles ou dans le courrier des lectrices, contribuant au développement d'un nouveau régime de langage : le récit de soi (Ehrenberg, 1998). Des figures comme la psychanalyste Françoise Dolto ou l'autrice Marie-Thérèse Van Eeckhout recourent à un vocabulaire spécifique démontrant leur expertise validée par le diplôme pour la première ou l'accumulation de connaissances pour la seconde. Ces figures détentrices de connaissances spécifiques, bien que discutées dans la littérature scientifique (Garcia, 2011 ; Mehl, 2003), montrent une appropriation et une diffusion sur de nouveaux supports médiatiques de savoirs. Le flou qui entoure l'expertise en parentalité comme les domaines dans lesquels elle peut être exercée, nous ont poussé à privilégier une démarche inductive dans sa définition.

Dans le cadre de l'analyse qui suit, nous qualifierons d'« expert en parentalité » tout acteur rencontré dans le corpus formulant des conseils ou prescriptions sur la manière de gérer certains aspects de la vie de l'enfant et de la parentalité à destination de parents en recherche d'informations à ce sujet. Nous postulons que toute personne qui présente et/ou évoque publiquement des pratiques liées à la parentalité dans les médias numériques (donc dans l'espace public) est motivée par le sentiment de disposer de suffisamment de connaissances à ce propos de sorte à être perçue comme experte par son audience, voire afin de le revendiquer explicitement pour certains. Ce raisonnement est renforcé par l'usage même de ces médias que font les parents qui se sont, à un

moment ou un autre, tournés vers ces ressources en leur conférant *de facto* une certaine expertise.

2. Méthode

L'analyse qui suit s'inscrit dans une recherche plus large portant sur les médias numériques consultés par les parents, au vu de l'importance que revêtent ces médias dans leur vie quotidienne et leur parentalité. Par « médias numériques », nous entendons les médias auxquels les parents disent accéder par l'entremise d'un support numérique (ordinateur, téléphone, tablette, etc.)⁹. Des entretiens qualitatifs ont été menés en Belgique francophone auprès de 32 parents d'enfants âgés de 0 à 6 ans de profils variés et résidant en Belgique dans le but de cerner leurs pratiques informationnelles dans le cadre des différents aspects de l'exercice de leur parentalité (Robbeets *et al.*, 2024). Ces entretiens ont permis d'identifier en tout 524 sources d'informations différentes que les parents disent utiliser dans le cadre de leur parentalité, parmi lesquels une série de sources qualifiées de médias numériques par les répondants.

Ces médias numériques sont extrêmement nombreux et difficiles à définir en tant que tels. En effet, dans la bouche des parents, l'expression peut tout aussi bien désigner un site internet qu'une publication spécifique en ligne, une application pour téléphone portable que des contenus, un forum d'échange ou le *replay* en ligne d'une émission de télévision¹⁰. La parentalité étant potentiellement abordée sur l'ensemble de ce « spectre », produire une cartographie de cette diversité semblait illusoire et déconnecté des usages qu'en font les parents. Pour contourner cet écueil, nous avons fait le choix de renoncer à définir *a priori* ce qui relèverait d'un média numérique traitant de parentalité au profit d'une approche inductive ancrée dans les pratiques parentales : un média numérique est, dans ce cadre, toute source d'information à

9 Ce cadrage découle d'une demande de l'ONE Academy, à l'origine du projet, s'appuyant sur le constat de leurs professionnels de terrain que les parents semblent souvent identifier les médias par le support permettant d'accéder aux contenus, plus que par le type de contenu ou de publications. Le téléphone, la tablette, l'ordinateur semblent mobilisés en tant que tels comme adjuvants à la parentalité.

10 En cela, les parents s'inscrivent à l'encontre de la conception généralement admise en information et communication qui considère comme média numérique ceux qui sont conçus et utilisés exclusivement en ligne.

laquelle les parents rencontrés disent accéder au moyen d'un appareil numérique (ordinateur, tablette, smartphone).

Certaines de ces sources apparaissent toutefois insuffisamment caractérisées pour être identifiées (parce que les parents ne pouvaient par exemple pas en donner le nom) et n'ont pu être analysées. Il en est de même avec des médias présentant un caractère éphémère (comme des *stories* ou des publicités supprimées après un certain temps) et ceux relevant de la sphère privée (comme des comptes privés ou des échanges sur des messageries en ligne, inaccessibles à la recherche). Nous avons donc retenu 197 médias numériques précisément identifiés et accessibles pour analyse. Le corpus ainsi constitué se révèle particulièrement hétérogène. On y compte des applications, des groupes ou des comptes sur les réseaux sociaux numériques (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, Snapchat), des *newsletters*, des vidéos, des podcasts, etc. Cette hétérogénéité caractérise les médias contemporains de la parentalité comme un champ mouvant et protéiforme difficile à circonscrire avec précision, révélateur des formats et contenus accessibles en ligne de nos jours.

D'ordinaire, les analyses de contenu sont menées sur des corpus homogènes, dont la forme est identique ou similaire (De Bonville, 2006). Ce n'est pas le cas des médias de notre corpus, qui en revanche se caractérisent tous par leur mobilisation dans le cadre des pratiques des parents, relatives à l'univers de la parentalité, définissant une homogénéité d'une autre nature. Cela impose toutefois une méthode d'analyse de contenu dépassant la forme du média traduisant une conception purement sémiotique de celui-ci, vision selon laquelle un contenu audio comme un podcast ne pourrait être abordé de la même manière qu'un *post* Instagram mêlant données textuelles et visuelles. Dans cette perspective, le corpus a été analysé au départ de trois grilles de codage construites sur la base de la littérature, mais aussi des résultats issus de l'analyse des entretiens menés auprès des parents et de professionnels de l'enfance. Chacune de ces grilles s'attache à un aspect différent du média : (1) l'utilisation qui en est faite, (2) ses différentes caractéristiques et enfin (3) ses contenus. Chaque grille d'analyse disposait de sa propre unité de codage et de ses propres catégories : pour la première, il s'agissait d'analyser, pour chaque média mentionné par un parent¹¹, qu'il l'ait identifié ou non, l'utilisation et l'opinion

11 Pour donner un exemple : une même application mentionnée par trois parents différents correspondait donc à trois unités de codage distinctes dans la grille

qu'il en avait (avantages et inconvénients, découverte, lieu, moment et fréquence d'utilisation, etc.) ; la deuxième se concentrait sur les médias identifiés (langue, propriétaires, gratuité, publicité, présentation de soi, *design*, etc.) dans une perspective sémio-pragmatique tandis que la troisième s'appuyait sur un contenu diffusé par le média en question (énonciation, stéréotypes, discours, rapport aux sources, utilisation de l'image, etc.).

Ces trois grilles d'analyse nous ont permis de collecter des données extrêmement riches dont nous n'exploitons ici que celles qui nous permettent de déterminer les différents moyens par lesquels les médias numériques établissent leur légitimité à conseiller les parents et, ce faisant, participent à la construction de la figure d'expert en parentalité telle qu'elle se profile aujourd'hui.

3. Résultats

Pour cerner la figure de l'expert en parentalité dans les médias numériques, nous présenterons dans un premier temps les différentes catégories d'intervenants qui informent, conseillent ou épaulent les parents et qui, de ce fait, peuvent être vus comme autant de figures expertes possibles leur transmettant conseils et connaissances. Pour chaque catégorie, nous évoquerons alors les caractéristiques qui fondent leur expertise. Dans un second temps, nous avons cherché à caractériser ces experts en puissance en répondant à trois ensembles de questions : (1) quelles sont les stratégies que ces acteurs mettent en œuvre pour légitimer leur expertise dans les médias numériques (quels éléments mis en avant peuvent justifier leur statut d'expert en parentalité) ; (2) quels rôles et missions se donnent-ils et quels sont ceux qu'ils projettent sur les parents récepteurs et donc les attentes de ces derniers ; (3) quel rapport entretiennent ces acteurs avec les formes d'expertise institutionnellement reconnues dans le domaine de la parentalité. Dans ce cadre, nous nous attacherons notamment aux discours et représentations véhiculées sur les experts et les parents tantôt par les premiers, tantôt par les seconds.

3.1. *Trois catégories non-exclusives d'experts en ligne*

Notre corpus révèle la présence de trois types différents d'intervenants potentiellement présentés comme experts en parentalité à des degrés divers. On y distingue des professionnels de l'enfance et de la santé (médecins, psychologues, pédagogues, etc.), des parents spécifiquement identifiés en tant que tels (donnant par exemple un témoignage ou partageant leur expérience) ainsi que des médias qui semblent s'exprimer en tant qu'entités à part entière, en tant qu'institution ou par l'intermédiaire d'animateurs et de journalistes. Chaque type d'intervenant possède des caractéristiques à même de légitimer sa prise de parole aux yeux des parents et plus généralement du public. Les médias numériques du corpus peuvent d'ailleurs souligner ces caractéristiques afin de valoriser et valider les contenus diffusés.

Les compétences en parentalité des professionnels de l'enfance sont présentées, par eux-mêmes ou par les médias leur donnant la parole, comme établies du fait de leur(s) diplôme(s) et/ou de la profession qu'ils exercent, mais également la plupart du temps par les institutions auxquelles ils sont rattachés. Ces intervenants sont présentés comme des sources légitimes de savoir utile aux parents parce qu'ils occupent une fonction professionnelle et institutionnelle qui les autorise à endosser ce rôle. Ainsi, malgré son anonymat au moment de la recherche, c'est en sa qualité de médecin généraliste en urgences pédiatriques que l'auteur du compte Facebook *To be or not toubib* gagne la légitimité nécessaire pour dispenser ses conseils médicaux. À l'inverse, les compétences des « parents experts » ne sont pas reconnues par un diplôme ou un employeur, mais par leur livret de famille (si l'on peut dire). En effet, si certains médias présentent des parents en attente de réponses de la part des professionnels, d'autres les présentent comme des acteurs de la parentalité à même de délivrer eux-mêmes des conseils et des prescriptions aux autres parents. C'est notamment le cas de différents influenceurs actifs sur les réseaux sociaux, dont les expériences et pratiques personnelles de la parentalité au quotidien nourrissent clairement cette posture experte : c'est parce qu'ils disent rencontrer les mêmes difficultés que tout parent que leur expérience devient source de légitimité. Le blog de Lise Desportes (*Lili mange du nougat*) présente ainsi les péripéties de cette maman surmenée dans laquelle les parents peuvent se reconnaître.

Enfin, si les médias endossent généralement un rôle assez classique de médiateurs entre experts et parents (à travers par exemple des

interviews), certains peuvent également invoquer leur notoriété pour légitimer le relais des connaissances pratiques et/ou théoriques auprès de parents. En se présentant par exemple comme un média « principal » sur la question ou ayant beaucoup d'abonnés, ces médias s'affirment comme des références incontournables pour les parents en recherche de solutions. L'application *PregLife* insiste ainsi non seulement sur l'expertise des sages-femmes qui vérifient ses contenus, mais aussi le fait d'être utilisée par 90 % des femmes en Suède où le média a été lancé.

3.2. *Les stratégies de légitimation*

Ces trois catégories d'intervenants dépeints comme titulaires d'expertises spécifiques fondées sur des sources de légitimité différentes ne sont toutefois pas strictement étanches. En effet, si certains médias donnent la parole à un seul type d'intervenant (par exemple des médias dont chaque épisode consiste en l'interview d'un professionnel ou le témoignage d'un parent), d'autres peuvent les réunir. C'est ce que fait par exemple l'émission télévisée et podcast *La Maison des maternelles* (produits par France Télévisions), où professionnels du monde de l'enfance/de la santé et parents se retrouvent sur le plateau, les journalistes nouant généralement le dialogue entre eux. Cette configuration tend à rapprocher ou opposer expertises professionnelle et expérientielle, reliées et discutées par les animateurs.

Les expertises issues du monde savant ou de celui des parents ne s'excluent pas mutuellement dans les médias du corpus. En effet, nombre d'intervenants s'affirment comme étant à la fois professionnels et parents. On relève ainsi des professionnels de la santé qui n'hésitent pas à mettre en avant le fait qu'ils sont également parents pour légitimer leur parole : leurs propos sont présentés alors comme ne relevant pas exclusivement de savoirs savants théoriques et déconnectés, mais aussi d'une expérience concrète similaire à celle des parents auxquels ils s'adressent. Le compte Instagram *@la_vie_dune_maman_ortho* dont le contenu concerne majoritairement le volet professionnel de son autrice orthophoniste est révélateur de cette dynamique. Inversement, des parents mettent en avant le fait qu'ils ont acquis une légitimité professionnelle à côté de leur expérience familiale (en suivant une formation, par exemple), tendant à mettre en avant leur capacité à dépasser cette expérience personnelle individuelle au profit de connaissances plus reconnues institutionnellement. C'est par exemple le

cas de l'animatrice du compte Instagram @Ododobebe qui se présente comme étant à la fois maman et consultante spécialiste du sommeil de l'enfant. Cette situation est très répandue dans notre corpus : la moitié des mamans auteures dans les médias analysés exercent une profession liée au monde de l'enfance ou de la parentalité, souvent en lien avec le monde médical, comme auxiliaire/conseillère en périnatalité, infirmière, orthophoniste, conseillère en nutrition, diététicienne ou coach sportive pour femmes enceintes. Ces mamans doublement expertes s'expriment le plus souvent sur les réseaux sociaux (surtout Instagram) où, si elles précisent leur profession dans leur biographie descriptive, elles insistent davantage sur leur rôle de mère.

De leur côté, les professionnels sont présentés différemment selon le type de média. Dans certains médias, ils sont mis en avant comme validant les conseils proposés, ce qui est un argument de qualité de ces contenus. Nous constatons que les professionnels n'y prennent que rarement la parole directement, mais sont invoqués pour leur travail en amont et en conséquence présentés uniquement comme tels : leur parole est la caution savante des contenus du média. Par exemple, l'application *PregLife* ou le site *Mpedia* revendiquent des contenus conçus ou validés par des professionnels de la santé, présentés en tant que tels, comme gages de qualité. La présentation de *Mpedia* indique ainsi qu'une « communauté de 160 experts participe à [ses] articles, tous validés par un comité scientifique ». En revanche, dans les médias où les professionnels prennent directement la parole, en tant qu'animateurs ou intervenants invités, leur double expertise professionnelle et parentale est davantage valorisée. C'est particulièrement le cas dans les podcasts comme *Allô fée dodo*, *La matrescence* ou encore *Milkshaker* où les intervenants se présentent en début d'entretien comme étant à la fois professionnels et parents, mêlant leurs connaissances et expériences personnelles et de terrain.

À l'inverse des professionnels qui peuvent mettre en avant la légitimité d'un cursus académique et institutionnel ou des parents que l'expérience quotidienne rendrait légitimes, les médias mettent en avant d'autres sources de légitimité comme leur qualité, leur spécialisation dans un domaine et leur popularité, ces deux facteurs pouvant s'influencer mutuellement. La majorité des médias analysés ne traitent que de parentalité, et peuvent mettre en avant cette spécialisation qui en ferait des ressources plus complètes et valides que celles qu'on trouverait dans des médias plus généralistes. Certains se concentrent même sur des thèmes très spécifiques de la parentalité, comme l'allaitement,

la thérapie périnatale ou la DME¹² à l'image du groupe Facebook de l'Association VDR (Voyager dos à la route) qui ne propose que des contenus concernant les sièges auto. Cela leur permet de revendiquer une position de média(teur)s spécialisés à l'expertise incontournable pour des parents en recherche de réponses sur ces questions. Nombreux sont les médias qui se présentent ainsi comme étant « les meilleurs » dans leur domaine et dont le nombre d'abonnés, la note attribuée sur les plateformes de téléchargement ou les avis laissés par les parents en seraient la preuve. L'application *Babycenter* se présente ainsi comme « l'application bébé et grossesse numéro une », insistant sur leur compétitivité sur le marché tandis que *Bébé+* établit une relation de cause à effet entre les millions d'utilisateurs qu'elle comptabilise et les services de qualité qu'elle propose, sans qu'on sache clairement établir lequel de ces deux facteurs engendre l'autre :

50 millions de parents font confiance à nos applis de grossesse et pour bébé. Laissez-nous vous guider avec nos outils de suivi de croissance et de développement, ainsi qu'avec des outils utiles pour enregistrer les souvenirs et les étapes importantes de votre bébé.

Ce phénomène d'accréditation de l'expertise grâce à l'audience a également cours sur les réseaux sociaux, d'autant que les auteurs y sont identifiables. Cette validation par le public peut se combiner à celle conférée par le statut parental et/ou le statut professionnel. Pour les médias dont il est difficile voire impossible de connaître l'identité des auteurs (comme certains sites web à l'image du site officiel de vaccination belge ou des applications comme *BEABA & Me*), les publications peuvent donner l'impression qu'elles sont l'expression d'une voix collective qui a toute autorité, ou dont l'expertise ne fait aucun doute. Le média lui-même serait alors garant d'expertise, prenant en charge la responsabilité des contenus qu'il diffuse, en particulier lorsqu'il s'agit de sites d'intérêt public.

12 La DME désigne la diversification alimentaire menée par l'enfant, une méthode d'introduction à la nourriture chez les tout-petits qui consiste à les laisser découvrir les aliments en toute autonomie avec leurs mains plutôt qu'avec une cuillère.

3.3. *Partage d'expérience et proximité émotionnelle au service d'une logique économique*

Le rôle affiché des intervenants consacrés comme experts dans notre corpus ne se limite pas à assurer une médiation entre savoirs savants et savoirs pratiques afin d'aider les parents à prendre des décisions dans différents domaines de l'exercice de la parentalité. En effet, nombre se présentent (ou sont présentés) en outre comme des soutiens émotionnels pour les parents, répondant ainsi à deux des besoins exprimés par ceux-ci dans les entretiens qui ont servi à constituer le corpus (Robbeets *et al.*, 2024). L'application-forum pour (futurs) mamans *WeMoms* promet ainsi à celles qui la téléchargent de « [recevoir] le soutien et l'expérience d'une communauté bienveillante ». Nombreux sont d'ailleurs les médias de notre corpus qui dénoncent le manque d'empathie dont pourrait faire preuve l'entourage des parents en les jugeant et les critiquant, en leur apportant des conseils non-sollicités ou en ne les soutenant pas, révélant ce besoin des parents d'être soutenus émotionnellement dans cette aventure qu'est la parentalité, ou au moins le rôle que les médias entendent parfois jouer en la matière. Ce manque d'empathie ressenti envers les conseils professionnels n'est pas un problème nouveau, comme le montre une analyse déjà ancienne des conseils adressés aux parents dans les brochures éditées ou les magazines conseillés par Kind en Gezin (équivalent de l'ONE en communauté flamande de Belgique), ainsi que sur le forum pour parents *Zappy Baby* (Geinger *et al.*, 2014).

Dans cette posture, il ne suffit pas d'être un parent aidant d'autres parents en prodiguant conseils et savoirs issus d'une expertise pratique, pour être présenté comme un parfait expert. Pour le devenir, il faut en outre faire preuve d'empathie et être capable d'aider les parents à faire face aux diverses émotions qui les traversent. Ce constat vaut également pour les professionnels puisque les parents participant à des groupes Facebook, comme *Mythes et perles sur l'allaitement*, critiquent leurs interactions avec du personnel du monde médical souvent présenté comme témoignant d'un manque de chaleur et d'empathie. Cette distance émotionnelle perçue entre l'expérience parentale et l'attitude des professionnels semble de nature à invalider la confiance que peuvent avoir les parents en ces professionnels et institutions et, par conséquent, envers leurs discours.

Affichée par les médias, cette volonté de soutenir émotionnellement les parents instaure donc une forme de proximité entre les deux parties, pouvant contribuer à attirer l'attention des parents. Cette stratégie se

traduit notamment dans la façon dont ils s'adressent à leur audience en faisant coexister dans leurs présentations des verbes liés aux champs sémantiques de l'information et de l'accompagnement. Cette empathie revendiquée, voire le partage d'émotions entre les différents acteurs, tend aussi à rapprocher les experts quels qu'ils soient de ceux qui bénéficient de leurs conseils, les rendant plus accessibles. Les médias de notre corpus privilégient ainsi un langage courant plutôt que soutenu, ce dernier apparaissant plus fréquemment sur des sites et des applications dont on ne connaît pas l'auteur et qui se consacrent à des sujets médicaux, comme *Le Crat* ou *Bébé+*. D'autres médias reformulent des recommandations de professionnels dans un langage plus accessible, comme l'application *Alimentation grossesse*. Celle-ci évoque les risques médicaux encourus à la suite de l'ingestion de certains produits en employant d'abord des termes médicaux et spécialisés, mais explique ensuite leur signification. Dans les podcasts, médias généralement polyphoniques (au sens où ils donnent souvent à entendre différentes voix et différents discours), ce sont les animateurs qui sont chargés de cette traduction, faisant le lien entre leurs auditeurs/spectateurs et les intervenants invités. Certains professionnels actifs sur les réseaux sociaux, dont les comptes sont inclus à notre corpus, font eux-mêmes cet effort langagier qui équivaut à se rapprocher de leur destinataire. Le pédiatre du compte Facebook *To be or not toubib* réalise ainsi cet exercice à chacune de ses publications.

Enfin, si ces nouveaux experts numériques de la parentalité revendiquent avoir pour mission d'informer et d'accompagner les parents, leurs intentions se révèlent également économiques. La quasi-totalité des médias qui composent notre corpus poursuit des intérêts commerciaux, qu'ils appartiennent à des consortiums (par ex. l'application *Grossesse plus* appartenant au groupe Philips) ou à des particuliers (par exemple, le site *Ma petite assiette* géré par une nutritionniste prodiguant conseils et produits spécialisés en DME). Les experts profitent de l'espace d'expression que leur offre le média pour faire la publicité de produits qu'ils commercialisent, mais aussi la promotion de leurs services ou de leurs créations. À ce titre, l'usage qui est fait de l'image par ces médias est révélateur de ces logiques commerciales. On remarque en effet que l'image est souvent utilisée pour susciter l'identification des parents qui les consultent, pour illustrer ou pour de simples raisons esthétiques. Nous avons en revanche relevé très peu de cas d'usage de ces images à des fins d'explication ou de vulgarisation scientifique comme le fait *@apasdemoa* dans une de

ses publications Instagram en utilisant une imagerie médicale d'un allaitement pour expliquer les résultats d'une étude américaine.

3.4. *Les rapports ambivalents à l'expertise institutionnelle*

Les médias numériques font aujourd'hui partie intégrante des ressources sur la parentalité à la disposition des parents. Leur popularité, les inquiétudes qu'ils génèrent et les critiques dont ils font l'objet de la part d'autres acteurs du monde de la parentalité révèlent l'existence d'une concurrence des expertises. S'ils se font une place sur la scène médiatique et dans la vie de leurs utilisateurs, ces experts de la parentalité n'effacent cependant pas les autres formes d'expertise dont s'entourent les parents : leur entourage, les professionnels qu'ils consultent et les autres parents qu'ils fréquentent. En effet, les parents interrogés se tournent à la fois vers ces personnes-ressources et vers les médias numériques, les premiers pouvant les amener fréquemment aux seconds, les entretiens indiquant que ces médias circulent sur recommandations faites en ligne comme en dehors. L'usage des médias numériques s'articule donc aux supports « traditionnels » des parents, amenant à questionner le lien des experts en ligne avec les discours institutionnalisés médicaux et scientifiques.

Près de la moitié des médias numériques constituant le corpus se positionnent, d'une façon ou d'une autre, vis-à-vis du discours médical. Dans environ un cas sur deux, cette prise de position consiste en un relais de ce qui est présenté comme le discours médical lorsque des professionnels de la santé sont invités à s'exprimer en tant que tels, valident celui-ci, ou simplement se déclarent en accord avec lui. Un nombre plus réduit de médias placent l'expertise des professionnels au-dessus de la leur et renvoient les parents vers eux pour des questions de santé graves ou persistantes. Ce cas de figure peut également concerner des parents actifs sur certains groupes Facebook, comme *Passion parents*, pouvant rediriger d'autres utilisateurs vers des spécialistes pour des questions médicales (par exemple, devant des signes de dépression post-partum), ne s'estimant compétents pour intervenir que jusqu'à un certain point. On retrouve également quelques médias, abordant le plus souvent la grossesse, qui prétendent être moins compétents que les médecins, et qui précisent « ne pas pouvoir [les] remplacer ». En prenant de la distance avec les professionnels de la santé, ces médias semblent chercher à se prémunir des critiques, voire

des actions en justice que pourraient leur intenter professionnels ou parents.

Dans le corpus, seule une dizaine de médias actifs sur les réseaux sociaux (principalement des comptes Instagram et des groupes Facebook) s'opposait explicitement aux normes du monde médical, en particulier sur des sujets comme l'accouchement, l'allaitement, le sommeil de l'enfant et son éducation, mais aussi le droit de la mère à disposer de son corps comme elle l'entend.

Pour légitimer leurs propos, certains médias ou intervenants mentionnent leurs sources, comme des chercheurs, des professionnels de la santé ou encore un organisme officiel dont ils relaient les recommandations. Cette mention de sources n'est cependant pas systématique puisque parmi les médias de notre corpus qui ont pour but d'informer les parents, la moitié fournit des informations non référencées étant donné qu'ils ne citent en aucun cas la provenance des informations qu'ils diffusent. Lorsqu'il a lieu, le référencement se fait différemment selon qu'il renvoie aux propos de scientifiques et d'organismes ou à ceux de professionnels de terrain. Lorsque des références sont fournies, elles ne le sont en général que pour et dans un contenu particulier (un article, un épisode de podcast ou d'émission) et parfois seulement dans le corps du texte ou le flux des informations. Cette configuration a pour incidence d'appuyer la légitimité du propos au moment où le parent l'entend, mais de rendre également plus difficile l'accès *a posteriori* à cette source dont la référence est « noyée » au milieu du contenu. En outre, de tous les médias analysés, les plus enclins à citer leurs sources avec précision sont les sites web à visée informative, ceux portant sur des thématiques médicales se référant parfois à des articles scientifiques de même que les applications de suivi de grossesse.

Les magazines en ligne, les émissions et les podcasts, se réfèrent davantage aux propos des professionnels qu'ils interviewent, leurs références s'avérant toutefois tantôt précises, tantôt évasives (parfois au sein d'un même contenu) : une mention comme « une pédiatre, interviewée par nos confrères d'*Insider* » ne permet effectivement pas de remonter jusqu'à cette professionnelle. Cette fluctuation de la qualité du référencement vaut aussi pour les sources officielles ou scientifiques, bien qu'elles soient moins souvent mobilisées par ces médias, avec des formulations vagues telles que « selon une étude américaine » ou « la plupart des autorités médicales » (deux expressions rencontrées dans un article de *Dodo coaching*). Dans le cas des vidéos et des podcasts, on remarque par ailleurs une forte tendance

à capitaliser sur l'éthos de l'interviewé afin d'en légitimer les propos : pour les experts institutionnels, on évoquera ainsi, parfois ouvrage à la main, leurs publications, accentuant leur reconnaissance symbolique et institutionnelle, tandis que les parents experts seront amenés à s'exprimer avec leur enfant à proximité (par exemple, visible à l'image) comme confirmation de leur statut.

Dans certains cas, les médias se contentent de considérer les intervenants sollicités comme des sources suffisantes, dans d'autres cas ils renvoient à des sources complémentaires comme des publications, généralement reconnues dans le domaine, leur conférant une certaine autorité. Les experts institutionnels auront tendance à évoquer certains grands noms de leur spécialité, par exemple Winnicott pour les psychologues. Les parents-experts qui se sont spécialisés dans un domaine particulier ou qui disposent de la double casquette (à la fois professionnel et parent), du fait qu'ils sont particulièrement informés, citeront eux aussi des sources officielles ou scientifiques, à l'inverse des parents dont l'expertise revendiquée repose exclusivement sur leur expérience quotidienne. Ainsi, là où une maman militante des nouvelles pédagogies interviewée dans le podcast *Papatriarcat* appuie son argumentaire concernant la validité du modèle éducatif finlandais sur les rapports gouvernementaux de ce pays, une autre maman se confiant sur un groupe Facebook pour allaitantes défend son point de vue en se référant uniquement à ses expériences passées. Sur les réseaux sociaux, ce sont les comptes appartenant à des professionnels eux-mêmes parents qui citent des sources. Les groupes Facebook et les applications apparaissent comme étant les plus opaques du corpus au sujet de la provenance de leurs informations.

En résumé, les acteurs qui citent leurs sources le font en général de façon suffisamment précise que pour pouvoir en vérifier par la suite la validité que ce soit en donnant le nom des intervenants dans les éditos ou les rubriques, ou en redirigeant le lecteur à sa source d'information via un hyperlien ou encore en référant plus ou moins strictement les articles utilisés, allant de l'emploi seuls du titre de l'article et du nom de son auteur à une bibliographie en règle.

Conclusion

Au terme de nos analyses, on constate que la figure de l'expert dans le domaine de la parentalité peut prendre de multiples formes. Celui-ci peut aujourd'hui être tout autant un professionnel de l'enfance

qu'un parent ou un média à part entière, chacun possédant ses propres caractéristiques et techniques de légitimation. Or, dans le domaine de la parentalité, cette diversification des expertises amène à une tendance à la complexification du rôle d'expert. Celui-ci semble en effet le plus souvent devoir combiner différentes formes d'expertises, profanes, institutionnelles ou médiatiques, afin d'être le plus complet possible et espérer se faire une place sur un marché de plus en plus concurrentiel loin de se limiter aux institutions dont c'est la mission historique. Pour asseoir leur légitimité, les experts en parentalité semblent devoir multiplier leurs compétences et être capables tout à la fois de transmettre des savoirs techniques, et de soutenir émotionnellement les parents. Leurs rôles dépassent le diagnostic ou la formulation de conseils validés par les métiers traditionnels de la santé ou de l'enfance et incluent la relation avec les parents, l'empathie envers leurs difficultés, et la fourniture d'un support social, psychologique et moral de nature à les rassurer et encourager dans les choix qu'ils font. Cette complexification accompagne et reflète dans une certaine mesure les conceptions contemporaines de ce qui caractériserait la bonne parentalité.

Ce changement s'inscrit également dans une volonté des institutions et de l'intervention sociale plus largement de développer un « accompagnement » pour tous les parents. Plus complexes, plus complets, mais aussi plus proches des parents auxquels ils s'adressent, voire semblables à ceux-ci (estompant l'idée même d'une distinction claire entre les experts et ceux qui en bénéficient), ces experts proposent à leur audience des solutions qui prennent souvent la forme de produits commerciaux, révélant la présence d'une réelle économie de l'expertise dans ce secteur.

Ce portrait du parfait expert en parentalité auquel nous mène l'analyse du corpus n'est jamais que le reflet, en ligne, des représentations sociales qui traversent à la fois l'expertise et la parentalité, au risque parfois de formuler des injonctions paradoxales. Cette conception de l'expert en parentalité s'ancre et se construit dans un contexte particulier, occidental et contemporain, de la Belgique actuelle où désormais tout « bon » parent rencontre des problèmes et recourt à des figures expertes diverses pour les solutionner. Cette diversification et la tendance de ces figures à embrasser différents objectifs peuvent dès lors être le symptôme d'un changement de conception de ce qu'est un expert et un parent, de la relation que l'on peut établir avec l'un ou l'autre, mais aussi des besoins que nous éprouvons. Il semblerait alors que, dans le domaine de la parentalité, l'expertise conférée par

la technique, reconnue socialement et/ou scientifiquement, doit être complétée par une expertise plus « quotidienne » qui permettrait de répondre à un besoin de liant social s'inscrivant notamment dans le développement d'un régime de langage de l'ordre du récit de l'intime (Erhenberg, 1998). Cela contribue à la formulation de nouvelles formes de normativité en la matière, plus particulièrement sur la place accordée aux approches médicales ou la valorisation du vécu personnel des parents.

Cela amène dès lors à interroger la signification que chacun attribue au terme « d'expert » et à interroger les critères essentiels qui le fondent, ainsi que le degré d'importance apporté à ceux-ci. Il ne s'agit pas de tomber dans le relativisme et de dire que tous les « experts » que nous avons rencontrés dans le corpus se valent sous prétexte qu'un acteur social le considère comme tel. Pour que l'expert soit reconnu, il faut qu'un consensus soit établi entre les acteurs sociaux afin de déterminer les compétences utiles et nécessaires pour traiter un sujet. Ces compétences sont néanmoins amenées à évoluer, se (dé)construisent et s'institutionnalisent. Les médias numériques apparaissant comme une nouvelle institution où peut se légitimer la prise de parole. S'intéresser aux experts qui y prennent la parole, c'est donc aussi s'intéresser à ce qui fonde, aujourd'hui, la figure de l'expert en parentalité.

Du fait qu'elle était à la fois exploratoire et se voulait compréhensive du terrain protéiforme et mouvant que constituent les médias numériques, notre recherche s'est inscrite dans une approche qualitative. Celle-ci nous a permis d'appréhender plusieurs figures de l'expert en parentalité en cernant différents ressorts sur lesquels repose leur légitimité. Il n'en demeure pas moins qu'elle comporte des limites qu'il importe de rappeler.

Si notre recherche permet d'identifier justement les configurations existantes de l'expertise en parentalité, d'en dégager les tendances, c'est aussi parce qu'elle s'appuie sur un corpus conséquent composé de médias variés, hétérogènes, mais qui sont tous utilisés par nos enquêtés dans le cadre de leur parentalité. En repartant des usages concrets d'une trentaine de parents, nous évitons les biais de sélection induits par nos propres conceptions du média ou de l'expertise. En revanche, cette façon de procéder est nécessairement dépendante des usages des parents interrogés, au risque de laisser de côté des médias numériques correspondant à des usages non exprimés ici. Des études plus systématiques, portant sur un plus grand nombre de médias permettraient cependant de compléter nos résultats et d'évaluer le

« poids » ou l'importance relative des caractéristiques que nous avons dégagées (en fonction des médias, par exemple). Notre analyse de contenu ne se concentre par ailleurs pas sur les spécificités sémiotiques de chaque média. Réintroduire cette donnée dans la façon d'aborder la parentalité, notamment en repartant des notions d'immédiateté et de réflexivité (Meunier, 2013) serait intéressante. De la même manière, des études approfondies sur un type de média ou un type d'expert en particulier permettrait d'approfondir notre propre travail.

L'approche que nous avons menée était motivée par le constat que la définition de l'expert est contextuelle, dépendant à la fois de l'époque, du domaine et du lieu où elle s'inscrit. Or, l'évolution des savoirs sur la petite enfance ainsi que les nouveaux modes d'accès et de production de ceux-ci nous ont amené à privilégier une perspective inductive. Pour cette raison, nous n'avons pas cherché à vérifier si l'expert en parentalité qui ressort de cette analyse se rapprochait de figures déjà définies dans d'autres secteurs. Nous avons également laissé de côté les spécificités des différentes plateformes et types de médias (podcast, site web, application mobile, etc.) où prennent place ces dynamiques (humaines ou techniques) de création et de validation de l'expertise. De la même façon, nous ne nous sommes pas attardés sur les enjeux de fiabilité de l'information véhiculée par ces médias, préférant nous concentrer sur leurs intervenants et leur posture. L'hétérogénéité de notre corpus amène qui plus est à interroger les stratégies de légitimation spécifiques de ces intervenants et leur façon de vulgariser des connaissances entourant la parentalité, à l'image de ce que Baur (2024) a pu révéler dans sa thèse concernant les podcasteurs et les youtubeurs.

Références

- Baker, S., Sanders, M. R. & Morawska, A. (2017). Who Uses Online Parenting Support? A Cross-Sectional Survey Exploring Australian Parents' Internet Use for Parenting. *Journal of Child and Family Studies*, 26(3), 916-927. <https://doi.org/10.1007/s10826-016-0608-1>
- Baur, M. (2024). *La vulgarisation scientifique sur le web. Étude des pratiques de vulgarisation de vidéastes et de podcasteurs et podcasteuses francophones indépendants* [thèse de doctorat, UCLouvain] DIAL. <http://hdl.handle.net/2078.1/287168>
- Bérard, Y. & Crespin, R. (2010). Introduction : objet flou, frontières vives. Dans Y. Bérard & R. Crespin (dir.), *Aux frontières de l'expertise* (pp. 15-31). Rennes : Presses universitaires de Rennes. <https://doi.org/10.4000/books.pur.9920>
- Bérroujon, A. (2008). Comment la science vient aux experts : l'expertise d'écriture au XVII^e siècle à Lyon. *Genèses*, 70(1), 4-25. <https://doi.org/10.3917/gen.070.0004>

- Blondiaux, L. (2008). *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*. Paris : Seuil.
- Bonnet, M. (2006). L'expertise d'usage des habitants : une impossible reconnaissance ? *Économie & Humanisme*, 236, 61-63.
- Campion, B. & Van Wynsberghe, C. (2017). Experts médiatiques. *La Revue Nouvelle*, 2017(3), 26-29.
- De Bonville, J. (2006). L'analyse de contenu des médias De la problématique au traitement statistique. Bruxelles : DeBoeck Supérieur.
- Delmas, C. (2011). Sociologie politique de l'expertise. Paris : La Découverte.
- Erhenberg, A. (1998). La fatigue d'être soi : dépression et société. Paris : Odile Jacob.
- François, A. & Niget, D. (2011). Fabricating Risk... Sketching the History of the expert Power. Dans A. François, A. V. Massin & D. Niget (dir.), *Violences juvéniles sous expertise(s) XIX^e-XXI^e siècles. Expertise and Juvenile Violence 19th-21st Century* (pp. 9-18). Louvain-la-Neuve : Presses Universitaires de Louvain.
- Flichy, P. (2010). Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique. Paris : Seuil.
- Frenette, M. (2009). *La recherche en communication : un atout pour les campagnes sociales*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Garbutt, J. M., Leege, E., Sterkel, R., Gentry, S., Wallendorf, M. & Strunk, R. C. (2012). What are parents worried about? Health problems and health concerns for children. *Clinical pediatrics*, 51(9), 840-847.
- Garcia, S. (2011). *Mères sous influence*. Paris : La Découverte.
- Garric, N. & Législé, I. (2012). Analyser le discours d'expert et d'expertise. Dans I. Législé et N. Garric (dir.), *Discours d'experts et d'expertise* (pp. 1-16). Lausanne : Peter Lang.
- Geinger, F., Vandenbroeck, M. & Roets, G. (2014). Parenting as a performance: Parents as consumers and (de)constructors of mythic parenting and childhood ideals. *Childhood*, 21(4), 488-501. <https://doi.org/10.1177/0907568213496657>
- Graber, F. (2009). Figures historiques de l'expertise. *Tracés*, 16, 167-175. <https://doi.org/10.4000/traces.2633>
- Haslam, D. M., Tee, A. & Baker, S. (2017). The Use of Social Media as a Mechanism of Social Support in Parents. *Journal of Child and Family Studies*, 26(7), 2026-2037. <https://doi.org/10.1007/s10826-017-0716-6>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press.
- Mehl, D. (2003). La bonne parole : quand les psys plaident dans les médias. Paris : Éditions de La Martinière.
- Meunier, J.-P. (2013). *Des images et des mots : cognition et réflexivité dans la communication*. Paris : Academia-L'Harmattan.
- Miron, J.-M. & Tochon, F. (2004). La difficile reconnaissance de « l'expertise parentale ». *Recherche & Formation*, 47(1), 55-68. <https://doi.org/10.3406/refor.2004.1927>
- Robbeets, C., Bastien, M., Jacques, J., Campion, B., Roberti-Lintermans, M., François, A. & Merla, L. (2024). Exploring Parents' Everyday Experiences With Digital Media: Barriers and Opportunities for Digital Inclusion. *Media and Communication*, 12, 1-19. <https://doi.org/10.17645/mac.8172>

- Rose, N. (1993). Government, authority and expertise in advanced liberalism. *Economy and Society*, 22(3), 283-299.
- Sellenet, C. (2009). Approche critique de la notion de « compétences parentales ». *Revue internationale de l'éducation familiale*, 26(2), 95-116. <https://doi.org/10.3917/rief.026.0095>
- Sintomer, Y. (2008). Du savoir d'usage au métier de citoyen ? *Raisons politiques*, 31(3), 115-133. <https://doi.org/10.3917/rai.031.0115>
- Sennett, R. (2000). *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. W. W. Norton & Company, Incorporated.
- Sorbring, E. (2014). Parents' Concerns About Their Teenage Children's Internet Use. *Journal of Family Issues*, 35(1), 75-96. <https://doi.org/10.1177/0192513X12467754>
- Tazouti, Y. & Jarlégan, A. (2010). Sentiment de compétence parentale, participation parentale au travail scolaire et performances scolaires de l'enfant. *Revue internationale de l'éducation familiale*, 2(28), 23-40.
- Vandenbroeck, M. (2004). *In verzekerde bewaring: honderd vijftig jaar kinderen, ouders en kinderopvang*. Amsterdam : SWP.



Publié sous la licence Creative Common
«Attribution – pas d’utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0. International»
(CC BY-NC-ND)