

La femme contemporaine, les revues *glossy* et *chick lit* versus la femme et la presse de l'entre-deux-guerres

Maître assistante, doctorante Daniela Bogdan
Université „Dunarea de Jos” de Galati, Roumanie

Abstract: Romanian sociologists agree on saying that there had been a feminist movement in our country, between the two World Wars, reflected in the publications devoted to women, around 1920. Yet, the movement did not achieve its purpose, as it didn't last for long and hit the patriarchal and conservative conceptions of the Romanian society, which are still preserved, today. After a period of silence, (women were totally depersonalized during communism), we are witnessing an attempt to revive the idea of promoting female representations in the media on a larger scale than 60 years ago, but not as effective as in the past. After 1989, women's literature – a niche segment – became one of the most successful industries, but there are critics who speak of superficiality, lack of substance and plagiarism. In conclusion, we can say that during the interwar period we had a feminist literature, in its young manifestation, whereas the “glossy literature” of today, despite its loud presentation, contains mainly soft articles with no substance and no intention in changing mentalities. Major women issues are treated superficially and in isolation. In today's glossy magazines, even women politicians pose in sexy pictorials and are talking only about a new receipt they had tried in the kitchen, or the joy of motherhood.

Mots-clés : presse féminine, féminisme, revues glossy, littérature féminine, chick lit

La presse féminine de l'entre-deux-guerres

La période de l'entre-deux-guerres est marquée en Roumanie par le processus de l'émancipation de la femme, qui abandonne son statut de maîtresse de la maison afin de devenir une mondaine. La femme avait déjà gagné beaucoup de droits : elle portait des pantalons, elle s'était coupé les cheveux, elle faisait du sport avec son mari, elle se promenait à bicyclette etc. Le mouvement d'émancipation s'est manifesté aussi dans la presse de l'époque: bien que peu nombreuses, les dames commencent à faire sentir leur présence et leurs voix dans les pages des journaux, soient-ils dédiés également aux deux sexes ou seulement au public féminin.

C'est la période où apparaissent les premiers articles de Cella Delavrancea et d'Otilia Cazimir, mais aussi les premiers journaux dédiés aux femmes (*Jurnalul femeii – Le Journal de la femme*, notre trad., *Domnița – La Mademoiselle*, notre trad., *Cuvântul femeilor – La Parole des femmes*, notre trad., *Mariana*) et, plus tard, les premières publications d'orientation féministe. Certes, ce sont les représentantes de la haute société, les femmes éduquées, ayant des contacts avec l'Europe occidentale et une certaine influence aussi, qui ont fait les premiers pas dans la direction de cette émancipation : à la campagne, la femme n'a pas trop changé de statut.

De plus, les « journalistes » signaient, en premier lieu, des articles concernant la mode, les conseils culinaires, les manières élégantes – il en allait de même pour les gazettes qui promouvaient le féminisme, celles-ci se subordonnant au même modèle. Les articles sur des thèmes sociaux et politiques sont réservés exclusivement aux hommes. Une exception dans le journalisme de l'entre-deux-guerres est représentée par les articles publiés par Sanda Popescu et Constanța Hodoș dans *Jurnalul literar* [*Le Journal littéraire*, notre trad.] et *Revista scriitoarei* [*La Revue de l'écrivaine*, notre trad.], à savoir des comptes-rendus de livres et des portraits des diverses personnalités culturelles.

L'image de la femme telle qu'elle se configure dans la presse de l'époque est celle d'une personne délicate, sensible, pure, raffinée, préoccupée par la mode et la gastronomie, par les décorations intérieures et par les bienséances. (Il y a des débats importants auxquels ont participé des écrivains représentatifs de l'époque, comme Tudor Arghezi ou Camil Petrescu, concernant les concours de beauté, organisés selon les modèles de l'Occident.) Il faut observer que les apparitions les plus nombreuses dans les journaux sont vouées aux femmes du domaine du divertissement, les artistes (et en particulier les actrices, mais aussi les

danseuses) ayant une position dominante dans les publications de l'époque. Il s'agit des périodiques tels que *Mișcarea literară* (*Le Mouvement littéraire*, notre trad.), *Comedia* (*La Comédie*, notre trad.), qui réservent des espaces amples aux femmes de théâtre - Maria Filotti, Agepsina Macri-Eftimiu, Lucia Sturdza Bulandra etc. Les écrivaines ne sont pas oubliées, se réjouissant elles-mêmes d'une relative « popularité » (le cas d'Elena Farago), tout comme les femmes impliquées dans le combat pour l'émancipation (Alexandrina Cantacuzino, Ella Negruzzi). Les écrivaines possèdent aussi une revue propre – *Revista scriitoarei* (*La Revue de l'écrivaine*, notre trad.) –, dont les collaboratrices sont des femmes de lettres reconnues à l'époque : Hortensia Papadat-Bengescu, Constanța Hodoș, Sofia Nadejde, Henriette Yvonne Stahl.

C'est dans cette période qu'apparaissent les premières publications d'orientation *féministe* qui enregistraient les actions entreprises par les organisations des femmes dans le but de la reconnaissance de leurs droits politiques sur le plan international. Tant les publications féministes (dont la plus acharnée était *Actiunea feministă* – *L'Action féministe*, notre trad.) que les autres périodiques d'orientation similaire (*La Parole des femmes*, *Le Journal de la femme*) ont poursuivi avec beaucoup d'intérêt les divers débats nationaux et internationaux concernant l'accès libre à toutes les professions, le droit de suffrage pour les femmes roumaines lors de la rectification de la Constitution de 1923, mais aussi les mouvements militants développés en Europe et en Amérique. Parmi les nouvelles concernant l'univers féminin, repérables dans des rubriques telles que la chronique de la mode, les recettes de beauté, le code des manières élégantes, on pouvait retrouver, sur la première page de ces journaux, des articles visant l'importance du rôle joué par la femme pendant la première guerre mondiale.

On peut constater donc l'existence d'un mouvement féministe initié chez nous, dans la période de l'entre-deux-guerres, dans les publications dédiées aux femmes, mouvement qui n'a pas pu, quand même, atteindre son but à cause des conceptions patriarcales et conservatrices de la société roumaine qu'on a gardées, selon les opinions des sociologues contemporains, jusqu'aujourd'hui.

La presse féminine contemporaine

Après une période de dépersonnalisation de la femme sous le régime communiste, on assiste de nos jours à une tentative de revigoration de l'idée de promotion des représentantes du beau sexe, repérable dans la presse contemporaine, à un plus haut degré par rapport au moment des débuts du féminisme roumain, il y a 60 ans, mais ayant une efficacité plus restreinte. Même si la presse actuelle a réussi de transformer un segment « de niche » – la littérature pour les femmes – dans l'une des industries postrévolutionnaires qui a eu le plus grand succès, il y a des critiques qui l'accuse de superficialité, de manque de substance et de plagiat.

Il faut faire une distinction lorsqu'on parle des publications contemporaines pour les femmes. Il y a, tout d'abord, les revues *glossy* – adjectif anglo-saxon qu'il est impossible à traduire en roumain : il signifie *brillant* ou *soyeux*. Le nom peut paraître bizarre et dépourvu d'importance aux non-spécialistes, mais il y a des études avisées qui ont démontré que l'une des motivations principales des acheteurs de certaines revues telles que *Unica* (*L'Unique*, notre trad.), *Cosmopolitan*, *The ONE*, *Tabu* (*Tabou*, notre trad.) ou *Avantaj* (*Avantages*, notre trad.) est la qualité de la surface imprimée, qui est très agréable au toucher. Les *glossy* pour les femmes représentent la plus profitable affaire de presse en Roumanie dès 2000 jusqu'à présent. Ayant des tirages de 30.000 à 50.000 d'exemplaires et un prix (affiché sur la couverture) de 4 à 7 RON, ces revues apportent des revenus considérables par le truchement des réclames publicitaires. Ce sont les revues *Avantages*, *L'Unique* et *Cosmopolitan* qui sont engagées dans la compétition la plus acerbée, dès 1995, depuis leurs apparitions, mais le marché

est aujourd'hui suffoqué par des publications telles que *Tabou*, *Olivia*, *Madame Figaro*, *Joy*, *Bolero*, *Glamour*, *In Style*, *The One*, *Bazar*, *Tango*, etc.

La presse féminine actuelle offre un espace de recherche très fécond au niveau des typologies, par le truchement desquelles l'on essaie de faire une différenciation entre les revues les plus célèbres sur le marché - la femme *Cosmo*, dépourvue d'inhibitions, la femme *Tabou*, élégante et préoccupée par sa carrière, la femme *Avantages*, attentive à sa profession, mais aussi aux besoins de sa famille – mais surtout au niveau du langage, qui pourrait intéresser l'historien des mentalités.

Les publications *glossy* mettent en évidence une catégorie de genre – celle des femmes, un mode de vivre et aussi de nombreuses tentatives et réussites de celles-ci dans leur effort d'individualisation par rapport aux autres groupes, par le truchement de la parole. Une particularité essentielle des revues *glossy* c'est l'abondance de termes empruntés à l'anglais, spécifiques au mass-média (*mascara*, *fashion*, *must have*, *look*, *beauty and style*, *trend*, *outfit*), retrouvables aussi dans leurs version empruntées à l'espace francophone, ce qui crée l'illusion d'un langage codifié, difficile à comprendre. Même si ce dernier semble fort spécialisé, il est seulement précieux, et confère une teinte « internationaliste » à un certain type de presse, emprunté, d'ailleurs, lui-même.

La critique de la presse actuelle pour les femmes

Le genre *glossy* est vu aujourd'hui comme une lecture facile, de divertissement, les rédacteurs traitant les mêmes sujets au cours des années, tout en utilisant des reprises et des traductions des revues-« mères » de l'espace occidental, qui ne « parlent » pas des Roumaines. Il existe aujourd'hui, quand même, une tendance de dépasser ces aspects, d'autant plus qu'on a commencé de s'intéresser aussi à des sujets plus « sérieux », ayant un plus grand impact sur la vie sociale, tels que le trafic avec des personnes, le combat contre le SIDA, le cancer etc. De plus, ces publications sont tributaires à l'idéal de beauté imposé par les médias, la femme *glossy* passe son existence en se rapportant constamment à la télé et aux impératifs de la société de consommation. Un autre inconvénient tient à la promotion, dans ces revues, de certains modèles de féminité qui, dans les sociétés occidentales, ont perdu du terrain dans les dernières décennies : la femme en tant qu'objet sexuel, perçue comme un être frivole, préoccupé seulement par son aspect physique, la femme belle, mais peu douée du point de vue intellectuel.

Diana-Maria Brăgaru, l'administrateur d'un site web dédié aux femmes (www.elady.ro), considère que « la presse adressée au public féminin se complaît dans l'imitation servile des « recettes de succès » de l'étranger. Je ne crois pas qu'on doit réduire la femme roumaine à une cible du marché. *Et la femme moderne ne se retrouve pas dans les pages des revues glossy ou, du moins, pas suffisamment. Malheureusement, je ne crois pas que la presse à public féminin mette l'accent sur l'émancipation de la femme. En même temps, on ne s'intéresse presque nullement à rendre consciente la population féminine du rôle qu'elle peut jouer dans la société. Il faudrait qu'on reconnaisse que, de facto, nous appartenons à une société de type patriarcal.* » (n. s.)

Les avantages des *glossy*

Le marché des revues *glossy* peut se vanter de la collaboration de plusieurs journalistes importants, mais aussi des contributions des écrivains invités à y publier régulièrement, surtout de la prose courte : George Cușnarencu, Răzvan Petrescu, Horia Gârbea, Jean Lorin Sterian. La revue *Elle* a publié mensuellement, pendant plus d'une année, les récits de Mircea Cartarescu (c'est ainsi qu'a pris naissance le volume *De ce iubim femeile* – *Pourquoi nous aimons les femmes*, notre trad., le roman roumain contemporain le plus vendu), puis Cecilia Ștefănescu a été invitée à écrire, toujours mensuellement, un récit « pour

les femmes ». *Tabou* est une autre revue *glossy* qui, durant une année, a publié dans chaque numéro des proses de deux pages, signées par des jeunes écrivains, et *Esquire* a inventé le concept de « récit en 89 mots », concentré littéraire qu'on peut lire aujourd'hui aussi. Même Florin Piersic jr., acteur, scénariste et metteur en scène, a été un collaborateur des revues *glossy* *Eva*, *Max* et le guide *24 Fun*, où il a écrit plus de 50 textes courts et très courts, réunis ultérieurement dans son volume de début, lancé récemment. On peut dire que cette mode a engendré une revitalisation de la prose courte roumaine.

Malheureusement, on ne peut pas parler d'une évolution du genre, surtout en ce qui concerne son contenu, parce que les éditeurs sont préoccupés plutôt par la qualité du papier imprimé et par l'enjeu commercial de leur « marchandise ». Afin qu'on les vende, on imprime maintenant les revues *glossy* en format *pocket*, et on les accompagne de toutes sortes de cadeaux ou gadgets féminins, ou des lunettes tridimensionnelles, parce qu'elles s'alignent aux dernières tendances et contiennent des photos en format 3D.

On parle aussi aujourd'hui de la disparition du genre *glossy* en faveur des revues de type *Family* (*Mămica de azi - La Mère d'aujourd'hui*, notre trad., *Bucătăria de azi - La Cuisine d'aujourd'hui*, notre trad., *Bucătăria pentru toți - La Cuisine pour tous*, notre trad.), qui ont du succès malgré leur contenu lié à un monde moins éblouissant, ou peut-être justement pour cette raison. Au fond, si attractive que ce soit cette teinte *glamour*, elle engendre des frustrations, à un moment donné, parce qu'on languit auprès de ces choses intangibles. C'est ainsi que les histoires avec des dives parviennent à être remplacées par les recettes de cuisine et par les conseils concernant la diète.

La chick lit

La seconde composante de la littérature pour les femmes s'appelle *chick lit* et elle a connu en Roumanie une ampleur sans précédent, dans les dernières années. Le syntagme *chick lit*, un peu péjoratif, tire ses racines du *Journal de Bridget Jones* d'Helen Fielding, paru en 1996. *Chick lit* – la littérature pour les jeunes filles (une abréviation de *chicken literature*) – se réfère aux livres écrits par les femmes pour les femmes, le public-cible étant celui de 20 à 60 ans. Il s'agit d'un genre littéraire « léger », amusant, qui met sur le premier plan les problèmes de la vie réelle auxquels se confrontent les femmes, y compris ceux qui concernent le poids, ou les diverses dépendances, en particulier celles liées à la mode. *Chick lit* est aussi une formule fictionnelle agréée par les féministes.

Les protagonistes de la *chick lit* sont des jeunes femmes élégantes, qui ont une carrière importante et qui habitent des quartiers urbains à la mode. Les livres *chick lit* sont écrits dans une manière sarcastique et amusante. Souvent, la protagoniste est séparée, par une distance physique plus ou moins grande, de sa famille et se confronte, bien des fois, avec plusieurs problèmes qui parviennent, à un moment donné, à lui bouleverser la vie. Dans la plupart des cas, le roman *chick lit* implique une relation amoureuse, au moins dans l'arrière-plan. Certains exégètes considèrent la *chick lit* une forme de fiction post-féministe : le personnage a une carrière, mais il est intéressé aussi par une relation stable et par la famille. Les histoires racontées dans ces livres n'aboutissent pas tout le temps, comme les contes de fées, à un *happy-end*, mais, au cours de son trajet, la protagoniste apprend beaucoup sur elle-même et sur la vie en général. Parmi les livres représentatifs pour le genre, on cite ceux écrits par Candace Bushnell (dont le plus célèbre est *Sex and the city*) et ceux de Marian Keyes, Sophie Kinsella și Jennifer Weiner. D'autres listes de titres incluent les livres de Melissa Bank - *The Girls' Guide to Hunting and Fishing*, d'Emma McLaughlin et Nicola Kraus - *Nanny, journal d'une baby-sitter* ou de Lauren Weisberger, *Le diable s'habille en Prada*.

Les maisons d'édition de Roumanie qui possèdent de telles collections sont Polirom - „Chic“, Humanitas - „Cocktail“ et Curtea Veche - „Stiletto“. RAO, en échange, mise sur des livres écrits par des auteurs notoires, en publiant dans la collection „Pentru tine“ (« Pour toi », notre trad.), des écrivaines célèbres comme Danièle Sallenave, à qui on a accordé en 1980 le

Prix Renaudot, en 1995 – Le Grand Prix pour la Littérature de l'Académie Française, et en 2006 - Le Grand Prix „Marguerite Duras“. De même, la maison d'édition Leda (faisant partie du Group Editorial Corint) parie sur des grands noms de la littérature féminine, en se proposant d'éditer, dans les collections „Maeștrii Leda“ (« Les Maîtres Leda », notre trad.) et „Love&Life“, les livres des écrivaines gratifiées avec les prix Orange ou Booker: Rose Tremain, Zadie Smith, Linda Grant, Margaret Atwood etc. Nemira est une autre maison d'édition qui a investi dans la *chick lit*, mais cette fois-ci on a choisi seulement des romans dont le public-cible est représenté par les adolescentes et qui ont été rassemblés dans la collection „Gossip Girl“. Sur le marché international, les ventes du genre *chick lit* ont dépassé 70 millions euros, c'est-à-dire la valeur de l'entier marché du livre de Roumanie. Chez nous, en 2007, la collection Cocktail a réuni 40.000 d'exemplaires, dont on a vendu plus de 75%.

Bien qu'on dise que l'arrière grand-mère du genre *chick lit* est Jane Austen, il ne faut pas qu'on ait beaucoup de talent afin de construire un tel roman : beaucoup de ces livres parodient ou reprennent une série de symboles, de représentations et d'images appartenant à la culture médiatique et publicitaire. Et tous semblent représenter, par-ci, par-là, un moyen de promotion discrète des produits à la mode et des grands marques. La facilité avec laquelle l'on écrit de tels livres a déclenché même des scandales. Une étudiante de Harvard, âgée de 19 ans, a été accusée de plagiat par deux auteures de ce genre, tandis que la revue *Tabou* a récemment lancé un appel à collaboration pour ses lectrices, invitées à participer à l'écriture d'un tel roman, qui sera publié dans la collection Cocktail.

Puisque la *chick lit* a eu un si grand succès, les éditeurs pensent déjà à la création des sous-genres : “lad lit”, “crime chick lit”, “mom chick lit”. Les personnages “lad lit” sont les versions masculines de Bridget Jones, des jeunes hommes qui mènent une vie sociale active et qui sont passionnés par la mode. Les livres de type “crime chick lit” ajoutent aux aventures des personnages un nouvel ingrédient, à savoir les mystères spécifiques aux policiers. Et la littérature “mom chick lit” apporte en premier plan les histoires des anciennes héroïnes *chick lit*, qui sont devenues entre-temps des mères.

Pourtant, on peut se demander si le style promu par la *chick lit* s'accommode au style de vie caractéristique aux femmes de Roumanie. Les spécialistes en donnent, pour la plupart, une réponse négative, mais ces livres doivent être lus comme de pures fictions, destinées aux moments de relâchement. Un portrait de la femme roumaine contemporaine, conformément à une étude réalisée par l'Institut Metro Media Transilvania, la représente comme une personne qui n'est pas mariée, qui a, des fois, un enfant, religieuse mais indépendante, qui lave et repasse le linge, qui paye les factures et fait le ménage, mais qui aspire en même temps à l'avancement et à l'affirmation dans sa profession.

En guise de conclusions

Si, dans la période de l'entre-deux-guerres, on peut parler d'une littérature féministe, du moins dans la phase des débuts, les matériaux destinés aux femmes d'aujourd'hui peuvent être intégrés seulement dans la littérature féminine : il s'agit des articles écrits par les femmes pour les femmes, qui ne traitent que rarement des problèmes majeurs et qui ne se proposent de changer les mentalités. Dans les revues *glossy*, même les femmes de la scène politique apparaissent dans des photos sexy ou parlent des bonheurs de la maternité.

Bibliographie

Mihăilescu, Ștefania, *Din istoria feminismului românesc. Studiu și antologie de texte (1929-1948)*, Polirom, Iași, 2006

Mihăilescu, Ștefania, *Emanciparea femeii române. Studiu și antologie de texte*, vol. I: 1815-1918, vol.II: 1918-1948, Polirom, Iași, 2002

Mihăilescu, Ștefania, *Drumul către autonomie. Teorii politice feministe*, Polirom, Iași, 2004

Sitographie

<http://emancipareafemeii.blogspot.com/>

http://www.bucurestiivechisinoi.ro/1103_Arhiva-rubrici/Antropologia-urbana/Femeia-interbelica-versus-femeia-recenta-in-Romania.html

http://www.romlit.ro/femeia_idilic_din_interbelic

<http://ebooks.unibuc.ro/istorie/ciupala/includereaexcluderea.htm>

http://www.mayra.ro/blog_simona_ionita/2010/06/chick-lit-literatura-orientata-catre-femeile-moderne/

<http://timp-liber.acasa.ro/carti/chick-lit-pentru-femei-independente-12169.html>

<http://www.businessmagazin.ro/arta-si-societate/bridget-se-imbraca-la-prada-1005980>