

Études littéraires africaines

Awa ou la difficile équation du féminin africain

Marie-Ève Thérénty



Number 47, 2019

Awa : la revue de la femme noire, entre presse et littérature

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1064750ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1064750ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association pour l'Étude des Littératures africaines (APELA)

ISSN

0769-4563 (print)

2270-0374 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Thérénty, M.-È. (2019). *Awa ou la difficile équation du féminin africain*. *Études littéraires africaines*, (47), 11–26. <https://doi.org/10.7202/1064750ar>

Article abstract

This paper aims at shedding light on the tensions that characterise the monthly women's magazine Awa, led by Annette Mbaye d'Erneville (1964-1973). At the juncture between the journal and the magazine, not only is it characterized by the polyphony usually associated with the media apparatus, but it is also contradictory and even agonistic in some respects. Looking at the ways in which fictions deal with and allegorise women and their relationship to modernity, the paper focuses on the use of a character's name as title, hardly ever an innocent move for a periodical, and compares it to other women's magazines such as Marie Claire and Elle, both discreetly but regularly referred to in Awa, or Amina, founded in 1973 by Michel de Breteuil. The transfictional ability of the magazine to be embodied in the symbolic figure of Awa, a character who is regularly used and invoked, as well as the variety of ways in which she is represented on the covers, in the articles, drawings, photographs and in some sections – such as « les lauris de Mam'Awa » or the letters from the readers section – but also in the fictional texts published in the magazine, all shed light on the difficulty of the feminine equation.

AWA OU LA DIFFICILE ÉQUATION DU FÉMININ AFRICAIN

RÉSUMÉ

Cet article montre les tensions qui caractérisent le mensuel féminin africain *Awa* dirigé par Annette Mbaye d'Erneville (1964-1973), entre revue et magazine : celui-ci ne se caractérise pas seulement par la polyphonie caractéristique du dispositif médiatique, il se révèle contradictoire, voire agonistique. Étudiant les manières dont les fictions thématisent et allégorisent la femme et leur rapport à la modernité, l'article revient notamment sur la question du titre-personnage, jamais innocente dans un périodique, notamment à travers des comparaisons avec d'autres magazines féminins comme *Marie Claire* et *Elle*, discrètement mais régulièrement convoqués dans le magazine, ou *Amina* lancé en 1973 par Michel de Breteuil. La capacité transfictionnelle du magazine à s'incarner dans un personnage emblématique, *Awa*, régulièrement mobilisé et invoqué dans les pages du journal et en même temps la diversité des représentations ainsi figurées par les couvertures, les articles, le dessin, les photographies, les rubriques (« les cauris de Mam'Awa »), le courrier des lecteurs et même par les fictions montrent la difficulté de l'équation du féminin.

ABSTRACT

This paper aims at shedding light on the tensions that characterise the monthly women's magazine Awa, led by Annette Mbaye d'Erneville (1964-1973). At the juncture between the journal and the magazine, not only is it characterized by the polyphony usually associated with the media apparatus, but it is also contradictory and even agonistic in some respects. Looking at the ways in which fictions deal with and allegorise women and their relationship to modernity, the paper focuses on the use of a character's name as title, hardly ever an innocent move for a periodical, and compares it to other women's magazines such as Marie Claire and Elle, both discreetly but regularly referred to in Awa, or Amina, founded in 1973 by Michel de Breteuil. The transfictional ability of the magazine to be embodied in the symbolic figure of Awa, a character who is regularly used and invoked, as well as the variety of ways in which she is represented on the covers, in the articles, drawings, photographs and in some sections – such as « les cauris de Mam'Awa » or the letters from the readers section – but also in the fictional texts published in the magazine, all shed light on the difficulty of the feminine equation.

Awa : la revue de la femme noire est fondée en 1964 à Dakar par Annette Mbaye d'Erneville. Ce magazine à la couverture colorée et à la maquette novatrice propose des articles traitant de l'engagement politique féminin, de l'éducation en Afrique subsaharienne et des inégalités entre les sexes, mais aussi des fictions et des rubriques consacrées à la mode, au foyer et à la cuisine. Doté d'une très forte identité littéraire grâce aux auteurs divers (par leur sexe, par leurs origines, par leur visibilité) qui signent les nouvelles, le magazine *Awa* est aussi nourri des contributions hétéroclites (photographies, textes, annonces diverses, courriers) qui lui viennent de son lectorat. Un périodique est toujours une entreprise à l'énonciation éditoriale¹ complexe, mais dans ce cas précis, la négociation éditoriale a été d'emblée une priorité et une nécessité pour la revue.

Awa est analysé, dans le présent article, avec les outils de poétique historique et de médiapoétique mis en place par une équipe d'historiens et de littéraires à l'occasion de plusieurs projets de recherche qui portaient sur des périodiques français du XIX^e et du XX^e siècle : *La Civilisation du journal*, Medias 19 et Numapresse². Cette réflexion, réalisée grâce à une expertise venue des études littéraires sur la presse, vient en complément du travail essentiel de contextualisation opéré par Claire Ducournau et Ruth Bush. Elles ont numérisé tous les numéros de la revue et en ont proposé une analyse grâce à une exposition itinérante programmée à Dakar et à Montpellier. Elles ont notamment expliqué les conditions historiques de production de magazines féminins sur le continent africain en général et au Sénégal en particulier. Sans leurs perspectives, beaucoup de contraintes et d'enjeux manqueraient pour expliquer les choix d'*Awa*. Cela dit, la perspective de la médiapoétique permet de mettre en avant beaucoup des exigences aporétiques qui ont caractérisé *Awa*, qui ont fait sa richesse, son importance et qui expliquent aussi sans doute sa disparition en 1973.

¹ SOUCHIER (Emmanuel), « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », *Communication et langages*, n°154 (*L'énonciation éditoriale en question*), décembre 2007, p. 23-38.

² KALIFA (Dominique), RÉGNIER (Philippe), THERENTY (Marie-Ève), VAILLANT (Alain), dir., *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse au XIX^e siècle*. Paris : Nouveau monde éditions, 2012, 1764 p. ; voir également les sites medias19.org et numapresse.org. Ces travaux visent à produire une histoire culturelle de la presse du XIX^e siècle à aujourd'hui. Les deux derniers programmes, financés par l'Agence Nationale de la Recherche, utilisent des outils de lecture automatisée sur des corpus de presse numérisée.

La médiapoétique propose effectivement d'étudier la poétique des textes en prenant en compte leur medium de production et les canaux de communication qu'ils empruntent. Elle peut se faire micro-analyse lorsqu'elle prend comme cadre d'application une rubrique ou un genre médiatique (le fait divers, l'écho, le roman-feuilleton) ; elle se fait macro-analyse quand elle envisage l'équilibre des rubriques à l'intérieur d'un magazine, voire le positionnement d'un magazine ou d'une revue dans des séries culturelles et médiatiques en diachronie ou en synchronie.

Dans cet article, nous ne ferons donc pas l'analyse complète du dispositif médiatique d'*Awa*, qui a été bien exploré grâce à l'enquête de Claire Ducournau et Ruth Bush³. Mais nous voudrions mettre en avant quelques caractéristiques médiapoétiques du magazine qui, toutes, conduisent à définir *Awa* comme une aporie médiatique. Cet article prendra la forme d'un commentaire du titre et du sous-titre de la revue tels qu'ils se présentent sur la couverture. Le bandeau sera le prisme par lequel nous tenterons d'établir les tensions sur lesquelles s'édifie, sans tenter de les réduire artificiellement, un magazine dont une partie de la richesse tient à son maintien en négociation.

... de la femme noire

Awa s'annonce par un sous-titre qui définit une double catégorisation (femme et noire), et donc, en creux, une double discrimination à cerner mais aussi à réparer. Le sous-titre sonne comme un slogan mais l'évidence de l'énoncé dissimule la complexité des enjeux.

Le complément du nom définit à la fois une lectrice et une productrice. *Awa* envisage d'être une revue faite pour des femmes noires, par des femmes noires. L'expression « pour des femmes noires » atteste le caractère problématique d'un lectorat qui ne coïncide pas exactement avec la cible. La revue s'adresse à toutes, y compris à celles qui n'ont pas accès à la presse, c'est-à-dire qu'elle prend en charge les problématiques de l'ensemble des Africaines (et même, au-delà de l'Afrique, de la diaspora noire), y compris les Africaines rurales et illettrées dont il s'agit de défendre les droits alors même que celles-ci ne constitueront jamais le lectorat et le soutien de la revue. L'enjeu diverge donc de la cible.

³ BUSH (Ruth), « “Mesdames, il faut lire !” Material contexts and representational strategies in early francophone African women's magazines », *Francoosphères*, vol. 5, n°2, 2016, p. 213-236.

Mais *Awa* est aussi une revue réalisée par des femmes noires. S'il y a eu, pendant la période coloniale, des journaux et des revues qui se sont construits autour de problématiques racialisées, non seulement la question des femmes n'était pas posée, mais ces dernières étaient, à quelques exceptions près, largement absentes des rédactions, comme l'ont montré les travaux de Hans-Jürgen Lüsebrink⁴. Marguerite Durand a fondé en France, en 1897, un journal quotidien, *La Fronde*, entièrement écrit et imprimé par des femmes. Pour se justifier, elle soulignait que s'il y avait eu le moindre homme dans l'immeuble, même un concierge, on lui aurait imputé le journal. Malgré le caractère intransigeant de sa formule liminaire, *Awa* optera pour une politique un peu différente : elle aura effectivement une rédaction féminine, mais elle acceptera « le billet de monsieur », rédigé par Henri Mendy, Tony Stephen, Tapha, Ebongue Soelle ou Gibé ; des écrivains d'importance comme Joseph Zobel et Birago Diop seront invités à y insérer leurs fictions et, dans un premier temps au moins, les lettres mises à l'honneur par une pleine page dans le courrier viendront de lecteurs masculins, parfois peu avarés de jugements à l'emporte-pièce. La revue s'appliquera, même si son projet consiste à sensibiliser les femmes à leurs droits, à négocier et à ne pas brusquer les bonnes volontés, d'autant que ce sont aussi sans aucun doute des hommes qui acceptent d'insérer les publicités qui maintiennent à flot la revue, qui est fondée d'une manière générale sur le bénévolat. C'est ce que Obioma Nnaemeka appelle le négoféminisme⁵, c'est-à-dire une négociation genrée.

Dans le diagramme à quatre cases des possibles définis en creux par le sous-titre d'*Awa* (femme noire / homme noir / femme blanche / homme blanc), il reste à savoir ce que la revue fait de l'homme « blanc » et de la femme « blanche ». L'« homme blanc » est quasiment effacé de la revue. Il constitue l'incarnation de l'époque coloniale que la revue n'évoque que rarement de façon directe. On peut noter quelques exceptions⁶, parmi lesquelles l'autobio-

⁴ LÜSEBRINK (Hans-Jürgen), *La Conquête de l'espace public colonial. Prises de parole et formes de participation d'écrivains et d'intellectuels africains dans la presse à l'époque coloniale (1900-1960)*. Québec / Frankfurt am Main / London : Éd. Nota bene / IKO-Verlag, coll. Studien zu den frankophonen Literaturen ausserhalb Europas, Bd. 7, 2003, 272 p.

⁵ NNAEMEKA (Obioma), « Nego-Feminism : Theorizing, Practicing, and Pruning Africa's Way », *Signs*, vol. 29, n°2, 2004, p. 357-385.

⁶ « Quelques poésies et la nouvelle de Papa A. Diop, "La pierre fétiche de Bakhoré" », *Awa*, mai 1973, p. 30.

graphie de Birago Diop⁷ qui raconte l'humiliation coloniale du point de vue masculin. Cette absence montre que, globalement, *Awa* vise à reconstruire une histoire du continent qui enjambe largement la période coloniale et qui ne polémique pas frontalement. Ses prises de position sont souvent latérales. Le débat très fort qui enfle au fil des mois à propos de la coiffure féminine⁸ est une des manières qu'a la revue d'aborder le rapport à l'ex-colonie. Elle le fait de façon oblique, en semblant se concentrer sur un objet qui appartient pleinement au périmètre du magazine féminin, la perruque, objet symbolique susceptible de déclencher de longs développements sur l'authenticité, l'imitation⁹, etc.

L'absence de la « femme blanche » s'avère plus problématique. Les « Blanches » sont très peu représentées en photographie et peu publiées¹⁰. Les grandes écrivaines-journalistes pionnières ne sont que rarement évoquées. On trouve une allusion à George Sand en février 1964, une autre, elliptique, à Simone de Beauvoir. Le gommage des femmes occidentales et le refus même du terme de « féminisme » manifestent la volonté de définir un autre féminisme que celui de l'Occident, un « féminisme africain » qui doit fonder son propre lexique et ses propres revendications. À plusieurs reprises d'ailleurs, le combat des féministes françaises, notamment autour de l'avortement, est moqué, et un éditorialiste souligne que l'Afrique a un autre rapport à la maternité¹¹. La formule « la revue de la femme noire » définit donc bien l'équation à plusieurs variables sur laquelle *Awa* repose, la part de compromis nécessaire, la transgression de la ligne éditoriale qui est souvent due à des personnalités non représentatives (homme noir ou femme blanche¹²), et finalement le fait

⁷ « Birago Diop raconte... Birago (notice autobiographique) », *Awa*, septembre 1964, p. 22.

⁸ Voir par exemple : « Cent ans de coiffure et de mode féminine au Sénégal », *Awa*, avril 1964, p. 32 ; KABA (Mankan), « Pour ou contre la perruque ? », *Awa*, octobre 1964, p. 23 ; « La Coiffure », *Awa*, novembre 1972, p. 17.

⁹ BUSH (R.), « “ Mesdames, il faut lire ! ”... », *art. cit.*

¹⁰ Il faut souligner l'exception d'Andrée Clair, qui publie une nouvelle qui tranche d'ailleurs fortement avec la négociation genrée – CLAIR (Andrée), « La première épouse », *Awa*, octobre 1965, p. 8.

¹¹ « Les suffragettes de naguère, le bulletin de vote étant acquis, sont désormais regardées comme des croulantes par cette nouvelle vague occidentale qui, après avoir obtenu la pilule et le stérilet, part en campagne pour que la curette et la sonde soient mises entre toutes les mains » Gibé – « Le billet de Monsieur », *Awa*, novembre 1972.

¹² On pense par exemple à l'autobiographie de Birago Diop ou au conte d'Andrée Clair.

que la revue s'édifie sur un lectorat en théorie large, en réalité sans doute restreint, qui l'oblige à des négociations renouvelées.

La revue...

Il faut ensuite s'arrêter sur la dénomination de « revue » qui paraît également, sous son caractère anodin, renvoyer à toute une série de tensions qu'*Awa* doit s'employer à dénouer. Le terme de « revue » exprime une ambition intellectuelle que dément la présentation de la couverture, qui convoque les codes du magazine.

Revue / magazine : l'alternative n'est pas innocente. « Revue ¹³ » renvoie historiquement à un modèle intellectuel, traditionnellement masculin, à des articles savants, informés, à une certaine forme d'hybridation entre littérature et journalisme que reprend *Awa* en accueillant les grands intellectuels et écrivains africains. L'expression « revue de la femme noire » peut claquer, en se replaçant dans une longue tradition, sinon comme une provocation, au moins comme une contradiction. Pourtant le modèle économique est bien celui de la revue qui, notamment lorsqu'elle est petite, se fonde souvent sur l'autofinancement : c'est le cas d'*Awa* qui rappelle, pour expliquer sa fragilité économique, qu'elle s'appuie sur les cotisations de membres bénévoles. Mais la maquette et la couverture, avec son portrait de face, empruntent à la tradition du magazine illustré plutôt qu'à celle de la revue. Le terme de magazine, sous sa forme ancienne « magasin », renvoie à des périodiques éclectiques comprenant des rubriques diverses et accessibles ¹⁴. Il a servi à désigner des périodiques largement illustrés et la formule du magazine a notamment été adoptée par la presse féminine. Le magazine féminin se caractérise à cette époque par des portraits de femmes, des enquêtes qui permettent de communiquer tout un savoir autour de l'hygiène et de l'éducation des enfants, des pages consacrées à la mode, d'autres tournées vers le foyer ou vers l'intimité. Or ces enjeux sont essentiels dans *Awa*. Un lecteur compare même le magazine à *Elle* et les lectrices polonaises, en octobre 1964, ne voient pas de différences entre le rubriqueage d'*Awa* et celui de *Grazia* ou de *Marie Claire* :

Les rubriques d'*Awa* sont pareilles à celle de la revue italienne *Grazia*, allemande *Constanza*, française *Marie Claire*. Les femmes africaines peuvent suivre dans leur revue les articles sur l'éduca-

¹³ LOUË (Thomas), « La revue », in : KALIFA (D.) et al., *La Civilisation du journal, histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*, op. cit., p. 333.

¹⁴ BLANDIN (Claire), dir., *Manuel d'analyse de la presse magazine*. Paris : Armand Colin, 2018, 324 p.

tion des enfants, sur l'hygiène, sur la décoration des appartements, sur les problèmes de mariage et tant d'autres »¹⁵.

Alors *Awa*, un magazine ? Ce n'est pas si simple. Il faut reconnaître la complexité du positionnement. La presse magazine est fondée sur le recours massif à la publicité comme financement et quand elle est féminine, elle cible, grâce à des annonceurs de produits de beauté, les femmes comme consommatrices. Or, pour *Awa*, il existe un écart certain entre le lectorat et les annonceurs. Les publicités viennent d'agences de voyage, d'hôtels, de librairies, de représentants pour des machines à écrire mais aussi d'une société anonyme d'études et de réalisations techniques : la revue explique plus tard qu'il s'agit de relations et de sympathisants. Les photographies de mode envoyées par les lectrices mettent en avant leur garde-robe et constituent un miroir coquet mais globalement dépourvu d'enjeux commerciaux et publicitaires (voir figure 1).



Figure 1 –
Awa, février 1964.

¹⁵ « Awa à l'étranger », *Awa*, octobre 1964, p. 27.

Surtout, une large partie de l'intimité, notamment sexuelle, est évacuée ou déportée vers la fiction qui est le seul espace permettant d'aborder certains sujets. Ainsi, en octobre 1964, *Awa* prend de très haut un monsieur qui a confondu courrier des lecteurs et courrier du cœur ou petites annonces et qui tente d'obtenir l'adresse d'un mannequin amateur pour, explique-t-il, « l'échange d'idées, de timbres et de cartes postales »¹⁶. *Awa* vacille sur le seuil fragile qui sépare la revue du magazine : le travail sur le rubriquage montre une fois encore la négociation éditoriale à laquelle la revue est contrainte. Mais une large partie de la confusion est entretenue par le titre principal : *Awa*.

Awa

Les fondatrices de la revue ont décidé de lui donner un prénom de femme. Cette anthropomorphisation brouille l'image de la revue en l'inscrivant dans la série culturelle des magazines français féminins qui ont fait le même choix : *Marie Claire*¹⁷ d'abord en 1937, mais aussi *Marie France* en 1944. La nomination est une entreprise encodante qui renvoie implicitement à toute une généalogie de journaux français. Le palindrome *Awa* fait signe aussi sans doute au palindrome le plus fameux de la presse féminine : *Elle*. Le tropisme vers ces journaux semble tout autant certain que passé sous silence. Annette Mbaye d'Erneville a fait ses études en France et elle a été témoin de l'essor de ces magazines à la formule très ambivalente entre éducation et divertissement. Hélène Gordon-Lazareff, la fondatrice d'*Elle*, répétait souvent : « Je revendique avec *Elle* le sérieux dans la frivolité, l'ironie dans le grave »¹⁸. Si *Elle* et *Marie Claire* ont évidemment plus que pactisé avec le climat consumériste des années 1960, il n'en reste pas moins que ces magazines représentent une forme de modèle de presse humaniste soutenant l'émancipation des femmes, comme l'explique Vincent Soulier :

Parmi ces valeurs qui ont influencé *Marie Claire* dès 1937, puis *Elle* en 1945, et qui expliquent leur engagement dans la vie de la cité, figurent l'émancipation féminine, l'esprit d'entreprise, la solidarité, le combat contre les injustices, la défense des princi-

¹⁶ *Awa*, octobre 1964, p. 36.

¹⁷ GEERS (Alexie), *Le Sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans Marie Claire de 1937 à nos jours*. Thèse de doctorat sous la direction d'André Gunthert et de Rose-Marie Lagrave, soutenue à l'EHESS le 27 septembre 2016.

¹⁸ SOULIER (Vincent), *Presse féminine, la puissance frivole*. Paris : Archipel, 2008, 300 p. ; p. 14.

pes démocratiques, l'exaltation de l'état de droit et les principes universalistes »¹⁹.

Outre cet aspect modélisant qui renvoie, malgré le silence, au magazine français et, ce faisant, entre sans doute en tension avec l'utilisation du terme de revue, quelle est la valeur de l'anthropomorphisation ? Précisons qu'il s'agit, au-delà même des magazines féminins, d'un procédé très courant dans le journalisme français dont les titres de journaux convoquent allègrement les noms de personnages de fiction (*Figaro*, *Gil Blas*, *Candide*), d'écrivains (*Le Voltaire*), de personnages mythologiques (*Le Mercure*) ou même bibliques (*Ève*). Or les travaux de Jean Rime²⁰ prouvent qu'adopter le nom d'un personnage n'est jamais innocent pour un journal : il conduit à le traiter comme une personne. C'est ce que fait la rédaction dans les éditoriaux.

Nous dirons à toutes nos sœurs d'Afrique et du monde : voici notre fille ! qu'en ferons-nous ? *Awa* deviendra ce que toutes nous déciderons qu'elle soit. Bavarde et pédante ? Sérieuse et moralisatrice ? Féminine et gaie ? Que sera *Awa* ?²¹

Un an déjà ! ... Tel un enfant que l'on voit grandir trop vite, notre *Awa* nous surprend un peu par son allure de fille libérée comparée à l'air d'enfant timide qu'elle avait au numéro UN à couverture turquoise où souriait notre première « cover-girl »²².

C'est ce que vont faire aussi les lecteurs, louant différentes parties du corps d'*Awa*, sa beauté, son caractère. Ils qualifient *Awa* comme la « belle aux yeux de velours » (mai 1964, p. 34), ils la blasonnent (ils évoquent la beauté de ses dents, de ses yeux et de sa chevelure), ils la mettent en scène dans des récits de vie. En mai 1964, un lecteur définit dans un courrier sa relation avec la revue comme un complexe rapport de séduction et donne des conseils à *Awa* pour qu'elle soit encore plus attirante. C'est en fait à une opération de

¹⁹ SOULIER (V.), *Presse féminine, la puissance frivole*, op. cit., p. 86.

²⁰ RIME (Jean), *La Transmédialité du personnage. Presse et littérature au XIX^e siècle*. Thèse en préparation à l'Université Montpellier 3 et à l'Université de Fribourg ; RIME (J.), « Des noms érigés en titres, ou l'identité littéraire sur papier journal », in : PINSON (Guillaume), THÉRENTY (Marie-Ève), dir., *Les Journalistes : identités et modernités. Actes du premier congrès Médias 19 (Paris, 8-12 juin 2015)* ; URL : [www://medias19.org/index.php?id=2310](http://medias19.org/index.php?id=2310) (mis en ligne le 27-09-2016 ; consulté le 26-10-2018).

²¹ « Réflexion », *Awa*, janvier 1964, p. 3.

²² « Le sens d'un anniversaire », *Awa*, décembre 1964, p. 3.

déshabillage en règle que procède le facétieux lecteur dans la prosopopée suivante :

Ensuite je pense que tu dois être plus africaine, il te manque certains des vieux atours de nos grands-mères. Pour utiliser un langage plus imagé, je dirai qu'il te manque le « gongo » et le « tiouraye ». Il faut que l'on trouve en toi un peu de saveur africaine, la grâce saint-louisienne, le piquant bamara, un soupçon de canaillerie peuhl. Tu ne montres comme dessous que dentelles et nylon frou-frou en soutien-gorge. C'est bien même très excitant mais, n'oublie pas le petit « béthio » tout blanc barré de noir comme le portaient nos grands-mères, il a aussi son charme pratique ; tout ceci pour te dire que tu dois être synthèse de nos vieilles valeurs intégrées dans ce monde moderne ²³.

Curieusement, les conceptrices du journal se prennent aussi à l'illusion et font répondre régulièrement Awa à la première personne, au féminin. « Cependant je sais que je n'arriverai jamais à plaire à tout le monde. Il me faut être tour à tour adoptée par les uns, rejetée par les autres : les dilemmes et les dualités sont de ce monde et tout ce qui est de ce monde ne peut leur échapper » ²⁴, explique par exemple Awa à un autre lecteur critique en septembre 1964.

Le journal tente aussi à plusieurs reprises de représenter Awa par l'image. La manière suggestive dont le magazine emploie le terme anglo-saxon de « *cover girl* » invite à voir dans chacun des portraits de couverture une forme d'incarnation momentanée d'Awa. Mais ces visages successifs finissent par composer une sorte de représentation anamorphique du personnage-titre et par dessiner une chimère. Surtout, deux rubriques jouent explicitement sur l'incarnation, l'une à travers la photographie de Mam'Awa et l'autre avec le dessin d'Awa déchaînée (voir figure 2).

L'écart est maximal, ici sur la même page, entre l'interprète des cauris, en costume traditionnel, titulaire d'un savoir ancestral et vaguement inquiétant, et la lectrice urbaine, délurée et occidentalisée du dessin, qualifiée de « déchaînée ». Les deux images et les deux rubriques qu'elles incarnent seront d'ailleurs l'objet de multiples commentaires critiques ou sceptiques dans le courrier et seront l'une et l'autre finalement supprimées de la trame des rubriques du journal.

²³ N'DIAGA, « À la belle aux yeux de velours », *Awa*, mai 1964, p. 34.

²⁴ « Awa à Cheikh Touré », *Awa*, septembre 1964, p. 31.



Figure 2 – Awa, mars 1964

Mais quelle est donc la fonction de ce personnage pour une revue ? Il peut être typifiant. Marcelle Auclair, la fondatrice de *Marie Claire*, explique ainsi le titre : « *Marie Claire*, dans notre esprit, est le type de la jeune fille et de la femme française à la fois simple et élégante, enthousiaste et mesurée, courageuse, obstinée, sans orgueil à la tâche quotidienne, mais en même temps très gaie »²⁵. Dans le cas d'Awa, le prénom, ouvert et commun, n'est pas vraiment typifiant, en tout cas pas au sens strict. Porté par des femmes de milieux culturels et d'origines sociales différentes, partagé par plusieurs ethnies en Afrique de l'Ouest, il a sans doute été choisi pour son caractère universel. Il est plus accueillant que discriminant. Version africaine d'Ève, un personnage présent aussi bien dans le Coran que dans la Bible, il a plutôt l'avantage d'être un dénominateur commun.

Le choix du personnage pourrait avoir un enjeu *marketing*. Dans le cadre du capitalisme culturel,

les marques sont massivement l'enjeu d'anthropomorphisations et sont plus représentées et évoquées dans les propos professionnels et vernaculaires comme créatures que créations, mas-

²⁵ SOULIER (V.), *Presse féminine, la puissance frivole*, op. cit., p. 13.

quant ainsi par cette naturalisation les conditions de leur élaboration pour se désigner comme entités allant de soi²⁶.

À la fin de son existence, le magazine entreprend en effet timidement (car cela n'est pas dans ses « gènes ») de créer une marque : aux abois financièrement, la revue organise une kermesse Awa²⁷, met en place un tissu Awa et doit d'ailleurs faire face à quelques violentes critiques de puristes qui s'opposent à la marchandisation du titre : « Depuis quand une revue organise-t-elle une Kermesse ? Un journal doit se préoccuper de problèmes moins terre-à-terre que mettre en chantier des manifestations folkloriques et autres systèmes de commerce susceptibles de faire circuler la "monnaie" »²⁸. Comble du comble, le magazine propose même d'élire une miss Awa.

En fait, le nom d'Awa serait plutôt un embrayeur fictionnalisant. C'est souvent le cas dans les magazines qui intègrent des personnages de fiction, comme le prouve la première nouvelle publiée par *Marie Claire* dont le personnage s'appelle Marie Claire²⁹ ou même le premier roman-photo publié par *Amina* en 1972 qui met en scène une jeune fille du même nom (voir figure 3).

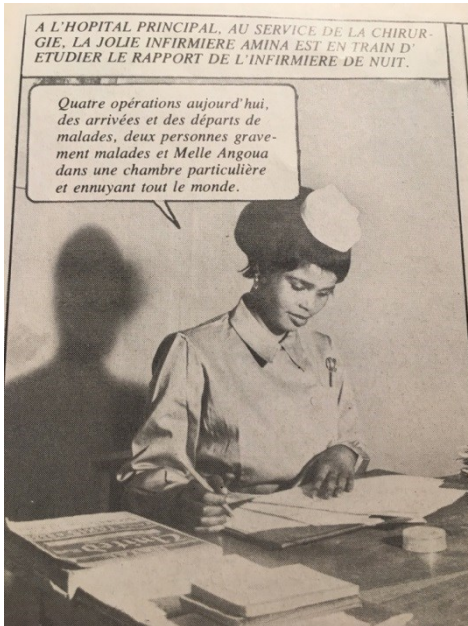


Figure 3 – Amina dans *Amina*, n°3, 1972.

²⁶ MARTI (Caroline), « Plasticité et résistance de la marque de l'écrivain », in : THERENTY (M.-É.), WRONA (Adeline), dir., *L'Écrivain comme marque*. Paris : PUPS, à paraître.

²⁷ *Awa*, janvier-février 1965, p. 16.

²⁸ « Premier anniversaire... Kermesse "Awa" », *Awa*, janvier-février 1965, p. 16.

²⁹ « Trêve. Sauvons le mariage d'amour », *Marie Claire*, 5 mars 1937, p. 7.

Pour Awa, la personnification fictionnalisante emblématise la double énonciation du magazine doté d'un discours globalement contrôlé dans ses articles informatifs et gardant pour ses rubriques fictionnalisantes toute une réflexion plus ambiguë sur la situation complexe de la femme africaine. Pour montrer qu'Awa est un embrayeur de fiction et qu'elle finit par pointer dans le magazine les lieux où l'identité est la plus problématisée, je renverrai à deux nouvelles publiées dans le magazine. La première fiction, intitulée « Gnégno », de la plume d'Annette Mbaye (orthographié M'Baye) elle-même, met en scène dans le premier numéro une jeune femme trop moderne, qui refuse son promis et qui succombe à la séduction de la consommation. Or le bijou qui la corrompt a la forme d'un serpent : « Au bout d'une demi-heure de réflexion, elle se décida pour une pièce magnifique qui avait la forme d'un cobra dont la tête – où brillaient deux rubis en guise d'yeux – et la queue se croisaient en un savant entrelacs ! » À la fin de cette réécriture de la tentation, le fiancé étrangle cette nouvelle Ève ou Awa³⁰. La nouvelle d'Andrée Clair, « La première épouse »³¹, aborde des thématiques qui sont généralement laissées en marge du magazine et notamment la question de la polygamie, relativement tolérée par Awa, et celle de la contraception, presque jamais ouvertement évoquée. La nouvelle met en scène les deux épouses d'un homme. La première, Aminata, dont le mari est en fait amoureux, est très éclairée et la lecture des magazines fait partie de son éducation :

Aussi, elle lit les magazines, étudie les publicités, écrit, reçoit des paquets dont le contenu effectif a ou non de l'effet sur la santé, la beauté du visage, la longueur des cils ou la forme des seins mais dont l'effet psychologique est certain et bénéfique. Après des lectures d'articles, des réflexions, des conversations avec des amies ayant accompagné leur mari à l'étranger, elle sait calculer la date de ses périodes de fécondité. Elle s'est fait rapporter de [sic] Nigéria des ovules, de Tunisie des pilules ; de France, un chromo-test.

Mais curieusement, celle qui se prénomme Awa n'est pas cette première épouse avisée et sage, amoureuse de son mari, mais la deuxième femme, plus légère, plus futile, et démunie. Sans doute ne faut-il pas considérer comme anodin le fait qu'à plusieurs reprises les Awa de fiction soient celles dont il faut corriger l'éducation. D'une manière générale, la fiction permet de dire d'autres vérités

³⁰ M'BAYE (Annette), « Gnégno », *Awa*, janvier 1964, p. 22.

³¹ CLAIR (A.), « La première épouse », *Awa*, octobre 1965, p. 8-9.

que le reste du magazine. La polygamie, par exemple, vue du côté féminin, est critiquée beaucoup plus frontalement dans la fiction que dans le corps du journal qui, très mesuré, évite de condamner une « tradition africaine ». De même, la question de la maternité est abordée dans les nouvelles selon une autre logique que dans le reste du journal.

Une autre caractéristique de la nomination est de renvoyer à un imaginaire. En l'occurrence avec *Awa*, il tient à la fois du religieux et du mythe. Et cet imaginaire qui apparaît lorsqu'on isole les nombreuses allusions à Awa-Ève dans le magazine corrobore largement les enseignements de la fictionnalisation. De nombreux acteurs du journal font référence à la première Ève. Elle est alors moins représentée comme mère de l'humanité, que comme femme tentée, maudite ou soumise.

On raconte qu'au Paradis terrestre, notre aïeule Ève, avant le Pêché, était exemptée de tous les travaux domestiques. Après la faute, le seigneur, irrité, dit : « Et toi, ÈVE, tu iras chercher la vie au sein de la terre ». Elle ne comprit point !

Mais quand elle dut tirer l'eau, source de vie, des profondeurs d'un puits, elle se souvint de la sentence.

Maintenant encore la malédiction pèse sur toutes les femmes : l'eau est leur premier souci.

Il est vrai qu'aujourd'hui de plus en plus le progrès vient au secours des femmes : dans les villes, robinets et douches réduisent la corvée d'eau à sa plus simple expression.

Mais nombreuses, très nombreuses sont encore les femmes qui usent toutes leurs forces pour fournir à la famille l'eau nécessaire à sa consommation journalière. Et pourtant il faut boire, cuisiner, se laver...³²

La seule posture qui te parût à la ressemblance d'Ève, était qu'elle s'affalât sous les pieds poudreux d'Adam. [...] Je m'évertuai à détruire, à t'aider à détruire en toi cette notion qui voulait que tu fusses un être imparfait, le terme second d'une altérité qui toujours subit et jamais n'agit, un miroir noir incapable de réflexion³³.

Apparaît bien alors l'aveu implicite d'un magazine qui se donne le nom d'une maudite, condamnée à la tentation quand elle se modernise, et à la corvée d'eau quand elle est dans une situation de

³² « La Corvée d'eau », *Awa*, mars 1964, p. 26.

³³ SY (Lamine), « La Lettre », *Awa*, juin 1964, p. 14.

pauvreté extrême (voir figure 4). Cette prénomination et surtout la manière dont le magazine file son interprétation montrent que les conceptrices du magazine avaient conscience de la difficulté de leur tâche. Si Awa désigne pour certains lecteurs le fantasme du magazine, pour ses rédactrices, ce nom renvoie à son inconscient.



Figure 4 – Awa, mars 1964, p. 26.

Dans son article sur *Bingo*, un illustré africain publié simultanément à Dakar et à Paris à partir de 1953, sur le modèle revendiqué du périodique afro-américain *Ebony*, Tsitsi Jaji décrit ce magazine comme défini par la disjonction et la variété. Elle parle de la juxtaposition d'histoires contrastées, de publicités et d'images et elle

explique que cette esthétique du collage donnait « une dimension schizophrénique »³⁴ à la politique genrée du magazine. Avec *Awa*, du fait des conditions de production de ce journal, la schizophrénie est peut-être encore plus grande. Mais l'analyse de la médiapoétique et de l'imaginaire médiatique lié à la transmédialité montre une grande conscience, chez les rédactrices, du caractère complexe de la fondation d'une revue / magazine de la femme noire, et de la nécessité de pratiquer constamment la négociation éditoriale.

■ Marie-Ève THÉRENTY³⁵

³⁴ JAJI (Tsitsi Ella), « Bingo : Francophone African Women and the Rise of the Glossy Magazine », in : NEWELL (Stephanie), OKOME (Onookome), eds., *Popular Culture in Africa : The Episteme of the Everyday*. Londres : Routledge, 2014, 324 p. ; p. 111-130.

³⁵ RIRRA21, Université Paul-Valéry-Montpellier 3.