



HAL
open science

Renouveaux médiatiques, figures féminines et images de la modernité : étude de deux magazines sénégalais entre les années 1950 et 1970 (Bingo, AWA)

Louise Sineux

► To cite this version:

Louise Sineux. Renouveaux médiatiques, figures féminines et images de la modernité : étude de deux magazines sénégalais entre les années 1950 et 1970 (Bingo, AWA). Histoire. 2021. dumas-03477930

HAL Id: dumas-03477930

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03477930>

Submitted on 13 Dec 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

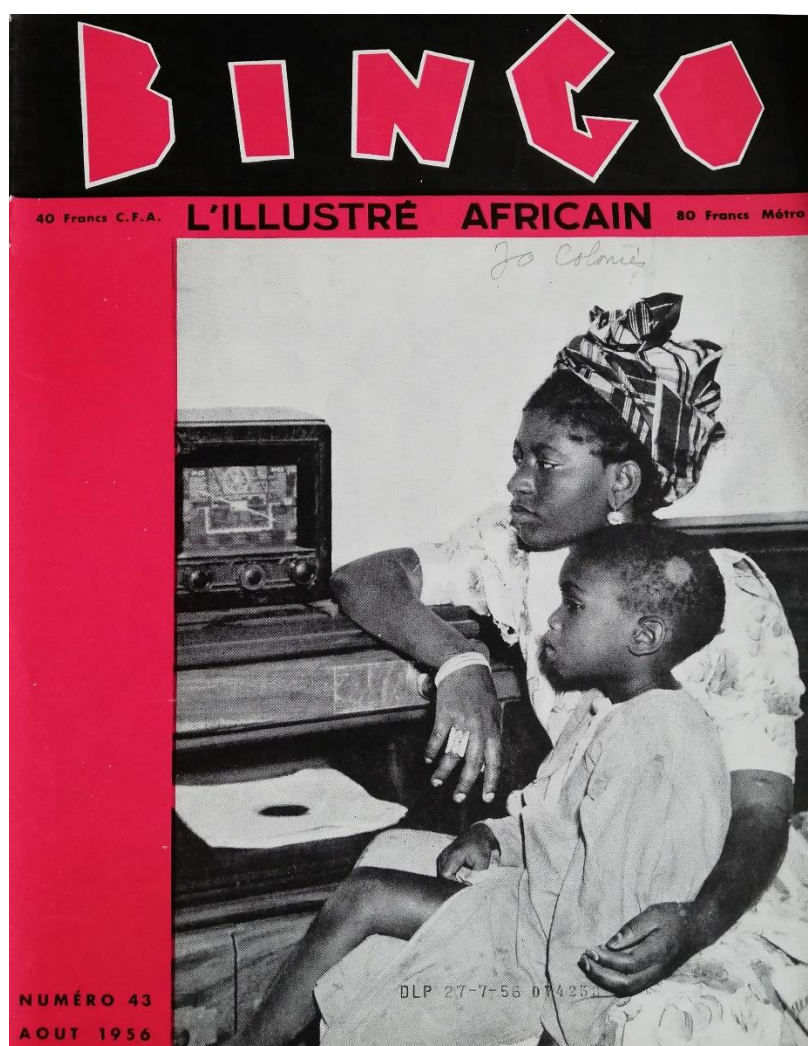
L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Louise Sineux

Renouveaux médiatiques, figures féminines et images de la modernité

Etude de deux magazines sénégalais entre les années 1950 et 1970
(*Bingo*, *AWA*)

Mémoire de Master 2 dirigé par Anne Hugon
Septembre 2021



Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne
Institut des mondes africains (IMAF)
Master 2 Histoire de l'Afrique contemporaine

Illustration : *Bingo*, n°43, août 1956, première de couverture. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Remerciements

Je tiens d'abord à remercier ma directrice de recherche, Anne Hugon, pour ses conseils et son aide précieuse, mais également sa bienveillance cette année dans l'encadrement de ce mémoire, et les années précédentes, dans le cadre de mes masters 1 et 2.

Un grand merci également à Anne Fazilleau, qui a su rendre ces trois années universitaires bien plus simples !

Je remercie tout particulièrement ma famille. Mes parents, d'abord, pour leur soutien à toute épreuve. Merci pour les discussions, les conseils, les relectures, et de m'avoir toujours encouragée et réconfortée.

Jules, Agathe, je n'aurais jamais pu écrire ce mémoire sans vous cette année. Merci pour les retouches photos, les matchs de foot, la tour Eiffel et la Lande de Lougé...

Merci à mes cousines, Marie et Alice, d'avoir été de réels soutiens durant toute cette année.

Merci, enfin, à mes ami.e.s. Carla, Adrien, Blandine, Jonas, Caroline, et tous les autres. Vous avez été si présents cette année ! Merci pour les discussions, les sorties, les relectures, et de m'avoir rassurée chaque fois que j'en avais besoin.

J'ai également une pensée particulière pour mes élèves d' Alveus, trop nombreux pour être cités, ainsi que pour Armelle et Antonine. Merci d'avoir été rafraîchissants et inspirants. Continuer à travailler dans de bonnes conditions a été un réel privilège et ces moments de partage particulièrement précieux cette année.

Sommaire

Remerciements	2
Sommaire	3
Introduction	4
1. Présentation du sujet.....	4
2. Point historiographique.....	6
3. Présentation des sources.....	13
4. Problématiques et plan.....	20
Première partie : Promotion féminine, nouveaux médiatiques et images de « femmes modernes »	22
1. La notion de « promotion féminine » dans les pages des magazines	24
2. Des nouveaux métiers et de l'idée de la femme moderne.....	33
3. Les médias : signes de modernité et symboles de la promotion féminine.....	44
Deuxième partie : Les « femmes modernes » : une nouvelle cible médiatique soumise à des injonctions contradictoires	52
1. Des magazines destinés au lectorat féminin.....	53
2. « Femmes, écoutez » : des émissions radio destinées à un auditoire féminin.....	66
3. Injonctions à et réflexions sur la modernité.....	74
Troisième partie : Les figures médiatiques féminines : ambassadrices de la modernité	90
1. La place des contributrices féminines dans les magazines.....	91
2. Les femmes de radio et de télévision : une forme de « célébrité inédite ».....	99
3. Chanteuses, actrices et autres vedettes : une nouvelle forme d'influence médiatique.....	106
Conclusion	117
Annexes	120
Sources	156
Bibliographie	159
Table des matières	172

INTRODUCTION

1. Présentation du sujet

Le choix de ce sujet est le résultat d'une réflexion menée depuis l'année universitaire 2018-2019 et l'écriture de mon premier mémoire de recherche. La découverte à la fin de l'année 2018 de la revue *AWA : la revue de la femme noire*, dont les 19 numéros avaient été numérisés et mis en ligne en 2018¹, m'a amenée vers un travail sur la presse magazine sénégalaise plus généralement – ce élargissant mon corpus et mes bornes chronologiques avec des numéros des revues *Bingo* (parue en 1953) et *Amina* (parue en 1972). Je me suis alors intéressée, dans le cadre de mon master 1, aux images de la modernité véhiculées dans les magazines au travers des représentations des coiffures féminines.

J'ai aimé travailler à partir de magazines et me pencher, surtout, sur les rubriques féminines et les considérations esthétiques. A mon sens, ces sources et ces sujets sont peu traités alors qu'ils sont d'un intérêt non négligeable pour une histoire sociale et des représentations. J'ai trouvé particulièrement enrichissant, également, de me pencher sur la notion de modernité, omniprésente dans les pages de ces magazines et dont l'emploi est particulièrement ambigu, faisant l'objet simultanément de louanges et de critiques, associée aussi à des objets et des idéaux variés, pouvant parfois s'opposer.

J'ai donc pu remarquer à quel point les représentations féminines et les qualités attendues chez les femmes sont intimement liées à la notion de modernité et aux images qui lui sont associées dans ces revues. C'est cette réflexion que j'ai choisi de poursuivre dans le cadre de mon master 2, en me concentrant sur les magazines *Bingo* et *AWA*, mais en élargissant mon travail aux liens entre les figures féminines et les nouveaux médias, en général, qui éclosent à partir des années 1950 en Afrique et qui sont très souvent – eux aussi – associés à une certaine idée de la modernité. Ce renouveau médiatique est incarné par les magazines eux-mêmes, mais également par de nouveaux objets technologiques, tels que la radio et la télévision.

¹ L'entreprise de numérisation du magazine a été réalisée par l'IFAN grâce au projet « African Reading Cultures, Popular Print in Francophone Africa », mené par Ruth Bush et Claire Ducournau.

Les figures de certaines femmes mises en avant par les magazines et entretenant des liens forts avec les milieux médiatiques – à l’instar, en premier lieu, d’Annette Mbaye d’Erneville², fondatrice d’AWA et femme de radio m’ont particulièrement marquées alors que je me replongeais dans *Bingo*, puis dans *AWA*, lors de mon retour à la recherche en septembre. Parcourant les pages des magazines, les articles traitant des femmes de radio et de télévision, mais également le déploiement des pages destinées aux lectrices de *Bingo* et menées par des personnalités féminines, m’ont amenée à réfléchir à la place des femmes et à leur rôle dans le cadre de l’émergence de nouveaux médias, destinés à des publics plus larges, et dans un contexte d’accession à l’indépendance de la plupart des pays où ils étaient diffusés.

Il s’agit pour moi de me questionner sur la façon dont les représentations – multiples et parfois contradictoires – des femmes et de leur « modernité » ont pu être véhiculées, entre les années 1950 et 1970, par le prisme d’objets médiatiques eux-mêmes symboles d’une certaine forme de modernité, notamment technologique. Il ne s’agit pas, en revanche, d’utiliser ce terme comme catégorie d’analyse, mais bien plutôt de questionner la façon dont cette notion est employée et considérée dans les magazines étudiés. Celle-ci est d’abord régulièrement associée, au regard du contexte historique, aux idées de progrès et de développement. Idées qui concernent d’abord la période coloniale tardive, à la suite de la Seconde Guerre mondiale, qui voit émerger une nouvelle politique de la part des puissances coloniales – notamment anglaises et françaises – marquée notamment par des réformes politiques, et des efforts dits de développement, voire de modernisation³. Ces liens entre modernité et développement restent également très présents à la suite de l’accès à l’indépendance de la plupart des pays africains au début des années 1960⁴. La modernité est également assimilée à des changements et des évolutions dans les pratiques sociales, les mœurs et les habitudes, et – notamment – le rôle des femmes au sein de la société, de la famille et du travail. Le terme de modernité est particulièrement lié, aussi, à la nouveauté, aussi bien esthétique que technologique : il est employé pour évoquer les constructions récentes, les intérieurs aux meubles neufs, les nouveaux objets technologiques, mais

² Annette M’Baye d’Erneville (née en 1926) : Femme de lettres, journaliste et femme de radio sénégalaise ayant étudié à l’Ecole normale de Rufisque et fait des études de journalisme en France avant de retourner au Sénégal en 1957. Voir son portrait en annexe.

³ Frederick Cooper nomme d’ailleurs cette période le « colonialisme de développement ». Voir Cooper Frederick, « La modernisation du colonialisme et les limites de l’empire », *Labyrinthe*, 35 | 2010, 69-86. Lire également Cooper Frederick, *Le colonialisme en question*, Chap V « Modernité », University of California Press, 2005.

⁴ Claude Robineau, « La notion de développement » in Bulletin de l’Association française des anthropologues, n°20, juin 1985, p. 25-31 : « Les expressions d’ « économie du développement », de « droit du développement », de « sociologie du développement » sont contemporaines de l’accession d’une grande partie de l’Afrique à l’indépendance politique (1959-1960).

également les tenues, style de maquillage ou coiffures récentes et considérées comme « à la mode ». Enfin, cette notion est souvent associée à celle d'occidentalisation, c'est-à-dire d'habitudes, de manières d'être et de consommer influencées par les cultures européennes et américaines, pouvant alors être remises en causes dans une dynamique indépendantiste et anticoloniale. C'est donc l'association de ces représentations de la modernité, et leurs liens avec celles de la féminité, dans un contexte de renouveau médiatique intense, qu'il s'agira d'étudier.

Dès lors, mon étude portera sur divers éléments contenus dans les sources choisies. Il s'agira non seulement de s'intéresser à la présence et aux rôles des femmes au sein des rédactions et des stations de radio et télévision, mais également aux types de femmes représentées dans les pages du magazines (en image notamment) et dont il est question dans les articles. Il faudra également se questionner sur la manière dont le rôle et les responsabilités des femmes sont abordés dans les différents articles des magazines et émissions. Enfin, il conviendra de s'interroger sur la manière dont les lectrices et auditrices sont considérées par les différents médias : quel type de contenu leur est spécifiquement destiné ? comment s'adresse-t-on à elle ? Sont-elles seulement lectrices ou contributrices ? comment la publicité (et non seulement les rédactions) les envisage ? L'étude de contenus variés me permettra de mettre en lumière les différentes images de la modernité associées aux figures féminines au sein des sources étudiées et d'envisager leur multiplicité, leurs ambivalences, voire leurs contradictions.

2. Point historiographique

L'objet de ce travail se situe donc à la croisée de plusieurs champs de recherche et s'inscrit dans un champ historiographique liant les études postcoloniales à l'histoire culturelle, présentée par Pascal Ory comme « l'histoire sociale des représentations⁵ ». Ce mémoire participe, surtout, aux recherches sur l'histoire des médias en Afrique francophone et aux études sur la place des femmes au sein de ces médias.

Tout d'abord, je me suis intéressée aux études sur les médias en Afrique, d'un point de vue plutôt général. Celles-ci sont relativement récentes et finalement peu nombreuses. J'ai surtout pris connaissance des ouvrages généraux – et pionniers – de Thierry Perret⁶ et

⁵ Ory Pascal, *L'histoire culturelle*, Paris, PUF, collection Que-Sais-Je, 2004, p. 13.

⁶ Perret Thierry, *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala, 2005.

d'André-Jean Tudesq⁷, sur la presse et la radio en Afrique, et me suis appuyée, concernant l'histoire de la télévision, sur l'ouvrage de Tidiane Diop, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours* (2009). De manière plus précise, sur le Sénégal, j'ai consulté l'ouvrage de Moustapha Barry, *Histoire des médias au Sénégal : de la colonisation à nos jours* (2013). On observe de manière particulièrement récente un regain d'intérêt, en France, pour ces objets d'études, dont témoignent notamment la création en septembre 2020 d'un séminaire organisé par Florence Brisset-Foucault et Aïssatou Mbodj-Pouye : « Radio et télévision dans les Afriques » dans le cadre de l'Institut des Mondes Africains⁸, ainsi que le premier numéro thématique de la *Revue d'Histoire Contemporaine de l'Afrique*, intitulé « Médias et décolonisations en Afrique (années 1940-1970) » et coordonné par Gabrielle Chomentowski et Thomas Leyris, publié en janvier 2021⁹. La présentation de ce dernier, « Médias et décolonisations en Afrique francophone : une histoire à écrire », revient d'ailleurs sur la nécessité d'étudier les médias non seulement comme source afin d'enrichir la recherche sur des sujets d'histoire, mais aussi comme « objets d'histoire à part entière ». Cela permet d'apporter une dimension plus historique (les auteurs parlent d'un « besoin d'histoire ») aux études sur les médias en Afrique, souvent orientées vers la période débutant dans la décennie 1990, mais également s'inscrivant « dans une perspective avant tout sociologique, sociopolitique, anthropologique ou de sciences de l'information et de la communication ». Il semble en effet que la transdisciplinarité, dans des études traitant d'objets médiatiques, est essentielle, et que la démarche historique doit accompagner, ou être accompagnée, des autres démarches disciplinaires, et que les projets et travaux récents tendent davantage dans ce sens.

Si ce mémoire reste bien un mémoire d'histoire contemporaine, il est évident qu'il s'appuiera, donc, sur des recherches et analyses provenant d'autres disciplines. En témoignent l'intérêt majeur pour mon travail que représentent les travaux menés depuis les années 2010 par des chercheuses en littérature et en *cultural studies* sur les magazines que j'entends étudier. Ces études sur *Bingo* et *AWA* restent peu nombreuses mais sont non négligeables et abordent les magazines sous divers aspects, rendant ainsi leur étude bien plus confortable. C'est sur ces travaux-là que je me suis principalement appuyée et dont on retrouvera dans ce

⁷ Voir notamment : Tudesq André-Jean, en collaboration avec NEDELEC SERGE, *Journaux et radios en Afrique aux XIXe et XXe siècles*, GRET, 1998, Tudesq André-Jean, *Les médias en Afrique*, Lonrai, Ellipses, 1999 et *L'Afrique parle, l'Afrique écoute*, Paris, Khartala, 2002.

⁸ Un blog vient soutenir le séminaire. On peut y retrouver des rediffusions des séances du séminaire, ainsi que des articles : africanmedia.hypotheses.org.

⁹ No 1 (2021): Médias et décolonisations en Afrique (années 1940-1970) | Revue d'histoire contemporaine de l'Afrique (unige.ch) .

mémoire le plus de références. Le magazine *Bingo* plus connu, avait été peu étudié, mais a suscité récemment l'intérêt, notamment, de deux chercheuses américaines : Jennifer Bajorek et Tsitsi Ella Jaji. Jennifer Bajorek a surtout étudié la revue dans le cadre de travaux sur la photographie en Afrique de l'Ouest¹⁰. Jaji a, quant à elle, travaillé sur la dimension panafricaine de *Bingo* ainsi que sur la place des femmes dans le magazine¹¹. Elle y a incorporé à deux reprises des études approfondies de certaines publicités que j'ai pu réinvestir dans le présent mémoire¹². Ces études précises du magazine *Bingo* participent d'un mouvement de recherche plus général autour de la culture populaire et de la culture de l'imprimé en Afrique, dans lequel la place des femmes est souvent mise en valeur, et dans lequel Stephanie Newell – notamment – est particulièrement investie¹³. Ce champ de recherche s'est développé plus récemment en Europe autour des publications francophones dans le cadre d'un projet débuté en 2016, mené par Ruth Bush (Université de Bristol, chercheuse en littérature française et comparée) et Claire Ducournau (Université Paul-Valéry Montpellier 3) et intitulé « African Reading Cultures, Popular Print in Francophone Africa ». Son objectif est d'ouvrir la voie à un élargissement du champ des recherches en offrant un accès facilité à trois magazines diffusés en Afrique francophone et dans la diaspora africaine : *Bingo*, *La vie africaine* et *AWA*. C'est par ce dernier que le projet a commencé, avec la mise en ligne de la numérisation de la revue en 2018¹⁴, après une exposition lancée à Dakar en 2017. Le projet a pour but de participer à une meilleure étude de ces sources, ainsi que l'explique la présentation de ce dernier sur le site dédié : « sous leur forme numérique, ces magazines constitueront de riches archives disponibles pour les spécialistes d'études culturelles, d'histoire, de science politique, de sociologie ou d'anthropologie travaillant sur cette partie du monde¹⁵ ». Ce projet a donc été suivi d'études poussées, en particulier sur *AWA*, qui ne bénéficiait jusqu'alors d'aucun travail de recherche. La première analyse approfondie du magazine est d'ailleurs offerte par Ruth Bush dans l'article « Mesdames, il

¹⁰ Voir notamment : Bajorek Jennifer, “ça bousculait” in *Photography in Africa: Ethnographic Perspectives*, éd. Richard Vokes, James Currey, 2012 et *Unfixed. Photography and Decolonial imagination in West Africa*, Duke University Press, 2020.

¹¹ Voir notamment : Jaji Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onookome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014, *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, Oxford University Press, 2014 et « Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness? », in *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018.

¹² Partie I-3-2 sur les publicités radio. Partie II-3-2 sur les publicités ASPRO.

¹³ Voir notamment : Newell Stephanie, *Writing African women: gender, popular culture and literature in West Africa*, Londres, Zed Books, 1997 ou encore Newell Stephanie, Peterson Derek, Hunter Emma (éds), *African Print Cultures. Newspapers and Their Publics in the Twentieth Century*, University of Michigan Press, 2016.

¹⁴ <https://www.awamagazine.org/fr/index-des-magazines/> .

¹⁵ <https://www.africanreadingcultures.org/fr/a-propos-de/> .

faut lire !, *Material Contexts and Representational Strategies in Early Francophone African Women's Magazines* », publié en 2016 dans la revue *Francosphères*. Ont suivi ensuite des articles de Claire Ducournau sur le magazine féminin, parus en 2019¹⁶, ainsi que des articles conjoints, publiés en 2020, traitant des trois magazines impliqués dans le processus de numérisation¹⁷.

Il a également été nécessaire de se pencher – dans le cadre d'un sujet s'intéressant particulièrement aux figures féminines – sur les travaux effectués sur la presse féminine, africaine en particulier. L'histoire de la presse féminine apparaît très peu présente dans les recherches historiques françaises. Les ouvrages et recherches parus sont rarement l'œuvre d'historiens et sont peu nombreux. Cette presse souffre en effet d'un manque de légitimité en tant qu'objet de recherche qui est, selon Bibia Pavard et Claire Blandin, « l'héritage de son illégitimité comme objet médiatique¹⁸ ». La première à explorer véritablement le sujet est une sociologue, Evelyne Sullerot, dans les années 1960. Ses écrits¹⁹ permettent de retracer une histoire assez générale de la presse féminine en France et de la façon dont elle est constituée. Ensuite, le champ de la recherche s'interroge principalement aux contenus de la presse féminine en général et à leurs significations. On pense ici particulièrement au célèbre essai de Roland Barthes²⁰ qui offre une analyse sémiologique du phénomène de mode à travers la presse féminine. Apparaît également une littérature assez critique et sociologique de l'usage de la presse féminine, notamment dans les années 1970, comme l'ouvrage d'Anne-Marie Lugan *La presse féminine : fonction idéologique*, paru en 1978²¹ et qui démontre le lien entre cette presse et un certain système économique et social. Un chapitre de cet ouvrage est consacré à la « valeur d'usage » de la photo de mode. Le thème semble pourtant avoir été très peu exploité par les historiens jusqu'aux années 2000. Jusque-là, un seul ouvrage général est paru sur le sujet : le « Que-sais-je ? » de Samra-Martine Bonvoisin et Michèle Maignien, intitulé *La presse féminine*, en 1986. Cependant, plus récemment la recherche historique semble s'intéresser davantage au sujet. En témoigne l'ouvrage récent « *La vie des femmes* » :

¹⁶ Voir notamment deux articles publiés en juin 2019 dans la revue *Etudes littéraires africaines* : « *Awa : la revue de la femme noire*, entre presse et littérature », « 'Boîte à lettres' et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA ».

¹⁷ Voir notamment Ducournau Claire et Bush Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020. »

¹⁸ Blandin Claire et Pavard Bibia, « Genre et presse féminine : un vaste chantier encore peu exploré », *Les cahiers de la SFSIC* [en ligne], Collection, 9-*Varia*, DANS L'ACTUALITE, mis à jour le 22/04/2020.

¹⁹ Deux ouvrages paraissent en 1964 (*La Presse féminine* aux éditions Armand Colin) et 1966 (*Histoire de la presse féminine* en France des origines à 1848, aux éditions Armand Colin également).

²⁰ Barthes Roland, *Système de la Mode*, Seuil, 1967.

²¹ Il fait suite à un ouvrage de la même auteure paru quatre ans auparavant : *Femmes-femmes sur papier glacé*, François Maspero, Cahiers Libres, 1974.

la presse féminine aux XIXe et XXe siècle²² ; ce travail collectif présente une lecture chronologique de la presse féminine par des historiens comme Gilles Feyel, Stephen Gundle ou Dominique Veillon. Une histoire culturelle de la presse féminine semble donc se dessiner. Ce sujet d'étude est particulièrement transdisciplinaire et participe des études sur le genre, mêlant ainsi histoire, sociologie et recherche sur le langage, offrant dès lors plusieurs angles de réflexion sur la presse féminine, très éclectique. Bibia Pavard et Claire Blandin²³ notent d'ailleurs que la presse féminine représente un « terrain privilégié pour les études de genre », notamment car elle permet de comprendre les mécanismes de la construction de ce qui est défini comme féminin. Les travaux récents semblent également mettre particulièrement l'accent sur « les injonctions contradictoires qui caractérisent les magazines féminins²⁴ », ce qui correspond à certaines réflexions que j'entends mener dans le présent travail. Je me suis surtout appuyée sur l'ouvrage général d'Evelyne Sullerot cité précédemment, mais également sur des études récentes et plus précises d' *ELLE*²⁵ et *Marie-Claire*²⁶, deux magazines français parus peu avant les revues que j'étudie dans ce mémoire. La presse féminine africaine a fait l'objet de peu d'études, même si certaines ont été menées sur des magazines tels qu'*Amina* ou *Brune*, en sociologie ou sémiologie. L'ouvrage de Gertrude Tshilombo Bombo *La Femme dans la presse africaine, Approche sémio-pragmatique*²⁷, est à cet égard particulièrement intéressant. Il propose une analyse de la production de l'image de la femme à travers l'étude poussée de deux magazines destinés aux femmes africaines : *Amina* et *Brune*. L'auteure y révèle un manque dans la recherche et l'historiographie puisqu'elle a recensé seulement sept études menées sur le thème du rapport entre femmes et médias en Afrique francophone jusqu'en 1985²⁸. Enfin, depuis les années 2000-2010 la place des femmes africaines et issues de la diaspora africaine dans le paysage médiatique français est la focale d'une attention particulière dans divers domaines. Cela s'accompagne d'un renouvellement de la recherche scientifique, dont témoigne l'ouvrage *Femmes noires sur papier glacé* de Virginie Sassoon²⁹. La chercheuse part d'un constat : Dans une société où visibilité médiatique est devenue

²² Eck Hélène et Blandin Claire (dir.), « *La vie des femmes* » : la presse féminine aux XIXe et XXe siècle, Panthéon-Assas, 2012.

²³ Blandin Claire et Pavard Bibia, *op. cit.*

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Grandpierre Karine, « *ELLE* : un outil d'émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 », *COntEXTES* [En ligne], mis en ligne le 18 mai 2012. <http://journals.openedition.org/contextes/5399>.

²⁶ Geers Alexie, « Le sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans *Marie-Claire* de 1937 à nos jours. », thèse de doctorat, EHESS, 2016.

²⁷ publié en 2003 aux éditions L'Harmattan

²⁸ Parmi ces études, il faut noter l'importance du mémoire de science de l'information, soutenu à Paris 2 en 1978, de la journaliste féministe sénégalaise Codou Diop : « La presse féminine au Sénégal ».

²⁹ Sassoon Virginie, *Femmes noires sur papier glacé*, éditions INA, 2015.

synonyme d'existence sociale, « le développement de la presse féminine noire peut être compris comme participant à une lutte pour la visibilité médiatisée, en vue d'une reconnaissance » (p.13). Elle s'attache ensuite à étudier une presse produite dans l'hexagone mais diffusée dans les pays d'Afrique francophone et aux Antilles. L'ouvrage décrypte ainsi l'ambiguïté des logiques structurant la médiatisation des femmes racisées au sein de trois magazines (*Amina*, *Miss Ebène*, *Brune*) que Sassoon analyse sur la période 2005-2007, après avoir fait, dans une première partie une « généalogie » de la presse féminine « noire ». L'historiographie de la presse féminine africaine reste cependant peu dense et limitée aux recherches liées aux sciences de l'information. De plus, aucune mention à la revue *AWA* n'a été trouvée dans les différents ouvrages, ce qui témoigne d'autant plus de la nécessité du projet mené par Ruth Bush et Claire Ducournau.

Il s'agira dans cette étude de s'intéresser aux représentations de la modernité, lorsqu'elles sont articulées avec celles de la féminité, dans le contexte de l'Afrique francophone durant la période coloniale tardive et surtout des premières décennies de l'indépendance. Dès lors, il a été nécessaire de revenir sur la notion de modernité, en lien avec le colonialisme. Sur l'analyse historique de la notion de modernité, le chapitre de Frederick Cooper dans son ouvrage *Le colonialisme en question* (2005), est essentiel pour mieux comprendre ce qu'est ou peut être la modernité et comment l'aborder en tant qu'historien. J'ai également trouvé important de parcourir l'ouvrage majeur d'Arjun Appadurai, *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*, paru en 1996, qui offre un regard intéressant sur les perceptions de la modernité dans le cadre de la mondialisation. Outre ces apports théoriques, des recherches plus précises m'ont permis de constater la prévalence des liens entre la notion de modernité, les médias et la consommation. C'est un sujet souvent abordé dans les études sur la photographie africaine – et notamment la photographie de portrait – qui font l'objet d'un réel engouement depuis les années 1990³⁰. A cet égard, on pense en particulier à l'article de Hudita Nura Mustafa, "Portraits of Modernity : Fashioning Selves in Dakarois Popular Photography"³¹ ainsi qu'à l'article de Tobias Wendl sur la photographie du

³⁰ Cette décennie est marquée par la redécouverte des photographies du Malien Seydou Keïta lors des « Rencontres de la photographie africaine » à Bamako, en 1994. Les éditions Revue Noire (autour des figures de Simon Njami et Pascal Martin Saint Léon) sont des acteurs clés de cette redécouverte via de nombreuses publications et ces sujets sont également beaucoup investis par la recherche anglophone récente. Voir notamment les travaux d'Okwui Enwezor, Jean Borgatti, Isolde Brielmaier ou Candace Keller.

³¹ Mustafa Hudita Nura : "Portraits of Modernity : Fashioning selves in Dakarois Popular Photography", in *Images and Empires, Visuality in Colonial and Postcolonial Africa* (éd. par Paul S. Landau et Deborah D. Kaspin), Presses de l'Université de Californie, 2004.

Sud du Ghana³² dont une partie est intitulée « Photography and modernity ». Ce dernier offre une analyse très convaincante sur les représentations de la modernité : liens avec le monde grâce aux médias, tenues sophistiquées, décors urbains et consumérisme. Les liens entre consommation et modernité sont d'ailleurs des sujets intéressants la recherche actuelle en histoire, comme en témoigne l'ouvrage récent de Bianca Murillo, sur la consommation dans le Ghana du XXe siècle³³, qui m'a apporté de précieux angles de réflexions. Les liens entre consommation, modernité et féminité semblent enfin faire l'objet, depuis ces dernières décennies, d'un intérêt accru et de recherches nombreuses sur des aires géographiques diverses, comme le montre la création dans les années 2000 d'un groupe de recherche autour de la figure de la « fille moderne³⁴ », qui a abouti à la publication en 2008 d'un ouvrage intitulé : *The Modern Girl Around the World : Consumption, Modernity, and Globalization*³⁵.

Afin de travailler sur ces liens entre modernité et féminité, il était enfin essentiel de relire des travaux d'historiens sur les femmes africaines ainsi que sur leurs relations au travail et aux médias. A cet égard, les ouvrages généraux sont un point d'entrée intéressant sur la question. On pense notamment à l'ouvrage de synthèse de Catherine Coquery-Vidrovitch, *Les Africaines*, publié en 1996, mais également à des écrits plus récents, tels que celui d'Anne Hugon, *Histoire des femmes en situation coloniale. Afrique et Asie, XXe siècle* (2004) ou d'Iris Berger, *Women in twentieth-century Africa* (2016). Mais ce sont surtout des travaux plus précis sur la formation et les milieux professionnels féminins au milieu du XXe siècle, s'intéressant plutôt aux femmes d'Afrique de l'Ouest, qui ont influencé et permis l'écriture de ce mémoire, notamment par les analyses qu'ils ont pu offrir sur les liens entre éducation, mondes professionnels et modernité³⁶. Les recherches effectuées par Pascale Barthélémy dans le cadre de l'AOF³⁷ ont été particulièrement importantes, non seulement pour mon propre travail, mais également pour toutes les recherches liées au magazine AWA ayant permis l'écriture de ce mémoire. En effet, bon nombre des femmes participant à la revue – en tant que rédactrices mais aussi que lectrices – ont un parcours similaire, retracé par Pascale

³² Wendl Tobias, "Entangled Traditions: Photography and the History of Media in Southern Ghana", *Anthropology and Aesthetics*, No. 39 (printemps 2001), p. 78-101.

³³ Murillo Bianca, *Market Encounters : Consumer Cultures in Twentieth-Century Ghana*, Ohio University Press, 2017

³⁴ Le nom du groupe étant : *The modern girl around the World Research Group*.

³⁵ Weinbaum Alys Eve, Ramamuthy Priti, Yue Dong Madeleine, et al. *The Modern Girl Around the World : Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, 2008.

³⁶ Voir notamment les travaux d'Anne Hugon sur les sages-femmes ainsi que de Pascale Barthélémy sur les institutrices et les écoles normales.

³⁷ Afrique Occidentale Française.

Barthélémy dans le cadre de sa thèse, qui a fait l'objet d'une publication en 2010 aux Presses Universitaires de Rennes : *Africaines et diplômées à l'époque coloniale, (1918-1957)*.

Dès lors, la présente recherche entend s'inscrire dans une perspective de renouvellement et d'élargissement de l'histoire des médias et plus particulièrement de la presse magazine en Afrique de l'Ouest, tout en participant à une dynamique de réflexion sur la place des figures féminines dans la sphère médiatique et sur les relations que femmes et médias – et femmes dans les médias – entretiennent avec la notion de modernité, dans sa pluralité.

3. Présentation des sources

a. Sources principales

Je m'appuierai donc principalement dans mon étude sur les revues *AWA* et *Bingo*. Ces deux publications sont à mon sens complémentaires. En effet, si elles parcourent une même période pendant la (courte) existence d'*AWA*, et si elles sont toutes deux des revues mensuelles, ont des origines sénégalaises et des relations entre elles, beaucoup d'éléments les différencient et rendent leur étude conjointe particulièrement riche.

Bingo est la publication la plus ancienne, mais également celle qui a la plus grande longévité. Ce magazine est fondé en 1953, par Charles de Breteuil³⁸ et Ousmane Socé Diop³⁹. Il s'agit d'un mensuel illustré, présenté par Diop comme « la première publication entièrement illustrée éditée par un Africain de l'Afrique Occidentale Française pour les Africains⁴⁰ ». Si « son origine sénégalaise permet de le classer dans la presse sénégalaise⁴¹ », le magazine se présente comme largement panafricain, et a pour objectif de s'adresser à

³⁸ Charles de Breteuil (1905-1960) : homme d'affaires français, il crée en arrivant à Dakar la Société africaine de publicité et d'édition fusionnée (SAPEF) et fonde plusieurs journaux : *Paris-Dakar* en 1933, *Paris-Congo* et *Paris-Tana* en 1936 et *Paris-Bénin* en 1938, constituant ainsi un monopole éditorial à travers les colonies françaises d'Afrique. Il développe son groupe de presse avec d'autres magazines, dont fait notamment partie *Bingo*.

³⁹ Ousmane Socé Diop (1911- 1973) : écrivain et homme politique sénégalais, ayant étudié à Paris et appartenu au mouvement de la négritude.

⁴⁰ *Bingo*, n° 1, Février 1953, p. 26. Le magazine est cependant fondé deux ans après le magazine *DRUM*, un magazine populaire sud-africain édité par Jim Bailey et Anthony Sampson à partir de 1951, qui mettait en avant la culture urbaine noire et a été une plateforme importante pour les mouvements nationalistes africains. On pouvait y retrouver de nombreux articles de journalistes d'Afrique et de la diaspora et également un grand nombre de photographies. *Bingo* est donc souvent considéré comme le pendant francophone de ce dernier.

⁴¹ Je reprends ici les termes d'une dossier de présentation de l'ambassade de France à Dakar sur « Les moyens d'information au Sénégal », datant de 1972. Archives Diplomatiques de Nantes, fonds de l'ambassade de Dakar (184 PO/1), carton 710.

l'ensemble des Africains francophones ainsi qu'à la diaspora ; le sous-titre du magazine est d'ailleurs de 1953 à décembre 1960 « L'illustré africain », et devient en janvier 1961 « Le mensuel du monde noir ». Le comité de rédaction est d'ailleurs plus africain que sénégalais, comportant des journalistes provenant de divers pays d'Afrique francophone, et le magazine était imprimé en France, à Strasbourg. Ainsi, *Bingo* était-il lu dans des pays africains francophones, en France, dans les Antilles, dans les régions où des armées coloniales françaises étaient situées, et dans diverses parties du monde. Les lecteurs participaient ainsi à « l'émergence d'une sensibilité culturelle noire transnationale à l'aube de l'indépendance⁴² ». Le magazine poursuit sa publication jusque 1990 et continue à être diffusé et lu dans les pays nouvellement indépendants. Il est donc intéressant de constater les changements et les permanences liés aux événements politiques dans le magazine, qui met particulièrement en avant l'accès à l'indépendance des différents pays africains, par le biais d'articles, mais également de couvertures⁴³. Je me suis concentrée, dans mon travail, sur les décennies 1950, 1960 et 1970 et ai pu consulter une majeure partie des numéros à la Bibliothèque Nationale de France⁴⁴. Ces derniers sont également consultables à la bibliothèque de recherche du musée du Quai Branly.

Dans *Bingo*, qui se veut plutôt un magazine culturel, la dimension politique n'est donc pour autant pas masquée : on y retrouve des articles de fond sur l'actualité politique africaine et le magazine offre une vision panafricaniste, célèbre les indépendances des pays africains et met en avant des figures de lutte (à l'instar de Patrice Lumumba qui fait la couverture du numéro 99 en avril 1961). On y retrouve des nouvelles et des poèmes, ainsi que des critiques de livres, des articles sur des célébrités du monde de l'art ou du divertissement (musiciens, acteurs ...), des pages dédiées au sport et aux athlètes, ainsi que des pages à caractère touristique, présentant certaines villes ou régions. Les pages du magazine offrent également des jeux concours ainsi qu'un certain nombre de publicités. Enfin, la revue contient également des pages « mode » et « coiffure », et des rubriques féminines apparaissent au fil des années dans ses pages, autour des questions liées à l'hygiène, la cuisine, et l'éducation des enfants.

⁴² Je reprends ici les termes d'Ella Tsitsi Jaji ("*Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness?*", in *Nka : Journal of Contemporary African Art*, 42-43, Novembre 2018) : "Reading *Bingo* made it possible to participate in the emergent transnational black cultural sensibility of the years spanning the dawn of independence and new national projects. Hence, *Bingo* magazine constitutes an archive of popular transnational black consciousness ..."

⁴³ La première de couverture du numéro 95, en décembre 1960, est une carte de l'Afrique où sont colorés en rouge les pays ayant obtenu l'indépendance, accompagnée du titre « 1960, année africaine. 17 indépendances ».

⁴⁴ Je tâcherai, en citant les éléments tirés de ce magazine, de toujours indiquer la page où ils se trouvent dans le numéro. Il se peut, en revanche, que certaines indications de pages soient manquantes, en raison de photographies mal cadrées.

Ainsi, si *Bingo* n'est pas un magazine féminin, il est particulièrement intéressant d'étudier la revue au prisme du genre, puisqu'elle s'ouvre au fur et à mesure à un lectorat féminin – créant des rubriques entièrement dédiées à celui-ci – mais aussi parce qu'articles de réflexions ou d'actualité laissent une grande place à la question de la « promotion féminine », et que des contributrices féminines viennent également rejoindre la rédaction.

La deuxième revue étudiée, *AWA*, se démarque d'abord par son contenu et le lectorat visé (il s'agit d'une revue exclusivement féminine), mais également par son caractère indépendant. Paru entre janvier 1964 et mai 1973, ce magazine a été créé et produit à Dakar, sous la direction d'Annette Mbaye d'Erneville⁴⁵. Elle était accompagnée d'une équipe presque exclusivement féminine⁴⁶ comprenant notamment Solange Faladé⁴⁷, Oulimata Bâ⁴⁸, Virginie Camara⁴⁹ et Henriette Bathily⁵⁰. Une première version du journal a été créée en 1957, à l'initiative de Madame M'Baye d'Erneville, sous l'appellation *Femmes de soleil*, mais après une dispersion géographique des membres de l'équipe, la revue n'a été relancée qu'en 1963, et rebaptisée *AWA*. La revue paraît alors tous les mois (hormis les deux mois d'été) durant la première année, puis de moins en moins régulièrement en 1965 (quatre parutions) pour s'arrêter au début de l'année 1966, avant de reprendre pour quatre numéros en 1973. Les difficultés de publication sont majoritairement dues à l'indépendance financière du magazine⁵¹. Le magazine était tiré entre 5000 et 7000 exemplaires par numéro par l'imprimerie d'Abdoulaye Diop à Dakar, et le prix de vente variait entre 690 Francs CFA pour le premier numéro et 1275 francs CFA pour le dernier⁵². On peut trouver des exemplaires du magazine à la Bibliothèque nationale de France (site François Mitterrand⁵³), aux Archives Nationales du Sénégal et chez Madame Annette Mbaye d'Erneville, dans sa

⁴⁵ Annette Mbaye d'Erneville : voir Biographie 1 en annexe.

⁴⁶ Les hommes ne sont pour autant pas absents de l'équipe, qui contient un photographe (Baïdy Sow) et un chroniqueur (Henri Mendy). Au sujet de la place des hommes dans la revue, lire Ducournau Claire, « « Boîte à lettres » et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans Awa », in *Etudes littéraires africaines*, juin 2019.

⁴⁷ Solange Faladé (1925-2004) : médecin, anthropologue et psychanalyste française d'origine béninoise. Elle est l'une des premières psychanalystes africaines.

⁴⁸ Oulimata Bâ (1925-2016) : Femme du premier ministre sénégalais Mamadou Dia, future représentante à l'UNESCO.

⁴⁹ Virginie Camara, poète et ex-femme du poète David Diop.

⁵⁰ Henriette Bathily, directrice du département culturel au Centre culturel français et activiste culturelle. Le musée de la femme, créé par Annette M'Baye d'Erneville en 1987, porte son nom.

⁵¹ Certaines justifications sont apportées par la rédaction au sein de la revue comme dans le n°12, à la page 20, où l'on peut lire dans un encadré : « Des difficultés financières et techniques ont retardé la parution de la revue depuis le numéro de février 1965. Nous prions nos abonnés et nos lecteurs de bien vouloir nous en excuser. « *AWA*, la revue de la Femme noire » ne dispose, pour le moment d'aucune subvention, d'aucune aide financière. Nous demandons à tous nos amis de soutenir notre action en s'abonnant et en diffusant la revue autour d'eux. ».

⁵² J'ai pu prendre connaissance de ces chiffres grâce à l'article de Ruth Bush, *op. cit.*

⁵³ Par souci d'allègement, j'utiliserai l'abréviation BnF, lorsque je mentionnerai l'origine de mes sources.

maison à Dakar. Cependant, la totalité du magazine a été récemment numérisée par l'IFAN (Institut Fondamental d'Afrique Noire-Cheikh Anta Diop) à Dakar grâce au projet « *African reading cultures, Popular print in francophone Africa* », mené par Ruth Bush et Claire Ducournau et financé par le fonds de recherche du Arts and Humanities Research Council (AHRC), ce qui m'a permis d'avoir accès à tous les numéros facilement et de manière durable⁵⁴. La revue reprend les codes des magazines féminins européens et américains, incluant des thématiques et des contenus très divers. Les numéros sont ainsi constitués une trentaine de pages environ et suivent une organisation assez classique, avec de légères variantes. On retrouve dans les premières pages le sommaire, l'éditorial et le « billet de Monsieur ». Les dernières pages sont consacrées aux histoires, contes et poèmes, jeux et loisirs, horoscope⁵⁵, et courriers des lecteurs. Ensuite, le cœur du magazine est changeant, mais on y retrouve des rubriques récurrentes : des pages sur les arts et la littérature, d'actualité, des présentations de femmes inspirantes réelles ou imaginaires (« Femmes célèbres dans l'histoire et la légende », « Silhouette »), ainsi que des interviews ou reportages divers, toujours en lien avec la condition féminine. Si le magazine n'est pas politisé (on ne trouve aucune référence à la vie politique sénégalaise, ni au président Senghor⁵⁶), il reste cependant au fait de l'actualité politique mondiale, évoquant par exemple les organisations féminines soviétiques ou les combats de libération en Guinée-Bissau. Accompagnent ces rubriques politiques et culturelles, des éléments plus récréatifs telles que les considérations sur « la bonne secrétaire », les pages « mode » accompagnées de photographies ou de dessins (dans la quasi-totalité des numéros, celles-ci représentent quatre à six pages de la revue) ou bien des conseils et présentations de décoration et d'ameublement. Si le magazine est produit à Dakar et que le personnel de rédaction est sénégalais, AWA se revendique avant tout comme un magazine s'adressant aux femmes africaines⁵⁷ et plus largement aux femmes noires, comme en témoigne le sous-titre du magazine lui-même (*AWA, la revue de la femme noire*). Aussi, dans chaque numéro, les articles et photographies s'attachent à présenter des femmes de nationalités africaines diverses mais également des femmes du monde entier (Brésil, Etats-Unis, URSS...). Le courrier des lecteurs, la traduction anglaise et la multiplication de correspondants étrangers témoignent de la réussite de cette ambition, liée notamment au

⁵⁴ Le lien du site web : www.awamagazine.org.

⁵⁵ « Les cauris de Mam'Awa » : un horoscope utilisant des cauris pour prédire l'avenir.

⁵⁶ Virtuellement absent du magazine, sans doute du fait de l'emprisonnement de son rival politique Mamadou Dia (mari d'Oulimata Bâ, contributrice du magazine) en 1962. (Ruth Bush, 2016, p. 218).

⁵⁷ On peut notamment lire dans le numéro 11 (février 1965), à la page 41, dans une réponse à un courrier de lecteur : « Awa se voulant plus africaine que sénégalaise ».

réseau important des femmes de la rédaction⁵⁸. Ce magazine, par son caractère plutôt exceptionnel pour la période, son indépendance, sa rédaction presque exclusivement féminine et un contenu spécifiquement dédié aux femmes en fait une source particulièrement riche afin d'étudier les relations entre médias, figures féminines et notions de modernité. Il l'est davantage lorsqu'étudié en comparaison avec *Bingo*.

b. Sources complémentaires

Afin de compléter ce corpus de sources, déjà large du fait de la multitude des numéros à ma disposition, j'ai trouvé nécessaire de me pencher aussi sur certaines sources archivistiques, liées notamment à la coopération française en matière de presse, de radio et de télévision.

J'ai d'abord consulté, aux archives diplomatiques de Nantes, certains cartons du fonds de l'ambassade de France à Dakar (côte 184PO) ainsi que du fonds de la mission de coopération et d'action culturelle à Dakar (côte 186PO). L'accès à ces derniers a été relativement aisé, malgré les conditions sanitaires, et j'ai pu obtenir un rendez-vous et recevoir l'inventaire complet en pdf du fonds de l'ambassade en contactant les Archives de Nantes.

Le fonds 184PO de l'ambassade de France à Dakar est constitué de nombreux documents de différentes natures (courriers, coupures de presse, dossier, ...) et sur des thématiques variées. Il est divisé en plusieurs parties. J'ai donc d'abord consulté le fonds 184PO/1 constitué de trois versements, rapatriés au Centre des Archives diplomatiques de Nantes en 1998-1999 et composés de chronologies, dossiers de personnels et dossiers thématiques entre les années 1952 et 1985. J'ai principalement consulté les dossiers thématiques liés à la presse, la radio et la télévision contenus dans les cartons 414, 710, 711, 794, 795, 809, 847 et 854. Ils m'ont surtout permis d'obtenir des informations sur la presse sénégalaise et donc sur *Bingo* et *AWA* (notamment des informations factuelles : tirage, nombre d'exemplaires, ...), mais également sur la coopération en matière de radio et télévision (courriers, notes sur les programmes et études sur la réception des émissions) et sur le fonctionnement de la radio-télévision sénégalaise (des études, plans d'orientation ou liste

⁵⁸ Voir l'article de Ruth Bush cité plus haut, sur les anciennes élèves de l'Ecole Normale de Rufisque : "Their exceptional status among the female population of the region formed strong, long-lasting bonds between them. The network survived as these women extended their professional training into different domains, including law, politics, and the media, and AWA used the school's alumni network to reach a wide and influential readership". Lire également : Pascale Barthélémy, *Africaines et diplômées à l'époque coloniale, (1918-1957)*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2010.

de personnel, par exemple). La deuxième partie du fonds (184PO/2) est composée des archives rapatriées du service de presse de l'ambassade entre les années 1972 et 1997. J'y ai consulté le carton 40 constitué de coupures de presse sur la question féminine au Sénégal où j'ai pu trouver des informations sur les associations féminines et les événements liés à la promotion féminine notamment. Le carton 42 dans lequel se trouvent des éléments sur la radio et la télévision sénégalaise ainsi que sur le CESTI (Centre d'études des sciences et des techniques d'information), m'a été très utile également.

Le fonds 186PO est constitué de dossiers thématiques provenant de la mission de coopération et d'action culturelle à Dakar entre 1959 et 1989. Ici aussi, je me suis intéressée aux cartons contenant des éléments sur la coopération en termes de radio et télévision (837, 838, 839 et 840). Ces cartons – et notamment les deux premiers – m'ont surtout apporté des informations sur les éléments envoyés par l'ORTF⁵⁹ aux stations sénégalaises ainsi que sur les stages effectués par des Sénégalais dans le cadre de l'ORTF.

Ensuite, j'ai pu consulter, aux archives nationales de Pierrefitte, certains éléments du fonds « Culture : Radio-France », qui est un versement documentaire effectué par le centre de documentation de Radio France Internationale. L'accès aux archives de Pierrefitte a été plutôt facile et le contenu du fonds est disponible en ligne sur leur site, ce qui est particulièrement pratique.

Ce fonds n° 20060371 est constitué de 28 cartons concernant les activités de coopération radiophoniques des différentes instances ayant précédé Radio France Internationale dans ce domaine⁶⁰, et de RFI elle-même, pour la période 1948-1998. On y retrouve des documents parlementaires et gouvernementaux, des généralités sur le fonctionnement de RFI et de ses prédécesseurs, des généralités sur les activités de coopération, des rapports de missions d'étude et de développement des stations partenaires nationales ainsi que des radio-éléments envoyés aux stations radiophoniques africaines. C'est de ces deux dernières catégories que j'ai pu extraire des informations particulièrement intéressantes en lien avec les émissions de radio consacrées aux femmes.

J'ai donc consulté, parmi ce fonds, les cartons n° 14, 15 et 16, qui concernent principalement les cahiers sonores « Femmes d'Afrique ». On peut retrouver l'intégralité des 52 cahiers dans les quinzième et seizième cartons de ce fonds (20060371/15-20060371/16) et

⁵⁹ Organisme de Radio Télévision Française

⁶⁰ Radiodiffusion de la France d'Outre-mer (RFOM, 1954-1956), Société de Radiodiffusion de la France d'Outre-mer (SORAFOM, 1956-1962), devenue Office de coopération radiophonique (OCORA, 1962-1969), direction des Affaires extérieures et de la coopération de l'Office de Radiodiffusion-Télévision française (ORTF/DAEC, 1969-1974).

ils sont précédés, dans le quatorzième carton, d'un « catalogue archives RFOM-SORAFOM », qui représente un outil de travail du centre de documentation de RFI recensant des productions de la RFOM/SORAFOM et qui comporte des indications précieuses sur les radio-éléments envoyés aux stations radiophoniques africaines. Dans ce carton n°14, j'ai aussi pu lire des rapports de missions dans lesquels sont évoqués l'utilisation de ces cahiers.

Les cahiers sonores sont des cahiers réalisés par l'OCORA (l'Office de Coopération radiophonique français) à destination des animatrices chargées des émissions féminines dans les stations africaines des pays francophones. Les documents sont donc tous imprimés en langue française. Ce type de cahiers existe également pour d'autres types d'émissions (les cahiers sonores « L'heure du maître », par exemple, étaient destinés aux enseignants et consacrés aux problèmes de l'apprentissage de la langue française). Ils se présentent sous forme de carnets à spirales – puis avec reliure cousue à partir du numéro 36 de la nouvelle série – au format 17,5x24,5cm. La couverture bleue cartonnée indique le titre « femmes d'Afrique », le numéro du cahier, et porte la mention « Les cahiers sonores de l'OCORA, 46, rue d'Amsterdam, Paris IXe ». Ces cahiers sonores ont été produits par l'OCORA, l'Office de Coopération radiophonique français, qui a existé de 1962 à 1969. Il s'agit d'une agence de production radiophonique qui fournissait du contenu radio qu'elle envoyait ensuite aux radiodiffusions africaines. Elle fait suite à la SORAFOM (Société de Radiodiffusion de la France d'Outre-Mer) qui avait été créée en 1956 et dont le but était le développement de stations de radio en Afrique ainsi que la formation du personnel des futures radios nationales. Elle était devenue en 1961 un organisme de coopération chargé d'épauler les radiodiffusions des nouveaux pays indépendants. Leur réalisation est placée sous la direction de Jacqueline Sorel, chargée de production à l'OCORA. Elle était accompagnée dans la constitution de ces cahiers par diverses personnes pour l'écriture des textes (Mme Chavenon-Rasoanapara, Djibril Konaré, Catherine Bailly, Simone Faure, Ousmane Sylla) et pour les enregistrements sonores (Catherine Bailly, Moune de Rivel, Claude Destombes). L'étude de ces cahiers m'a semblé particulièrement pertinente dans un sujet traitant du rôle des femmes – en tant que participantes mais également en tant qu'auditrices – au sein des médias. Le fait que ces productions soient réalisées en France à destination de femmes africaines permet de mettre en lumière les représentations de la modernité telles qu'elles peuvent être diffusées dans un contexte qu'on pourrait qualifier de néocolonial⁶¹.

⁶¹ Le néocolonialisme désigne une situation de dépendance d'un Etat à l'endroit d'un autre sans pour autant être associé à une dépendance formelle, juridique et politique. L'influence de la France sur les pays africains à cette période passe notamment par la domination des productions françaises à la radio et la télévision.

4. Problématiques et plan

J'essaierai donc dans ce mémoire d'envisager les différentes figures de « femmes modernes » telles qu'elles ont pu être présentées et envisagées dans les magazines étudiés, et le lien qu'entretiennent ces représentations avec la sphère médiatique émergente entre les années 1950 et 1970 en Afrique, principalement francophone.

Il s'agira donc de questionner la notion même de « modernité » et la façon dont elle a pu être utilisée dans les différentes sources. En effet, celle-ci, mouvante par définition, peut être associée, selon les contextes, à des éléments et des idéaux très divers qu'il conviendra de présenter et de questionner. Le terme a pu, également, faire l'objet d'éloges ou de critiques. Il faudra donc interroger les regards et opinions portés sur la modernité et sur les changements qu'elle peut impliquer.

On tâchera de penser ces questions à partir de deux magazines qui ont de nombreux points communs, mais également de vraies divergences. S'il ne s'agit pas ici de faire une étude comparative des deux revues, il sera cependant intéressant de montrer comment leurs contenus peuvent se rejoindre ou s'éloigner sur de telles questions, en s'appuyant également sur des sources et connaissances complémentaires, qui nous permettront d'élargir le panorama.

Les médias, au centre de cette étude, seront donc une clé d'analyse sur cette question des images de la modernité. On s'attachera ici à les considérer à la fois comme les supports et les passeurs de ces représentations, mais également comme symboles eux-mêmes d'une forme de modernité. Nous questionnerons donc leurs rôles dans les définitions diverses des modernités féminines qu'il s'agit ici d'étudier.

Les figures féminines seront également envisagées à travers différents prismes. Elles seront à la fois celles dont les médias parlent, celles à qui ils s'adressent, et des actrices au sein de ces derniers. Il conviendra de s'interroger sur le rôle qu'occupent ces trois groupes pour les différents médias, sur les images de la modernité qui leur sont respectivement attribuées et sur les liens qu'elles entretiennent entre elles.

Il faudra également réfléchir à la spécificité des représentations de la modernité et des figures féminines considérées comme modernes dans le cadre de magazines et médias à

destination d'un public africain francophone, dans une période située entre la fin du colonialisme tardif et les débuts de l'indépendance.

Dès lors, c'est bien l'implication des nouveaux médias dans la représentation des modernités féminines et dans la redéfinition des liens entre figures féminines et images de la modernité qu'il s'agira de comprendre ici et que je me propose d'étudier en trois temps

Je montrerai d'abord comment l'émergence de ces nouveaux médias, concomitante avec la notion de « promotion féminine », a pu lier émancipation féminine – notamment par le travail et l'éducation – et modernité. Il s'agira ensuite de voir comment les femmes, considérées comme cible médiatique émergente, font face à de nombreuses injonctions contradictoires quant à la manière d'être « modernes ». Enfin, je m'intéresserai aux personnages médiatiques féminins, souvent envisagés comme ambassadeurs de la modernité.

PREMIERE PARTIE

Promotion féminine, nouveaux médiatiques et images de « femmes modernes »

Il s'agit dans cette première partie de s'intéresser à la manière dont les magazines proposent dans leurs pages des images de « femmes modernes » tout particulièrement liées à la notion de promotion féminine, dans laquelle sont impliqués les médias émergents.

L'expression « promotion féminine » me semble représentative de l'idée véhiculée par les institutions et les médias sur la condition féminine durant la période étudiée. D'abord, pour avoir pu observer l'utilisation massive de ce terme dans les magazines étudiés. On le retrouve à de nombreuses reprises dans des titres d'articles, et il fait même l'objet d'une petite rubrique dans *Bingo*, nommée sobrement « promotion féminine », durant l'année 1962. Le terme est également employé plusieurs fois dans des articles, courriers de lecteurs et billets d'humeur ayant trait à la condition féminine. J'ai aussi pu retrouver son utilisation dans des articles portant sur les femmes dans d'autres journaux, tels *Le Soleil*⁶², ce qui témoigne de la prévalence de cette expression. De plus, le terme de « promotion » me semble adéquat pour évoquer les différentes ambitions liées à l'amélioration de la condition féminine. En effet, souvent associé à la notion d'« émancipation », il l'implique tout en insistant sur une dynamique d'évolution liée au milieu du travail, et rappelle également un processus de mise en valeur dans la sphère publique et médiatique.

Cette thématique de la promotion féminine est déjà importante durant la période coloniale tardive, et les pouvoirs coloniaux mettent l'accent à plusieurs reprises sur l'éducation et la formation des jeunes filles, notamment. Celle-ci avait connu quelques avancées importantes, mais sporadiques dans les années 1920 et surtout 1930 (Barthélémy, 2010) mais elle se généralise surtout à partir des années 1950 (Coquery-Vidrovitch, 1994). Les années 1960 qui coïncident avec l'indépendance de nombreux pays africains, voient se déployer avec force le concept de développement, dans lequel la question de la promotion

⁶² *Le Soleil* : journal quotidien sénégalais, créé à Dakar en 1970. Il est l'héritier du journal *Paris-Dakar*, créé par Charles de Breteuil en 1933, qui devient *Dakar-Matin* à l'indépendance, puis *Le Soleil* en 1970.

féminine occupe une place importante⁶³. Enfin, dans les années 1970, on perçoit une véritable accélération des réflexions sur la condition féminine, avec de nombreuses créations de groupes féminins ou d'événements en rapport avec la promotion féminine, mais aussi l'institution de journées de la femme, et surtout, en 1975, la proclamation par l'ONU de la « décennie de la femme ».

Un réel lien s'observe entre la notion de promotion féminine, associée à celles d'émancipation féminine, de travail féminin et de développement, et celle de modernité. Il s'agira dans cette partie de témoigner de ces liens, affichés parfois implicitement, parfois explicitement. A travers les images de promotion féminine que les magazines entendent mettre en avant, c'est également des représentations de ce que sont ou doivent être les « femmes modernes », qui est en effet perceptible.

Les médias, alors, jouent un rôle de mise en valeur de ces éléments, mais s'inscrivent, eux aussi, dans ces dynamiques. En effet, les magazines tels que *Bingo* et *AWA*, émergents à partir des années 1950, mais également la radio qui voit sa diffusion se développer fortement à partir de la fin de la Seconde Guerre mondiale, ainsi que la télévision, qui fait ses premiers pas vers la fin des années 1960 et les années 1970, représentent tous une certaine forme de renouveau médiatique, qui leur donne une dimension particulièrement « moderne », accentuée par leur aspect technologique (pour la radio et la télévision), leur diffusion à large échelle et leurs contenus marqués par les images et la musique, le divertissement et la publicité. Aussi, ils sont des lieux particulièrement à même, non seulement de témoigner et de mettre en avant les thématiques liés à la promotion féminine, mais également de participer à celle-ci. Il s'agira donc aussi de montrer comment ces objets médiatiques *parlent* des « femmes modernes » mais sont également des instruments à même de *faire* les « femmes modernes » (par le travail dans ces milieux, ou bien la possession de ces objets, notamment).

Nous nous attacherons donc dans un premier temps à montrer l'omniprésence de la notion de « promotion féminine » au sein des magazines, avant d'évoquer les liens entre celle-ci et la professionnalisation des femmes, valorisée dans les revues. Il s'agira enfin de s'intéresser à la façon dont l'accès aux médias symbolise une forme de promotion féminine particulièrement liée à la modernité.

⁶³ Voir par exemple l'organisation d'un colloque à Antsirabé (Madagascar), en septembre 1969, intitulé « L'intégration de la femme africaine et malgache dans le développement ».

1. La notion de « promotion féminine » dans les pages des magazines

La notion de « promotion féminine » est souvent alors associée à l'idée de l'entrée dans un monde considéré comme « moderne » et marquée notamment par l'accès à l'éducation, à l'information et à la formation.

Dès lors, de telles représentations de la promotion féminine sont perceptibles dans les magazines étudiés. Non seulement leurs sont imputés le rôle d'éducateurs et de formateurs, participant à cette promotion féminine, mais ils se font également le relai de celle-ci par le biais d'écrits et d'images la valorisant.

1.1. Rôle présumé des médias dans la promotion féminine

La notion de promotion et d'émancipation féminine semble représenter un aspect majeur des politiques et des préoccupations sociales et développementalistes entre les années 1950 et 1970, ce qui se ressent tant dans les discours occidentaux que dans les discours et les actions concrètes présentes dans les pays africains. A cet égard, le rôle de la presse dans cette dynamique semble particulièrement mis en avant.

Tout d'abord, une importance remarquable est donnée au rôle de la presse dans cette promotion de la femme par les pays occidentaux. Cette dynamique est insufflée dès les premières années de l'indépendance, comme en témoigne la mise en place d'un colloque (présenté comme une réunion d'experts) sur le développement des moyens d'information en Afrique, qui s'est tenu à l'UNESCO en février 1962. Un rapport de la commission de la République française, intitulé « le rôle éducatif de la presse africaine » porte notamment sur les différents moyens de l'information (presse, cinéma, radiodiffusion et télévision) qui sont présentés comme des « instruments de culture⁶⁴ ». Dans ce dernier sont formulés quelques principes visant à mettre en place le caractère éducatif de la presse africaine. Après avoir insisté sur l'adaptation des publications à leur public (en termes de langage et de contenu), sur la répartition de l'espace rédactionnel qui doit laisser une part importante aux contenus strictement éducatifs, et sur le rôle de la presse dans l'édification de la nation et l'éducation

⁶⁴ Définition du Congrès de la Fédération Nationale de la Presse Française, Novembre 1945

civique et morale, le rapport consacre un sixième point à la page féminine, ou au « magazine de la femme », dont je retranscris ici l'intégralité :

Le « magazine de la femme » qu'une grande partie des périodiques publie déjà régulièrement sous un nom ou un autre, devrait, à côté des sujets d'ordre pratique (mode, hygiène, alimentation, puériculture etc...) traiter le problème fondamental de la position de la femme dans la société.

Il est en effet à craindre que la transformation politique et économique dont l'Afrique a été et continue d'être le théâtre, ne porte une grave atteinte à la cellule de base de toute société qu'est la famille. Nombreux sont les témoignages parlant d'une crise, sinon d'un relâchement de la moralité ; le nombre des divorces ou des répudiations serait en forte augmentation, ce dont souffrent en premier lieu les femmes.

En traitant, par la publication d'articles qui sont destinés aux lecteurs des deux sexes, ouvertement ces problèmes, en contribuant à préparer une adaptation, aux conditions du monde moderne, des coutumes ancestrales et ainsi l'émancipation de la femme africaine (émancipation qui, surtout en pays musulmans, se fera très lentement) la presse contribuera à rendre plus solide et plus heureuse la société africaine de demain⁶⁵.

La question de la « promotion féminine » – ici présentée comme « problème fondamental de la position de la femme dans la société » – occupe donc une place importante dans la réflexion portée sur le « rôle éducatif » de la presse en Afrique pour cette commission. Il est intéressant de noter une véritable inquiétude de la part des rédacteurs de ce rapport quant à la question de la famille et du « relâchement de la moralité », présenté comme lié aux agitations politiques de la période⁶⁶. Dans le même temps, les journaux semblent être le moyen de préparer les femmes à une « adaptation aux conditions du monde moderne » dans lequel il est sous-entendu que les pays nouvellement indépendants viendraient d'entrer. Ainsi, il s'agirait pour la presse de contribuer à « l'émancipation » des femmes tout en préservant la cellule familiale comme symbole d'une société qui fonctionne. On perçoit donc, dans l'idée même de la mission imputée aux médias, une contradiction qui sera d'autant plus visible dans les contenus éditoriaux. L'idée sous-entendue par cette commission d'utiliser la presse comme moyen d'« éduquer » les lecteurs africains (par des articles sur le rôle de la femme dans la société, notamment) apparaît ici comme un élément fondamental de la modernisation des pays, fortement liée à une occidentalisation de ceux-ci – en témoigne notamment la parenthèse acerbe sur les pays musulmans, moins aptes, selon la commission, à participer à l'émancipation féminine.

⁶⁵ Commission de la République française pour l'éducation, la science et la culture, « Le rôle éducatif de la presse africaine », mars 1962, Archives Diplomatiques de Nantes, fonds de l'ambassade de Dakar (184 PO1), carton 414, dossier « Conférence sur le Développement des moyens d'information en Afrique, 24 janvier – 6 février 1962 », troisième partie.

⁶⁶ Ce type de préoccupation était en réalité déjà patente en contexte colonial, dont pouvait être critiqué les effets néfastes tels que le relâchement des mœurs et l'éclatement de la famille.

On retrouve ce même objectif pour les médias de participer à la promotion féminine en 1981, lors d'un séminaire organisé par l'UNESCO en coopération avec le CESTI (Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information⁶⁷). Le séminaire, ayant lieu du 21 au 30 mai, a notamment fait l'objet de deux articles dans *Le Soleil*, conservés par le service de presse de l'ambassade de Dakar⁶⁸. Selon le journal, il accueillait « une quinzaine d'animatrices et de réalisatrices en service dans des stations de radio et de télévision africaines⁶⁹ » afin de suivre une formation sur les « contenus culturels des émissions de télévision destinées aux femmes ». L'objectif annoncé par le ministre de l'Information sénégalais de l'époque, M. Djibo Ka, lors de la première journée était de « restituer aux médias leur dimension humaine pour en faire des instruments de développement⁷⁰ ». Ainsi, une fois encore, le rôle des médias semble être celui de participer au développement des pays africains, notamment par la production de contenu engagé pour l'émancipation féminine. Ce séminaire s'inscrit, selon le ministre, dans « une politique de promotion de la femme » que le gouvernement sénégalais se targue d'avoir engagée « depuis quelques années ». Les paroles du ministre de l'information sénégalais et celles du bureau régional de l'UNESCO se rejoignent dans un champ lexical de la promotion féminine, déjà institué deux décennies auparavant dans la commission de la République française sur le rôle éducatif de la presse en Afrique⁷¹, investissant cette fois les médias audiovisuels. En effet, alors que M. Djibo Ka explique avoir souhaité « qu'avec l'appui des médias « nos mères, nos femmes et nos sœurs puissent devenir les artisans et les bénéficiaires de leur promotion », le directeur du Bureau général de l'UNESCO rappelle que l'objectif de l'organisation en ce qui concerne les femmes est « l'amélioration de leur condition et la promotion de leur participation au développement économique et social et culturel de leur pays⁷² ». Ici encore, on relève une contradiction dans l'emploi même du pronom possessif « nos » : les femmes doivent participer au développement des pays, tout en restant – avant tout – des mères et des femmes pour les hommes.

⁶⁷ Créé en 1965 avec l'appui de l'UNESCO, le CESTI est une Ecole de Formation de Journalistes, rattachée à l'Université de Dakar. Le CESTI accueille des étudiants d'une dizaine de pays d'Afrique francophone mais aussi de Guinée Bissau et du Cap-Vert. Voir [Présentation | CESTI \(ucad.sn\)](#)

⁶⁸ « Séminaire au CESTI : Amélioration de la condition de la femme par les médias », *Le Soleil*, 22 mai 1981, et « Communication : Eduquer les femmes pour une société égalitaire », *Le Soleil*, 1^{er} juin 1981. Archives Diplomatiques de Nantes, fonds de l'ambassade de Dakar (184 PO/2), carton 40 « Service de presse ».

⁶⁹ Les stagiaires sont en poste, selon *Le Soleil*, au Bénin, en Côte d'Ivoire, en Guinée, en Haute-Volta, au Mali, au Niger et au Sénégal.

⁷⁰ « Séminaire au CESTI : Amélioration de la condition de la femme par les médias », *Le Soleil*, 22 mai 1981.

⁷¹ Cf supra.

⁷² *Ibid.*

Le deuxième article du *Soleil*⁷³ revient sur les conclusions tirées de ce séminaire en mettant en avant l'importance des médias dans « le développement national des pays africains » et la nécessité de la démocratisation de ces médias et d'une « information en faveur du développement » qui émanerait « de ces femmes qui doivent être les agents et les bénéficiaires de ce développement ». Selon les femmes ayant participé au séminaire, il est considéré comme primordial d'accorder une plus grande place aux femmes dans le milieu médiatique, et notamment télévisuel. Elles proposent également de créer une « association des professionnelles africaines de la communication : APAC » et un des aspects concrets du séminaire a été la réalisation commune d'une émission de télévision « Femmes : mille visages... une condition », dont le but était d'« exposer les conditions de vie réservées à la femme, aussi bien par les traditions que par la tracasserie quotidienne d'une société s'ouvrant au modernisme ».

1.2. La « promotion féminine » dans les pages de *Bingo*....

Les pages de *Bingo* répondent, et ce même avant la promulgation de celles-ci, aux recommandations décrites plus tôt de la commission par la République française pour l'UNESCO sur le rôle éducatif de la presse africaine. Le magazine propose en effet, au sein de son espace rédactionnel, des éléments « éducatifs », ayant trait notamment à l'histoire et la géographie⁷⁴, mais également à l'expression en langue française⁷⁵.

Il met aussi particulièrement en avant les notions de promotion et d'émancipation féminine à travers des articles aux titres particulièrement évocateurs, tels que « la promotion sociale de la femme est un élément primordial du progrès humain en Afrique⁷⁶ » (n° 29), ou bien « la promotion de la femme : condition de notre évolution⁷⁷ » (n° 37). On retrouve dans ces deux articles, datant de juin 1955 et février 1956, des thématiques communes en lien avec les préoccupations de la période – notamment de la part des pouvoirs coloniaux – sur

⁷³ « Communication : *Eduquer les femmes pour une société égalitaire* » *Le Soleil*, 1^{er} juin 1981.

⁷⁴ Voir notamment la rubrique « Connaissances de l'Afrique », qui traite d'éléments historiques, géographiques ou d'éléments culturels. On retrouve, par exemple, cette rubrique dans le numéro 193 de février 1969 avec quatre articles différents qui reflètent, il me semble, cette diversité de type de connaissances prodiguées par le magazine : « Le culte des morts chez les Malgaches », « en 1591, les troupes marocaines envahissent le Soudan et détruisent l'empire Songhai », « Histoire du Nil » et « Un village africain en Amérique du Sud ».

⁷⁵ Par le biais d'une rubrique de grammaire nommée selon les numéros « Attention au français », « Connaissance du français », ou bien « Parlez et écrivez correctement ».

⁷⁶ *Bingo*, n°29, juin 1955.

⁷⁷ *Bingo*, n°37, février 1956, p. 21.

l'éducation des jeunes filles africaines⁷⁸. Les deux articles couvrent une page et sont constitués de courts textes et de photos servant à appuyer le propos. Il est intéressant de noter que les deux textes débutent par une même réflexion : celle selon laquelle, quelques années auparavant, les femmes africaines étaient encore éloignées du chemin vers la connaissance à cause de leurs familles. Ainsi peut-on lire au n° 29 : « Il n'y a pas si longtemps encore, l'accès des établissements du second degré était interdit à la jeune fille africaine [...] par crainte, semble-t-il, de la voir trop vite s'émanciper et s'éloigner ainsi de la vie familiale », et au n° 37 « Les premières tentatives pour arracher la femme africaine aux traditions tutélaires ne datent pas loin. [...] il fallait réduire la réticence des familles. ». Ces réticences sont liées, selon les articles, à la corrélation supposée entre enseignement et train de vie moderne et accompagnées de critiques sur les « courtes robes et de « propos désobligeants », tels que celui de « Mlle Frigidaire ». Ce surnom, était un de ceux donnés aux premières femmes africaines diplômées en Afrique occidentale française à l'époque coloniale – notamment les institutrices – considérées comme occidentalisées, prétentieuses et superficielles. L'expression fait référence à un goût du luxe excessif et sous-entend également une forme de frigidité⁷⁹. Les deux articles évoquent ensuite l'« importance nouvelle accordée à la formation de l'Africaine⁸⁰ », passant notamment par la création d'écoles supérieures, d'écoles d'institutrices ou de sages-femmes, dont des images sont présentées dans les articles, en continuité avec les ambitions de l'époque coloniale⁸¹. On retrouve dans l'article du n° 29 quatre photographies des différentes classes de l'école supérieure de Douala, créée en 1942, et au n° 37, diverses images des écoles de fille de Kipushi⁸² et Popodara⁸³. Les deux articles concluent tous deux en présentant la promotion de la femme comme un « impératif », un « idéal social » auquel les femmes aspireraient et qui servirait « la communauté ».

La rédaction de *Bingo* fait également parfois courir ces sujets sur plusieurs numéros, comme en témoigne à partir du n° 63 jusqu'au n° 76, une « enquête exclusive : le rôle de la

⁷⁸ Voir Berger Iris, *Women in twentieth century Africa*, Cambridge University Press, 2016. Dans un chapitre consacré aux années 1940-1960, intitulé « Domesticity and Modernization », elle rappelle : « *As part of the effort to promote the "advancement" of African women and to supply a growing male elite with suitably trained wives, colonial states began to take a more active role in promoting girls' education* ».

⁷⁹ Ce surnom a été particulièrement étudié par Pascale Barthélémy dans le cadre de ses travaux sur les femmes africaines diplômées. Lire notamment Barthélémy Pascale, *Africaines et diplômées à l'époque coloniale (1918-1957)*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 345 p., et Barthélémy P. et Jezequel J-H, « Marier les « demoiselles frigidaire » et les « mangeurs de craies » : l'idéal du ménage lettré et l'administration coloniale en Afrique Occidentale Française (AOF) », in Odile Goerg (coord.), *Perspectives historiques sur le genre en Afrique*, Cahier « Afrique » n° 23, Paris, L'Harmattan, 284 p., p. 77-96.

⁸⁰ « La promotion de la femme : condition de notre évolution », *Bingo*, n°37, février 1956, p. 21.

⁸¹ Voir Barthélémy Pascale, *op. cit.*

⁸² Kipushi : ville située dans la province du Haut-Katanga, en actuelle République Démocratique du Congo.

⁸³ Popodara : village de Guinée.

femme dans la Société de demain ». L'objectif de cette série est de recueillir les opinions des lecteurs sur ce sujet. Quant à la présence, sur plusieurs numéros, de réponses à cette enquête, elle témoigne d'un réel intérêt du lectorat pour la question⁸⁴. Le magazine a publié, en tout, sur cette même thématique, vingt-cinq avis de lecteurs sur l'année 1958. Le profil de ces derniers est celui d'hommes travaillant dans divers secteurs mais plutôt à des postes hauts placés, à la radio (directeur de chaîne régionale ou producteur d'émission), dans la police (commissaires notamment), dans le secteur judiciaire ou bien dans les travaux publics. On compte également six femmes dont une secrétaire et une dactylographe, une présidente de l'action catholique des femmes de Côte d'Ivoire, deux femmes au foyer, et une étudiante. Il est intéressant de noter que la plupart des lecteurs habitent des capitales d'Afrique de l'Ouest (principalement Dakar, Abidjan et Conakry). Il semblerait que le même questionnaire ait été proposé à tous, puisque les interventions semblent répondre aux mêmes questions. Nous pouvons donc imaginer qu'on leur a demandé ce qu'ils pensaient du rôle des femmes dans la société (est-il important ou non ?), si les femmes devaient avoir une profession et si elles devaient avoir un rôle dans la vie publique et politique, quelle devait être leur place dans la vie du foyer et par rapport à leur mari, et si l'évolution de ces relations était positive ou négative. Les réponses des lecteurs mettent toutes particulièrement en avant le rôle important de la femme africaine dans l'« Afrique de demain ». On retrouve, d'ailleurs, dans deux témoignages différents, celui de Camara Boubacar, chef comptable à Dakar, et celui de Mlle Agnès Houndjo (étudiante), la même phrase : « Notre Afrique de demain sera ce qu'en fera la femme africaine », qui semble être, sinon un slogan, au moins une pensée relativement répandue. Si la plupart des lecteurs sont en accord avec l'idée que les femmes puissent travailler, les avis divergent sur la nécessité du travail de la femme, et, surtout, la quasi-totalité des témoignages expliquent que ce travail ne doit pas empêcher la bonne tenue du foyer et la bonne éducation des enfants par la femme, qui en détient l'entière responsabilité. Enfin, il faut noter également les idées liées à la notion d'évolution de la femme et de la modernité. De nombreux lecteurs mettent en garde contre l'occidentalisation : l'évolution ne doit pas, selon eux, se confondre avec l'imitation totale de la modernité européenne.

A partir des années 1960, on assiste à la résurgence d'éléments concernant « l'évolution de la femme » dans tel ou tel pays. Ainsi au n° 103, dans un numéro spécial « La femme africaine », voit-on apparaître un article nommé « l'évolution de la femme au

⁸⁴ La rédaction insiste d'ailleurs sur ce fait au n° 68 : « Le but de cette enquête était de recueillir l'opinion de nos lecteurs sur ce problème capital. Son importance ne leur a pas échappé à en juger par l'abondant courrier qui nous est parvenu. ».

Sénégal », et un autre « où en sont les femmes ivoiriennes », tandis qu'on retrouve au n° 117 un article présentant une interview de Khadija Nouacer (une assistante sociale marocaine) et intitulé « Où en est l'évolution de la femme au Maroc ? ». Ce numéro spécial et ces articles s'inscrivent, il me semble, dans la lignée d'un éditorial de Paulin Joachim au numéro 102, datant de juillet 1961 et intitulé « La mission de la femme dans l'Afrique nouvelle ». Le changement de lexique utilisé, entre l'enquête réalisée quelques années plus tôt, qui traitait de l'« Afrique de demain » et cet éditorial sur l'« Afrique nouvelle » (je souligne), semble signifier que l'année 1960 écoulée aurait fait rentrer le continent dans cette phase nouvelle (espérée lorsqu'il était question de l'Afrique « de demain ») ce qui est confirmé par les premiers mots de Paulin Joachim. Il explique en effet que « La décolonisation mise en branle depuis un certain temps déjà est en train de transformer complètement le visage du continent noir ». Selon lui, « la femme africaine » a subi pendant trop longtemps des idées préconçues, perçue notamment par l'Occident comme « une créature primitive et ignorante, asservie par l'homme ». Joachim explique dans un premier temps le tort de ces perceptions en rappelant le rôle majeur des femmes dans certaines sociétés africaines (en faisant, par exemple, référence aux Amazones ou bien à la reine Abra-Pokou chez les Baoulés) et sur l'importance des femmes en tant que « gardiennes des traditions ». Puis, il entend « parler de l'évolution (amorcée depuis un certain temps déjà) de la femme noire et de ses responsabilités dans l'Afrique qui se construit ». Il évoque un retard par rapport aux femmes occidentales et l'impute aux « institutions traditionnelles qui maintiennent la femme au foyer et la jeune fille en âge d'aller à l'école des Blancs à côté de sa mère ». Paulin Joachim explique cependant que « nul ne peut échapper à l'évolution » qui est selon lui, souhaitable pour tous et inévitable, mais qui ne doit pas mener les femmes à l'oubli de leur héritage africain en devenant trop occidentales : ainsi faut-il à ses yeux, que les femmes s'adaptent « au rythme des temps modernes » (par le travail notamment), tout en « restant africaines⁸⁵ ». Aussi, le rédacteur en chef du magazine inscrit-il, par cet éditorial, la question de la « promotion féminine », ici présentée en tant qu'« évolution », comme élément principal de la construction de « l'Afrique nouvelle », implicitement pensée comme Afrique décolonisée, à laquelle les femmes devraient donner « un visage digne des temps modernes ». Les femmes, conçues comme « pierre angulaire de la cité de demain », semblent être les symboles, mais aussi les artisanes de la modernité africaine.

⁸⁵ On notera que ces injonctions affichées de « rester africaines » tout en ayant accès, notamment, à une éducation occidentale, sont déjà particulièrement présentes à l'époque coloniale. En témoigne le discours culturaliste de Germaine Le Goff, directrice de l'Ecole Normale qui disait à ses élèves « restez africaines ». Voir Barthélémy Pascale, *op. cit.*, p. 134.

1.3. ... Et d'AWA

AWA aussi embrasse ce rôle « éducatif » de la presse à travers diverses rubriques culturelles et éducatives, telles que la page « Saviez-vous que... » qui présente chaque mois un petit reportage sur des thèmes divers tels que les Jeux olympiques (n° 8), le matriarcat au Vietnam (n° 14), les amazones du Dahomey (n° 12 et 15), ou bien la rubrique « femmes célèbres dans l'histoire et la légende ». Cette dernière revient sur l'histoire de personnalités féminines ou de groupes de femmes sous forme de courts contes accompagnés d'illustrations.

La question de la promotion féminine est également omniprésente dans le magazine, associée notamment aux thématiques de l'émancipation des femmes, ou bien de la contribution des femmes au développement des pays. Le premier éditorial de la revue évoque d'ailleurs le sujet de l' « émancipation féminine » de manière assez surprenante. Il y est écrit qu'il ne s'agit pas « de se servir d' « AWA » pour lancer la croisade de l'égalité des femmes et des hommes ni pour chanter l'émancipation de la femme africaine ». En effet pour la revue « Tout cela est dépassé, partout les femmes ont déjà fait leurs preuves ». Une manière pour la rédaction de valider l'idée selon laquelle le magazine appartient à un monde nouveau, où la question du rôle et de la valeur des femmes dans la société n'est plus à prouver. Elle s'engage cependant à s'inspirer « de [la] marche vers le progrès » des autres femmes de la planète, ainsi que « de leurs moyens de lutte contre les freins de l'épanouissement de la femme⁸⁶ ».

Le lancement même de la revue est perçu par ses lectrices et lecteurs comme un « symbole », ou « la preuve d'une émancipation féminine », comme on peut le lire dans le courrier d'une lectrice, Yatta Ba, dans le deuxième numéro du magazine. Cette dernière perçoit également le magazine comme « un instrument d'éducation ». Le rôle d'AWA selon elle, est d'aider « à la prise de conscience par la femme africaine de sa fonction dans la société nouvelle qui s'élabore, cette fonction toujours active doit être réfléchie, car nous sommes sollicitées par des responsabilités nouvelles⁸⁷. ». Dans la même dynamique, au quatrième numéro, Madame Marie Gueye conçoit le magazine comme « une tribune efficace pour l'émancipation de la femme et de la grande nation africaine⁸⁸ », tandis qu'on peut lire une lettre de Marguerite Trenou, présidente de l'Union Nationale des Femmes Togolaises, au

⁸⁶ « Réflexion », AWA n°1, janvier 1964, p. 3.

⁸⁷ « La boîte à lettres », courrier de Mademoiselle Yatta Ba, AWA, n°2, février 1964, p. 32.

⁸⁸ « La boîte à lettres », courrier de l'ambassade du Sénégal à Belgrade écrit par Madame Marie Gueye, AWA n°4, avril 1964, p. 34.

dixième numéro, évoquant « la promotion de la femme africaine et l'épanouissement de sa personnalité » à laquelle participe une revue telle qu'AWA⁸⁹.

Il s'agit donc bien, pour le magazine, de s'inscrire dans une dynamique de promotion féminine et de mise en valeur des femmes comme éléments essentiels de la société, en mettant en avant les travaux et les avancées des femmes dans divers pays. Il contient alors des articles portant comme titre « L'émancipation de la femme tunisienne » (n° 2), « contribution de l'UNESCO à l'évolution de la Femme Africaine » (n° 6), « La marche de la femme en république Arabe-Unie » (n° 7), ou encore « réflexions sur l'évolution de la condition féminine au Sénégal » (n° 11). On sent d'ailleurs une véritable insistance sur la « responsabilité » des femmes au sein de la société, comme le rappelle l'éditorial du sixième numéro du magazine (« Le sens des responsabilités ») :

Il faudrait absolument que, nous Femmes du Continent Noir, nous prenions le temps de faire notre examen de conscience : dans le partage des responsabilités nationales notre lot n'est pas des moindres, il faut nous en convaincre. Il faut surtout, à quelque degré de l'échelle sociale où nous nous trouvons, que nous soyons persuadées que sans notre effort, sans nos efforts conjugués, la Grande Machine risque, non pas de s'arrêter, mais de faire « marche arrière⁹⁰ ».

Il est intéressant de noter alors les références faites au « développement » dans de nombreux articles de la revue, un développement à laquelle « la femme africaine » se doit de « participer⁹¹ ». L'un des editoriaux de la revue porte d'ailleurs le titre explicite « La Femme Africaine et le Développement⁹² » et un courrier de lecteur, au onzième numéro, fait de la « promotion de la femme africaine » la « condition *sine qua non* d'un développement harmonieux et rapide de l'Afrique⁹³ ». Ces questions sont souvent traitées en lien avec l'action sanitaire et sociale, l'hygiène et l'alimentation⁹⁴, des préoccupations dont on peut trouver l'origine dans les préoccupations coloniales pour le développement sanitaire et social⁹⁵. Le magazine fait d'ailleurs une large place aux diverses initiatives, notamment les

⁸⁹ « Une voix togolaise », courrier de Marguerite Trenou, AWA n°10, décembre 1964, p. 29.

⁹⁰ « Le sens des responsabilités », éditorial, AWA, n°6, juin 1964, p. 3.

⁹¹ On peut citer, à titre d'exemple, un article portant sur un colloque international à Antsirabe sur l'intégration de la femme africaine et malgache dans le développement (n°1, janvier 1964, p. 17) ou une page « L'Africaine et la cité » sur une conférence des femmes africaines, réunion placée « sous le signe de la participation de la femme africaine au développement économique et social de son pays » (n°4, avril 1964, p. 6).

⁹² AWA n°11, février 1965, p. 3.

⁹³ AWA, n°11, février 1965, p. 40, « Un ami de Gambie », lettre de Monsieur Momar Fall (Professeur à la Gambia High School s/c Consulat du Sénégal à Bathurst).

⁹⁴ A titre d'exemple on peut citer l'éditorial du cinquième numéro (mai 1964) « La mère et la santé » (p. 3), ou bien des articles envoyés par des contributeurs tels que « Protection de l'enfant de 0 à 6 ans » du docteur Marcelle Gaye au numéro sept (septembre 1964, p. 12) ou bien « Hygiène et Propreté » du docteur Paul N'Diaye, au deuxième numéro de la nouvelle série (novembre 1972, p. 8).

⁹⁵ A cet égard, voir notamment les travaux d'Anne Hugon sur la maternité et le métier de sage-femme en Gold Coast, tels que « Les sages-femmes africaines en contexte colonial : auxiliaires de l'accouchement ou agents de

associations et organisations féminines, œuvrant pour la promotion et l'émancipation des femmes. Ainsi, l'éditorial du troisième numéro d'AWA met-il en valeur des organisations telles que la conférence Pan-Africaine des femmes ou bien la Fédération Démocratique Internationale des Femmes, auxquelles il incite les lectrices à participer et par là à contribuer « à l'émancipation féminine bien comprise, indispensable à l'édification des jeunes Etats, d'une Afrique prospère, d'un monde meilleur⁹⁶ ». Le magazine sollicite également les responsables d'associations féminines, groupements sociaux ou culturels « s'intéressant particulièrement à la femme et à l'enfant » en leur demandant de leur envoyer des renseignements sur leurs organisations afin de les relayer, dans un encadré du huitième numéro (p. 29). La revue se veut donc non seulement créatrice de contenus éducatifs et culturels liés aux questions féminines, mais également espace de transmission d'informations sur diverses organisations qui participent de la promotion féminine dans les pays qu'elle couvre.

Au regard de la trajectoire de sa fondatrice, Annette Mbaye d'Erneville⁹⁷, il semble d'ailleurs particulièrement cohérent que la revue s'intéresse de près aux sujets traitant les thématiques d'émancipation et de promotion féminine et aux différentes organisations féminines des pays. En effet, cette dernière était elle-même particulièrement impliquée dans les mouvements de promotion féminine sénégalais. Elle est notamment présidente de la FAFS (Fédération des Associations Féminines du Sénégal) créée en 1976 à la suite du séminaire sur le statut de la femme sénégalaise dans le travail à l'initiative de treize associations, amicales, clubs et mouvements des femmes⁹⁸, qui compte 150 associations membres en 1987⁹⁹ et dont la politique est, selon Annette Mbaye d'Erneville, « la promotion et la prise de conscience des femmes sénégalaises¹⁰⁰ ». Les engagements de la créatrice de la revue restent donc fortement liés à ceux prônés par AWA, même après que le magazine ait disparu.

2. Des nouveaux métiers et de l'idée de la femme moderne

Cette rhétorique de la promotion féminine, omniprésente dans les magazines, passe non seulement par des éditoriaux et des articles mettant en avant l'émancipation des femmes,

la médicalisation ? Le cas du Ghana, des années 1930 aux années 1950 », in BOURDELAIS Patrice (éd), *La diffusion de nouvelles pratiques de santé : acteurs, dynamiques, enjeux (17ème –19ème s.)*, Paris, Belin, pp. 175-193, 2005.

⁹⁶ « Unissons-nous », éditorial, AWA, n°3, mars 1964, p. 3

⁹⁷ Annette Mbaye d'Erneville : voir Biographie 1 en annexe.

⁹⁸ *Le Soleil*, 19 décembre 1977, « Fédération des associations féminines : Le mouvement réuni en janvier ».

⁹⁹ *Le Soleil*, 21 octobre 1987, « Les dix ans de la FAFS : des acquis certains ».

¹⁰⁰ *Le Soleil*, 1^{er} avril 1984, « La FAFS a 7 ans : Une interview d'Annette Mbaye d'Erneville ».

leur rôle dans le cadre du développement ou bien l'évolution de leur situation dans différents pays, mais également, de façon très récurrente, par la mise en valeur des métiers exercés par les femmes.

2.1. « Vie moderne » et carrières féminines

En effet, le travail féminin est perçu comme une part très importante de la contribution des femmes à « la vie moderne ». En témoigne par exemple un article de *Bingo*, dans le numéro de septembre 1955, qui reprend un reportage du *West African Review* et s'intitule : « La femme dans la vie moderne ». Le texte présentant le reportage est en lui-même très explicite sur la façon dont l'« évolution de la femme » semble être fortement liée à l'émergence de véritables carrières féminines :

Un de nos confrères a publié un très intéressant reportage sur les carrières féminines notamment en Gold Coast, Nigéria et Sierra Léone, où il remarque que l'année 1955 marque une étape dans l'évolution de la femme.

Que ce soit dans le domaine médical, juridique, commercial, scientifique ou artistique, elle apporte maintenant sa contribution au développement et à l'enrichissement de la société.

Nous sommes heureux de présenter à nos lecteurs quelques-unes de ces jeunes femmes qui adressent ici leur gracieux et amical sourire à leurs sœurs des territoires français voisins.

L'article est principalement composé, outre cette courte description, de photographies représentant des femmes dans leur environnement de travail : une hôtesse de l'air, une pompiste, une agent de police, une journaliste, une mannequin, une coiffeuse/esthéticienne, et une actrice de cinéma.

Le même paradigme est présent dans la revue AWA. L'idée selon laquelle les carrières forment des femmes modernes prévaut dès le premier numéro, en janvier 1964, jusqu'en 1972 avec la nouvelle version du magazine. En effet, une étude présentée par Cherif¹⁰¹, dans le premier numéro, et intitulée « Exigence des temps modernes, la femme et le métier », propose « quelques remarques tout à fait générales sur la femme et le métier ». Il commence d'abord par rappeler que l'émergence de carrières féminines est relativement récente et constate qu'elle est désormais presque toujours nécessaire (« La vie est chère et la construction nationale requiert tous les bras, même ceux d'Eve »). Il s'intéresse alors à plusieurs cas de figures pour le couple : lorsque le mari seul a un métier, lorsque mari et femme exercent le même métier, et lorsque mari et femme exercent un métier différent. L'auteur s'interroge

¹⁰¹ De nombreux contributeurs de la revue signent uniquement avec leur prénom. J'utilise donc dans cette étude, les noms des signatures.

principalement sur la place de la femme par rapport à celle du mari, notamment dans le souci de préserver l'harmonie du foyer (ainsi, par exemple, préconise-t-il, lorsque les époux exercent le même métier, que la femme s'efface et soit l'assistante du mari, pour ne pas lui faire d'ombre¹⁰² !). La dernière partie de l'article s'intéresse à « La jeune fille moderne », qui « va au boulot » et à qui le métier profite le plus, notamment, selon Chérif, parce qu'elle a alors beaucoup plus de choix pour choisir un fiancé qui lui plaît véritablement¹⁰³. L'article est illustré par trois photographies présentant des femmes dans leur lieu de travail : une sage-femme « procédant à la pesée d'un nouveau-né », un défilé de l'Armée Féminine Dahoméenne, et deux hôtesses d' « Air-Afrique ».

Le deuxième numéro de la seconde série présente, lui, un court article écrit par Mame Yandé Sene, dont le titre rappelle celui de Chérif : « Une femme, un métier : Le sens des responsabilités ». Elle y montre, tout comme lui, que les carrières féminines sont nécessaires, notamment d'un point de vue financier :

« Une femme, un métier ! » c'est un slogan que nous impose le monde moderne et qui, chaque jour davantage, devient une exigence de l'équilibre du ménage : les conditions économiques actuelles à participer, presque également à la constitution du budget familial¹⁰⁴.

Cependant, cet article entend plutôt rappeler aux femmes qui travaillent « le sens des responsabilités ». Mame Yandé Sene évoque en effet la « haute lutte » effectuée pour que les femmes obtiennent des postes salariés et regrette que certaines femmes ne soient pas à la hauteur du travail qui leur est confié, en raison de leur « absentéisme » ou bien de leur « laisser-aller ». Elle oppose à celles-ci les femmes qui ont des qualités de « ponctualité, compétence, efficacité, discrétion » et entend les présenter comme exemples à suivre. La photographie illustrant l'article représente Virginie Kamara, responsable d'une agence de Tourisme et de Voyages, et qui est, selon l'auteur de l'article, « un des nombreux exemples de femmes conscientes de leurs responsabilités dans le devenir de leur pays ».

Ainsi, dans les deux revues, l'accession des femmes au monde du travail représente à la fois la conséquence d'une lutte pour une meilleure égalité, mais également le symbole d'une nécessité économique liée à l'émergence d'un monde moderne, et du développement

¹⁰² Pour en savoir plus sur les dynamiques de mariage des femmes diplômées, lire Barthélémy Pascale, *op.cit.* Voir notamment dans le chapitre XVIII (« Les « ménages d'évolués ») : « Choisir ou consentir : le mariage », p. 244.

¹⁰³ Cette possibilité de choisir son mari ne semble cependant pas si évidente. Pascale Barthélémy note que « dans tous les cas l'influence de l'entourage, familial ou plus large, est déterminante. Les parents, frères, oncles, tantes et cousins participent d'une manière plus ou moins directe à la présentation des futurs époux. » (*op. cit.* p. 246.)

¹⁰⁴ « Une femme, un métier, le sens des responsabilités », AWA, n°2 nouvelle série, novembre 1972, p. 26.

des pays africains. Les femmes travailleuses sont donc investies d'une responsabilité à l'égard de leur pays et impliquées dans le développement national. Elles doivent cependant demeurer, en premier lieu, des épouses investies dans le bien-être de leur foyer¹⁰⁵.

2.2. Des pages mettant en valeur métiers féminins et parcours de femmes.

Dans cette perspective, les deux magazines consacrent de nombreuses pages à des articles présentant soit des métiers exercés par des femmes, soit la carrière d'une personnalité féminine. On trouve ces éléments dans *Bingo*, au sein d'une rubrique intitulée « Les beaux métiers ». Celle-ci consacre, au début du magazine, des pages aux métiers masculins, tels que pompier, instituteur ou stewart, mais laisse peu à peu la part à des métiers dits « féminins ». Si la rubrique, sous ce nom, disparaît assez tôt, de nombreux articles aux titres évocateurs (« deux métiers féminins d'avenir », « promotion féminine ») apparaissent, de plus en plus dans le magazine féminin de la revue¹⁰⁶. AWA fait également place aux nouveaux métiers exercés par les femmes, notamment par le biais des rubriques « Silhouette », « Les femmes à l'honneur » ou bien « Qui êtes-vous ? ». Ces rubriques présentent chaque mois la carrière d'une personnalité féminine, en insistant sur le caractère moderne de celle-ci, ou bien une femme particulièrement impliquée dans le développement de son pays¹⁰⁷. Dans les deux rédactions, on perçoit une volonté de présenter des femmes qui exercent, pour la première fois, tel ou tel métier (première hôtesse de l'air, première femme parachutiste, première femme députée, ...), insistant ainsi sur la nouveauté de telles carrières et sur la modernité de ces femmes. Les magazines mettent également l'accent sur la formation des femmes, en présentant des écoles et centres de formation, notamment des « collèges modernes¹⁰⁸ » chez *Bingo*, ou bien avec un éditorial nommé « Orientation professionnelle, au neuvième numéro d'AWA¹⁰⁹.

¹⁰⁵ Voir notamment l'encart de l'article « M'Bidanés, Boys et Cuisiniers », AWA, n°8, p. 6 : « qu'elle réussisse à maintenir un parfait équilibre d'abord entre la tradition et les exigences de la vie moderne entre sa participation positive à la vie de la Nation et ses devoirs conjugaux et familiaux ».

¹⁰⁶ Je discuterai plus avant de ce magazine en deuxième partie.

¹⁰⁷ Claire Ducournau, dans son article déjà cité « « Boîte à lettres » et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA » fait ce constat : AWA met à l'honneur les femmes et « dresse aussi les portraits élogieux de femmes travailleuses, dûment nommées, dont elle met en valeur la qualité des activités privées et/ou publiques qu'elles exercent en pionnières, du parachutisme (Aïda Senghor) à la direction d'entreprise (N'Deye Tall) en passant par la politique (Caroline Diop) ».

¹⁰⁸ Voir par exemple : n°15 « Collège moderne des jeunes filles à Douala », n°28 « Le collège moderne de jeunes filles à Conakry », ou bien n°45 « Bingo a visité pour vous le collège moderne de jeunes filles de Dakar ». Sur les collèges modernes, lire Barthélémy Pascale, *op.cit.*, chapitre VI, page 72 « La dispersion des itinéraires des normaliennes ».

¹⁰⁹ Celui-ci présente notamment l'enseignement technique féminin comme une « innovation heureuse ».

Certains types de métiers, pensés comme particulièrement féminins, reviennent assez régulièrement dans les pages des deux magazines.

Ainsi est-ce le cas des métiers liés au secrétariat, à la sténotypie et la dactylographie. Au n° 67 de *Bingo*, un article intitulé « Un beau métier de femme : la sténotypie », accompagne ainsi la couverture du magazine représentant une femme, tapant sur une machine à écrire. Cette couverture (Figure 1) est, déjà, évocatrice d'une certaine image de la modernité. En effet, on peut percevoir, derrière l'image de la jeune femme (« Mme Brasse, une élève qui promet : 150 mots à la minute »), un immeuble à la facture particulièrement moderne, inséré en arrière-plan¹¹⁰, comme pour insister sur la modernité du métier exercé par la femme. Le chapeau de l'article explique :

De plus en plus, la complexité du travail même dans un bureau impose une spécialisation et l'habitude ou le don réservent aux femmes certaines professions : dactylo, sténo-dactylo, secrétaire sténo-dactylo, secrétaire sténotypiste¹¹¹.

Les métiers du secrétariat représentent, selon l'article, « une des plus belles carrières qui s'offrent aux femmes et aux jeunes filles ayant une bonne instruction », notamment car les débouchés y sont variés. Parmi les métiers liés au secrétariat, la sténotypie fait office de nouveauté, peu connue et peu répandue en Afrique (on compte alors seulement deux sténotypistes professionnelles sur le continent), que le magazine entend faire découvrir, notamment parce que l'étude de la sténotypie permet une bonne préparation au secrétariat. De nombreux autres articles insistent sur l'apprentissage de la sténotypie (n° 22 : « les beaux métiers : nos futures secrétaires apprennent la sténotypie », n° 66 « Dactylo confirmée, élève sténotypiste », ...). La carrière de secrétaire est également prise au sérieux dans la revue *AWA*, comme peut en témoigner l'existence d'une rubrique à part entière, intitulée « La Bonne secrétaire », et qui entend donner des conseils aux jeunes femmes afin de bien exercer leur métier, en présentant un exemple et un contre-exemple de secrétaire, sur divers aspects du métier.

Les rédactions insistent également sur des carrières liées au soin, telles que celles de sages-femmes, assistantes sociales, ou encore infirmières. L'expression de « métiers féminins d'avenir » est utilisée au n° 71 de *Bingo* pour présenter les trois écoles sénégalaises préparant aux métiers de sages-femmes et d'« infirmières d'Etat » à Dakar. L'article revient sur

¹¹⁰ Les toiles de fonds étaient régulièrement utilisées pour ce type de photographie et les motifs de vie urbaine étaient régulièrement utilisés dans les arrières plans des photographies de portraits, afin de créer un environnement moderne. Tobias Wendl remarque les liens entre photographie, modernité et paysage de ville : « since the dichotomy of modern versus traditional is often equated with the dichotomy of town life versus village-life, the characteristic features of cities became another important theme in creating modern appearances: Skyscrapers, apartment blocks, office buildings, highways, cars and crossroads. » (op. cit. p. 90).

¹¹¹ « Un beau métier de femme : la sténotypie », *Bingo*, n°67, août 1958 p. 16.

l'histoire de la formation des sages-femmes au Sénégal datant de 1918, ce qui témoigne de l'ancienneté de telles formations¹¹². Cependant le titre de l'article, ainsi que la récurrence d'articles présentant des sages-femmes, infirmières, ou assistantes sociales¹¹³, montrent que ces métiers sont particulièrement réputés et considérés pour les jeunes femmes de l'époque. AWA met également en avant les métiers médicaux exercés par des femmes dans sa revue. Tout d'abord, il est significatif qu'aux deuxième et troisième numéros, la rédaction ait choisi de présenter, en première de couverture, deux étudiantes en médecine¹¹⁴. Le n° 4 présente également un article écrit par Mademoiselle Yatta, sage-femme, sur « La spécialisation de puériculture », qui explique son parcours et le rôle de la puériculture¹¹⁵. Au cinquième numéro un article est consacré à deux infirmières nigérianes (Mlle Popoola et Mlle Ademola) qui suivent une formation en Grande-Bretagne afin de devenir infirmières en psychiatrie, et qui ont, selon le magazine, « conquis une vie intéressante et un avenir plein de promesses¹¹⁶ ». Le sixième numéro d'AWA est aussi intéressant à cet égard, puisqu'il traite à plusieurs reprises du métier de sage-femme, dans le cadre de la conférence nationale des Sages-Femmes du Sénégal qui a eu lieu mi-mai 1964 et à laquelle se sont jointes « les déléguées gambiennes, voltaïques, et ivoiriennes de cette profession¹¹⁷ ». L'événement est accueilli de manière très enthousiaste par Henri Mendy, l'auteur du « Billet de Monsieur », qui signale que les hommes pensent que la création de cette association des Sages-Femmes est « une pierre de plus à l'édification de l'Afrique nouvelle¹¹⁸ » et qui espère voir fleurir « conférence des secrétaires » et « regroupement des enseignantes ». Ce numéro présente également des extraits du rapport général de la conférence, qui met l'accent sur le « facteur déterminant » de la santé publique « dans le développement de nos jeunes Etats africains » et donc du rôle et des responsabilités des sages-femmes. Les quatre objectifs avancés par la conférence y sont évoqués et le quatrième s'intitule : « contribution à l'émancipation de la femme et à son

¹¹² Voir notamment : Barthélémy Pascale, « La professionnalisation des Africaines en AOF (1920-1960) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2002/3 (n° 75), p. 35-46 et Hugon Anne « Les sages-femmes africaines en contexte colonial : auxiliaires de l'accouchement ou agents de la médicalisation ? Le cas du Ghana, des années 1930 aux années 1950 », in Bourdelais Patrice (éd), *La diffusion de nouvelles pratiques de santé : acteurs, dynamiques, enjeux (17ème –19ème s.)*, Paris, Belin, pp. 175-193, 2005.

¹¹³ Voir, à titre d'exemple : n°5 « Six jeunes filles de la Côte d'Ivoire seront assistantes sociales », n°19 « Sages-femmes africaines » ou bien n°61 « Une sage-femme africaine ouvre une clinique d'accouchement ».

¹¹⁴ On peut voir, au côté du sommaire, dans les deux numéros, la miniature de la photographie accompagnée de « Madame Lawson, étudiante en médecine » pour le n°2 et de « Aminata Traore, étudiante en médecine » pour le n° 3.

¹¹⁵ « La spécialisation en puériculture », AWA, n°4, avril 1964, p. 13.

¹¹⁶ « Du Nigéria en Grande Bretagne pour devenir infirmières en psychiatrie », AWA, n°5, mai 1964, p. 14.

¹¹⁷ « Le billet de Monsieur », AWA, n°6, juin 1964, p. 5.

¹¹⁸ *Ibid.*

intégration dans la grande famille africaine¹¹⁹ ». Plus loin, un article du docteur Papa Gaye, directeur de la santé au Sénégal, s'intitule : « Le métier de Sage-femme dans le Tiers-Monde Africain » et entend revenir sur les « lignes de forces du rôle que doit jouer la sage-femme dans des pays comme les nôtres¹²⁰ ».

Les métiers de l'hôtessariat reviennent aussi régulièrement dans les pages des magazines : *Bingo* présente notamment certains articles sur les hôtesse d'accueil¹²¹, mais surtout sur les hôtesse de l'air. Ainsi, à deux reprises dans le magazine *Bingo*, on peut voir une présentation de « la première hôtesse de l'air » d'un pays. Léopoldine Douala-Bell, première hôtesse de l'air camerounaise, fait la couverture du 83^{ème} numéro de la revue (février 1960), et Miss Johanna Ashrifie, première hôtesse de l'air ghanéenne est présentée dans un article du 96^{ème} numéro. Entre les deux numéros, au 92^{ème}, on retrouve un petit article, au titre « promotion africaine » écrit en majuscule, qui présente, aux côtés d'une photographie d'infirmières ghanéennes, celle de « quatre charmantes » hôtesse de l'air qui viennent d'être recrutées au Ghana. Le métier d'hôtesse de l'air est également considéré par le magazine comme « un métier exaltant pour les jeunes africaines », dans un article du 133^e numéro, qui contient les interviews de quatre hôtesse de la compagnie Air Afrique¹²². La légende accompagnant les deux images du n° 93 se termine par une phrase très explicite :

Nurses, hôtesse de l'air, voilà deux beaux métiers pour les jeunes Africaines qui participent ainsi avec efficacité à la rapide évolution de l'Afrique dans le monde moderne¹²³.

Cette dernière remarque est particulièrement représentative puisqu'elle montre bien que ces types de corps de métiers (hôtessariat, secrétariat, métiers du soin) étaient considérés comme des métiers spécifiquement féminins et auxquels les femmes africaines modernes pouvaient et devaient tendre puisqu'ils leurs étaient implicitement dédiés.

En revanche, les pages des magazines, présentent également des personnalités féminines investissant des corps de métiers *a priori* plutôt perçus comme « masculins », notamment dans le domaine du droit et de la politique ou de l'entrepreneuriat. Dans la revue *AWA*, aux côtés de « N'deye Tall, chef d'entreprise », présentée au premier numéro, le lecteur

¹¹⁹ « Conférence nationale des Sages-Femmes du Sénégal : extraits du rapport général, *AWA*, n°6, juin 1964, p. 24.

¹²⁰ « Le métier de Sage-femme dans le Tiers-Monde Africain », *AWA*, n°6, juin 1964, p. 29.

¹²¹ Voir par exemple « Hôtesse d'accueil, Marguerite Faal n'a qu'une politique : le sourire », *Bingo*, n°116, septembre 1962, p. 13

¹²² Léopoldine Douala Bell, Solange Urvois, Judith Vaz, Régine Catherine N'Djock.

¹²³ « Promotion africaine », *Bingo*, n°92, septembre 1960.

peut lire des portraits d'avocates¹²⁴ et magistrates¹²⁵, de ministres¹²⁶, et surtout de députées¹²⁷, parfois même en couverture du magazine¹²⁸. *Bingo* présente également plusieurs femmes exerçant le droit¹²⁹, siégeant à l'assemblée¹³⁰, en tant que ministres¹³¹ ou bien dans le cadre des Nations Unies¹³². Ces femmes sont presque toujours présentées de manière individuelle, dans des formats « portraits » ou « interview », ce qui témoigne de la relative exceptionnalité de l'accession de femmes à ce type de métiers. Des articles sur les premières femmes députées de tel ou tel pays sont aussi récurrents. Caroline Diop, par exemple, première Sénégalaise à intégrer l'assemblée nationale est présentée dans les deux revues, en 1964, à deux mois d'intervalle. On la retrouve d'abord dans la rubrique « Silhouette » d'AWA, en février, qui témoigne de l'arrivée de Madame Diop à l'Assemblée nationale, présentant les difficultés qu'elle a pu rencontrer (notamment les avis mitigés de la population sur la représentation des femmes dans les instances politiques), son parcours et ses idées politiques, mais citant également des paroles de la députée évoquant le rôle des femmes dans la société sénégalaise, telles que :

Nous voulons participer au développement de notre nation, avoir notre part entière des responsabilités. Aux heures importantes de notre histoire nous avons toujours été à vos côtés, souvent même devant vous¹³³ !

Ces propos montrent une volonté de la députée de prouver aux hommes (elle s'adresse à eux) la responsabilité des femmes dans l'évolution de leurs pays et la nécessité de les lier aux décisions faites pour le pays. Deux mois plus tard, en avril 1964, c'est au tour de *Bingo* de présenter « Madame Demba Diop » (du nom de son mari, également député). Le magazine lui

¹²⁴ « Les africaines dans le monde », AWA, n°11, février 1965, p. 33 : « Madame Nyoko Iscalu de Lagos (Nigéria) avocate participe à un stage intensif à Londres ».

¹²⁵ « Suzanne Diop, première sénégalaise dans la magistrature », AWA, n°4, avril 1964 p. 16.

¹²⁶ « Madame Isabel Teshea, ministre de la santé et de l'habitat des îles de Trinidad et Tobago en visite au Sénégal », AWA, n°3, mars 1964, p. 11.

¹²⁷ « Première femme députée malgache », AWA, n°5, p. 30, « Qui êtes-vous, Awa Keita, députée du Mali », AWA, n°9, novembre 1964, p. 10.

¹²⁸ Couverture et article p. 6, « Tiguidanké Soumah, députée de l'Assemblée Nationale de Guinée », AWA, n°10, décembre 1964.

¹²⁹ « Licenciée en Droit en Juin, Mme Diop Ousmane Socé sera-t-elle bientôt la première avocate africaine d'AOF », *Bingo*, n°68, « Un métier de femme : juge pour enfant », *Bingo*, n°142, « Suzanne Diop première femme magistrat du Sénégal », *Bingo*, n°147, « Ce juge porte des talons et fait trembler les anciens ministres de Nkrumah », *Bingo*, n°182.

¹³⁰ « Madame Julienne Keutchu, première femme député du Cameroun », *Bingo*, n°96, « Femmes africaines qui viennent d'accéder aux fonctions parlementaires », *Bingo*, n°134, « Pour vous Madame : pour la première fois une femme siège à l'Assemblée Nationale de Madagascar », *Bingo*, n°135.

¹³¹ « Madame Ouezzin Coulibaly première femme africaine à devenir ministre », *Bingo*, n°71, décembre 1958, p. 9.

¹³² « Une Libérienne présidente de l'assemblée mondiale de l'ONU Miss Angie Brooks », *Bingo*, n°203, décembre 1969, p. 13. Angie Brooks fait également la couverture du magazine.

¹³³ « Silhouette : Caroline Diop, Première Sénégalaise à l'Assemblée Nationale », AWA, n°3, mars 1964, p. 16.

consacre un article et une interview précédée d'une réflexion sur l'accèsion des femmes aux fonctions politiques :

S'entretenant un jour avec Mme Demba DIOP, élue aux dernières élections législatives du Sénégal, un député remarquait : « Votre présence parmi nous ouvre une ère nouvelle dans nos rapports avec nos femmes... » Cette réflexion ne marquait-elle pas l'attitude résignée d'une génération d'hommes désormais acquis à l'évidence : la femme est l'égale de l'homme quand il s'agit de penser le devenir d'une nation ? Longtemps soumise à son compagnon, la femme africaine s'impose aujourd'hui et arrache la place qui lui revient au sein des organismes qui dirigent nos pays. Le processus est entamé et inévitablement, inéluctablement, la femme africaine se libère et s'affirme¹³⁴.

Cette réflexion laisse apparaître l'idée selon laquelle les hommes regretteraient, parfois, la possibilité d'exercer pouvoir et contrôle sur les femmes (une forme de contrôle que l'on repère dans l'expression « nos femmes »), et le changement des rapports hommes-femmes lié à l'accèsion à davantage d'indépendance et d'égalité, notamment quant à la prise de décisions.

Dans certaines pages des magazines, des articles présentent également plusieurs femmes participant à la vie politique, telles qu'au troisième numéro de la nouvelle série d'AWA (« Quatre femmes à l'Assemblée ») ou au n° 191 de *Bingo* (« Sept femmes qui combattent pour l'émancipation de la femme en Afrique »). Plus globalement, cette participation est encouragée par les journaux, en tant qu'elle est représentative de l'émancipation féminine, mais également car les femmes semblent pouvoir renforcer l'efficacité des organes de décision, notamment concernant les thématiques qui lui sont associées. En témoigne l'éditorial du septième numéro d'AWA, louant les nouvelles responsabilités politiques des « femmes de l'Afrique moderne » qui pourront intervenir sur « bien des points [qui pourraient] rester obscurs dans une discussion purement masculine » (tels que « la vie matérielle du foyer, les taux et les modalités de salaire, les allocations familiales [...] tout ce qui concerne par ailleurs l'éducation, la question scolaire en particulier¹³⁵ »).

2.3. Radio et télévision : des milieux professionnels présentés comme singulièrement modernes et émancipateurs

Les deux magazines consacrent plusieurs articles à des présentations de figures féminines travaillant à la radio ou à la télévision, des secteurs médiatiques récents et considérés, dès lors, comme particulièrement modernes. Les speakerines et téléspeakerines

¹³⁴ « Madame Demba Diop, première femme députée du Sénégal », *Bingo*, n°135, avril 1964, p. 46.

¹³⁵ « Editorial : Les femmes et la politique », *AWA*, n°7, septembre 1964, p. 3.

sont des femmes qui exercent un métier singulier, caractérisé par leur nouveauté et leur exposition médiatique.

Le magazine *Bingo* introduit, par exemple, dans la rubrique « Parlons un peu d'eux », du n° 59, Marianne Seck, speakerine sénégalaise. Une photographie de la jeune femme au travail, devant le micro, est accompagné par un texte qui la qualifie de « Coqueluche des auditeurs de « Radio-Dakar » » pour qui Marianne Seck est « une voix ». Quelques années plus tard, en mai 1965, c'est également une « voix [charmant] les Centrafricains », qui est présentée dans un article du magazine féminin : Augustine Lingou¹³⁶. Bien que le deuxième soit beaucoup plus long, les deux articles retracent le parcours des deux jeunes speakerines jusque leur arrivée à la radio. La présentation d'Augustine Lingou se fait sous forme d'interview, réalisée par Eva Dessarre et précédée d'une réflexion sur « les Centrafricaines de la nouvelle vague » qui luttent « pour leur libération et leur émancipation ». Les paroles de la speakerine vont d'ailleurs dans ce sens : la jeune femme évoque son travail comme « un moyen pour gagner [sa] liberté » et évoque les difficultés des Centrafricaines à acquérir des droits, même si elle précise que « cela commence à s'améliorer, en particulier grâce aux efforts de l'Association des femmes centrafricaines ». *Bingo* entend également faire connaître, dans les années 1970, Annette M'baye d'Erneville, directrice des programmes de Radio-Sénégal et animatrice d'une émission féminine (n° 209), et Elisabeth N'Diaye, animatrice de Radio Sénégal qui lance notamment l'émission « Midi-Musique » (n° 237). L'accession à un métier, symbole d'émancipation, est donc couplée à l'exercice d'une nouvelle sorte de travail mais aussi d'objet médiatique et technologique (la radio), symbole de modernité. Ainsi, les speakerines et animatrices représentent-elles des femmes particulièrement ancrées dans la modernité. *AWA* consacre également sa rubrique « Silhouette » du numéro 7, à Khady Kane, opératrice de radiodiffusion à Radio-Sénégal. Celle-ci raconte son parcours et son métier, particulièrement technique, qui est introduit comme « nouveau pour une femme au Sénégal, en Afrique même », notamment en raison de la nouveauté de la radio mais également de la technicité de celui-ci. La jeune femme admet en fin d'interview conseiller aux jeunes filles de suivre cette voie et précise que « dans un pays comme le nôtre, nous, femmes, devons tenter notre chance dans tous les domaines¹³⁷ ».

Aux côtés de la radio, c'est la télévision, et notamment les téléspeakerines, qui sont particulièrement mises en valeur. *Bingo* évoque d'abord des téléspeakerines exerçant en

¹³⁶ « Cette voix qui charme les Centrafricains », *Bingo*, n°148, mai 1964, p. 42-43.

¹³⁷ « Silhouette : Khady Kane, opératrice de radiodiffusion », *AWA*, n°7, septembre 1964, p. 14.

France, et consacre notamment un numéro en août 1969 à Sylvette Cabrisseau, jeune Martiniquaise speakerine à la Radio-Télévision française. Le magazine insiste, dans cet article, sur le caractère particulièrement nouveau de l'apparition d'une femme martiniquaise, noire, à la télévision française et revient sur les réactions du public et de la presse à cet « événement ». Puis, l'article rappelle le parcours de la jeune femme, en incluant notamment son passage dans plusieurs radios, en Martinique et à Paris, avant son arrivée à la télévision. Enfin, il conclut en considérant la téléspeakerine comme une « ambassadrice du charme » qui « représente agréablement le monde noir en France¹³⁸ ». Quelques années plus tard, en avril 1973, c'est Claudie Lemeret, « une autre Antillaise [qui] a remplacé à la Télévision française Sylvette Cabrisseau » qui est introduite dans le magazine, au sein de la rubrique « Métiers » de « Madame Afrique ». Dans une interview de trois pages, la nouvelle téléspeakerine revient sur son parcours, qui ne la destinait pas à la télévision (elle était femme au foyer, puis assistante de rédaction dans un magazine féminin), et sur son arrivée à l'ORTF. Si elle ne se considère pas comme une « vedette », Claudie Lemeret témoigne cependant du caractère « un peu exceptionnel » et de la « rareté » de son métier¹³⁹.

Mais des téléspeakerines exerçant dans les pays africains sont également représentées dans les pages des magazines et particulièrement dans *AWA*. La revue consacre déjà, dans la première série, quelques pages aux nouveaux « visages » de la télévision¹⁴⁰, mais c'est dans le troisième numéro de la nouvelle version du magazine que paraît un article très complet sur la première téléspeakerine sénégalaise, Sokhena Dieng¹⁴¹, qui fait également la couverture du numéro (figure 2). Accompagné de photographies, l'article revient sur le parcours de la jeune fille, d'abord à Radio-Sénégal, où elle était animatrice de programmes, puis en tant que « marraine de la jeune télévision sénégalaise ». L'article loue notamment son ambition (Sokhena Dieng voudrait devenir journaliste télé ou réalisatrice) et son « travail constant ». La réussite des femmes téléspeakerines est également louée dans le n° 262 de *Bingo*, en octobre 1974, qui consacre une interview à la téléspeakerine zaïroise Mombonge Nker Kemonsoy en mettant en valeur son succès. L'article commence d'ailleurs par la phrase « Il est de ces femmes qui réussissent dans une activité professionnelle si exigeante soit-elle. »

Les femmes de radio et de télévision, et notamment les speakerines et téléspeakerines, devenant parfois animatrices ou aspirant à la production, sont donc particulièrement mises en

¹³⁸ « Sylvette Cabrisseau », *Bingo*, n° 199, août 1969, p. 26.

¹³⁹ « Madame Afrique, métiers : Claudie Lemeret, speakerine à bâtons rompus », *Bingo*, n° 243, avril 1973, p. 54.

¹⁴⁰ « Visages de la télévision ivoirienne », *AWA*, n° 11, février 1965, p. 12 et « La femme noire et l'art – télévision et radio », *AWA*, n° 15, janvier 1966, p. 29.

¹⁴¹ Sokhena Dieng : voir Biographie 2 en annexe.

valeur pour leur succès auprès des auditeurs et des téléspectateurs et semblent correspondre, selon les magazines, à un certain modèle de succès professionnel, et des exemples à suivre en termes d'ambition et d'exigence dans le travail. Leur médiatisation les rend particulièrement à même d'embrasser le rôle d'« exemples » pour les lectrices, auditrices et téléspectatrices africaines¹⁴².

3. Les médias : signes de modernité et symboles de la promotion féminine.

Si les speakerines et téléspeakerines semblent être des exemples de femmes modernes, elles participent à la dynamique d'un renouveau médiatique profondément marqué par l'idée de modernité à cette période. Les deux magazines représentent aussi bien qu'ils présentent ce renouveau, envisagé comme symbole de la modernité. D'abord parce qu'ils incarnent eux-mêmes ce dernier, en se montrant comme des publications récentes et symboles d'une presse nouvelle. Ensuite parce qu'ils font la promotion de médias à l'apparition récente, la radio et la télévision, dont la dimension technologique renforce le caractère novateur. Ces différents médias semblent donc matérialiser une forme de modernité médiatique particulièrement attractive pour le public féminin.

3.1. « Revues modernes » pour « Africaines modernes »

Les publications elles-mêmes se veulent symboles de modernité et la revendiquent en rappelant le caractère novateur de leur entreprise. Ainsi, le premier éditorial de *Bingo*, écrit par Ousmane Socé Diop, dit-il : « Ce magazine est la première publication entièrement illustrée éditée par un Africain de l'Afrique occidentale Française pour les Africains¹⁴³ », tandis que, dans le deuxième numéro d'AWA, les mots marquants du ministre de l'information lors de la soirée de lancement du magazine sont retranscrits : « La presse féminine africaine vient au monde auréolée d'espoir ». Il la souhaite « messagère de foi » et « porteuse de vie¹⁴⁴ ». Les lectrices d'AWA ne s'y trompent d'ailleurs pas, à l'instar de Jacqueline Ki-Zerbo dont on retrouve dans le troisième numéro un courrier adressé à la rédaction :

Bravo ! vous avez réalisé ce que toutes les Africaines attendaient ! une revue moderne traitant nos problèmes quotidiens et cherchant à nous faire découvrir notre personnalité propre. Je ne m'y suis pas trompée le jour où, parcourant distraitement les rayons d'une librairie de Ouagadougou, mon regard s'est arrêté sur cette couverture bleue montrant une belle jeune Africaine qui sourit et regarde vers l'avenir¹⁴⁵.

¹⁴² Nous reviendrons plus avant sur le rôle embrassé par ces figures en troisième partie.

¹⁴³ « Lettres à l'éditeur », *Bingo*, n°1, février 1953, p. 26.

¹⁴⁴ « AWA à l'honneur », *AWA*, n°2, février 1964, p. 7.

¹⁴⁵ « Boîte à lettres », *AWA*, n°3, mars 1964, p. 34.

La revue est donc bien perçue comme moderne et novatrice, et présentée comme répondant à une véritable attente de la part des femmes africaines.

L'expression « toutes les Africaines » est cependant à nuancer. En effet, *AWA*, tout comme *Bingo*, répond à une demande de lettrées et s'adresse, plutôt, à une classe moyenne – voire aisée – et ayant eu une éducation occidentale, à l'instar de Jacqueline Ki-Zerbo, qui appartient à la première génération de femmes lettrées africaines formées à l'école de Rufisque au Sénégal, et qui dirige, en 1964, le cours normal de jeunes filles de Ouagadougou¹⁴⁶. Un document sur « Les moyens d'information au Sénégal », réalisé par l'ambassade de France au Sénégal en 1974 témoigne également du fait que le magazine *Bingo* est « très lu par les cadres moyens¹⁴⁷ ».

Les publicités des magazines pour promouvoir leur lecture et la souscription à des abonnements sont également très éloquentes. Ainsi, le premier numéro d'*AWA* contient une publicité indiquant :

'AWA' doit être la revue de l'élite féminine !... Lisez 'AWA' la revue de la femme noire
Abonnez -vous Faites abonner vos amis.

La publicité s'adresse donc explicitement aux lectrices en s'envisageant comme une revue pour des femmes instruites, appartenant à l'élite sociale et culturelle, et – en ce sens – se rapprochant des élites masculines. D'ailleurs, si la publicité s'adresse *a priori* aux femmes, l'utilisation du masculin (« amis ») est révélateur du fait que la revue a pour ambition d'être lue également par des hommes. Si le même type de slogan est réutilisé dans les publicités des autres numéros, le terme « élite féminine », en revanche, ne réapparaît plus. Nous pouvons supposer que cette disparition est liée à la volonté de la part de l'équipe de rédaction de casser cette image trop élitiste du magazine. En effet, comme l'a souligné Ruth Bush (2016), elle était préoccupée par les disparités sociales que révélait le magazine, de même que les lecteurs, « qui appelaient à plus d'illustrations et de photographies, afin d'encourager les lecteurs illettrés à s'intéresser au magazine¹⁴⁸ ». On observe alors un lien créé entre modernité et accès à la presse pour toutes les femmes : l'accès aux médias et leur démocratisation semble devenir pour la revue un élément constitutif de la modernité, liée à une sorte d'émancipation collective.

¹⁴⁶ Son nom de jeune fille est Jacqueline Coulibaly. Pour plus d'informations sur son parcours, lire Barthélémy Pascale, *op.cit.*

¹⁴⁷ « Les Moyens d'information au Sénégal », archives diplomatiques de Nantes, fonds de l'ambassade de Dakar (184 PO/1), carton 710, dossier Presse, journaux – journalistes.

¹⁴⁸ Bush Ruth, « 'Mesdames, il faut lire !'. Material contexts and representational strategies in early francophone African women's magazines », in *Francosphères*, vol. 5, no. 2, 2016. "Indeed, several readers' letters called for more illustrations and photographs to encourage illiterate readers to engage with the magazine."

Quelques années plus tôt, en 1960, une série de publicités pour s'abonner au magazine *Bingo* s'adressent, elles aussi, directement aux lecteurs – et aux lectrices – par le biais de photographies représentant des lecteurs en train de lire le magazine et invitant à leur ressembler (figures 3,4,5). Ainsi peut-on retrouver au n° 90 une photographie d'homme en chemise et pantalon de costume, les yeux plongés dans la revue, accompagnée d'une légende :

Que lit ce jeune fonctionnaire ? Evidemment, comme tous les Africains modernes, Il lit BINGO. Faites comme lui ! ABONNEZ-VOUS ABONNEZ VOS AMIS vous leur ferez tellement plaisir.

Son alter ego féminin est, au n° 88, une « charmante dactylo », installée devant sa machine à écrire et qui « comme toutes les Africaines modernes » lit *Bingo*. Dans les deux numéros, on retrouve également une « charmante jeune fille », assise à l'ombre d'un arbre qui « comme toutes les Africaines modernes » lit également le magazine. Notons que les deux profils professionnels choisis par le magazine pour illustrer leur publicité sont bien ceux de « cadres moyens », correspondant *a priori* à leur lectorat. La « charmante dactylo », qui représente un exemple de modernité, l'est encore plus par sa lecture du magazine. Il semblerait en effet que le simple fait de lire ce type de magazine, soit un acte considéré comme « moderne », faisant alors des lecteurs, des Africains et Africaines « modernes ». Tsitsi Ella Jaji (2014) note d'ailleurs que, bien plus que la lecture, ce sont les usages spécifiques liés aux magazines (qu'elle nomme « Sheen reading ») qui font leur intérêt : les lecteurs sont intrigués par la composition des pages, les images, les illustrations et la typographie et parcourent les pages rapidement, découpent certaines images afin de les conserver ou les afficher au mur par exemple¹⁴⁹.

Le lectorat féminin est – de plus – envisagé non seulement par le prisme de la modernité, mais également de l'émancipation féminine. En effet le n° 95 de *Bingo*, publie la lettre d'une abonnée du Cameroun en l'appuyant d'un commentaire sur la féminisation de son lectorat :

Les jeunes filles africaines s'intéressent de plus en plus à Bingo. C'est un heureux événement qu'il convient de saluer ici. C'est signe que l'émancipation de la femme africaine s'amorce sérieusement et qu'une élite féminine pourra se dégager bientôt qui jouera pleinement son rôle dans la cité¹⁵⁰.

La lecture de magazines tels que *Bingo* est donc présentée comme intrinsèquement liée à l'émancipation féminine dont les revues vantent les mérites dans leurs pages.

¹⁴⁹ Lire Jaji Tsitsi Ella, *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, “What Women Want. Selling hi-fi in consumer magazines and film” Oxford University Press, 2014.

¹⁵⁰ « Les lecteurs écrivent », *Bingo*, n°95, décembre 1960.

3.2. Couvertures et publicités. Femmes et appareils audiovisuels : une certaine image de la modernité.

Si les magazines se présentent eux-mêmes comme novateurs et destinés à des lecteurs modernes, ils représentent aussi dans leurs pages un renouveau médiatique, symbolisé notamment par la radio et la télévision, dont l'achat et l'usage, feraient entrer les femmes dans la modernité. Ici, le magazine *Bingo* semble être plus particulièrement prolix quant à la mise en valeur de ces éléments.

Il convient d'abord de noter que le magazine consacre de nombreuses pages à des articles présentant les avancées, de la radio d'abord, puis de la télévision. Lors des premières années le magazine contient de nombreuses pages s'intéressant à la radiodiffusion d'outre-mer et aux chaînes régionales¹⁵¹, mais aussi à la formation des personnels de radio¹⁵². Le magazine publie également régulièrement des articles à propos de l'émission « Ici Paris, courrier africain », créée par la SORAFOM¹⁵³, une émission de divertissement mais dotée d'une ambition culturelle, puisqu'elle vise à « faire connaître les œuvres des maîtres de la littérature de tous les temps et de tous les pays¹⁵⁴ ». Cette émission ressemble donc quelque peu, sous un format radio, aux objectifs de la revue. *Bingo* semble d'ailleurs appuyer ce rapprochement, puisqu'en évoquant un concours du meilleur récit dans le cadre de l'émission, le magazine explique que le prix offert au gagnant, un poste de radio Philips, « symbolise d'ailleurs l'attachement de nombreux auditeurs (parmi lesquels sans doute bien des lecteurs de BINGO) à l'émission ». L'objectif est donc en quelque sorte de rapprocher ces divers supports comme participant à la même culture, poursuivant les mêmes objectifs et adressés au même public. On peut aussi voir, dans la promotion du poste de radio comme cadeau d'un concours, une publicité implicite pour cet objet. En effet, les concours ont pour but d'offrir un cadeau en vogue, récent et attrayant : *Bingo*, en relayant cette information, rappelle la modernité du poste de radio et de la radio elle-même. Le magazine relate également les

¹⁵¹ Voir par exemple : « La Radio française d'outre-mer en Afrique : Ici Dakar... chaîne régionale », *Bingo*, n°43, août 1956, p. 10-11.

¹⁵² Voir par exemple : « A Paris, les stagiaires de la radiodiffusion d'outremer reçoivent leurs diplômes », *Bingo*, n°28, mai 1955, p. 16.

¹⁵³ SORAFOM : Société de Radiodiffusion de la France d'Outre-Mer

¹⁵⁴ « Radio : Ici Paris, courrier africain », *Bingo*, n°97, février 1961, p. 25.

avancées faites par la télévision sur le continent¹⁵⁵, les nouvelles émissions qui y sont présentées¹⁵⁶, ainsi que le rôle éducatif de ce nouvel objet¹⁵⁷.

L'écoute de la radio est donc fortement valorisée dans les pages du magazine, qui incite également spécifiquement son lectorat féminin à cette pratique.

En effet, au 43^{ème} numéro de *Bingo*, la couverture est une photographie d'une femme, accompagnée de son enfant le bras accoudé sur une table où est disposé un poste de radio (Figures 6). La femme semble particulièrement concentrée et engage son enfant dans ce processus d'écoute de la radio, tandis que la légende indique sobrement : « A l'écoute de Radio-Dakar ». La couverture du magazine semble ainsi faire la promotion de l'écoute de la radio locale. En représentant une femme et son enfant (un petit garçon), elle invite surtout les lectrices à écouter la radio et à éduquer leurs enfants à faire de même. La responsabilité des femmes dans le développement des pays reste ainsi intrinsèquement lié à leur rôle de mère au foyer : elles doivent, surtout, former « les hommes de demain¹⁵⁸ ».

Cette invitation se fait également largement par la publicité (qui tient une place importante dans le magazine *Bingo*) comme le montrent les publicités pour les radios Telefunken dont le personnage féminin, Raky, semble être un modèle de modernité (Figure 7, 8, 9). Ces publicités ont été analysées très précisément par Ella Tsitsi Jaji¹⁵⁹. Selon elle, tout d'abord, les « glossy magazines¹⁶⁰ » tels que *Bingo* font partie des nouvelles formes médiatiques, qui, à la suite de la Seconde Guerre mondiale, mettent en valeur la consommation : « 'être moderne' signifiait acheter (ou au moins lire attentivement des publicités pour) une gamme d'appareils, d'équipements audio, et de médias imprimés¹⁶¹ ».

Les publicités pour Telefunken publiées dans le magazine *Bingo* durant les années 1959 et 1960 montrent toujours le même personnage, Raky, concentrée, écoutant son nouveau

¹⁵⁵ Voir par exemple : « Un événement en Afrique : la télévision au Congo », *Bingo*, n°121, février 1963, p. 17

¹⁵⁶ En particulier lorsqu'elles correspondent aux thématiques de *Bingo* et sont donc susceptibles d'intéresser leur lectorat, telles que l'émission « L'Afrique sur Seine », présentée comme une « grande émission de variétés » et un « magazine artistique », et dont le directeur artistique est Gilles Sala, qui possède déjà une rubrique dans *Bingo* sur les sorties musicales. Voir « Une nouvelle émission pour les téléspectateurs africains », *Bingo*, n°151, août 1965, p. 16.

¹⁵⁷ Voir « La Côte d'Ivoire à l'heure audiovisuelle : scolarisation totale par la télévision en 1986 », *Bingo*, n° 203, décembre 1969, p. 26-27.

¹⁵⁸ Voir *Bingo*, n°78, juillet 1959, p. 27. Nous reviendrons sur ce rôle en deuxième partie de ce mémoire.

¹⁵⁹ Jaji Tsitsi Ella, *op. cit.*, « What Women Want. Selling hi-fi in consumer magazines and film ».

¹⁶⁰ *Glossy magazines* : désigne les magazines, en général mensuels, imprimés dans des papiers de qualité, parfois brillants, et contenant de nombreuses photographies, publicités et beaucoup de contenus autour des célébrités, de la mode ou de la beauté.

¹⁶¹ Je traduis : « "being modern" connotated purchasing (or at least perusing advertisements for) a range of appliances, audio equipment, and print media ». Jaji Tsitsi Ella, *op. cit.*, p. 111.

poste de radio. Les légendes accompagnant les photographies de la jeune fille sont pour le moins éloquentes. Ainsi, la première apparition de cette publicité, (n° 76, mai 1959) indique :

Raky est moderne.
Elle veut tout savoir.
Elle écoute toujours la radio.
Son poste marche très bien.
Il est joli et sonore.

Selon Tsitsi Jaji, alors que des publicités vantaient déjà, auparavant, l'écoute de la radio, celle-ci est la première à associer aussi clairement écoute de la radio et modernité¹⁶². Raky ici est présentée comme une femme instruite, dotée de curiosité intellectuelle, ce qui est représentatif du lectorat féminin que le magazine entend attirer. Cependant, dans les mois suivants, deux nouvelles versions du slogan sont introduites, créant deux nouvelles publicités: une version dans laquelle Raky est « heureuse » parce que son mari lui a offert un poste de radio ; et une autre présentant une Raky « sérieuse » puisqu'elle a « réfléchi avant d'acheter son poste de radio ». Ces deux versions viennent compléter la première et dessinent en quelque sorte le portrait de la femme moderne idéale incarnée par Raky. Celle-ci est non seulement cultivée et intéressée par les actualités, mais c'est également une femme responsable (qui utilise son argent à bon escient) et mariée à un homme pouvant lui offrir des biens de consommation. Tsitsi Jaji émet l'hypothèse selon laquelle l'équipe chargée de la publicité chez Telefunken cherchait à trouver la formule la plus efficace pour toucher les lecteurs du magazine. Elle note, très justement, que le choix opéré par la marque est celui qui renvoie Raky à son rôle d'épouse et de gardienne du foyer¹⁶³. En effet, la publicité qui apparaît le plus régulièrement au cours de l'année 1960 est celle où Raky se voit offrir une radio par son mari.

Cette association de la femme à son foyer et à son mari se retrouve d'ailleurs dans d'autres publicités. En effet, au n° 83, une publicité Grundig présente le croquis d'un jeune couple tout sourire regardant le poste de radio de la marque, accompagné de la légende : « Heureux ! ... et satisfaits. Pour écouter les dernières nouvelles Pour entendre la chanson à la mode Ils ont choisi GRUNDIG ». L'association des « dernières nouvelles » et de la « chanson à la mode » laisse présupposer que le couple (aussi bien l'homme, que la femme, présentée le

¹⁶² « *Telefunken's was the first advertisement to make literal the performative function of listening in enacting modernity.* ». *Ibid*, p. 142.

¹⁶³ « *Given that these versions appeared in three consecutive months it is reasonable to speculate that Telefunken's advertising team were busy trying to tune in to the Bingo reader's sensibilities as effectively as possible. Tellingly, the version that was adopted for the next year's worth of monthly advertisements was the one that confined Raky and her happiness most narrowly within the walls of the home and the role of wife* ». *Ibid*, p. 143.

doigt levé, signe qu'elle porte une attention toute particulière au contenu qu'elle écoute) possédant un tel équipement est impliqué dans le monde moderne à la fois à travers les informations qu'il écoute, mais également culturellement, grâce à la musique diffusée par le poste. La publicité pour HARMENA (un magasin d'électroménager présent dans les grandes villes du Sénégal et du Mali) offre également au n° 88 le dessin d'une femme entourée d'objets pour la maison, dont deux postes de radio, et accompagné de la légende : « tout ce dont rêve la femme moderne pour le confort de sa maison » (Figure 13).

Tsitsi Ella Jaji explique : « *Strikingly, home audio technologies played into [the] debates about women's roles: Bingo heralded the ways that such technologies were enabling women to listen in on political and economic changes that they would increasingly gain access to participate in*¹⁶⁴ ». Ainsi, le magazine présente-t-il l'écoute de la radio comme une activité fondamentale de la femme moderne, cultivée et intéressée par les informations, mais aussi mère au foyer responsable, ancrée dans le monde moderne.

Les nouvelles formes de médias représentent donc une certaine modernité, par leur nouveauté mais aussi par leurs aspects technologiques. Ils sont pensés, dès lors, comme des lieux de la modernité, voire de la modernisation. Non seulement ils sont envisagés comme des objets d'apprentissage, de culture et d'information, mais ils se font également les relais de l'évolution des pays dans lesquels ils sont distribués. Une évolution envisagée au prisme de la décolonisation, du développement et de la modernisation. La thématique de la promotion féminine, fortement liée à ces idéaux, est alors particulièrement mise en valeur dans les magazines : il s'agit de mettre en lumière l'accès à l'éducation et la formation des femmes, mais également le travail féminin, considéré comme synonyme d'émancipation féminine. Les « femmes modernes » représentées dans les magazines font donc partie d'une certaine élite sociale et culturelle, considérée comme émancipée par l'accès au travail, notamment lorsqu'il se fait dans des domaines – eux aussi – présentés comme modernes, tels que celui de la radio et la télévision. L'accès aux nouveaux médias, imagé par la lecture de magazines et l'écoute de la radio notamment, semble d'ailleurs constitutif de la modernité des femmes, puisqu'il témoigne d'une certaine connaissance du français, mais également d'un intérêt pour le monde culturel, artistique et politique, et d'un certain niveau de richesse.

¹⁶⁴ Jaji Tsitsi Ella, *op. cit.*, p. 137.

Enfin, les femmes « modernes », présentées par les magazines représentent également pour eux une cible médiatique émergente, pour lesquelles il convient de produire un contenu adapté, où l'idéal de modernité s'invite surtout au sein du foyer.

DEUXIEME PARTIE

Les « femmes modernes » : Une nouvelle cible médiatique soumise à des injonctions contradictoires

On l'a vu, les magazines étudiés représentent donc dans leurs pages des images de femmes considérées comme « modernes », en lien avec une dynamique de mise en valeur de la promotion et de l'émancipation féminine. Une émancipation, dont les nouveaux médias sont, semble-t-il, des agents : la lecture de magazines, l'écoute de la radio et le fait de regarder la télévision sont donc promus comme marques de la modernité.

Dès lors, les médias, qui connaissent un renouveau dans la forme, expérimentent également un renouveau dans les contenus qu'ils proposent, puisqu'un nouveau public, féminin, se fait de plus en plus présent. Significativement, les magazines, mais également les chaînes de radio et de télévision perçoivent la nécessité d'offrir à cette cible médiatique émergente un contenu adapté, féminin, dont on comprend qu'il a pu être réclamé. Il s'agira donc dans cette seconde partie de se pencher sur l'histoire de l'émergence de ce nouveau type de contenu dans la presse magazine et dans les médias audiovisuels, et de montrer en quoi celui-ci est perçu comme novateur.

Cependant, il conviendra aussi de revenir sur les sujets destinés aux femmes au sein de ces différents médias. La manière dont ces derniers s'adressent aux lectrices, auditrices et spectatrices, ainsi que le type de contenu qui leur est proposé, permettent de mettre en lumière des considérations intéressantes sur les représentations de ce que sont ou doivent être les « femmes modernes ». Les différents types de médias ne s'adressant pas aux mêmes types de publics, il sera également intéressant de montrer comment le discours et la manière de s'adresser aux femmes peut changer en fonction de ces variations.

Si nous avons perçu dans une première partie une vision de la modernité particulièrement liée à l'émancipation féminine, par l'éducation et le travail notamment, cette partie s'attachera, en considérant les contenus dédiés spécifiquement aux femmes, à montrer comment l'idée de la « femme moderne » intègre également des considérations liées à la vie d'épouse, de mère et de femme au foyer. On y retrouve des injonctions à certaines formes de modernité, parfois contradictoires, portées par des rubriques diverses, mettant toutes en valeur, cependant, la responsabilité des femmes au sein du foyer et leur rôle d'éducatrices

auprès des enfants. Il s'agit dans cette partie de considérer ce qui semblent être les éléments qui façonnent les « femmes modernes » dans les médias et comment ils peuvent être tour à tour valorisés et dévalorisés.

Nous reviendrons donc, d'abord, sur l'émergence de magazines destinés au lectorat féminin et aux émissions radio et télévisées qui apparaissent également, avant de nous pencher plus précisément sur les contenus destinés aux femmes et les injonctions contradictoires qui semblent en découler.

1. Des magazines destinés au lectorat féminin

Les deux magazines étudiés sont représentatifs, sous des contours très différents, des premiers jours d'une presse magazine africaine, francophone, invitant explicitement les femmes – considérées comme des lectrices à part entière – à ouvrir les pages de leurs revues pour y trouver un contenu qui leur serait entièrement dédié. L'objectif est clairement défini de proposer au lectorat féminin des sujets les intéressant particulièrement : la condition féminine et la promotion des femmes, aux côtés des affaires de la maison, du mariage et des enfants, ainsi que de la beauté et de la mode. Il s'agit également dans ces pages de créer un espace spécifique dédié au public féminin, donnant ainsi l'illusion d'un « entre-soi » et l'impression pour les femmes d'appartenir à un groupe¹⁶⁵.

1.1. Des influences variées

Ces journaux s'inscrivent dans le sillage de la presse française, qui, à partir des années 1940 voit de nombreux suppléments féminins apparaître et les journaux féminins s'accroître et se renouveler. Une dynamique insufflée notamment par *Marie-Claire*, fondé en 1937, qui est présenté par Marcelle Auclair comme « une revue où la femme trouverait tout ce dont elle a besoin [...] dans un style nouveau, un esprit neuf, présentée avec élégance, bien imprimée sur un papier bon marché », et qui, tout en conservant certains aspects « luxueux », contient des rubriques pratiques et un prix réduit, en faisant ainsi « un magazine grand public », s'inspirant également de la presse américaine pour les pages de couverture et la campagne

¹⁶⁵ Evelyne Sullerot, dans son analyse de la presse féminine, témoigne notamment d'un besoin intense éprouvé par les lectrices de « communiquer leurs expériences, de quêter une approbation ou une connivence » et montre que « le journal devient alors un trait d'union et la preuve même de leur appartenance à un groupe ». Voir Sullerot Evelyne, *La presse féminine*, Armand Colin, 1966, p. 50.

publicitaire¹⁶⁶. En effet, Evelyne Sullerot constate la nouveauté des couvertures du magazine, qui « représentait délibérément toujours un portrait de femme, en couleurs, belle, jeune, gaie », « [un] visage en couleurs, souriant et optimiste, [venant] en droite ligne d'Amérique¹⁶⁷ ». Cette description des couvertures de *Marie-Claire* rappelle bien la plupart de celles d'AWA, et certaines couvertures de *Bingo*, dans lesquelles sont représentées des femmes jeunes, souriantes, « rêvant à [leur] avenir¹⁶⁸ », dans un format portrait, souvent de profil et regardant au loin¹⁶⁹. Le titre également, *Marie-Claire*, symbolise « le type de la jeune fille et de la femme françaises à la fois simple et élégante, enthousiaste et mesurée, courageuse, obstinée sans orgueil à la tâche quotidienne, mais en même temps très gaie¹⁷⁰ », au même titre qu'AWA, qui attire le regard par un prénom et qui se veut être « le magazine de la femme noire » (je souligne). L'objet-magazine se présente ainsi comme incarnation d'un type, celle de la femme africaine jeune, moderne, regardant vers l'avenir. Le premier numéro de *Marie-Claire* s'adresse d'ailleurs à ses lectrices en des termes (« Vous êtes toutes un peu des *Marie-Claire*, et ce journal a été conçu pour vous ») qui pourraient très bien être ceux de la rédaction d'AWA. Cette dernière pousse d'ailleurs cette dynamique un peu plus loin. Si « AWA » est personnifiée très clairement dès le premier éditorial du magazine, elle l'est de manière encore plus métaphorique :

Faut-il emboucher la trompette du héraut ou battre un « dieûme » sur le tam-tam d'honneur ? Faut-il confier le message au micro indiscret pour annoncer au monde la nouvelle ?...

Nous ferons comme dans l'Afrique antique ; de porte en porte nous irons et dirons aux parents et amis : « AWA » est née ! Réjouissez-vous avec nous !

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. (je souligne)

Présentée comme une personne, Awa est non seulement le reflet des femmes à qui le magazine entend s'adresser, mais également la fille qu'elles devront élever ensemble – renforçant ainsi les sentiment de communauté, de sororité entre femmes, mais également celui de responsabilité. Le magazine se fait l'image symbolique de la jeunesse africaine que les lectrices auront à cœur d'élever et de faire grandir. L'utilisation de la première personne du

¹⁶⁶ *Ibid* et Sullerot Evelyne, *op. cit.* et Karine Grandpierre, « *ELLE* : un outil d'émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 ? », *CONTEXTES* [En ligne], 11 | 2012, mis en ligne le 18 mai 2012, consulté le 16 juin 2021. URL : <http://journals.openedition.org/contextes/5399>.

¹⁶⁷ Sullerot Evelyne, *op. cit.*, p. 53.

¹⁶⁸ *Bingo*, n°37, février 1956, description de la photo en couverture : « A quoi rêve cette jolie Sénégalaise ? [...] Comme toutes les jeunes filles du monde, elle rêve à son avenir et le sourire, que sa main cache à demi, dit assez que les années futures sont pleines de promesses... », p. 3.

¹⁶⁹ Voir Sineux Louise, « Coiffures féminines et images de la modernité. Etude de trois magazines sénégalais », mémoire de M1, université Panthéon-Sorbonne, 2019.

¹⁷⁰ *Marie-Claire*, premier numéro, 1931. Cité par Sullerot Evelyne, *op. cit.*

pluriel, alliée avec le pronom pluriel « toutes », ainsi qu’avec le questionnement inclusif « qu’en ferons-nous ? », témoigne de la volonté de placer les lectrices dans une dynamique participative, en les plaçant, métaphoriquement, en position de mère, tantes, marraines, du magazine, symbolisant la jeunesse africaine. Au « vous-êtes toutes un peu des Marie-Claire », le magazine sénégalais répond en quelque sorte « vous-êtes toutes un peu les mères d’Awa ».

Mais la revue semble également s’inspirer de l’autre magazine phare de l’époque en France, lancé en 1945 : *ELLE*. Ce dernier se propose de révolutionner la presse magazine en proposant aux femmes « un journal de mode, mais pas seulement. Un journal moderne. Pratique. Avec des photos. [...] Un journal qui s’adresse à toutes les femmes. Et qui soit cependant sophistiqué¹⁷¹ ». Le magazine mêle aux côtés de la beauté, de la mode et des rubriques pratiques, de la littérature et de l’information. Il a l’originalité de « présenter la femme sur un pied d’égalité avec l’homme et, surtout de mettre en avant des femmes exerçant des métiers masculins ou ayant un comportement émancipé¹⁷² ». Le caractère novateur de cette revue, ainsi que la volonté de donner des modèles d’émancipation féminine n’est pas sans rappeler les objectifs défendus par *Bingo* et *AWA*. Il semble d’ailleurs tout à fait raisonnable de penser que *ELLE*, notamment, ait pu être lu et pris en exemple par ces deux publications, et surtout par *AWA*. En effet, outre le caractère particulièrement cosmopolite des femmes de la rédaction de la « Revue de la femme noire », dont beaucoup, à commencer par sa créatrice, ont effectué de nombreux séjours en France, le magazine circule à cette période dans les pays francophones africains. En effet, un courrier envoyé par l’ambassadeur de France au Sénégal au ministre des affaires étrangères, datant du 14 janvier 1970, et contenant des renseignements sur la vente de certains journaux et périodiques au Sénégal, témoigne de celle du magazine « *Elle* » ainsi que d’un autre magazine féminin, « *Femmes d’Aujourd’hui*¹⁷³ ». De plus, les liens entretenus entre *AWA* et *ELLE* sont attestés grâce à une note dans le neuvième numéro du magazine par laquelle la rédaction remercie les « confrères qui ont bien voulu faire l’échange de leurs publications avec « *AWA*¹⁷⁴ » », et parmi lesquels on retrouve le magazine *ELLE*. Il est compliqué d’imaginer la nature de ces échanges (simple envoi de numéros, partage d’articles, d’informations, correspondances fréquentes, ...) mais cet encart témoigne d’une relation certaine entre les deux revues.

¹⁷¹ Propos de sa créatrice, Hélène Gordon-Lazareff, citée par Karine Grandpierre, « *ELLE* : un outil d’émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 ? », *ConTEXTES* [En ligne], 11 | 2012, mis en ligne le 18 mai 2012, consulté le 16 juin 2021.
URL : <http://journals.openedition.org/contextes/5399> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/contextes.5399>

¹⁷² Karine Grandpierre, *ibid.*

¹⁷³

¹⁷⁴*AWA*, n°9, novembre 1964, p. 36.

Il semble également que les magazines soient influencés par des revues anglophones, américaines mais également sudafricaines. Ainsi peut-on citer aux Etats-Unis les magazines *Ebony* et *Jet* fondés respectivement en 1945 et en 1951 par John H. Johnson¹⁷⁵, revues destinées au lectorat noir-américain ayant une visée émancipatrice, et évoquant dans leurs pages la politique, la culture, le sport ou bien la beauté. Ces magazines inspirent et intéressent la rédaction de *Bingo*, notamment, dans lequel on retrouve des articles présentant une visite dans les bureaux d'« *Ebony*¹⁷⁶ », ou bien un portrait de John H. Johnson¹⁷⁷ que l'on voit aux côtés de ses trois publications phares, parmi lesquelles « *Essence, the magazine for today's black woman* », fondée en 1970. En Afrique du Sud, les magazines *Zonk!* et *Drum*, respectivement fondés en 1949 et 1951, ont marqué durablement le paysage médiatique sudafricain et africain et sont très régulièrement comparés, dans leur format, à *Bingo*, qui s'inscrit dans la même dynamique mais en s'adressant à un lectorat francophone. Tsitsi Ella Jaji, a d'ailleurs étudié *Zonk!* et *Bingo* en parallèle et noté que le rôle des femmes dans ces deux publications peut y être analysé de la même manière : elles y sont à la fois covergirl, star de cinéma et cible de nombreuses publicités, incarnant ainsi, selon elle, une « modernité africaine ratifiée par la consommation¹⁷⁸ ».

1.2. Un espace dédié aux femmes dans *Bingo* : émergence et développement des rubriques féminines

Le magazine *Bingo* semble ainsi adapter peu à peu ses pages à une partie de son lectorat, qui reste cependant assez faible numériquement. En effet, l'étude de Jacques Bouzerand, effectuée en 1966 sur le magazine, montre que seulement sept pour cent du lectorat est féminin¹⁷⁹. On peut imaginer que ce pourcentage augmente cependant à mesure que la place des rubriques féminines s'étend.

L'émergence et l'accroissement de ces dernières dans le magazine est particulièrement représentatif de la place croissante accordée au lectorat féminin dans le périodique. Nous

¹⁷⁵ John H. Johnson (1918-2005) : homme d'affaire et éditeur américain, considéré comme le plus influent éditeur afro-américain.

¹⁷⁶ « M. M'Bow en visite chez Ebony », *Bingo*, N°71, décembre 1958.

¹⁷⁷ « Les noirs dans la presse américaine. John Johnson, d'un prêt de 500 dollars à l'empire », *Bingo*, n° 265, février 1975, p. 12.

¹⁷⁸ Jaji Tsitsi Ella, *op. cit.*, p. 111.

¹⁷⁹ Bouzerand Jacques, « *Bingo. Mensuel du monde noir, 1953–1964* ». UCAD, mémoire de DEA de sociologie, 1966. Cité par Ducournau Claire et Bush Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

avons vu dans une première partie que les pages consacrées aux métiers féminins et à la promotion féminine fleurissaient dans la revue. Ce type d'articles, qui apparaissait au départ sans distinction précise, se glisse peu à peu dans le magazine féminin de *Bingo*, qui voit le jour progressivement, d'abord *via* quelques rubriques féminines, puis sous la forme d'un véritable « magazine dans le magazine », destiné et consacré aux femmes, et dont les préoccupations sont – principalement – liées à la mode et la beauté, l'entretien de la maison et l'éducation des enfants.

La première étape de ce projet est une rubrique d'une page, exclusivement dédiée aux femmes, qui apparaît à partir du n° 29 : « Bingo au service de madame ». Il s'agit d'une rubrique de conseils tenue par une femme, Nafissatou, autour des questions liées à l'hygiène, la cuisine, la mode ou la beauté. L'objectif de celle-ci est clairement posé à son lancement, à l'été 1955 :

Cette page vous est entièrement consacrée, mes sœurs ! vous y trouverez, chaque mois, quelques petits conseils pratiques. Donnez votre avis sur les sujets qui vous plaisent, posez-nous des questions sur ceux qui vous embarrassent¹⁸⁰.

Le magazine insiste ainsi sur le fait qu'il octroie et dédie une page – une place, donc – à ses lectrices. Le ton, très enthousiaste, est engageant et cette présentation est également une invitation faite aux lectrices, sous un ton injonctif (« donnez », « posez »). En évoquant à la fois la dimension de plaisir et celui d'embarras, la page féminine est pensée comme un lieu clos, une sorte de boudoir¹⁸¹ dans lequel les femmes peuvent se sentir totalement à leur aise : elles peuvent y parler de ce qui les intéresse et évoquer des choses « embarrassantes », plus intimes, comme si les hommes n'avaient pas accès à cet endroit qui leur est dédié.

Plus tard, au n° 75, la revue annonce la création d'une rubrique féminine à part entière, plus complète, et dans laquelle le rôle de la femme rédactrice de la rubrique est particulièrement mis en valeur :

Bingo, voulant satisfaire l'ensemble de ses lectrices qui, nous le savons, ne sont pas moins fidèles que ses lecteurs, se propose, à partir de ce numéro, de faire paraître une rubrique intéressant toutes les femmes, rubrique qui sera tenue par notre collaboratrice Manélee. Cette rubrique traitera de tous les problèmes féminins, de la beauté à la santé, de l'habitation à la mode, et, bien entendu (ô éternel féminin), des problèmes du cœur. Manélee répondra à toutes les lectrices qui voudront bien lui adresser du courrier, soit, principalement, dans *Bingo*, au cours de sa rubrique mensuelle (si le sujet à traiter est susceptible d'intéresser toutes les lectrices), soit, exceptionnellement, par courrier (ceci

¹⁸⁰ *Bingo*, « Bingo au service de madame », n° 29, juin 1955, p. 27.

¹⁸¹ J'utilise à dessein cette expression, le boudoir représentant à la fois l'entre-soi féminin, mais renvoyant également à l'étroitesse de l'espace qui leur est laissé, et à l'idée de discussions relativement légères. Lire De Beauvoir Simone, *Le deuxième sexe*, 1949, p. 317 : « On enferme la femme dans une cuisine ou dans un boudoir, et on s'étonne que son horizon soit borné ».

pour des questions sur des problèmes tellement personnels que la réponse ne pourrait être, en aucune manière, utile à l'ensemble des lectrices.

Mesdames et mesdemoiselles, nous vous laissons en compagnie de Manélee¹⁸².

Dans cette présentation, le magazine insiste sur l'importance du lectorat féminin, et considère cette nouvelle rubrique – encore une fois – comme une pièce qui lui serait consacrée, celle-ci est d'ailleurs intitulée « Pour vous Madame... ». Non seulement a-t-elle pour objectif de traiter de sujets qui les concernent presque exclusivement, mais l'injonction à participer à cette rubrique est encore accentuée par l'incitation à l'envoi de courrier et la présence d'une rubrique entièrement dédiée aux réponses aux courriers de lectrices. L'idée selon laquelle la rubrique serait consacrée aux femmes est d'ailleurs appuyée par Manélee elle-même, dans son premier éditorial au titre évocateur (« Soyons entre nous ») qu'elle commence en précisant : « Eh bien ! puisque *BINGO* nous fait la gentillesse de nous laisser entre femmes, profitons-en ! ». Après avoir remercié les hommes de *Bingo* pour cette place octroyée, la chroniqueuse propose aux lectrices une sorte de salon, dans lequel elles pourront « [traiter] de tous les sujets proprement féminins », à l'instar d'amies qui se retrouvent. Il est assez intéressant de remarquer que Manélee utilise très régulièrement dans son éditorial, l'adjectif « petite » (« les petits services que notre conditions de femme nécessite », « nos petites expériences », « nos petits conseils », « notre petite communauté féminine », « parler réellement ensemble de nos petites affaires »). A l'instar de la taille de la rubrique au départ, les préoccupations féminines semblent donc prendre une « petite » place, dans le magazine, terme pour le moins significatif : il faut comprendre que la taille de la rubrique est proportionnelle à l'ampleur des problèmes proprement féminins, moins importants que les autres sujets traités dans le magazine.

Les prochains numéros suivent ainsi la dynamique engagée et Manélee répond à des courriers de lectrices à propos des difficultés liées au travail ménager – au n°76 une très jeune femme déclare « qu'harcelée par des soucis ménagers comme nous en connaissons toutes, elle ne parvient pas toujours à accomplir tous ses devoirs d'épouse et de mère avec la joie qu'elle désirerait y apporter¹⁸³ » – ou bien de l'éducation des enfants – au n° 78 l'amour et l'enseignement maternel doivent « former les bases mêmes de [l']éducation morale » : « C'est d'abord à nous de faire de nos enfants les hommes de demain. C'est à nous de les éduquer en fonction d'une Africaine moderne et de faire en sorte de les rendre, non pas victimes de la

¹⁸² *Bingo*, n°75, avril 1959, p. 1.

¹⁸³ *Bingo*, n°76, mai 1959, p. 11.

civilisation, mais conscients de leur pouvoir et de leur force et sachant se servir pour leur bien de la civilisation¹⁸⁴ ».

D'autres rubriques viennent compléter par la suite la page « Pour vous Madame ». D'abord « Votre beauté », tenue par Noema (remplacée par Akissi à partir du n° 123) et « La mode » tenue par Claudia. Encore une fois, ces rubriques sont envisagées comme répondant à un manque exprimé par les lectrices féminines de *Bingo* :

Amies lectrices, vous avez souvent regretté que votre revue ne consacre guère ou pas de place du tout aux problèmes féminins. Cette lacune est maintenant comblée ! désormais vous trouverez, dans chaque mois, des pages réservées aux soins de beauté et à la mode¹⁸⁵.

Aux côtés de ces rubriques mode et beauté présentes chaque mois, on retrouve également, de manière moins régulière, des pages consacrées à la santé, l'éducation ou bien l'entretien de la maison.

A partir de l'année 1964, les pages féminines s'étendent encore et deviennent un véritable magazine, intitulé « Pour vous Madame » et accompagné d'une tribune, la « tribune de Madame Bingo ». Celle-ci est également introduite par une présentation qui insiste particulièrement, encore une fois, sur le besoin auquel entend répondre cette nouvelle rubrique :

Voici que nous ouvrons ce que vous attendiez depuis longtemps : une tribune. Nous allons pouvoir parler maintenant de nos problèmes de femmes, d'épouse, de mère, et du rôle que dans nos sociétés il nous appartient de jouer. Nous le savons, nous en sommes conscientes : être Africaine en 1964, c'est vivre plusieurs siècles à la fois. Cela nous crée des problèmes complexes que nous nous proposons de débattre ici en commun. Chaque femme africaine, petite ou grande, jeune ou plus âgée, pourra grâce à cette tribune, exposer ses difficultés, ses craintes, ses espoirs. Cette tribune est la nôtre et elle sera ce que nous voudrons en faire¹⁸⁶.

Celle-ci met donc surtout en valeur le « rôle » des femmes dans la société et l'expression « vivre plusieurs siècles à la fois » vient renforcer l'idée de l'entrée dans un monde considéré comme « moderne », qui s'opposerait à un monde plus ancien ou traditionnel, dans lequel les femmes sont particulièrement impliquées. L'entrée dans une nouvelle décennie (les années 1960) est perçue comme un enjeu, un tournant dans la vie des femmes, et le magazine féminin entend être un appui pour ces dernières, à travers cette tribune notamment. On retrouve donc dans ce « magazine dans le magazine » toutes les rubriques spécifiquement destinées aux femmes, parfois déjà existantes, rassemblées sur les mêmes pages. Autour de la « tribune de

¹⁸⁴ *Bingo*, n°78, juillet 1959, p.27.

¹⁸⁵ *Bingo*, n°98, mars 1961, p. 33.

¹⁸⁶ *Bingo*, n°133, février 1964, p. 30.

Madame Bingo », la mode, la beauté, une page pour les enfants et des conseils de santé viennent constituer un petit magazine. Y sont aussi présentes les « nouvelles féminines », ou « actualités féminines » ainsi que les articles sur la participation de la femme dans la vie économique¹⁸⁷, la promotion féminine¹⁸⁸ ou bien les métiers féminins¹⁸⁹.

Ce magazine prend à partir de juillet 1970 le nom de « Madame Afrique » et regroupe tous les éléments concernant les femmes. Il est aussi différencié du reste de *Bingo*, par la typographie et la couleur des pages. Les rubriques y sont présentées comme appartenant explicitement au magazine féminin grâce à des sous-titres (« Madame Afrique enquête », « Madame Afrique métier », ...). A partir du n°300 apparaît une rubrique « Madame Afrique répond », dans laquelle la responsable du magazine féminin répond aux questions de ses lectrices et lecteurs.

Ainsi, au fil des années, *Bingo* a intégré de plus en plus de pages exclusivement dédiées à son lectorat féminin, invoquant un besoin exprimé par les lectrices. Ces pages s'étendent au point de devenir un véritable « magazine dans le magazine », tenu et incarné par une figure féminine qui semble jouer un rôle important pour le lectorat et dont il sera question dans une troisième partie.

1.3. AWA est « votre revue » : la naissance du premier magazine féminin africain.

« AWA, la revue de la femme noire » est considérée comme la première revue féminine africaine et semble donc ouvrir la brèche d'une nouvelle cible médiatique. Déjà les revues culturelles et les journaux africains adressaient certaines de leurs pages aux problématiques féminines, comme on peut le voir avec *Bingo*. Mais, si le lectorat féminin était envisagé par les magazines comme *Bingo* ou *La vie africaine*, il restait globalement sous-représenté, ainsi que l'expliquent Claire Ducournau et Ruth Bush dans une étude sur le lectorat des trois magazines¹⁹⁰. De plus, la présence sur le continent de journaux et magazines féminins européens, témoigne de l'intérêt porté envers ce type de publication (nous avons vu plus haut que le magazine *ELLE* notamment, y était distribué). Aussi, AWA semble-t-elle

¹⁸⁷ Voir par exemple : « Une chance supplémentaire pour la femme africaine et malgache dans la vie économique », *Bingo*, n°137, juin 1964, p. 39.

¹⁸⁸ Voir par exemple : « promotion féminine en République arabe unie », *Bingo*, n°139, août 1964, p. 44.

¹⁸⁹ Voir par exemple : « Un métier de femme : juge pour enfants », *Bingo*, n°142, novembre 1964, p. 51.

¹⁹⁰ Ducournau Claire et Bush Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

répondre à un besoin, une demande, comme le laisse entendre le premier éditorial du magazine (« Il est relativement facile de faire « sortir » un journal, surtout – comme c’est le cas pour notre revue – lorsque le besoin s’en fait sentir¹⁹¹ ») et nous confirment les courriers de lectrices¹⁹², ainsi que les mots du ministre de l’information lors de la soirée de lancement du magazine, retranscrits dans le deuxième numéro d’AWA. « La presse féminine africaine » y est présentée comme « [venant] au monde auréolée d’espoir », « messagère de foi » et « porteuse de vie¹⁹³ ».

De même que les pages féminines de *Bingo* se présentaient comme des espaces consacrés, et même réservés, aux femmes, présentant un « entre-soi », une sorte de salon féminin dans la maison masculine, « AWA » se veut aussi un espace de rencontre confortable. Le premier éditorial de la revue, qui pose la question « que sera AWA ? » explique que le magazine « se propose d’être simplement une raison de nous rencontrer, de nous retrouver pour mieux nous connaître, nous apprécier, nous femmes d’Afrique, femmes du monde entier¹⁹⁴. »

Le magazine entend en effet être un magazine collaboratif, de discussion, de réflexion, et dans lequel les lectrices sont amenées à jouer un rôle majeur. Le nom de la revue lui-même n’est d’ailleurs pas innocent. En choisissant le sous-titre « la revue de la femme noire » (et non par exemple : « pour la femme noire »), l’équipe de rédaction insiste implicitement sur le fait que le magazine appartient aux lectrices : elles ne sont pas uniquement les réceptrices de celui-ci, mais sont appelées à y contribuer activement. Ainsi, au fil des pages de la revue, de nombreux encarts invitent ces dernières à participer à la revue, par l’envoi de contenus photographiques, textuels ou de courriers. Ces derniers reprennent à chaque fois le même slogan, dans un ordre parfois changeant. La première occurrence apparaît au quatrième numéro de la revue, page 38 :

¹⁹¹ « Réflexion », AWA, n°1, janvier 1964, p. 3.

¹⁹² Jacqueline Ki-Zerbo l’exprime dans le troisième numéro de la revue (« Bravo ! Vous avez réalisé ce que toutes les Africaines attendaient ! »).

¹⁹³ « « AWA » à l’honneur », AWA, n°2, février 1964, p.7.

¹⁹⁴ « Réflexion », AWA, n°1, janvier 1964, p. 3.



Le ton employé est donc particulièrement engageant, grâce à l'utilisation des impératifs qui invitent les lectrices non seulement à lire la revue, mais également à la diffuser, et surtout à y participer. L'accent est mis à chaque fois sur le pronom possessif : « AWA est votre revue » (je souligne), qui insiste sur le caractère participatif et collaboratif du magazine. Celui-ci est d'ailleurs mis en avant à plusieurs autres endroits de la revue, et notamment dans les rubriques où on retrouve des courriers de lecteurs. Ainsi peut-on lire dans le troisième numéro du magazine, dans la rubrique boîte aux lettres, un message de la rédaction, ravie d'avoir reçu de nombreux courriers de la part du lectorat. Y est ajoutée une invitation à participer à l'évolution du magazine :

Soutenir « AWA », faire d'elle ce qu'elle doit être, constitue une tâche à laquelle toute bonne volonté est conviée. La contribution de l'équipe fondatrice, des correspondants et des lecteurs forme un ensemble indissociable œuvrant pour le rayonnement des idées développées dans « AWA, revue de la femme noire¹⁹⁵ ».

Les lectrices sont ainsi présentées comme parties intégrantes de l'équipe, lancées dans l'aventure de ce nouveau magazine, comprises dans un « ensemble indissociable ». L'avis du lectorat sur certains sujets est d'ailleurs parfois demandé explicitement, comme dans le douzième numéro, où à la suite d'une tribune d'Amadou Samb (alors directeur de l'enseignement du premier et du second degré au Sénégal) sur le féminisme (« Libres propos : que penser du féminisme ? »), un encart s'adresse aux « amies lectrices » et aux « chers lecteurs » :

Nous aimerions avoir votre avis sur les questions qui sont présentées dans cette page ce n'est que par un large échange de vues que nous arriverons à situer notre action¹⁹⁶.

Certains courriers de lectrices nous montrent que celles-ci répondent d'ailleurs à cette demande, ainsi que l'on peut voir dans le dixième numéro, page 29, dans un courrier de lectrice (« Une voix togolaise ») dans lequel Marguerite Trenou (présidente de l'Union Nationale des femmes togolaises) témoigne de sa « modeste contribution à votre

¹⁹⁵ AWA, n°3, mars 1964, p. 34.

¹⁹⁶ AWA, n°12, mars 1965, p. 33.

encouragement et au rayonnement » du magazine. Pour cela, elle entend en faire la promotion auprès des femmes togolaises de son entourage et de mettre à contribution les anciennes normaliennes de Rufisque¹⁹⁷ « en vue d'une large diffusion de la Revue parmi les femmes fonctionnaires de notre capitale et des principaux centres de l'Intérieur, et de susciter en elles le désir de devenir vos correspondantes ». AWA remercie dans sa réponse la « participation active des femmes et des hommes de bonne volonté ». Au moment de la réédition de la revue, en 1973, c'est d'ailleurs cet aspect participatif qui est mis en avant dans un courrier de Marie Louise Acogny. Revenant sur l'échec de la revue¹⁹⁸, celle-ci rappelle la responsabilité des lectrices : « vous n'avez pas su lutter ; et nous – les lectrices – n'avons pas été assez vigilantes pour la soutenir. » et propose une véritable contribution à la revue, par « l'envoi régulier de recettes de cuisines savoureuses, faciles à réussir et aussi des petits « trucs » de bricolage domestique très utiles pour la maison. ». Elle ajoute également que « Dès la parution du premier numéro [elle enverra] une liste d'abonnées »

Ainsi, les lectrices d'AWA contribuent-elles à la revue non seulement par des courriers, mais également par l'envoi de contenu telles qu'ici des recettes de cuisine. Les pages « mode » et « beauté » sont également des rubriques participatives. Ainsi, dans le première page « mode » du magazine, la rédaction s'adresse à ses « lectrices-amies » :

Cette page vous est particulièrement réservée. Envoyez-nous des photos pour faire connaître vos costumes, vos coiffures¹⁹⁹ !...

Derrière cette demande, on perçoit la volonté de recevoir de la part des lectrices des photographies de femmes africaines qui puissent représenter une certaine image de la femme : moderne et élégante, à l'instar des Sénégalaises présentées dans le premier numéro (Figure 10). Cette demande est suivie, puisque tous les numéros d'AWA comportent bien des pages de présentation de mode et de coiffure avec des photographies envoyées par des lectrices. Le magazine apparaît donc comme le lieu d'expression et de discussion des femmes africaines entre elles qui partagent leurs tenues, offrent des idées aux lectrices et une visibilité de la mode africaine, sans considérations nationales. Dans le septième numéro, un concours de photographies est d'ailleurs lancé par le magazine et on retrouve dans les numéros suivants les photographies des candidates.

¹⁹⁷Pour en savoir plus sur l'école normale de Rufisque lire Barthélémy Pascale, « Instruction ou éducation ? La formation des Africaines à l'École normale d'institutrices de l'AOF de 1938 à 1958 », *Cahiers d'études africaines*, 169-170, 2003, 371-388.

¹⁹⁸On rappelle que le magazine, en raison de difficultés financières notamment, s'arrête à la fin de l'année 1964 pour reprendre en 1973.

¹⁹⁹AWA, n° 1, janvier 1964, p.10.

Si l'ambition « collaborative » du magazine semble correspondre aux attentes des lectrices, et si elle semble globalement répondre aux demandes de la rédaction, certains indices laissent à penser que leurs retours se font parfois attendre, par opposition – étonnamment – à ceux des lecteurs. Ainsi dans le septième numéro de la revue, après la publication d'une lettre de lecteur, on peut retrouver une note de la rédaction :

Nous remercions les lecteurs qui ont bien voulu prendre sur leur temps, pour nous écrire leurs critiques, nous prions les lectrices de nous donner leur avis sur cette revue – qui est la leur – d'une manière plus détaillée qu'elles ne l'ont faite [*sic*] jusqu'ici²⁰⁰.

Cette remarque est significative et permet d'illustrer certaines dynamiques du magazine et de son lectorat, que Claire Ducournau (2019) a mis en lumière : « si les femmes sont continûment présentes, elles doivent affronter [dans la rubrique courrier] une concurrence accrue de la part des hommes. » Les lettres des hommes s'y font de plus en plus nombreuses et sont particulièrement mises en valeur, via des publications dans « la lettre du mois », et des réponses poussées de la part de la rédaction.

Ainsi, la création d'AWA semble répondre à une demande et un besoin de la part de lectrices féminines d'avoir un espace qui leur serait consacré, dont on a pu percevoir l'apparition dans *Bingo*. AWA va plus loin puisqu'elle est une revue entièrement consacrée aux femmes (bien qu'en pratique, de nombreux hommes y participent²⁰¹) et que son caractère indépendant lui donne une ambition plus collaborative. Ce sont les lectrices, par leurs abonnements et par l'envoi de contenu, qui font véritablement vivre le magazine – même si, nous l'avons vu, les lecteurs participent également à cette dynamique.

1.4. L'émergence de nouvelles revues dans ce sillage

La cible médiatique féminine visée par AWA suscite également l'intérêt de Michel de Breteuil et mène à la création d'un mensuel féminin à destination des femmes noires francophones : *Amina*. Celui-ci se présente d'ailleurs plutôt dans la lignée du magazine *Bingo*. Jennifer Bajorek (2020) note que le magazine était particulièrement marqué par le mélange d'articles couvrant des questions politiques et sociales avec des sujets beaucoup plus légers (mode, stars de cinéma, ...) et lié à des campagnes publicitaires. Selon elle, ce mélange était si efficace, que Michel de Breteuil a décidé de lancer *Amina*, un magazine rassemblant ces

²⁰⁰ AWA, n°7, septembre 1964, p. 31.

²⁰¹ Ducournau Claire « 'Boîte à lettres' et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA », *Etudes Littéraires africaines*, 47, juin 2019.

ingrédients, mais destiné aux femmes²⁰². Le succès des rubriques féminines de *Bingo* a d'ailleurs sans doute joué en ce sens. Il est cependant intéressant de noter que Michel de Breteuil a proposé à Annette M'Baye d'Erneville, en 1972, de racheter AWA, témoignant de l'intérêt de l'homme d'affaire pour ce mensuel, ce que l'équipe éditoriale a refusé. La directrice du magazine évoque ce sujet dans une interview donnée dans *Amina*, en juillet 1975 :

Paradoxalement, ce sont ces difficultés financières d'Awa qui ont permis à *Amina* de voir le jour. D'ailleurs, Monsieur de Breteuil a voulu racheter notre titre, mais nous n'avons pas accepté de le vendre, car Awa était pour nous un symbole. C'est ainsi que nous avons périclité faute de moyens²⁰³.

Ainsi, le lancement d' *Amina* est-il intrinsèquement lié à la fois à l'élargissement du magazine féminin de *Bingo* et à la création réussie d'AWA. *Amina* est donc un magazine entièrement féminin, qui, contrairement à AWA, bénéficie de fonds monétaires lui permettant de perdurer. Sa création intervient après que le groupe de Breteuil ait lancé plusieurs titres féminins (*Awoura* en Côte d'Ivoire, *Akouavi* au Bénin et au Togo, *Wife* au Cameroun, *Mwasi* au Congo, ...). La SAPEF²⁰⁴ fusionne l'ensemble de ces publications en 1972 au sein d'une seule, *Amina*, éditée au Sénégal mais qui continue d'être diffusée dans plusieurs pays francophones. Ces cinq revues font d'ailleurs l'objet d'un article dans le n° 239 de *Bingo* : « 5 nouveaux magazines pour la femme d'Afrique », qui témoigne du succès de ces publications :

Il y a quelques mois paraissait le premier numéro de la revue Photo-Roman « *Amina* ». L'accueil qui fut réservé à cette nouvelle formule de publication fut tel que, très rapidement, cette publication évolua pour devenir ce qu'elle est désormais, dans un certain nombre de pays. C'est-à-dire un véritable magazine en couleurs de la femme²⁰⁵.

L'article présente ensuite les différentes éditions de ce magazine ainsi que les directeurs de chacune d'elles, les présentant comme une « équipe dynamique au service des femmes d'Afrique » et rappelant qu' « en s'exprimant elles-mêmes sur leurs propres problèmes [les femmes] ouvrent une ère journalistique nouvelle ». Ces nouvelles publications semblent donc se faire le symbole d'une certaine forme de modernité médiatique liée à un nouveau type de public et de lectorat – féminin – dont on peut comprendre, au vu du contenu de la revue *Amina*, qu'il représente à la fois une cible médiatique, mais également économique.

²⁰² Bajorek Jennifer, *Unfixed. Photography and Decolonial imagination in West Africa*, Duke University Press, 2020, p. 223-224.

²⁰³ Aliane, « Mme Mbaye d'Erneville, Directrice des programmes à l'Office de Radiodiffusion du Sénégal », *Amina*, 83 (July 1975), 21-23, <http://aflit.arts.uwa.edu.au/AMINAMbayedErneville.html>, consulté le 5 mars 2019.

²⁰⁴ La SAPEF (Société africaine de publicité et d'édition fusionnée) est le groupe de presse créé par Michel de Breteuil.

²⁰⁵ « 5 nouveaux magazines pour la femme d'Afrique », *Bingo*, n°239, décembre 1972, p.80.

Amina représente ainsi, à partir des années 1970, la démocratisation et la généralisation d'une presse féminine francophone s'adressant aux femmes noires. L'entreprise est une réussite et semble donc répondre à une véritable demande. Cependant, il convient de rappeler que les modalités d'édition sont bien différentes de celles de la revue *AWA*. Alors que celle-ci est une revue fermement indépendante, produite à Dakar par et pour des femmes noires, *Amina* est dirigée par des hommes et correspond à une dynamique néocoloniale, appartenant au groupe de presse de Breteuil et financièrement très dépendante (la part des publicités dans *Amina* étant au moins deux fois supérieure à celle d'*AWA*).

2. « Femmes, écoutez²⁰⁶ » : des émissions radio destinées à un auditoire féminin

Dans la même dynamique, les nouveaux médias émergeant durant la période, et notamment la radio, entendent s'adresser à un public féminin et toucher les auditrices à travers des émissions conçues spécialement pour elles. L'objectif est alors d'utiliser ces nouveaux outils médiatiques, plus accessibles, afin de toucher une plus large communauté de femmes.

2.1. L'évocation des émissions féminines dans les magazines

La lecture des deux revues étudiées nous indique à plusieurs reprises l'existence d'émissions destinées aux femmes dans les stations de radio africaines.

Bingo consacre de nombreux articles aux avancées de la radiodiffusion sur le continent et plusieurs rubriques sur les émissions proposées dans les différentes stations – émissions très souvent produites par la SORAFOM, puis par l'OCORA, à l'instar de « Ici Paris, courrier africain²⁰⁷ », puis de « Contact Magazine²⁰⁸ » ou bien de « Rythmes à tout vent²⁰⁹ ». Parmi les émissions présentées, le magazine s'intéresse parfois à celles dédiées aux femmes. Ainsi le n° 67 de *Bingo* présente « Ici... Radio Congo belge » et évoque le développement des émissions africaines, notamment avec l'émergence d'émissions en langues africaines. L'article introduit ensuite, avec des photographies légendées, trois émissions de la RCBC²¹⁰ : « L'heure des enfants », « La femme congolaise » et « L'heure de la femme²¹¹ ». La présence de deux

²⁰⁶ En wolof « Jigeen ñi degluleen ». Début du générique du « Magazine de la femme en wolof » de Radio-Sénégal, en 1970.

²⁰⁷ Voir par exemple : « Ici Paris, Courrier africain », *Bingo*, n°97, février 1961, p. 25

²⁰⁸ Voir par exemple : « Contact Magazine », *Bingo*, n°134, mars 1964, p. 53.

²⁰⁹ Voir par exemple : « Rythmes à tout vent », *Bingo*, n°135, avril 1964, p. 65.

²¹⁰ Radio Congo-Belge.

²¹¹ Pour en savoir plus sur la Radio Congo Belge, lire Grabli Charlotte, « La ville des auditeurs : radio, rumba congolaise et droit à la ville dans la cité indigène de Léopoldville (1949-1960) », *Cahiers d'études africaines*,

émissions féminines témoigne d'un réel intérêt des auditeurs pour ces dernières. Le magazine insiste également sur celui-ci et surtout sur l'aspect participatif de ces émissions (« nombreuses sont les femmes congolaises qui participent aux émissions [...] Ainsi partagent-elles leurs expériences avec toutes les autres femmes »). Le contenu des émissions n'est pas décrit de manière précise, mais ses auditrices sont présentées comme des « ménagère[s] » et des « mère[s] de famille » et l'émission « la femme congolaise » est introduite ainsi :

L'émission consacrée à la femme congolaise est à la fois éducative et récréative. Diffusée cinq fois par semaine, en français et dans les quatre langues du pays, elle traite plus particulièrement des activités ménagères et familiales, de l'éducation des enfants. Une place est également laissée à la musique et aux causeries²¹².

L'association de l'éducation et de la récréation reprend les ambitions habituellement imputées à la radio, mais cette fois à l'adresse des femmes. Ainsi, si les émissions traditionnellement masculines (non genrées en réalité, mais implicitement plutôt destinées aux hommes) offrent des connaissances culturelles et littéraires, le caractère éducatif des émissions féminines concerne des savoirs pratiques liés à l'entretien de la maison.

Ce type d'émissions, assez novateur dans les années 1950 dans la colonie belge, semble connaître également un essor dans les années 1960 dans les pays francophones nouvellement indépendants. En témoigne, en 1970, un article de *Bingo* consacré à la créatrice du « Magazine de la femme en Ouolof », qui n'est autre qu'Annette Mbaye d'Erneville, la directrice d'AWA, alors devenue directrice des programmes de Radio-Sénégal. Il s'agit donc d'une émission en wolof, ayant lieu tous les lundis soir à 21h10 et dont le générique s'intitule : « Jigeen ñi degluleen ! ... Wakhetane-vi Yeena ko Mom ! » (« Femmes, écoutez !... Cette causerie vous est destinée »). Cet intitulé n'est pas sans rappeler le ton des publicités d'AWA dans l'emploi de l'impératif (« Lisez ») et l'utilisation de la deuxième personne (« votre revue »). En revanche, l'émission semble s'adresser à un public différent, plus populaire sûrement, puisqu'il s'agit d'une émission de radio, d'abord, mais également puisqu'il est diffusé en wolof.

S'il apparaît difficile de connaître le contenu des émissions de ce magazine féminin²¹³, on peut imaginer qu'il est relativement semblable à celui des revues, traitant de

2019/1 (n° 233), p. 9-45. DOI : 10.4000/etudesafricaines.25229. URL : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-d-etudes-africaines-2019-1-page-9.htm>

²¹² « Radio-Congo-Belge développe ses émissions africaines », *Bingo*, n°67, août 1958, p. 15.

²¹³ Je n'ai, dans les sources que j'ai étudiées, trouvé aucune information plus précise sur le contenu de l'émission. La possibilité de pouvoir accéder aux enregistrements de celle-ci n'est pas exclue mais s'avère sûrement complexe, et une étude poussée de ces émissions nécessite d'être effectuée par un locuteur wolof. Pour en savoir plus sur le système de préservation et de numérisation des archives de la radiotélédiffusion, voir les

problématiques proprement féminines (maternité et éducation des enfants, promotion féminine, mode, beauté et gestion du foyer). Un élément de l'article de *Bingo* sur le sujet nous laisse cependant deviner que le ton adopté par « Tata Annette » (surnom d'Annette Mbaye d'Erneville), est assez proche de celui adopté dans certains éditoriaux et tribunes d'AWA, qui s'engage, selon le premier éditorial, à « être le miroir impitoyable qui, sans les grossir, nous montrera [les] faiblesses, [les] maladresses » des femmes. En effet, *Bingo* nous laisse apercevoir, au début de son article sur Madame Mbaye un extrait de ses paroles dans l'émission :

Rares sont les femmes qui, à Dakar, n'ont pas de voitures. Ce phénomène illustre parfaitement la tendance des Sénégalaises à préférer les choses artificielles au confort domestique²¹⁴.

Cette courte citation, est présentée comme un « réquisitoire » dont Jos-Blaise Alima, le rédacteur de l'article, souligne le paradoxe, puisqu'il est adressé par une Sénégalaise elle-même. Il semble cependant tout à fait correspondre au ton, parfois critique, employé dans la revue AWA qui s'engage à promouvoir l'émancipation féminine, tout en appuyant sur les responsabilités féminines et en mettant en garde contre la frivolité. Cet extrait rappelle aussi l'importance du rôle des femmes dans la sphère domestique, rôle particulièrement mis en avant dans les contenus médiatiques destinés au lectorat et à l'auditoire féminin.

Les liens entre le magazine et la radio se ressentent d'ailleurs à la lecture d'AWA. Certains courriers de lecteurs nous apprennent en effet que le contenu éditorial du magazine a pu être repris dans le cadre d'émissions de radio destinées aux femmes. Mademoiselle Marie Ange Denis Malaquin, infirmière de Ouagadougou, par exemple, écrit une lettre, publiée au septième numéro de la revue et expliquant :

Le dimanche matin je présente le magazine de la femme à la « B.H.V. » Le 31 mai, jour de la fête des Mères, je me suis permise de lire un de vos poèmes, d'Emile Lecoutre Malaquin intitulé : « Si toutes les mamans du monde... » Evidemment, je n'ai pas omis de dire qu'il était extrait de la revue « Awa ». Serait-il possible que de temps en temps, je me permette d'utiliser quelques-unes de vos rubriques pour les présenter à la Radio tout en mentionnant qu'elles sont extraites de votre journal ? je pense que c'est une façon de le faire connaître à toutes les voltaïques. D'avance je vous en remercie²¹⁵.

La rédaction d'AWA répond de manière positive et enthousiaste (« C'est évidemment avec plaisir que nous vous permettons de diffuser des extraits de la Revue dans vos émissions ») et en profite pour demander aux « amies voltaïques » d'envoyer « des textes et surtout des

travaux de Flora Losch : Losch, Flora, « Preserving Public Broadcasting Archives in the Digital Era: Circulatory Stories and Technologies, the Digital Turn, and the Return of the Past in West Africa », *History in Africa*, 47, 219-241. 2020. doi:10.1017/hia.2020.2.

²¹⁴ *Bingo*, n° 209, juin 1970, p. 50.

²¹⁵ AWA, n° 7, septembre 1964, p. 33.

photos de scène de vie, de folklore » et des « suggestions ». Cette discussion donne ainsi l'impression d'un échange de bons procédés, d'une promotion mutuelle, et d'une entraide en termes de création de contenus. Les rubriques publiées dans *AWA* intéressent les auditrices des émissions féminines et ces dernières pourraient souffler des idées à la revue. Le même procédé semble être utilisé par diverses radios, y compris au Sénégal, comme en témoigne un courrier d'Alioune Fall, directeur de radio Sénégal, au n°9 de la revue :

Mesdames,

J'ai l'honneur de vous informer de notre intention d'inaugurer à partir de jeudi 15 octobre une série d'éditions spéciales du Journal Parlé. Vous trouverez ci-joints tous les renseignements concernant des éditions spéciales. J'espère pouvoir compter sur votre collaboration et je vous demande de bien vouloir nous envoyer régulièrement vos publications et nous donner l'autorisation d'exploiter vos articles susceptibles de faire l'objet d'éditions spéciales. Vos agents, auteurs de ces articles, ainsi que votre publication, seront naturellement cités²¹⁶.

Par son contenu, la revue semble donc susciter l'intérêt de plusieurs radios. Contenu qui peut être porté par les animatrices elles-mêmes – dont on comprend alors qu'elles bénéficient d'une certaine liberté sur le contenu qu'elles proposent aux auditrices – ou bien par le personnel de direction, à l'instar d'Alioune Fall, ce qui témoigne de décisions prises dans les lieux de pouvoir et donc, en quelque sorte, du crédit donné à la revue (ainsi que de sa diffusion dans des sphères socialement élevées).

2.2. L'influence de la coopération française : les cahiers sonores « Femmes d'Afrique ».

Si les magazines nous permettent d'attester de l'existence et de l'intérêt pour les émissions féminines dans les programmes des diverses stations radio des pays francophones, ainsi que sur les liens concrets qui peuvent exister entre les milieux de la presse magazine et de la radiodiffusion, ils restent des sources peu précises sur la production et le contenu de telles émissions.

Aussi est-il particulièrement intéressant de se plonger dans les archives de la SORAFOM et de l'OCORA, organismes de la radiodiffusion française destinés à l'accompagnement des stations de radio africaines, qui proposent notamment du contenu pour les producteurs et animateurs locaux, et dont les objectifs – en particulier concernant les émissions féminines – sont particulièrement parlants.

²¹⁶ *AWA*, n°9, novembre 1964, p. 36.

La SORAFOM avait déjà engagé en 1958 des « documentations pour les femmes », mais le projet d'un véritable « magazine de la femme » est mis en place par l'OCORA à partir de 1963, avec la création d'une série de « Cahiers sonores » intitulée « Femmes d'Afrique ». Il s'agit de documents dont le but est de faciliter le travail des producteurs de radio locaux. Une enquête a donc été menée auprès « d'une trentaine de stagiaires qui suivent les cours de l'Union féminine civique et sociale²¹⁷ ». L'objectif annoncé d'un tel programme – qui est, selon la SORAFOM « demandé par de nombreuses stations²¹⁸ » – est d'« aider les femmes à s'initier progressivement à la vie moderne, à être informées régulièrement des sujets qui les préoccupent ou simplement les intéressent²¹⁹ ». Les réalisateurs de la SORAFOM proposent ainsi différents types de rubriques, parmi lesquelles :

- Puériculture – hygiène
- Aménagement de la maison – comment recevoir
- Alimentation – économie domestique – une recette africaine – une recette française
- Rubrique éducative portant sur : psychologie – rapports familiaux mari-femme, beauté, maintien, bonnes manières, instruction civique
- Conte : en rapport avec la rubrique éducative
- Courrier²²⁰

La première série des cahiers sonores « femmes d'Afrique » est donc réalisée en 1963, sous la direction de Jacqueline Sorel²²¹, à destination des animatrices des émissions féminines des radios africaines. Leur création a fait l'objet d'enquêtes préalables auprès des stations africaines (en 1961 et 1962) afin d'en déterminer les thèmes, puis les animatrices ont été interrogées en décembre 1964 pour adapter les cahiers sonores à leurs besoins et une nouvelle série est créée en 1964. Les cahiers sont au nombre de dix numéros par an et se poursuivent de 1963 à 1968. La présentation de ces séries de cahiers sonores indique également qu'elle « vise à la promotion de la femme, en la préparant à animer la vie familiale et à former les hommes de demain²²² ».

Ainsi, au regard du type de thématiques proposées pour la création d'une émission féminine, ainsi que des objectifs affichés des séries « femmes d'Afrique », on comprend que le « magazine féminin » de la radio entend embrasser les mêmes objectifs que celui de la presse magazine et vise une cible médiatique féminine en mettant en valeur les idéaux de

²¹⁷ *Ibid*

²¹⁸ *Ibid*

²¹⁹ *Ibid*

²²⁰ *Ibid*

²²¹ Jacqueline Sorel : chargée de production pour la SORAFOM puis RFI.

²²² « Présentation des cahiers Femmes d'Afrique », outil de travail du centre de documentation de RFI, vers 1980-1981, Archives nationales de Pierrefitte, fonds Culture ; Radio-France (1948-1997), n°20060371 , carton 14.

promotion féminine et de modernité. En témoigne également la présentation du dossier « femmes d’Afrique » :

« La promotion de la femme est l’un des grands thèmes de la vie politique, économique et sociale des pays d’Afrique et de Madagascar.
Un peu partout, en effet, on admet que l’élément féminin ne saurait être tenu à l’écart de la vie nationale. N’est-ce pas à la femme que revient la double charge d’animer le milieu familial et de former les hommes de demain ?
Ces idées essentielles ont présidé à la confection de cette nouvelle série de cahiers sonores « femmes d’Afrique²²³ »

Il convient cependant de noter que, alors que les revues s’adressent à des femmes qu’ils envisagent déjà comme modernes, ces cahiers sonores semblent considérer un rôle particulièrement éducatif de la radio, avec comme ambition affichée de « moderniser » les auditrices. Peut-être est-ce dû au différent type de public touché par ces médias. En effet, la presse magazine et les revues étudiées précédemment touchent, déjà, un lectorat considéré comme « moderne », puisque plutôt citadin, maîtrisant le français à l’oral et à l’écrit, et faisant partie d’un milieu socio-culturel relativement favorisé. Les stations de radio s’adressent à un public différent, puisque l’écoute de la radio ne nécessite pas forcément l’alphabétisation, et que certaines stations de radio proposent alors des émissions en langues vernaculaires. Aussi, les cahiers sonores « femmes d’Afrique » sont-ils adressés à différents types d’auditoires, ainsi qu’il est expliqué dans le dossier de présentation du cahier n°13, qui entame une nouvelle version des cahiers :

« Chaque cahier sera divisé en trois parties correspondant aux trois catégories fondamentales d’auditoires qu’il semble possible de distinguer.
Ainsi les sujets retenus pour l’auditoire n°1 – auditoire de langue vernaculaire – ont trait aux devoirs civiques et sociaux de la femme en milieu rural.
Pour l’auditoire n°2 – auditoire constitué par des populations urbaines n’ayant qu’une connaissance limitée du français et du monde moderne, les textes du cahier traitent les problèmes d’éducation des enfants et suggèrent quelques idées pour l’amélioration des conditions de vie.
Enfin, les textes prévus pour l’auditoire n°3 intéressent les élites appelées à jouer un rôle déterminant dans la société. A l’intention de cet auditoire, il a été prévu des sketches montrant un couple face aux problèmes de la vie quotidienne et une enquête sonore sur la femme dans le monde moderne.
Cette nouvelle série de cahiers propose un ensemble de programmes qui peuvent se prêter à des utilisations multiples suivant les intentions du programmeur. Ainsi il est possible d’intégrer dans une même émission des textes destinés à des auditoires différents²²⁴. »

Les manières de présenter ces différents types d’auditoires (« femme en milieu rural », « populations urbaines n’ayant qu’une connaissance limitée du français du monde moderne » et « élites appelées à jouer un rôle déterminant dans la société ») sont particulièrement

²²³ *Ibid.*

²²⁴ Cahier « femmes d’afrique » n°13, « présentation », Les cahiers sonores de l’OCORA, Novembre 1965, p. 3. Archives nationales de Pierrefitte, fonds Culture ; Radio-France (1948-1997), n°20060371 , carton 14.

représentatives de l'image des organismes de coopération français sur les femmes africaines et leur supposée modernité, l'urbanité et la connaissance du français étant perçus comme des conditions attestant du caractère plus ou moins moderne des femmes. Les objectifs visés, s'ils sont différents pour les trois auditoires, sont cependant tous liés, à la fois à la modernisation ou à l'« amélioration des conditions de vie », mais également à l'idée des responsabilités féminines dans la société (« devoirs civiques et sociaux », « éducation des enfants », « rôle déterminant dans la société »).

L'objectif de ces cahiers est donc bien d'offrir aux auditrices africaines une sorte de magazine féminin à la radio, qui les accompagnerait au mieux dans leur rôle de femme, d'épouse et de mère grâce à des éléments dits « éducatifs », sur l'éducation des enfants, la tenue du foyer, etc. mais également des conseils « pratiques » (recettes de cuisines, conseils ménagers et de beauté...), ainsi que des moments plus récréatifs (chansons, contes, ...) et informatifs (« informations et actualités »). Tous ces éléments reprennent bien le modèle des magazines féminins tels qu'AWA et les pages féminines de *Bingo*.

Il reste cependant difficile, à partir de ces carnets seuls, de savoir à quels points ceux-ci étaient utilisés – et de quelle manière – par les animatrices, ni de connaître quels types de contenus étaient favorisés. Certains indicateurs nous permettent en revanche de savoir que les cahiers de l'OCORA étaient bel et bien utilisés par les stations locales. En effet, des rapports de missions de Jacqueline Sorel dans différents pays témoignent notamment de l'intérêt des radios pour ces carnets. En 1968, par exemple, un compte-rendu de mission au Gabon rapporte les rubriques utilisées pour les émissions féminines ainsi que les souhaits émis par Radio-Gabon : recevoir certaines anciennes séries d'émissions (« une femme un pays », « une femme un métier », « la femme dans la littérature »,...), mais également « les éléments les plus variés de niveau simple et faciles à programmer » à propos de la maison, la toilette, le savoir-vivre ou les tâches ménagères, ainsi que des « petits reportages ayant pour objet des femmes résidant en France ou des événements d'actualité²²⁵ ». En revanche, un rapport de mission de M. Breton en Haute-Volta, au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Bénin, onze ans plus tard (1979), fait part du très relatif intérêt porté aux émissions féminines. On y retrouve l'analyse des réponses à un questionnaire préparé par les programmes de coopération sur les différents programmes proposés par la SORAFOM, parmi lesquels le magazine féminin. Pour l'ensemble des pays, les réponses au questionnaire témoignent du manque d'intérêt des auditrices pour celui-ci, d'une part car « les sujets traités étaient très décalés par rapport aux

²²⁵ « Utilisation des cahiers « FEMMES D'AFRIQUE » », rapport de mission de Jacqueline Sorel au Gabon, 1968. Archives nationales de Pierrefitte, fonds Culture ; Radio-France (1948-1997), n°20060371, carton 14.

réalités des femmes » du pays, mais aussi car « ces magazines sont très didactiques et ennuyeux²²⁶ ». Les programmes féminins semblent alors rencontrer moins de succès que certains autres programmes (musicaux, d'information, ou sportif, par exemple).

En prenant en compte ces éléments, la diversité des pays et des stations radio visées, ainsi qu'à la lecture des présentations d'émissions féminines dans les pages d'*AWA* et *Bingo*, on peut imaginer que ces cahiers étaient utilisés différemment par chaque animatrice, qui, semble-t-il, pouvait bénéficier d'une certaine liberté. Les cahiers étaient sans doute plus ou moins utilisés et les sujets choisis en fonction de l'auditoire. Les animatrices ne suivaient sans doute pas toujours à la lettre les propos des cahiers, mettant parfois plus en avant leurs personnalité et ajoutant à ces outils de l'OCORA des sujets construits personnellement ou bien inspirés d'autres sources (comme on a pu le voir avec la reprise d'un poème trouvé dans *AWA* par exemple), ce qui témoigne sûrement d'un décalage entre les contenus proposés par l'organisme français – et donc leurs représentations de la vie des femmes africaines et de leur « modernité » – et la réalité.

2.3. Les prémices d'émissions féminines à la télévision

L'arrivée de la télévision dans le paysage médiatique implique, elle aussi, la possibilité de l'émergence d'une nouvelle forme de magazine féminin, à la fois visuel et sonore. Tidiane Dioh (2009) explique que les balbutiements de la télévision en Afrique francophone apparaissent au début des années 1960. Ici aussi, l'influence de la coopération française est majeure, avec la création au sein de l'OCORA d'une « agence de télévision » et la mise en place d'un centre doté d'une autonomie pour la production d'émissions. Des programmes sont alors mis en place, constitués de reprises d'émissions de l'ORTF²²⁷ et d'achats de films. Cette agence ferme en 1968 avec la réorganisation de l'ORTF mais est suivie par la création d'une Direction des Affaires Extérieures de la Coopération de l'Office de radio télédiffusion français (D.A.E.C.), qui produit des programmes spécifiquement dédiés aux pays africains. Dioh note qu'en 1973, près de 10 000 heures de programmes sont envoyés à 105 pays pour diffusion et que « chaque mois, sont réalisés un magazine africain, un magazine scientifique, un magazine littéraire et un magazine féminin « Pour vous Madame » édité en plus de 180 copies, dans des

²²⁶ Rapport de mission de M. Breton en Haute-Volta, au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Bénin, du 28 janvier au 17 février 1979. Archives nationales de Pierrefitte, fonds Culture ; Radio-France (1948-1997), n°20060371, carton 14.

²²⁷ Organisme de Radio Télédiffusion français.

versions française, américaine, anglaise, arabe, brésilienne et espagnole²²⁸». Si l'on ne trouve pas écho de telles émissions dans les magazines étudiés, un télégramme envoyé par la diplomatie de Paris à certaines ambassades d'Afrique francophone (Dakar, Abidjan, Ouagadougou, Brazzaville, Kinshasa, Libreville, Tananarive) le 2 octobre 1973 indique que l'ORTF voudrait recevoir l'avis « sur l'intérêt que présentent les magazine spécifiques de télévisions produits par la D.A.E.C » dont fait partie ce « magazine de la femme ». Il est ensuite indiqué, que « leur remplacement par des productions de qualité reprises des chaînes nationales pourrait facilement être envisagé²²⁹ ».

Ainsi peut-on attester de la présence d'émissions destinées aux femmes à la télévision et de l'influence, sur ces dernières également, de la coopération française. Les informations à ce sujet restent cependant très limitées au regard des sources étudiées pour la présente recherche.

3. Injonctions à et réflexions sur la modernité

Ainsi, nous avons pu voir que les magazines féminins, sous leurs diverses formes et à travers différents supports médiatiques, éclosent, s'affirment et se multiplient entre les années 1950 et 1970. S'adressant à des publics divers, tous les magazines cependant entendent toucher une communauté de femmes vivant dans un monde présenté comme nouveau et moderne. Dès lors, le public féminin est ou bien déjà considéré comme moderne, ou bien présenté comme faisant face à une modernité auxquelles il doit s'adapter.

Les magazines présentent alors des réponses à ces différents aspects et la notion de modernité est au cœur de la plupart des thématiques abordées. Celle-ci fait cependant l'objet de diverses interprétations, laissant place à de nombreuses injonctions contradictoires. Ainsi, les lectrices et auditrices sont appelées à participer à la création de nations modernes et à la promotion féminine, en étant, tout à la fois, de bonnes épouses, de bonnes mères et – si possible – des travailleuses exemplaires²³⁰.

²²⁸ Dioh Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009.

²²⁹ Télégramme de la Diplomatie de Paris à l'adresse de l'ambassade de Dakar sur la diffusion des prestations de programmes ORTF. Archives Diplomatiques de Nantes, fond de l'ambassade de Dakar (186PO), carton 838.

²³⁰ Ces idéaux ne sont pas beaucoup éloignés de ceux promus par Germaine Le Goff, directrice de l'École Normale. Pascale Barthélémy (2010) note en effet que, « dans son esprit une femme est une épouse, une maîtresse de maison et une mère de famille et que « l'éducation ménagère, intégralement conçue en fonction d'un futur époux à satisfaire, fait partie des enseignements fondamentaux ».

Ces injonctions contradictoires sont visibles non seulement par le type de rubriques présentées dans le cadre des magazines féminins et par leurs contenus, mais également dans le cadre des publicités intégrées dans ces derniers.

3.1. Rubriques féminines et idéaux de la femme moderne

Les lectrices et auditrices féminines visées par les magazines féminins sont donc avant tout considérées comme gardiennes du foyer. Tsitsi Ella Jaji, lorsqu'elle étudie le magazine *Bingo*, remarque en effet :

Bingo's readers were both male and female, but by featuring stories about career women alongside regular columns on home care, advertising to mothers and wives, and featuring debates on modern versus traditional womanhood, it clearly appealed to constructions of femininity and women's experiences that placed women's aspirations and everyday routines at the core of negotiating the changing dynamics of the domestic sphere under the (de)colonizing process²³¹.

On retrouve effectivement dans *Bingo*, mais également dans *AWA* et dans les cahiers « Femmes d'Afrique », de nombreux articles et reportages sur la question du travail féminin, dont on a déjà pu voir en première partie qu'elle était intrinsèquement liée à une réflexion sur ce qu'était une femme moderne. Ainsi les rubriques « une femme, une silhouette » d'*AWA* présentent-elles des femmes exerçant des métiers nouveaux et modernes de la même manière que la rubrique « Madame Afrique, métiers » de *Bingo*. Le magazine féminin radiophonique « femmes d'Afrique » produit également des rubriques liées à la présentation de divers métiers : la deuxième série des cahiers radiophoniques contient une rubrique intitulée « quel est votre métier²³² ? » présentant chaque mois un type de métier considéré comme spécifiquement féminin, ou pouvant inspirer les auditrices.

Cependant, ces inspirations sont toujours accompagnées, et souvent devancées en termes de pages, par des articles bien plus pratiques ayant pour but d'accompagner les femmes dans la tenue de leur foyer. Alexie Geers explique dans sa thèse sur le magazine féminin *Marie-Claire* que « si le travail salarié des femmes semble être entré dans les mœurs et dans le modèle proposé par *Marie-Claire*, le rôle des femmes au sein du foyer prime toujours sur celui des femmes au travail²³³ ». Cette analyse me semble être valable également

²³¹ Jaji Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onookome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014, p. 113.

²³² Le nom de la rubrique change ensuite à deux reprises et devient : « quel est son métier » puis « métiers de femmes ».

²³³ Geers Alexie, *Le sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans Marie-Claire de 1937 à nos jours*, thèse à l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2016, p. 188.

pour les magazines étudiés qui, bien que mettant en valeur le travail féminin, ne cessent de rappeler leur rôle au sein du foyer. Plus loin, Alexie Geers explique que « la modernisation du foyer [...] est donc présentée comme un objectif que les femmes doivent mener à bien²³⁴ ». Cette idée de mission semble correspondre à l'idée de Tsitsi Ella Jaji évoquée plus haut : les femmes, en tant que gardiennes du foyer, semblent être au cœur des modifications de la sphère domestique dans un contexte de nombreux changements et responsables de la modernisation de leur foyer. En effet, elle soutient : « as maintainers of domestic space, women were on the frontlines of rapid changes to established hierarchies posed by urbanization, decolonization, and industrialization²³⁵. »

3.1.1. « Votre foyer » : l'intérieur africain moderne

Bianca Murillo analyse ainsi le rôle présumé de la femme au foyer idéal au Ghana dans les années suivant l'accès à l'indépendance :

The ideal housewife consumed in ways that were neither immoral nor self-centered. Instead, her role as a good mother, housekeeper, and cook contributed to creating the modern, stable family environment that was necessary, according to the NLC²³⁶ and its supporters, to rebuild Ghana²³⁷.

La femme au foyer moderne semble tenir un rôle majeur dans la construction du pays par la manière même dont elle entend tenir son foyer, de manière économique, simple et stable. Cette perspective semble être partagée par les rédacteurs des magazines étudiés, qui, s'adressant aux femmes, les placent comme responsables du foyer et – par là – de l'évolution de leur pays.

Le magazine *Bingo*, en particulier, propose des rubriques aménagement et décoration qui mettent particulièrement l'accent sur la modernité de ces éléments. Un numéro spécial de la revue, sorti en mai 1960 – année de l'indépendance de nombreux pays où est distribué le magazine – est très représentatif de cette dynamique. Ce dernier s'intitule « Votre foyer » et est sous-titré « Le guide indispensable d'un ménage moderne ». La préface du numéro, qui s'adresse aux lecteurs masculins, insiste sur la nécessité, pour les habitants de pays

²³⁴ *Ibid*, p.189.

²³⁵ Jaji Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onookome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014.

²³⁶ National Liberation Council.

²³⁷ Murillo Bianca, *Market Encounters : Consumer Cultures in Twentieth-Century Ghana*, Ohio University Press, 2017, p. 134.

nouvellement indépendants, de s'adapter au monde moderne (« notre évolution politique doit s'accompagner d'une évolution parallèle dans notre vie de tous les jours²³⁸ ») et explique :

Nos parents habitaient des cases, mais nous vivons – ou nous vivrons bientôt – dans des villas, des appartements. Il faut sans rien renier de nos traditions, de notre art propre, de nos coutumes, apprendre à décorer notre maison, notre intérieur, aménager son confort, découvrir les facilités que procurent les incessants progrès de la science « domestique » : réfrigérateurs, machines à laver, climatiseurs, postes de radio...

La modernité est donc présentée via ces nouveaux outils ou aménagements participant au confort de la maison et qui permettent, notamment, de recevoir « amis ou personnalités » dans un intérieur agréable. Cependant, si la préface s'adresse aux hommes, c'est bien à destination des femmes – ou, plutôt, de leurs femmes – qu'a été créée cette édition spéciale :

Au fond, voyez-vous, ce Numéro spécial est dédié à nos épouses, à nos mères, c'est-à-dire à celles qui ont la responsabilité du foyer. Dans la société moderne, la femme, de plus en plus, voit sa place grandir. Méconnue trop longtemps, elle a pris conscience d'elle-même, du rôle qu'elle joue et elle entend avoir sa part dans la prodigieuse évolution de notre beau pays d'Afrique²³⁹.

L'entrée dans « le monde moderne » des femmes, couplée à leur rôle grandissant dans la société, implique donc une responsabilité croissante au sein de leurs foyers et *Bingo* entend leur proposer, dans ce numéro spécial, un « guide permanent un recueil de conseils pratiques, une série de « recettes » qui [leur] permettront d'embellir votre intérieur et de goûter les joies que réserve un foyer, où règnent l'ordre, l'harmonie et le bonheur²⁴⁰. ». Ainsi retrouve-t-on dans ce numéro un long article, intitulé « à cités africaines modernes, installations modernes », qui présente les nouvelles cités créées à Dakar par la Société immobilière du Cap Vert (SICAP) et dont les habitations (proposées à la location ou à la vente) présentent « tout le confort moderne ». L'article évoque donc certains des intérieurs de ces maisons sicapoises²⁴¹, « décorées avec beaucoup d'ingéniosité et de goût ». On y retrouve des photographies des couples ou de familles, dans des pièces aux ameublement modernes, à l'instar de M. et Mme M'Bengué qui, devant des « murs clairs » et un « buffet d'acajou sombre » « écoutent la radio ». La légende ajoute : « une grande carte et une plante verte symbolisent l'Afrique dans ce décor de bourgeois parisiens²⁴² » (Figure 11).

²³⁸« Editorial », *Bingo, numéro special "Votre Foyer"*, mai 1960, p. 5.

²³⁹*Ibid.*

²⁴⁰*Ibid.*

²⁴¹ Terme communément employé pour évoquer les maisons de ce quartier. Les habitants sont également appelés les « Sicapoises ». Séverine Awenengo, chargée de recherche au CNRS, mène actuellement un projet de recherche à ce sujet.

²⁴²« A cités africaines modernes, installations modernes », *Bingo, numéro special "Votre Foyer"*, mai 1960, p. 9-10-11.

Cet article présentant les intérieurs sicapois est accompagné d'un autre (« l'art, le confort et la maison ») prodiguant des conseils aux femmes pour l'aménagement de leur maison en partant d'un principe : « La maison ou l'appartement d'un jeune ménage africain doit être à l'image de l'Afrique nouvelle : à la fois traditionnel et moderne ». Ainsi conseille-t-il, aux côtés du « mobilier moderne en tubes d'acier chromés ou de fer laqué », d'installer « ces pagnes et ces objets qui vous viennent de famille et qui sont si prisés des collectionneurs européens » ou bien « les ravissantes vanneries de Joal, de Ouagadougou ou de Bamako » et « les poteries bariolées que l'on trouve toujours au marché ». Il propose également de « concilier tradition et moderne » dans les choix musicaux, en disposant à côté du radio-électrophone « à côté des œuvres classiques ou des airs de danses [...] des disques de folklore africain qui vous retremperont l'âme aux sources insouciantes de votre enfance²⁴³ ».

Le magazine propose également un article complet sur la cuisine (« Madame, voici votre domaine ») où est introduite Hélène, une « charmante africaine qui a bien voulu faire profiter les lecteurs de BINGO des trouvailles décoratives de son intérieur », qui a installé chez elle le gaz de la compagnie gazière d'Afrique, et qui donne notamment des conseils aux femmes sur le choix du réfrigérateur, sur les « réchauds et cuisinières modernes » ainsi que sur le rangement et l'organisation de la cuisine²⁴⁴. Les pages suivantes contiennent des articles sur l'alimentation, l'art de bien manger, l'art de recevoir, l'éducation des enfants ou bien les loisirs familiaux. Un véritable guide donc, adressé aux femmes, afin de tenir un foyer moderne.

Si ce type de contenu est particulièrement présent dans les pages de *Bingo*, celles d'AWA ne dérogent pas à la règle et offrent également des présentations d'ameublement et de décoration dans lesquelles la modernité est mise en valeur. Dès le premier numéro, page 11, la rubrique décoration est intitulée « Ameublement moderne, décor simple ». Quatre photographies remplissent la page où la lectrice peut voir un intérieur décoré sobrement et présentant des meubles récents avec des chaises dont la facture date des années 1960, ainsi qu'une chambre accompagnée, aux côtés du lit, d'un poste de radio. La légende insiste sur l'intimité de la pièce, « indispensable au bien-être et au confort ». Mais le magazine met également en avant l'artisanat africain et entend l'allier, par exemple au n° 6, avec la modernité. La rubrique y est intitulée : « Artisanat africain et Foyer moderne » et invite le lectorat dans l'intérieur de Pauline Zobel dans lequel on retrouve « pagnes, canaris, mortiers,

²⁴³ « L'art, le confort, la maison », *Bingo, numéro special "Votre Foyer"*, mai 1960, p. 14.

²⁴⁴ « Madame, voici votre domaine : la cuisine », *Bingo, numéro special "Votre Foyer"*, mai 1960, p. 31-32.

écuelle, masques, plateau » et « jeu de « wouri » ». La légende indique : « Dans le décor se mêlent avec bonheur les lignes sobres des meubles modernes et les formes traditionnelles des objets d'art africain²⁴⁵. »

Les magazines créent donc un contenu adapté à une cible médiatique féminine, gardienne du foyer, et intéressée par la perspective de le meubler et le décorer de manière moderne. L'accent est mis sur l'importance de laisser la place aux « traditions », et les revues insistent sur le mélange entre un foyer moderne et confortable, répondant à des normes plutôt occidentales, et des éléments, de décoration notamment, rappelant la culture et l'artisanat des pays. Aux côtés de la sobriété de l'intérieur et de la décoration élégante, est surtout invoquée la nécessité d'offrir à la famille un intérieur confortable et pratique, tenu de manière simple et économe, sans extravagance. Il s'agit, souvent, d'opposer cette vision idéale de la féminité à une critique, justement, de l'extravagance, de la futilité et de l'artifice comme en témoigne la formule tirée de l'émission radio tenue par Annette Mbaye d'Erneville et citée dans le n°209 de *Bingo* :

Rares sont les femmes qui, à Dakar, n'ont pas de voitures. Ce phénomène illustre parfaitement la tendance des Sénégalaises à préférer les choses artificielles au confort domestique²⁴⁶.

Les magazines semblent donc tenir à cœur d'exercer le rôle de guides pour les lectrices et auditrices, les accompagnant par des conseils pratiques mais également des injonctions morales visant à les faire devenir des femmes au foyer idéales, responsables du bon développement des nations nouvelles.

3.1.2. « En Famille » : images de la mère de famille modèle.

Au-delà de la décoration de leur intérieur, c'est leur rôle de mère et d'épouse, qui est particulièrement mis en valeur. Se multiplient, au fil des pages de *Bingo* et d'*AWA*, les rubriques dédiées à l'entretien de la maison, la cuisine, et surtout, l'éducation des enfants. L'éditorial « Pour vous Madame », porté par Marie-Thérèse Rouil dans le magazine féminin de *Bingo* prend d'ailleurs le nom « En Famille », à partir de l'année 1968.

Surtout, les femmes sont très souvent apostrophées en tant que mères dans des éditoriaux ou des articles sur l'éducation de leurs enfants. C'est leur influence sur la société

²⁴⁵« La maison », *AWA*, n°6, juin 1964, p. 9.

²⁴⁶ *Bingo*, n°209, juin 1970, p. 50.

toute entière qui est mise en avant et donc leur responsabilité au regard des actions des jeunes et des futurs adultes. Ainsi, la mère est-elle considérée, comme l'indique Marie-Thérèse Rouil en janvier 1970, comme « la première éducatrice de l'enfant²⁴⁷ ». Selon elle, les mères doivent s'adapter au monde moderne afin de pouvoir accompagner leurs enfants. L'éditorialiste n'hésite pas à imputer aux mères les tares de la société dans laquelle elles vivent :

La mère est la première éducatrice de l'enfant. Eh bien ! si la mère a été élevée étroitement, si sa raison est imbue de préjugés, si elle ne comprend rien aux larges aspirations qui agitent le monde moderne, elle étouffera dans l'enfant les germes féconds qu'une autre à sa place eût développés.

Si l'Afrique, au temps où nous sommes, compte un grand nombre d'esprits faux, de consciences obliérées, cela tient aux mères.

En éloignant les femmes des sources vives de la science, elles se vengent (involontairement) en donnant des fils étriés, mal venus, trop faible [*sic*] pour l'œuvre de régénération et de progrès que nous voudrions accomplir²⁴⁸.

La modernité des femmes, caractérisée ici par un esprit d'ouverture sur le monde et une bonne instruction – quelques lignes avant, Marie-Thérèse Rouil demande une instruction différente pour les femmes et les hommes – est donc souvent perçue comme essentielle à la bonne conduite et l'évolution positive de leurs enfants, et donc de la société.

Cependant, l'éducation des enfants et le lien avec la modernité est également particulièrement ambivalent. En effet, lorsqu'elle est associée à la libération des mœurs, celle-ci est bien souvent critiquée en tant qu'elle peut pousser les femmes à oublier leurs responsabilités. Ainsi, un éditorial de Moune de Rivel²⁴⁹ témoigne de la crainte de « certains Anciens » face à un « changement trop rapide dans le sens d'un modernisme exagéré ». Elle rappelle en effet, qu'« il ne faudrait pas que sous prétexte de modernisme ou d'évolution la femme africaine perde sa féminité, son charme ni l'esprit de dévouement qu'elle a toujours montré envers sa famille²⁵⁰ ». Quelques numéros plus tôt, également, la page « Education » de *Bingo* rappelle que si « les exigences de la vie moderne conduisent peu à peu les femmes à rechercher un travail extérieur » il est essentiel de garder à l'esprit que « nos filles devront toujours avoir pour tâche principale [...] d'être des mères et des maîtresses de maison²⁵¹ ». Ainsi, la représentation des femmes modernes est-elle également associée à la peur que ces

²⁴⁷ « Voici mes vœux », *Bingo*, n°204, janvier 1970, p. 55.

²⁴⁸ *Ibid.*

²⁴⁹ Moune de Rivel : voir biographie n°3 en annexe

²⁵⁰ « La femme africaine et le bonheur », *Bingo*, n°216, janvier 1970, p. 41.

²⁵¹ « Pour que nos filles soient des femmes complètes et de bonnes ménagères », *Bingo*, n°205, février 1970, p. 59.

dernières en oublient leur rôle premier, qui est celui de l'éducation des enfants, et dont les magazines rappellent l'importance.

AWA également, dont on a vu plus tôt qu'il avait pour objectif de montrer les « faiblesses » et les « maladresses » des femmes²⁵², n'hésite pas à mettre en avant les responsabilités des mères dans les problèmes de mœurs de la jeunesse africaine. Ainsi, on peut lire, en novembre 1972, un éditorial particulièrement critique signé par Annette Mbaye d'Erneville et intitulé « Il ne suffit pas de donner sa chair... ». Comme son titre l'indique, il s'agit pour la journaliste de faire le procès des femmes (« Ce procès est le notre ! ») en mettant en exergue leur responsabilité dans « la liberté des mœurs », « la dépravation des jeunes filles », « leur cupidité » et « leur légèreté ». Selon l'autrice, ces défauts de la jeunesse découlent du « manque d'affection » et de « sécurité psychologique » auprès de « parents accaparés par les préoccupations quotidiennes au point d'oublier que les êtres qu'ils ont procréés ne vivent pas seulement de riz et d'eau²⁵³... ».

Il s'agit donc pour les magazines de rappeler aux lectrices leurs rôles en tant que gardiennes du foyer mais également en tant que mères et éducatrices de la jeunesse africaine et donc responsables de l'avenir de leurs pays. Ainsi, la mise en valeur de l'émancipation féminine, dont on a vu qu'elle passait notamment par l'accession à l'emploi, est sans cesse accompagnée d'injonctions pour les femmes à rester – avant tout – des mères et femmes au foyer modèles.

Ce même regard sur les femmes est insufflé dans les cahiers « Femmes d'Afrique » destinées aux auditrices féminines des radios africaines, et dont la « chanson éducative » du cahier de juin 1964 est un bon résumé. Chaque mois, en effet, figurait dans les enregistrements sonores une chanson éducative interprétée par Moune de Rivel, sur des thématiques diverses. Au début des cahiers, on retrouve donc la chanson « La femme modèle », qui semble résumer les attentes exigées des femmes :

Admirez la femme modèle
Sa maison est propre et rangée
Jamais un objet ne traîne
Elle entretient bien son foyer...

Le matin quand elle se lève
De ses enfants elle va s'occuper
Les lave, les habille, les peigne,
Elle tient beaucoup à la propreté... la propreté...

Son mari est heureux près d'elle,

²⁵² Editorial, AWA, n°1, janvier 1964, p. 3.

²⁵³ Editorial, AWA, n°2 de la nouvelle version, novembre 1972, p. 3.

Car elle sait toujours s'arranger,
Travailler, rendre sa maison belle,
Avoir des enfants en bonne santé... en bonne santé...

Pour devenir cette femme modèle
Imitez donc ses qualités,
Elle se dévoue pour ceux qu'elle aime,
Avec du soin, de la gaieté... de la gaieté²⁵⁴...

Cette chanson, interprétée mais également composée par Moune de Rivel²⁵⁵, semble rejoindre les injonctions faites aux femmes dans les magazines de maintenir un foyer agréable et propre, tout en prenant soin de leurs enfants et de leur mari. Les chroniques éducatives des cahiers « Femmes d'Afrique » sont d'ailleurs constitués majoritairement d'éléments liés à l'hygiène et l'entretien de la maison (« l'entretien du linge », « hygiène des repas », ...), à la santé (« soins aux brûlés », « plaies et blessures », « les maladies transmises par l'eau », ...), et à l'éducation des enfants (« rôle de la mère dans la première éducation », « l'argent de poche », ...). Ces rubriques, d'ordre pratique, associées à des injonctions contenues dans les chansons éducatives notamment, invitent les auditrices à se renseigner sur la meilleure façon de tenir un foyer. Il est intéressant de noter que les conseils prodigués, intégrés dans des rubriques intitulées « Mieux vivre », « comment élever son enfant », « jeu de la femme au foyer », ou bien même « la femme dans la vie moderne », sous-entendent que ces rubriques viennent apporter des connaissances nouvelles aux auditrices. C'est l'acquisition de cet ensemble de connaissances, notamment liées à l'hygiène, la santé ou bien l'alimentation, qui est implicitement associée à l'idée de modernité : il s'agit d'inciter les femmes à être des femmes modernes par la connaissance et les savoirs pratiques liés à l'entretien de la maison et le soin des enfants. Cette modernité est donc plus pratique qu'intellectuelle, associée à l'idée de féminité.

3.1.3. Le complexe mode-beauté : entre attraction pour la modernité et éloge de la simplicité

Aux côtés de ces injonctions à être une bonne femme au foyer, celles à prendre soin de soi et à cultiver sa féminité et sa coquetterie sont également présentes dans les magazines. Les femmes, sont considérées comme naturellement intéressées par la mode et la beauté. Dès lors,

²⁵⁴ « Chanson éducative : la femme modèle », cahier « femmes d'Afrique » n° 3, juin 1964. Archives nationales de Pierrefitte, fonds Culture ; Radio-France (1948-1997), n°20060371 , carton 15.

²⁵⁵ Moune de Rivel : voir biographie n°3 en annexe.

les liens avec l'idée de modernité sont encore une fois bien présents, puisque, par essence, l'habillement, la beauté et la coiffure sont sujets à des phénomènes de mode et donc de changements rapides : il s'agit bien souvent, dans les rubriques, de proposer aux femmes des manières d'être « dans le vent²⁵⁶ ». Cependant, ici encore, les choix féminins en termes de mode et de beauté, sont sujets à réflexions et remarques qui témoignent de l'ambivalence du traitement de la notion de modernité.

Les pages féminines de *Bingo* entendent ainsi s'adresser aux lectrices en leur proposant des rubriques « mode » et « beauté » dans lesquelles on retrouve de nombreux conseils pratiques. Ces pages ont pour objectif premier de témoigner des dernières nouveautés aux lectrices, ainsi qu'on peut le voir avec la présentation de la rubrique « mode », au n° 98. Il y est indiqué que Claudia « est allée s'enquérir des dernières nouveautés au centre même de la haute-couture, c'est-à-dire Paris. » et de ne pas hésiter « à lui écrire pour lui demander conseil ou lui proposer des suggestions²⁵⁷ ». Elles ont également pour but, donc, de conseiller les femmes, et surtout de les amener à prendre soin d'elles, employant d'ailleurs souvent un ton injonctif. Un des premiers articles de Noéma, sur le maquillage, en est d'ailleurs un exemple parlant :

Votre premier rôle étant de plaire, vous vous devez d'être élégante, coquette, attrayante. De votre charme dépend en grande partie votre réussite dans la vie. Par conséquent, quels que soient votre âge, votre profession, vos ressources, faites tout pour être BELLE²⁵⁸.

On retrouve d'ailleurs ce ton injonctif dans divers titres sur la mode ou la beauté dans le magazine, tels que « Soignez vos cheveux » (n°151 et n°156) ou bien « Soignez vos mains » (n°196). L'objectif affiché du magazine est alors de proposer aux femmes des astuces pratiques ainsi que des connaissances sur la mode et la beauté, mais également de leur prodiguer des conseils sur la façon dont elles doivent vivre leur féminité et se comporter en tant que femmes.

Si les pages consacrées à la mode et la beauté dans *AWA* prennent moins de place, elles restent cependant présentes. On retrouve des assemblages de photographies autour d'un thème précis (les turbans, les robes de fêtes, les deux pièces, ...), rarement commentées, ainsi que quelques pages un peu plus précises avec des dessins de mode expliqués. Certaines pages sont

²⁵⁶ Je reprends une expression synonyme du fait d'être « à la mode », souvent utilisée dans les années 1960-1970, et dont on peut trouver des occurrences dans les magazines et dans les publicités. Voir notamment la publicité pour le salon Dady-Coiffure, à Dakar, dans le deuxième numéro de la nouvelle version d'*AWA* qui dit : « Pour vous jeunes femmes, jeunes filles qui êtes dans le « vent », une seule adresse Dady-Coiffure est à votre disposition ».

²⁵⁷ « Claudia vous présente la mode », *Bingo*, n°98, mars 1961, p. 35.

²⁵⁸ « Pour vous, Madame, par Noéma : Maquillage », *Bingo*, n°99, avril 1961 p. 25.

également dédiées à la coiffure dans la deuxième version du magazine, mais la beauté est presque absente du magazine. La place – moindre – accordée au complexe mode-beauté dans *AWA* est à associer avec l'objectif affiché du magazine d'être un espace de réflexion sur les questions féminines, d'ordre plus politiques et sociales. Cependant, ces thématiques restent présentes, notamment dans des articles plus réflexifs et injonctifs sur la façon dont les femmes doivent ou ne doivent pas se mettre en valeur.

Ainsi y retrouve-t-on des réflexions visant à critiquer l'excentricité et l'extravagance, souvent associées à la modernité. Les rédactrices tendent à rappeler leur conception d'une modernité qui serait liée à l'élégance, la simplicité, et le sens des responsabilités. Dans *AWA*, la question de la beauté et de la parure est toujours abordée dans une perspective de mise en valeur de la simplicité, telle qu'elle est décrite par exemple dans la première rubrique « La bonne secrétaire ». Au titre évocateur (« Ne confondez pas « Travail » et « Surprise-Partie »), elle met en valeur l'élégance et la sobriété de la tenue et des bijoux ainsi que la discrétion de la coiffure de la secrétaire en opposant Khady et Aïda. Khady « s'habille toujours de façon stricte », « est toujours bien coiffée mais évite les mèches folles et les chignons démesurés », et « ne porte au bureau que très peu de bijoux ». Aïda, au contraire, porte des jupes « aux couleurs criardes », ou bien des boubous qui « attirent les regards par les reflets des dorures », ses coiffures sont « trop apprêtées » et elle porte des chaussures « guères pratiques pour évoluer dans un bureau²⁵⁹ » (Figure 12) . L'objectif est bien pour le magazine de montrer des exemples, et des contre-exemples, de ce que doit être une femme moderne : simple, sans artifices ni excès de frivolité. Il semble, pour cela, être apprécié par ses lecteurs, à l'instar de Cheikh Touré, qui remercie Awa d'avoir « redressé une tendance grandissante chez l'élite féminine africaine de confondre liberté et libertinage, de n'entendre par émancipation, évolution, promotion féminine, que frivolité, mondanité, apparence, légèreté ; de ne prendre de l'Occident qu'un certain esprit matérialiste, que le côté négatif dont l'Occident lui-même souffre et cherche à se débarrasser²⁶⁰ ». Son propos semble confirmé par un courrier féminin, d'une correspondante de Sceaux, au deuxième numéro, qui dit apprécier *AWA* parce qu'elle reste « sérieuse et éducative », à l'inverse des revues féminines françaises qui sont « devenues trop artificielles, et insistent trop sur les toilettes et les articles que les femmes ont déjà tendance à acheter²⁶¹ ». L'indépendance et la liberté de ton d'*AWA*, ainsi que son caractère non matérialiste semble donc être ce qui fait apprécier le magazine, et ce qui est demandé à la

²⁵⁹ *AWA*, n°2, février 1964, « La bonne secrétaire », p. 14.

²⁶⁰ *AWA*, n°7, septembre 1964, courrier de Cheikh Touré (journaliste), « Gardienne d'un héritage », p. 30

²⁶¹ *AWA*, n°2, février 1964, p. 33.

rédaction par les lecteurs et lectrices. L'influence masculine se ressent également, tant dans les envois de lecteurs, que dans le choix des rubriques. Ainsi, la rubrique « La bonne secrétaire » a-t-elle été inspirée par Lamine Diakhaté, ministre de l'information, lors du cocktail qui a marqué la naissance de la revue. Celui-ci aurait alors souligné « le rôle que « AWA » devait s'assigner dans le perfectionnement des jeunes filles et jeunes femmes qui pratiquent certaines professions telles le secrétariat, par exemple, qui est, à notre époque, une « situation » de choix pour celles qui l'exercent consciencieusement²⁶² ».

Si ces réflexions sont moins prégnantes dans les rubriques mode et beauté de *Bingo*, on peut cependant en retrouver de ce type dans le cadre de certains articles d'humeur ou éditoriaux, témoignant d'une impression plus générale. Ainsi, Sylviane Diouf signe-t-elle une enquête, dans le n°248 du magazine, intitulée « la femme dans la presse africaine : un regard critique », où l'on peut retrouver un condensé de réflexions de journaux africains sur, notamment, les coiffures et le maquillage féminin. Tous tendent à critiquer de manière virulente les « perruques, cheveux décolorés et autres défrisages » ainsi que les « maquillages abusifs », et surtout l'utilisation de produits éclaircissants. Le résumé de Sylviane Diouf est celui de la dénonciation de l'imitation par les femmes africaines des femmes blanches, perdant « dans ce mimétisme, ce plagiat excessif toute sa dignité de femme et d'Africaine ». Elle conclue alors en souhaitant :

Espérons que bientôt l'Africaine comprendra qu'elle est belle comme elle est, noire, ses cheveux crépus tressés, et que son besoin de changement, de nouveauté, doit la porter non vers une vulgaire imitation de ce qu'elle n'est pas et ne sera jamais, mais vers le perfectionnement, le renouveau de cette beauté particulière qu'elle possède²⁶³.

Ce type de réflexion semble d'ailleurs bien plus prégnant au fil des années, notamment concernant *Bingo*, témoignant ainsi d'une évolution de la conception de la modernité. A ce titre, l'exemple des coiffures et des images de la modernité véhiculées à travers elle dans les magazines est particulièrement percutante, comme j'ai pu l'observer lors de mon premier travail de recherche. En effet, la nécessité d'être « moderne » – souvent associée à l'imitation de coiffures occidentales – est revendiquée dans certaines pages des magazines, notamment lors des années 1950-1960, marquées par un accroissement de la pratique du défrisage (dont témoignent les publicités de *Bingo*) et le port de la perruque de coupe occidentale (que reflètent les photographies d'AWA). Ces deux modes sont présentées comme modernes et assez révolutionnaires (instruments et techniques nouveaux induits par la pratique du défrisage, rapidité et facilité de se coiffer avec une perruque). Elles sont cependant reléguées

²⁶² AWA, n°2, février 1964, « La bonne secrétaire », p. 14.

²⁶³ « La femme dans la presse africaine : un regard critique », *Bingo*, n°249, octobre 1973, p. 67.

au second rang à partir de la fin des années 1960 et du début des années 1970, laissant notamment une très grande place aux tresses. Si ces dernières ne sont pas exclues des photographies et des pages « mode » auparavant, elles y sont cependant surtout traitées comme des traditions anciennes, alors que la nouvelle série d'AWA, et les numéros de *Bingo* datant des années 1970, entendent présenter les tresses comme une véritable « vogue » et une coiffure caractéristique des jeunes femmes « modernes²⁶⁴ ». Au-delà des fluctuations de la mode, qui associent la modernité à diverses formes esthétiques, les magazines entendent, en remettant en valeur le tressage comme pratique moderne, témoigner également de perspectives critiques qui remettent en question l'association entre modernité et coupes occidentales²⁶⁵.

3.2. Quand la publicité s'adresse aux femmes africaines : modernité et société de consommation

Si les articles et éditoriaux peuvent avoir un regard critique et exercer une influence sur les lectrices, elles font cependant face à des contradictions, non seulement au sein de l'espace rédactionnel (tous les articles et commentaires ne vont pas dans le même sens), mais également dans les magazines, occupés également par les publicités. Ces dernières sont particulièrement représentatives, en tant qu'elles témoignent d'un intérêt croissant pour le lectorat féminin et pour les femmes en tant que consommatrices. Celles qui leurs sont adressées mettent en avant le caractère « moderne » des objets, mais également des consommatrices elles-mêmes.

Il est cependant nécessaire de noter que la présence publicitaire n'est pas la même dans les deux magazines, du fait de la nature même de ces derniers. La publicité est donc surtout omniprésente dans *Bingo* qui vit grâce à elle. A un courrier de lecteur en juillet 1962 remarquant la prépondérance de la publicité dans les pages du magazine, la rédaction répond :

C'est la publicité qui nous permet, en grande partie, de couvrir les frais de fabrication de notre publication et aussi de mettre autant de pages rédactionnelles à la disposition de nos lecteurs. Aucune publication « ne tient le coup », comme on dit, sans la publicité²⁶⁶.

²⁶⁴ Voir notamment certains articles « Mode » de *Bingo* aux titres évocateurs tels que « Quand les Sénégalaises troquent la perruque contre les nattes de grand-mère » (n°227), « : retour aux coiffures traditionnelles » (n°234), « les coiffures africaines traditionnelles déferlent sur les Etats-Unis » (n°245). Les pages coiffure du magazine *Amina* évoquent également la « vogue » des tresses, dans les années 1970.

²⁶⁵ Sineux Louise, « Coiffures féminines et images de la modernité. Etude de trois magazines sénégalais », mémoire de M1, université Panthéon-Sorbonne, 2019.

²⁶⁶ *Bingo*, n°114, juillet 1962.

Cette nécessité de faire appel à la publicité laisse dès lors plus de place à certaines injonctions contradictoires, notamment sur le thème de la coiffure. Ainsi aux côtés d'articles ou d'éditoriaux pouvant critiquer certaines pratiques telles que le défrisage, on retrouve publiées, de nombreuses publicités pour des produits décrépants, tels que « Souplelys, le décrépant idéal », dont on peut voir l'annonce sur la quatrième de couverture du n°53 par exemple (juin 1957), ou bien « Stiff, Traitement décrépant progressif », au n°92 dont il faut noter le slogan, particulièrement parlant : « Cheveux décrépés... Coiffures modernes ! ».

La rédaction de *Bingo*, de son côté, trouve dans la publicité une utilité et un rôle éducatif, au même titre que le reste du magazine, ainsi que l'exprime la deuxième partie de la réponse de la rédaction à ce sujet :

Et puis, nous sommes persuadés que la publicité, dans nos jeunes pays africains, joue un rôle éducatif considérable. Elle ouvre beaucoup d'horizons à l'homme africain et met de multiples ressources à la disposition des foyers²⁶⁷.

Cette dernière remarque est significative puisque représentative de la ligne éditoriale du magazine qui met en valeur la « jeunesse » des pays qu'il couvre et valorise les idéaux d'éducation et de modernisation, notamment au sein des foyers. Ainsi, une grande partie des publicités que l'on retrouve dans *Bingo* cherchent à vendre des objets et instruments considérés comme « modernes » et essentiels pour les foyers, tels que les machines à coudre, les postes de radio, les machines à laver et autres outils électroménagers— ici, modernité est souvent associée à technologie et confort. Les femmes sont très souvent les cibles de ce type de publicités, puisque considérées comme les maîtresses de maison, ainsi que l'on peut l'observer dans une publicité pour la chaîne de magasins Harmena (que l'on trouve à Saint Louis, Kaolack, Ziguinchor ou encore Bamako) dont le slogan, très explicite est : « tout ce dont rêve la femme moderne pour le confort de sa maison se trouve chez : Harmena ». Il est accompagné d'un portrait de femme entourée de plusieurs types d'objets, considérés comme symboles de la modernité, parmi lesquels, notamment, un phonographe et deux postes de radio (Figure 13). On retrouve à plusieurs reprises dans les publicités des pages de *Bingo* ces mêmes expressions. Ainsi, par exemple, au n°63, une publicité SINGER explique : « LA FEMME AFRICAINE MODERNE possède sa « SINGER » qui lui permet de coudre et broder elle-même ses robes. » Le terme « femme africaine moderne » est même mis en en exergue grâce à la typographie utilisée (majuscule, de même que pour la marque).

Les publicités pour les « Aspro », une marque d'aspirine australienne, qui parcourent également le magazine durant les années 1950 ciblent aussi explicitement les jeunes couples

²⁶⁷*Bingo*, n°114, juillet 1962

africains « modernes » et ont été analysées par Tsitsi Ella Jaji²⁶⁸. Elle remarque que les premières publicités de la marque, en l'année 1953, véhiculent des images à la dynamique très coloniale, présentant, par exemple, des hommes blancs bourgeois, offrant ces médicaments à des enfants ou des hommes africains souffrant, et qu'un changement a été opéré au fil de la première décennie de *Bingo* afin de s'adapter, notamment, aux mouvements indépendantistes grandissants. Dès lors, ASPRO présente une série de publicités mettant en scène des Africains modernes « sachant comment protéger leurs loisirs, leur travail, leur famille et d'autres priorités en prenant un Aspro à la moindre douleur ressentie²⁶⁹ ». Ainsi, peut-on observer, au n° 67, un jeune couple dansant au rythme d'un orchestre de jazz, accompagné de la légende « Les Africains modernes savent préserver leurs loisirs ! ». Il s'agit pour ces « jeunes Africains [travaillant] dur toute la semaine » de « profiter de [leurs] loisirs », grâce à ce médicament, présenté comme révolutionnaire, voire presque magique (« prenez 'Aspro' et la douleur s'en va²⁷⁰ ! »). Quelques numéros plus tard, dans le n°88 de la revue, on retrouve une publicité Aspro adressée à la mère de famille : jeune femme, accompagnée de ses deux enfants, à table, montre les cachets 'Aspro' du doigt, une légende indique : « L'Africaine moderne sait préserver sa famille ! » et une petite explication au-dessous témoigne :

Nos mères de famille sont modernes, elles aussi. Si quelqu'un à la maison souffre d'un petit malaise – mal de tête, mal de dents, douleurs rhumatismales, grippe – elles lui donnent tout de suite un peu d'ASPRO. 'ASPRO' calme la douleur et la joie revient au foyer.

L'emballage d'ASPRO est vraiment pratique pour les familles. Par exemple, si votre mari part travailler avec une rage de dents, glissez 4 ou 5 comprimés d'ASPRO dans sa poche ; ces comprimés de secours lui seront sans doute utiles dans la journée. 'ASPRO' se prend partout facilement, sans eau au besoin²⁷¹.

Ella Tsitsi Jaji note que ces deux publicités présentent les deux pôles de l'identité de la femme africaine : la jeune travailleuse et la femme au foyer responsable. Mais une troisième publicité, en février 1961, vient offrir une sorte de juste milieu entre les deux dernières. On aperçoit en effet, au n°96, une vendeuse de tissus souriante devant une cliente, dans un cadre exclusivement féminin – celui du rayon tissus d'un magasin. Jaji analyse cette publicité comme un condensé des liens entre la mode et les représentations de la modernité, entre lesquels le travail féminin représente le nœud central²⁷². La légende de la publicité indique

²⁶⁸ Jaji Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onokome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014.

²⁶⁹ *Ibid.* Je traduis.

²⁷⁰ Publicité ASPRO, *Bingo*, n°67.

²⁷¹ Publicité ASPRO, *Bingo*, n°88, p. 34.

²⁷² Les vendeuses sont d'ailleurs majoritairement assignées aux rayons domestiques, ainsi que l'explique Bianca Murillo dans une étude sur le magasin Kingsway, au Ghana, dans les années 1950. Elle note : “While men sold

qu'ASPRO aide la vendeuse à « garder le sourire » et ajoute : « gardez, Mademoiselle, ce gracieux sourire de la vendeuse qui réussit²⁷³ ». Ainsi, l'idéal de l'africaine moderne est-il celui d'une femme souriante et gracieuse, travaillant dans un secteur proprement féminin, telle que celui de la mode.

Ces trois publicités, présentant une « africaine moderne », dans trois contextes différents, sont représentatives de la perception de la modernité que le magazine souhaite véhiculer : l'« Africaine moderne » est à la fois une femme au foyer, une femme active et moderne. Les trois publicités impliquant surtout la nécessité pour les femmes de toujours garder sourire et bonne humeur (Figure 14).

On a donc pu observer une réelle émergence de contenus destinés à une nouvelle cible médiatique féminine, par la création de magazines, mais aussi l'émergence et l'expansion de rubriques dans des revues existantes, ainsi qu'à la radio et la télévision. L'entre-soi promu dans ces différents espaces laisse la sensation d'un confinement des femmes à certains lieux et rôles définis, qui rejoignent souvent l'idée du foyer ou du cocon familial. Dès lors, les responsabilités des femmes dans le développement et la modernisation des nations émergentes sont celles qui touchent au maintien d'un certain ordre moral. Les femmes sont enjointes à embrasser la modernité lorsqu'elle est perçue comme pratique et utile, participant au confort domestique, tout en étant sommées de ne pas se laisser attirer par les futilités et exubérances que celle-ci pourrait apporter. Elles sont poussées à travailler, seulement si cela ne les empêche pas d'être des femmes au foyer modèles. Il s'agit surtout pour elles de participer à la bonne évolution de la nation en exerçant leur rôle de mères, étant alors invitées à éduquer leurs enfants à être des Africains tout à la fois modernes et modèles. C'est d'ailleurs ce rôle de modèle, que certaines figures féminines ont pu incarner, qu'il s'agira d'envisager dans un troisième temps.

specific items like electrical goods, hardware, and shoes, women controlled the majority of retail trade in essentials like foodstuffs, toiletries, various domestic products" (*op.cit.*, p. 106-107).

²⁷³ Publicité ASPRO, *Bingo*, n°97.

TROISIEME PARTIE

Les figures médiatiques féminines : ambassadrices de la modernité

On a vu comment les représentations de la modernité féminine sont multiples et variables, liées d'une part à un certain idéal de promotion de la femme africaine par la participation à la vie de la société, d'autre part à une responsabilité morale et éducative qui se jouerait au sein du foyer.

Les magazines, présentant tour à tour ces différents aspects, représentent un entre-deux entre ces lieux, oscillant entre l'espace privé et l'espace public et amenés à circuler de manière particulièrement rapide. Il en va de même des autres médias émergents que sont la radio et la télévision, offrant une ouverture sur le monde tout en intégrant progressivement l'espace du foyer.

Dès lors, les personnages féminins impliqués au sein de ces nouveaux objets médiatiques oscillent – elles aussi – entre l'intimité du foyer et le caractère public des médias. Si nous avons effleuré les carrières médiatiques féminines en première partie, il semble nécessaire de revenir sur le rôle des femmes travaillant au sein de ces différents objets médiatiques et sur la façon dont elles sont présentées. Sont-elles anonymes ou au contraire mises en avant ? Quel type de poste occupent-elles ? Quels sont leurs parcours et leurs ambitions ? La multiplicité des réponses à ces questions nous permettra de percevoir des attitudes différentes face aux médias et à une certaine forme de célébrité médiatique.

En se penchant sur les personnages féminins mis en avant dans les médias, il conviendra également dans cette partie de s'intéresser à leur représentation. Quels rôles occupent-elles au sein des médias et quelles images véhiculent-elles ? Quels sont leurs liens avec les mondes des arts et du spectacles ? En effet, le renouveau médiatique incarné par les magazines, la radio et la télévision, signe également un nouveau rapport avec la vie publique et la célébrité, souvent qualifiée de moderne, puisque liés à ces nouveaux médias, notamment. Il faudra s'intéresser à cette forme de vedettariat que l'on peut retrouver dans les magazines étudiés et sur la façon dont ils renvoient également à une modernité féminine spécifique.

L'étude de ces personnages médiatiques féminins nous permet également de considérer les différentes formes de modernité qu'elles renvoient et qu'elles prônent. Par le biais des nouveaux médias et de leurs célébrités nouvelles, ces femmes, parfois envisagées

comme modèles, forgent par leurs parcours, leurs actions, leurs façons de se présenter, des idéaux sur la modernité féminine forcément influents pour les publics féminins.

Nous reviendrons donc dans cette dernière partie sur la place des contributrices féminines dans les magazines ainsi que sur les femmes de radio et de télévisions, avant de nous pencher sur l'influence médiatique des vedettes féminines de la période.

1. La place des contributrices féminines dans les magazines

Il convient d'abord de revenir sur la place des femmes au sein même des rédactions des magazines. En effet, celle-ci est spécifique : bien que différente à certains égards dans les deux revues, certains aspects de l'auctorialité féminine restent communs aux deux publications. Il est intéressant de se pencher non seulement sur le type d'articles écrits par des femmes, mais également sur la façon dont les rédactrices sont présentées et signent dans les différentes revues.

1.1. Anonymat et prénoms féminins

Dans les pages de *Bingo* la grande majorité des articles, éditoriaux et reportages sont rédigés par des hommes, notamment dans les premières années du magazine. Ces derniers écrivent d'ailleurs globalement en leur nom propre, et rarement sous pseudonyme ou avec leur prénom.

Les contributrices féminines, confinées aux pages du magazine féminin (mode, beauté, maison, ...), sont – surtout au début de la période – plutôt invisibilisées. Si elles sont mises en avant en tant que femmes, elles le sont en revanche moins en tant qu'autrices ou journalistes. En effet, ces rubriques sont d'abord non signées, anonymes. Elles le sont de plus en plus à partir de la seconde année de publication du magazine, mais uniquement par des signatures prénomes. Les femmes écrivant ces rubriques sont d'abord peu présentées, à l'instar de Nafissatou qui tient d'abord la rubrique « Bingo, au service de Madame », à partir de juin 1955, et plus tard remplacée par Aminata. Les intervenantes sont ensuite de plus en plus introduites par le magazine, et présentées comme des « collaboratrices », mais appelées uniquement par leur prénom. Ainsi, la rubrique « Soyons entre nous » créée dans le n°75 est-elle tenue par Manélée, une « collaboratrice » présentée dans un encart avant le début de la rubrique et terminant par « nous vous laissons en compagnie de Manélée ». Aucune

information plus précise n'est donnée sur cette nouvelle chroniqueuse qui n'est nommée que par son prénom et qui se présente comme une amie, avec laquelle l'on peut bavarder, et à laquelle on peut poser des questions ou demander des services :

Bavardons ensemble, soyons de bonnes amies et [...] faisons en sorte de nous rendre mutuellement tous les petits services que notre condition de femme nécessite²⁷⁴.

Les rubriques « mode » et « beauté » qui existent à part entière à partir du n° 98 sont également tenues par des collaboratrices qui sont présentées par *Bingo* et auxquelles le magazine propose d'écrire. Claudia s'occupe de la rubrique mode (elle « parlera chiffons ») tandis que Noéma s'occupe de la rubrique beauté. Cependant, si Claudia est introduite comme collaboratrice de la même manière que Manélee (les lectrices n'apprennent pas grand-chose d'elle si ce n'est qu'elle est allée « s'enquérir des dernières nouveautés [...] à Paris »), Noéma est moins anonyme que les autres collaboratrices. En effet, le magazine accompagne sa rubrique d'une photographie et la présente plus avant :

Nulle mieux qu'elle n'en est capable puisqu'elle est esthéticienne de son métier et qu'elle fut, il y a trois ans, Miss Antilles. Noéma est née, en effet, à Fort-de-France et, sa photo vous le prouve, elle est très belle²⁷⁵...

Cette présentation et photographie semblent donc s'attacher à justifier les capacités de la collaboratrice à tenir une telle rubrique : non seulement elle fait de la beauté son métier, mais en plus sa photo et son titre de miss Antilles témoignent de la sienne.

L'idée de ces personnages féminins dans *Bingo* est de créer des figures amicales et de renforcer une sorte de proximité avec les lectrices qui doivent se sentir à l'aise avec ces collaboratrices. L'usage du prénome permet implicitement de créer ce rapprochement : si les collaboratrices ne donnent que leur prénom à leurs lectrices, ces dernières se sentent déjà proche d'elles, puisqu'elles s'adressent directement, dans leurs lettres, non pas à Madame... mais à Nafissatou, Manélee, ou bien Claudia. Ce sentiment de proximité est également renforcé par l'adresse particulièrement amicale de ces personnages aux lectrices les invitant à les concevoir comme de véritables « amies » ou « sœurs » auxquelles elles peuvent s'adresser pour toute question ou problème, même ceux qui peuvent sembler embarrassants. La modernité de ces collaboratrices semble être implicitement constatée par le fait qu'elles puissent répondre à tout type de question, notamment sur la gestion du foyer et des enfants, mais également de médecine, et par leur connaissance des nouvelles modes, tant dans le domaine de la beauté que du vêtement.

²⁷⁴ « Soyons entre nous », *Bingo*, n°75, avril 1959, p. 29.

²⁷⁵ *Bingo*, n°98, mars 1961, p. 33.

Outre l'utilisation du prénom en guise de signature, notamment pour les rubriques d'ordre « pratique », sur la maison, l'éducation ou bien la mode et la beauté, on peut trouver une autre forme d'anonymat dans le magazine à travers l'usage du pseudonyme. C'est le cas de Thérèse Kuoh²⁷⁶, qui lance, en février 1964, la « tribune de Madame Bingo » et signe ces éditoriaux d'actualité et de réflexion sous le nom d' « Eva Koko²⁷⁷ ». Cependant, si Thérèse Kuoh utilise ce pseudonyme pour ses premières contributions – sûrement par souci d'anonymat – sa véritable identité est introduite, quelques années plus tard, alors qu'elle est devenue une figure publique. Un article lui est consacré dans *Bingo* en mai 1970²⁷⁸. Elle y est présentée comme « la dame noire de la presse parisienne » et le magazine témoigne qu'elle est « connue pour ses conférences, ses expositions, ses articles » et « une des adeptes du féminisme dans le tiers-monde ». Thérèse Kuoh est donc alors un personnage public et une figure importante dans le paysage médiatique et politique (elle a fondé en 1963 l'Union de Femmes Africaines et Malgaches). Elle est aussi une figure littéraire, que le magazine invite dans « Madame Afrique », en août 1972, pour « [parler de l'amour] », en sa qualité d'autrice²⁷⁹. Son effacement derrière un pseudonyme lors de la création de la rubrique « Madame Bingo » semble ainsi témoigner d'un désir de compartimenter les différents rôles qu'elle endosse en tant que personnage médiatique. L'idée étant également, semble-t-il, de s'effacer derrière le rôle de « Madame Afrique » et de rendre ses éditoriaux plus universels, ainsi que de donner l'impression aux lectrices qu'elles s'adressent à une femme qui leur ressemble. Ce choix éditorial de retrait du personnage médiatique semble cependant – nous allons le voir – être remis en cause au milieu des années 1960.

On retrouve également dans *AWA* une prédominance de l'anonymat des femmes et de l'utilisation du prénom, qui a notamment été étudiée par Claire Ducournau (2019). Elle note que, si la direction et le comité de rédaction d'*AWA* sont exclusivement féminins, en revanche les auteurs des articles mentionnés dans le sommaire sont principalement des hommes. Cette omniprésence masculine, comparée à l'anonymat des contributrices, est croissante au fur et à mesure des numéros et « *Awa* semble avoir été accaparée, voire réduite

²⁷⁶ Thérèse Kuoh (1938 - ...): Originaire de Douala et fille d'un administrateur de la France d'Outre-Mer, elle a étudié en France et s'est spécialisée, après une formation juridique, dans la magistrature pour les enfants. Elle a également créé et présidé l'Union des femmes africaines et malgaches et est considérée comme la première écrivaine camerounaise. Elle a également été consultante dans une société civile professionnelle en matière de communication et d'organisation et travaillé pour de nombreuses organisations internationales.

²⁷⁷ Voir : theresekuoh.com - Ecrits sur les livres.

²⁷⁸ « Thérèse Kuoh sensibilise les femmes aux problèmes féminins », *Bingo*, n°208, mai 1970, p. 34.

²⁷⁹ Elle publiait, quelques années auparavant, en 1968, le roman *Rencontres Essentielles*.

au silence par des hommes dont les contributions signées se sont affirmées²⁸⁰ ». Si la revue met à l'honneur des femmes écrivaines (Virginie Camara, Rosa Guy) qui signent des enquêtes ou de la poésie, ainsi que des intellectuelles comme Fatou Sow²⁸¹, Claire Ducournau remarque une « tendance à rendre aussi visibles les noms de contributeurs masculins proportionnellement plus nombreux que les contributrices nommées à écrire deux ou trois articles (plutôt qu'un seul) » et une présence surveillante des hommes à travers des tribunes, notamment grâce au « billet de Monsieur » qui a pour objectif de défendre des points de vue masculins.

Claire Ducournau s'interroge notamment sur le faible nombre de signatures féminines et l'utilisation de prénoms et de pseudonymes (Amy, Nafissatou...). Selon elle, il peut s'agir à la fois d'un effacement visant à éviter les opprobres publics ou privés, lié à « la socialisation contradictoire des femmes éduquées à l'origine d'Awa », mais également au choix d'une « énonciation collective » : « employant le « nous », les locutrices placent leurs propos dans une perspective inclusive, pour lui donner une portée générale et politique²⁸². »

Ainsi, certaines modalités de signature et de présentation des contributrices de *Bingo* et d'AWA semblent correspondre à une même démarche. C'est le cas notamment de la pratique de l'anonymat ou bien de l'utilisation du prénom ou du pseudonyme qui peuvent répondre à une volonté de discrétion, un « effacement de modestie » ou de « protection », mais également à une « perspective inclusive » (Ducournau, 2019). En se présentant avec leur prénom, en parlant à la première personne du pluriel, les contributrices des magazines, qui traitent de problématiques explicitement féminines, se rapprochent de leur lectorat et renforcent le sentiment de sororité chez les lectrices, dans un espace qui est déjà présenté comme un entre-soi féminin, corroboré par le nom de la rubrique tenue par Manélee « Soyons entre nous ».

²⁸⁰ Ducournau Claire, « 'Boîte à lettres' et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA », *Etudes Littéraires africaines*, 47, juin 2019.

²⁸¹ Fatou Sow (1940 - ...) : Sociologue sénégalaise féministe et chercheuse sur les questions de genre, elle est l'une des premières femmes à accéder à l'université après l'indépendance du Sénégal. Elle était directrice du laboratoire Genre de l'Institut fondamental d'Afrique noire.

²⁸² Ducournau Claire, *op. cit.*

1.2. Quelques personnalités féminines qui émergent en tant qu'individualités

Cependant, si l'effacement de la personnalité et l'anonymat des contributrices sont souvent privilégiés, dans une dynamique d'identification, de rapprochement avec les lectrices, le magazine *Bingo*, à partir de 1960 (n° 86) mais surtout de 1965 (n° 155), fait entrer au cœur de ses pages féminines des personnalités publiques qu'il érige en véritables symboles.

Marie-Thérèse Rouil²⁸³ et Moune de Rivel²⁸⁴ (ainsi qu'Annette Mbaye d'Erneville²⁸⁵ dans une moindre mesure) sont ainsi une sorte d'exception en tant qu'elles tiennent des rubriques à part entière où leur nom est explicitement écrit, à la fois en signature mais également en haut de la rubrique, à l'instar de certains hommes, et notamment de Paulin Joachim qui signe les éditoriaux du magazine. Elles représentent, en quelque sorte, le pendant féminin de ce dernier. Leur photographie accompagne les rubriques, ce qui renforce leur rôle de personnalité médiatique, connue et reconnaissable pour le lectorat²⁸⁶. Cette notion de célébrité est renforcée par les articles qui présentent les deux femmes dans leur parcours, mais également par le fait qu'elles font toutes les deux l'objet d'une couverture du magazine. Ainsi, celle du n° 102, en juillet 1961, est une photographie de Moune de Rivel – qui répond à cette période aux courriers du cœur (Figure 15). Quelques années plus tard, en février 1965, c'est un portrait de Marie-Thérèse Rouil – présentée quelques numéros auparavant comme « une ravissante antillaise²⁸⁷ » – que les lecteurs peuvent retrouver en couverture de leur magazine. Portrait qui semble avoir été réclamé, puisque le sous-titre indique : « Pour répondre au vœu exprimé par des centaines de lecteurs, BINGO est heureux de vous offrir ce beau portrait de Marie-Thérèse Rouil, qui, chaque mois, s'efforce, avec tout son cœur, de résoudre vos problèmes familiaux » (Figure 16). Marie-Thérèse Rouil fait également, en août 1965, la promotion du magazine dans un film publicitaire présentant un numéro exceptionnel de *Bingo*. Elle semble donc incarner pendant cette période l'image publicitaire du magazine²⁸⁸.

Il est remarquable que les deux personnalités féminines qui sont mises en avant, nommées par leur prénom et nom de famille et accompagnées de photographies, ne sont pas des journalistes mais des personnalités du monde du spectacle et de la culture et mises en avant comme telles. Moune de Rivel est en effet présentée, la première fois, par le biais de sa

²⁸³ Marie-Thérèse Rouil : voir biographie 3 en annexe.

²⁸⁴ Moune de Rivel : voir biographie 4 en annexe.

²⁸⁵ Annette Mbaye d'Erneville : voir biographie 1 en annexe.

²⁸⁶ Nous avons vu plus haut que Noéma, en tant que miss Antilles, était également présentée en photographie.

²⁸⁷ « Marie-Thérèse Rouil, premier prix littéraire Bingo », *Bingo*, n°111, avril 1962, p. 31.

²⁸⁸ *Bingo*, n°151, août 1965, p. 16.

carrière de chanteuse (nous y reviendrons). Elle représente une ambassadrice de choix pour *Bingo*, reconnue tant pour ses caractéristiques physiques, que par ses qualités artistiques, mais également parce qu'elle semble pouvoir être proche des lecteurs de tous horizons : Antillaise, Moune de Rivel a également vécu à Paris, fait de nombreuses tournées mondiales, y compris aux Etats-Unis, et des séjours dans divers pays africains. Ce cosmopolitisme en fait, selon le magazine, une « parfaite femme du monde²⁸⁹ » qui sait allier ses origines africaines et antillaises à une vie parisienne et un succès sur les scènes occidentales. De plus, cette mobilité géographique semble impliquer une forme de modernité, particulièrement mise en valeur dans *Bingo*. Tsitsi Jaji (2018) a montré en effet que les mobilités sociales et physiques féminines (notamment par le voyage) étaient partie prenante du contenu éditorial du magazine dans les années 1950-1960, suggérant ainsi que les femmes présentées « participaient à un projet panafricain de construction de nouvelles modernités noires²⁹⁰ ». C'est à ce projet qu'on peut penser lorsque Moune de Rivel est présentée par *Bingo* comme un « guide rêvé pour la jeunesse africaine ».

Ce rôle de guide, la chanteuse l'assume tout à fait lorsqu'elle reprend, en septembre 1970, la rubrique « Madame Afrique », dont elle se présente comme l'animatrice. Son premier éditorial est ainsi précédé d'un mot de sa part indiquant :

Il est d'usage de débiter une chronique par l'exposé des intentions de son animateur. Pour me conformer à cette tradition, voici en quelques mots mon projet en commençant cette rubrique. Je désire, en m'entretenant chaque mois avec mes « sœurs d'Afrique noire », leur apporter, par l'étude des problèmes simples de la vie de tous les jours, une aide pour trouver une solution à leurs petits problèmes personnels. Si je peux quelquefois leur être utile, mon but sera atteint et je serai largement récompensée²⁹¹.

Ce premier éditorial, sur « les mamans et la rentrée », se place d'emblée dans une position d'accompagnatrice des femmes dans l'adaptation à la « société moderne ». C'est en effet par cette expression qu'elle commence son éditorial, en disant que les femmes et mamans vivent dans une « société moderne et active ». Elle ajoute ensuite que le rôle des femmes africaines est désormais différent, et qu'elles doivent « être présentes dans le progrès social et l'évolution de l'Afrique de demain », notamment par l'éducation des enfants et leur préparation pour les diverses rentrées scolaires, et propose alors de « parler de quelques détails se rapportant à ce problème d'actualité ». La fin de son éditorial revient sur le rôle des

²⁸⁹ *Ibid.*

²⁹⁰ Jaji Tsitsi Ella, « *Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness?* », *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018. «Through editorial content focused on class mobility and travel, the magazine suggested that women entering these fields of work were participating in a Pan-African project of constructing new black modernities.»

²⁹¹ *Bingo*, n° 213, septembre 1970, p. 45.

femmes africaines et la nécessité pour elles de « se plier aux exigences des coutumes modernes » et présente comme un devoir le fait d'« être prêtes à s'intégrer dans le mouvement d'évolution général qui est commun à tous les peuples, parce qu'il suit l'évolution sociale et le développement de la vie moderne ». Moune de Rivel semble alors, par ce premier éditorial, poser les bases de sa rubrique et se présenter comme une amie ou une sorte de grande sœur dont le rôle serait de guider ses « sœurs d'Afrique noire » dans cette société moderne dans laquelle elles se trouvent et dans le monde de demain dans laquelle elles ont le rôle – ou le devoir – de guider leur famille. La photographie qui accompagne cet éditorial vient également renforcer cette idée : Moune de Rivel y est présentée, souriante, et un combiné de téléphone collé à l'oreille. Cette posture laisse imaginer la chanteuse répondant à l'appel téléphonique d'une amie venue lui demander conseil (Figure 17).

Marie-Thérèse Rouil, qui occupe avant Moune de Rivel la place d'animatrice de la rubrique féminine et répond aux courriers des lecteurs, se voulant comme une sorte d'« assistante sociale épistolaire²⁹² », semble également être privilégiée pour ce rôle pour des raisons similaires. Tout d'abord, ce sont ses qualités littéraires qui semblent prévaloir : elle est autrice, à l'aise avec l'écriture, et donc disposée à répondre à des courriers et écrire des éditoriaux. C'est d'ailleurs à l'occasion de sa première place lors du prix littéraire organisé par le magazine qu'elle apparaît pour la première fois dans *Bingo*, dans une interview où l'autrice se présente cependant « avant tout [comme] une maîtresse de maison ». Et en effet, ce sont bien ses attributs de femme au foyer que Marie-Thérèse Rouil met particulièrement en valeur dans la plupart de ses éditoriaux, en témoigne le titre même donné à ce billet d'humeur qu'elle incarne et qui, après s'être appelé pendant longtemps « Pour vous Madame », change de nom peu après son arrivée pour s'intituler « En Famille ». Ces éditoriaux traitent majoritairement de l'éducation des enfants ainsi que du rôle de la mère, et elle y emploie prioritairement la première personne du pluriel, s'adressant ainsi aux parents comme à un groupe auquel elle appartient²⁹³. Cette proximité avec le lectorat est d'autant plus accentuée que Marie-Thérèse Rouil reçoit et répond aux différents courriers des lecteurs en lien avec les problèmes personnels (familles et relations amoureuses au premier plan). Ces pages de répondent comme l'ont indiqué Ruth Bush et Claire Ducournau (2020) à une séparation genrée des courriers des lecteurs puisque séparées du courrier des lecteurs « habituel ». Si les

²⁹² *Bingo*, n°120, janvier 1963, p. 7.

²⁹³ L'écrivaine se présente d'ailleurs « avant tout [comme] une maîtresse de maison », tel qu'il est indiqué dans le portrait de cette dernière dans *Bingo*, lorsqu'elle gagne le premier prix littéraire. Voir *Bingo*, n°111, avril 1962, p.32.

courriers proviennent majoritairement d'hommes (en 1964, 90 pourcent des 190 lettres auxquelles elle a répondu étaient signées par des hommes²⁹⁴) c'est une femme, figure rassurante et amicale, qui leur répond et les conseille. L'autrice explique d'ailleurs dans l'éditorial du n°204, en janvier 1970, que ses lecteurs et lectrices « sont devenus de véritables amis pour [elle] » et qu'ils ont « noué des liens solides ». Ainsi remercie-t-elle ces derniers de les avoir considéré « comme une sœur à qui l'on parle en toute liberté » et rappelle même :

Voici sept ans, en effet, mois pour mois, que nous avons fait connaissance. Et jour après jour, année après année, vos témoignages de sympathie, tel un limon fertile, ont favorisé la pousse, la croissance et l'épanouissement de notre entente²⁹⁵.

Cet éditorial ressemble ainsi à un véritable témoignage d'amitié porté par Marie-Thérèse Rouil à ses lecteurs, pour lesquels elle se place, de la même manière que Moune de Rivel, comme une amie ou une sœur.

Annette Mbaye d'Erneville occupe également la place de « Madame Afrique » dans le n°212. Comme Moune de Rivel et Marie-Thérèse Rouil, elle prend cette place en tant que personnage médiatique. En effet, en septembre 1969, lorsque sort le numéro, la journaliste est déjà connue du public, ce que *Bingo* sait bien. Les rubriques précédentes étaient tenues par Marie-Thérèse Rouil, tandis que les suivantes le sont par Moune de Rivel. Aussi la très furtive apparition d'Annette Mbaye d'Erneville comme animatrice de cette rubrique semble plutôt correspondre à une période de transition entre deux animatrices. On peut imaginer qu'il s'agit là d'un service rendu par la journaliste à ses confrères de *Bingo*, à qui il manquait une « Madame Afrique » pour la sortie d'un numéro après le départ de Marie-Thérèse Rouil. Ce service entre journalistes semble en effet plutôt probable au regard des indications dans *AWA* témoignant d'entraide entre les deux journaux²⁹⁶.

Ainsi, les contributrices féminines dans les magazines sont considérées comme des figures amicales, tenant en quelque sorte les rôles de grande sœur, d'amie ou de guide. Les lectrices sont invitées à s'en sentir proches et à s'identifier à elles. L'anonymat peut renforcer ce sentiment, mais on comprend que *Bingo*, en mettant en avant des figures médiatiques telles que Moune de Rivel et Marie-Thérèse Rouil inaugure également une nouvelle forme

²⁹⁴ Ducournau Claire et Bush Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

²⁹⁵ « Voici mes vœux », *Bingo*, n°204, janvier 1970, p. 55.

²⁹⁶ Voir par exemple dans le n°9 d'*AWA*, p. 36, un mot de la rédaction indiquant : « Tous nos remerciements aux confrères qui ont bien voulu faire l'échange de leurs publications avec « *AWA* » et dont les noms suivent » dans une liste dans laquelle on peut notamment retrouver *Bingo*.

d'identification entre les lectrices et des personnalités féminines qui jouent la complicité et la proximité avec elles.

2. Les femmes de radio et de télévision : une forme de « célébrité inédite²⁹⁷ »

Le rôle tenu par ces femmes semble préfigurer, puis correspondre à celui des animatrices féminines à la radio ou la télévision, qui jouissent, par leur présence dans ces nouveaux médias, d'une forme de « célébrité inédite ».

Je reprends ici les termes de Charlotte Grabli dans l'analyse qu'elle fait du personnage de Pauline Lisanga, première speakerine de la Radio Congo Belge, particulièrement pertinente au regard des différentes présentations faites des femmes de radio et de télévision dans les magazine *Bingo* et *AWA*. En effet, selon Charlotte Grabli, ce nouveau type de célébrité est inauguré par Lisanga qui représente « la première figure publique et médiatique de la vie culturelle africaine²⁹⁸ », dont le succès a contribué à la féminisation des ondes. La fonction de speakerine, incarnée par Pauline Lisanga, devient, à son avis, très importante à la radio et dans la représentation de la modernité coloniale. On peut retrouver cette image de la modernité représentée par la fonction de speakerine dans les colonies françaises durant les années 1950, mais également dans les stations des pays nouvellement indépendants.

Si ce sont les personnages féminins à la radio et la télévision dans leur ensemble qui incarnent cette modernité médiatique, il convient cependant de noter la différence – importante – entre les speakerines et les animatrices. En effet, les speakerines ont généralement uniquement pour rôle d'annoncer les programmes tandis que les animatrices sont en charge de la présentation d'émissions.

2.1. Un parcours scolaire et professionnel exceptionnel

Dans les deux cas, animatrices et speakerines sont des femmes ayant connu un parcours singulier.

Tout d'abord, certaines femmes de radio et de télévision – notamment celles ayant un rôle important – ont suivi les formations du studio-école de la SORAFOM, qui a été créé en 1955 par Pierre Schaeffer et André Clavé. Ce programme propose des stages de formation

²⁹⁷ Voir Grabli Charlotte, « La ville des auditeurs : radio, rumba congolaise et droit à la ville dans la cité indigène de Léopoldville (1949-1960) », in *Cahiers d'études africaines*, n°233, 2019.

²⁹⁸ *Ibid.*

allant de plusieurs mois à un an à des Africains dans le but de les préparer à la technique, la programmation et l'animation des programmes radio. L'idée de ces studio-écoles était de permettre aux radios africaines de gagner de nouveaux auditeurs en incitant les diplômés à élaborer des programmes proches de leurs préoccupations quotidiennes, dans une logique d'aide à l'émancipation par « l'éducation des masses », ainsi que le montre le témoignage de Pierre Schaeffer, rapporté par Jonathan Landau :

Ce que nous n'avions pu faire en France à la Libération, un véritable service public adapté aux besoins des gens, ouvert sur la communication et la participation, nous pouvions le réussir en Afrique²⁹⁹

Dans la première promotion du studio-école, dont le stage a débuté en juillet 1955, on retrouve Annette Mbaye d'Erneville. Une présence rappelée notamment dans le n°209 de *Bingo* :

Avant d'être journaliste, Annette Mbaye a été institutrice. Ancienne élève de l'Ecole Normale de Rufisque, elle apprit le métier de journaliste au studio-école de l'OCORA. Elle fait d'ailleurs partie de la première promotion sortie en 1955. Rentrée au Sénégal au cours de la même année, elle est l'une de celles dont on peut dire qu'elles ont participé activement à la vie nationale³⁰⁰.

On sait d'ailleurs qu'Annette Mbaye a pris place rapidement au sein de l'équipe de la radiodiffusion sénégalaise grâce, notamment, à un article dans le n°43 du magazine sur la chaîne régionale de Dakar :

L'élément féminin de « l'équipe » est combien dynamique, c'est Annette, Mme M'baye, Institutrice, qui a pensé que la Radio était un support magnifique pour apporter à domicile une forme nouvelle de pédagogie. Après avoir mis au point la chaîne régionale de Dakar, elle partira avec M. Tialla Mamadou, un autre de « l'équipe », pas encore arrivé à Dakar, pour enquêter auprès des auditeurs de brousse pour se faire une idée précise de leurs désirs et des moyens de rendre toujours plus efficaces les diverses émissions³⁰¹.

Ces deux descriptions renforcent l'idée énoncée par M. Schaeffer de mettre en avant le rôle éducatif de la télévision et la nécessité pour le personnel radiophonique de se rapprocher des préoccupations des habitants et de se rapprocher d'eux, ce qui semble effectivement correspondre à l'image véhiculée par les personnalités féminines de la radiodiffusion, qui se placent dans une position de proximité par rapport à leurs auditeurs et auditrices.

Annette Mbaye d'Erneville n'est pas la seule à avoir effectué des stages au sein du studio-école ou bien dans le cadre de l'ORTF. Elle est suivie notamment par Sokhena

²⁹⁹ Témoignage intégré dans Landau-Welinski Jonathan, « Le passé de l'Afrique à la radio : mémoire d'un continent (RFI). Pour une histoire de la coopération radiophonique franco-africaine à travers une émission de 1964 à nos jours. » Mémoire de Master 2, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2012.

³⁰⁰ « Annette Mbaye », *Bingo*, n°209, juin 1970, p. 51.

³⁰¹ « La Radio française d'outre-mer en Afrique », *Bingo*, n°43, août 1956, p. 10.

Dieng³⁰², qui effectue en 1971 un stage d'agent de production radio à l'ORTF³⁰³ et qui devient en 1986 directrice de la télévision sénégalaise. Ce type de parcours reste particulièrement exceptionnel et concerne des femmes – telle Mme Mbaye – ayant eu une éducation spécifique et faisant partie d'une certaine élite sociale³⁰⁴. La présence de femmes à la radio et la télévision reste rare (en témoigne leur faible nombre effectuant des stages dans les studio-école de la SORAFOM ou à l'ORTF) et l'accès à des postes de production et de direction fait figure d'exception.

Les femmes travaillant à la radio ou la télévision occupent en effet – notamment lorsqu'elles ne passent pas par ce type de formation parisienne - des rôles d'assistantes, de secrétaires, des missions techniques qui les laissent plutôt dans l'ombre des producteurs, journalistes et animateurs de la radio. Elles peuvent cependant également prétendre à un poste de speakerine – à condition, toutefois, d'avoir une jolie voix – et on note dans les articles de *Bingo* une perspective d'évolution vers des rôles d'animatrices, voire de productrices d'émission. En témoigne par exemple, en janvier 1958, le n°60 de *Bingo* qui présente l'« équipe africaine » de Radio Cotonou, dans laquelle on retrouve Clotilde Codji, qui, à 16 ans, « veut apprendre le métier d'assistante de production, c'est-à-dire qu'elle aide le producteur de l'émission dans sa lourde tâche ». Elle a été présentée par son père au directeur de la radio, après avoir suivi des cours de dactylographie et son travail consiste notamment (comme en témoignent les photographies accompagnant l'article) à classer les disques, taper des textes de présentation, ou bien préparer des documents administratifs. Mais Clotilde est également « speakerine des émissions africaines, elle participe à l'élaboration de l'émission du disque des auditeurs » et « a aussi, et c'est sa grande fierté, collaboré à un reportage sur la trypano réalisé en extérieur³⁰⁵. »

³⁰² Sokhena Dieng : Voir Biographie 2 en annexe.

³⁰³ Télégramme du conseiller culturel de la mission permanente d'aide et de coopération au Sénégal de la France au Ministre de la Coopération à propos de la fin de stages ORTF, 1971. Archives diplomatiques de *Nantes*, fonds de la mission de coopération et d'action culturelle à Dakar (186PO) carton 838, dossier « Coopération radiophonique : formation professionnelle des Agents de la Radiodiffusion et de la Télévision ».

³⁰⁴ Voir Barthélémy Pascale, *op. cit.* (2010).

³⁰⁵ « Radio Cotonou se consacre avec ferveur au radio service », *Bingo*, n°60, janvier 1958, p. 31.

2.2. « Une voix... un sourire³⁰⁶ » : le charme des femmes de radio et de télévision

Lorsqu'elles occupent des postes de speakerines, téléspeakerines ou animatrices, les femmes de radio et de télévision connaissent une exposition médiatique importante, qui les rend connues des auditeurs et téléspectateurs et crée une sorte de vedettariat lié notamment au charme de leur voix ou de leur sourire. En effet, Charlotte Grabli note, en évoquant le rôle de Pauline Lisanga, qu'« en tant que voix de la station, la présentatrice avait un poids symbolique considérable » et que les voix féminines étaient valorisées par rapport aux voix masculines, car considérées comme plus agréables³⁰⁷.

C'est cette célébrité auprès des auditeurs qui est mise en avant dans divers articles du magazine présentant de jeunes speakerines africaines. En effet, Marianne Seck, dont on retrouve la photographie dans la rubrique « Parlons un peu d'eux » du n° 59 est qualifiée par « sa popularité » auprès « des milliers d'auditeurs de Radio-Dakar » pour lesquels elle est « la Coqueluche », terme significatif qui sous-entend qu'elle fait l'objet d'un engouement contagieux et passionné chez les Dakarois, accentué quelques lignes plus tard par l'expression « sa voix chaude », indiquant une voix attirante et douce, agréable à entendre et reconnaissable par les auditeurs. La dimension plaisante et affectueuse de la voix est également ce qui semble forger la célébrité d'Augustine Lingou, présentée dans le n° 148 avec un article intitulé « Cette voix qui charme les centrafricains ». Ici aussi la voix de la speakerine est décrite (« une jolie voix un peu rauque ») et il est sous-entendu que celle-ci, entrant dans le domicile familial par le poste de radio vient adoucir la vie des habitants centrafricains³⁰⁸. Au n°237 (octobre 1972), la description d'Elizabeth N'Diaye, animatrice de l'émission « Midi-Musique » chez Radio-Sénégal, insiste encore une fois sur la voix agréable de cette dernière : « une belle voix qui sonne comme une musique à notre oreille ». Les voix féminines viennent ainsi charmer, séduire, adoucir, ... les oreilles des auditeurs.

³⁰⁶ « Une voix... un sourire : Sokhena Dieng, première téléspeakerine sénégalaise », *AWA*, n°3 de la nouvelle série, février 1973, p. 24.

³⁰⁷ Grabli Charlotte, « Pauline Lisanga : la première voix du Congo moderne ? », présentation dans le cadre du séminaire « Radios et télévisions dans les Afriques » organisé par Florence Brisset-Foucault et Aïssatou Mbodj-Pouye, deuxième séance, 9 novembre 2020. [speakerine | Radio et télévision dans les Afriques \(hypotheses.org\)](https://www.hypotheses.org/10000).

³⁰⁸ « Le soir venu, on se détend, dans les bungalows et les cases de Bangui, dans ceux de la brousse, comme cela se passe partout dans le monde. On ne pense sûrement pas aux graves problèmes que sont la polygamie et le pourcentage toujours plus bas parmi les filles que parmi les garçons dans le groupe d'enfants qui fréquentent une école. On y pense encore moins, en écoutant une jolie voix un peu rauque qui vous dit : « Bonsoir Mesdames, bonsoir Messieurs. Ici, Radio-Bangui ». Or, le nombre de propriétaires d'un poste à transistor augmentant sans cesse, de plus en plus de gens l'écoutent, à l'heure du dîner en famille. ». « Cette voix qui charme les Centrafricains », *Bingo*, n°148, juin 1965, p. 42-43.

Le charme exigé des speakerines et animatrices, qui passe par leur voix à la radio, devient un aspect encore plus important à la télévision. Ainsi, AWA, qui présente davantage de téléspeakerines et animatrices de télévision, insiste fortement sur leurs atouts physiques. Il est remarquable que la page consacrée aux femmes de la télévision ivoirienne, au n°11 de la revue, ne contienne que trois photographies présentant les portraits souriants de deux speakerines et une journaliste, sans les accompagner de longues présentations ou légendes, dans une page intitulée « Visages de la Télévision Ivoirienne ». Le même format de pages de photographies apparaît d'ailleurs au 1^{er} numéro de la deuxième série pour les femmes de cinéma (« Visages du Cinéma Africain ») dont le magazine vante également les charmes (« [Le cinéma] les a apprivoisées, elles l'ont charmé »). Les femmes de télévision sont donc associées au même titre que les actrices, à une nouvelle forme de célébrité qui passe principalement par l'image et dans laquelle l'accent est mis sur leurs visages. Significativement, ces « visages de la télévision ivoirienne » sont des femmes jeunes et souriantes, habillées avec des vêtements au style européen (robe ou haut à manches courtes et col rond) et coiffées de perruques de style européen également, des tenues représentatives d'une certaine idée de la modernité liée à la mode occidentale. Le magazine consacre également une couverture à Sokhena Dieng, en février 1973 et fait son portrait, accompagné de multiples photographies dans les pages du numéro (Figure 18). L'article s'intitule « Une voix... Un sourire : Sokhena Dieng, première téléspeakerine sénégalaise ». Ainsi, c'est à la fois par le charme de son visage et celui de sa voix que Sokhena Dieng est présentée au lectorat. L'article se concentre sur ses qualités de speakerine, inversant l'expression de La Fontaine (« son plumage se rapporte à son ramage ») pour évoquer les atouts de la femme :

Notre Sokhena est, en effet, mignonne et fine : son sourire a déjà séduit plus d'un téléspectateur ; elle est surtout l'image de la jeune fille de chez nous, naturelle, ni sophistiquée, ni minaudante³⁰⁹.

L'emploi du pronom possessif renforce le sentiment de proximité entre le public et la speakerine, tandis que l'aspect séducteur des voix des femmes de radio est ici complété par celui du sourire de la téléspeakerine. Enfin, la beauté de Sokhena Dieng est vantée notamment pour son naturel et son ancrage sénégalais avec l'expression « jeune fille de chez nous ». Une idée renforcée par les photographies de la jeune femme présentée coiffée de tresses traditionnelles et portant des tenues africaines. Cet article d'AWA semble ainsi témoigner d'une idée de la modernité qui passerait par la revalorisation de la coiffure traditionnelle et de

³⁰⁹ « Une voix... un sourire : Sokhena Dieng, première téléspeakerine sénégalaise », AWA, n°3 de la nouvelle série, février 1973, p. 24.

la mode africaine et dont Sokhena Dieng serait le symbole, par l'incarnation d'un métier proprement moderne (elle est la première téléspeakerine sénégalaise, la « marraine » de la télévision) tout en adoptant un style non-occidental et en revendiquant son ancrage sénégalais. Elle s'oppose ainsi, dix ans après, aux « visages de la télévision ivoirienne », et présente une nouvelle idée de la modernité incarnée par la mise en valeur de savoirs traditionnels africains, tels que le tressage³¹⁰.

On peut trouver des indices de cette dynamique de séduction devant être engagée par les speakerines ou animatrices de télévision dans de nombreux articles du magazine *Bingo* également, à l'image de la présentation, en octobre 1970, de Fatou Sidibé, ancienne speakerine de la télévision ivoirienne, débutant par une phrase courte, non verbale, en guise d'introduction : « Un nom, un sourire aimable et un visage familier aux téléspectateurs ivoiriens », qui permet de resituer la jeune femme dans une perspective de vedettariat et de proximité avec les téléspectateurs. Cette entreprise de séduction semble d'ailleurs totalement assumée par ces dernières. Ainsi, Elisabeth N'Diaye interrogée par *Bingo* en octobre 1972 sur ses conseils pour les jeunes femmes voulant aborder le métier indique-t-elle, aux côtés des qualités humaines et des compétences nécessaires, qu'il faut « avoir une belle voix³¹¹ ! », tandis que Mombonge Nker Kemonsoy, téléspeakerine zaïroise, dans une interview similaire, répond à la question « que pensez-vous du métier de Téléspeakerine ? » :

Notre métier est beau et exigeant. Pour réussir, il faut être toujours élégante sur l'écran et savoir attirer l'attention du public, car dit-on, la téléspeakerine est l'hors-d'œuvre du plat principal, qui est l'émission³¹².

Cette dernière métaphore est particulièrement parlante : on comprend que le rôle des speakerines est bien d'annoncer et de mettre en valeur les émissions principales, généralement animées par des hommes. La nécessité pour les femmes de radio et de télévision de présenter à leur public une voix charmante et un sourire agréable, de même qu'une tenue élégante, apparaît donc confirmée par ces diverses présentations, qui mettent particulièrement en valeur le caractère séducteur des speakerines et animatrices qui charment ainsi leurs auditeurs et leurs téléspectateurs.

³¹⁰ Voir Sineux Louise, *op. cit.*

³¹¹ « Madame Afrique métiers : Elisabeth N'Diaye, animatrice de Radio Sénégal », *Bingo*, n°237, octobre 1972, p. 70.

³¹² « Madame Afrique métiers : Mombonge Nker Kemonsoy, le succès d'une téléspeakerine », *Bingo*, n°262, novembre 1974, p. 73.

2.3. L'apparente proximité avec le public, notamment féminin

Le rôle implicite des femmes de radio et de télévision lorsqu'elles occupent non seulement des rôles de speakerines, mais d'animatrices – voire de productrices – est également d'occuper le rôle d'exemples pour les auditrices et téléspectatrices et de se présenter comme une amie ou une sœur, avec laquelle on peut discuter de sujets féminins. Tanja Bosch note d'ailleurs que « l'augmentation d'animatrices féminines [dans les stations de radio africaines] provient du fait que les stations ont réalisé qu'il était commercialement viable de cibler une audience féminine³¹³ ». Les animatrices féminines sont donc impliquées dans les programmes visant cette audience féminine.

Le personnage de Sokhena Dieng est vraiment présenté de cette manière dans l'article qui lui est consacré dans *AWA* : c'est un symbole auquel les lectrices peuvent s'identifier qui est donné à voir dans un récit dont la typographie met en valeur l'expression « L'image de la jeune fille de chez nous ». Ainsi peut-on lire dans l'article, qui rappelle le passage de Madame Dieng à la radio :

Les auditeurs sont très satisfaits des nouvelles productions et le succès de Sokhena Dieng se mesure au volumineux courrier qu'elle dépouille et qui prouve que les sujets abordés et les thèmes de réflexion proposés – mariage mixte, problème des castes, la mère célibataire, le planning familial, la polygamie, les enfants confiés etc... etc... - sont toujours d'actualité et intéressent les Sénégalais³¹⁴.

Finalement, Sokhena Dieng telle qu'elle est présentée dans cet article semble tenir la même place que tient la « Madame Afrique » de *Bingo*, tenant salon et proposant des réflexions et discussions sur le même type de sujet, intéressant a priori plutôt les femmes ou questionnant leur rôle. Il en va de même près de 20 ans auparavant pour Marianne Seck, chroniqueuse qui « parle à ses auditrices de soins ménagers, d'éducation des enfants³¹⁵ ».

Les rôles de speakerine et d'animatrice se limitent ainsi à ceux d'ambassadrices. Les speakerines sont avant tout des hôtes aimables, jolies et à la voix douce qui présentent les programmes à venir et combrent les coupures à l'antenne. Les animatrices, elles, doivent présenter des émissions concernant des thématiques féminines (soins ménagers, éducation des

³¹³ Bosch Tanja, « Women as Radio Audiences in Africa », in Carter, L. Steiner et L. MacLaughlin (éds.), *Routledge Companion to Media and Gender*, Routledge, New York, 2013 : «Moreover, the increase in women presenters arose from stations' realization that it was commercially viable to target a female commodity audience», p. 516.

³¹⁴ « Une voix... un sourire : Sokhena Dieng, première téléspeakerine sénégalaise », *AWA*, n°3 de la nouvelle série, février 1973, p. 24.

³¹⁵ « Parlons un peu d'eux », *Bingo*, n°59, décembre 1959, p. 33.

enfants, mode et beauté) ou les émissions de loisirs (l'émission « midi musique), laissant la place aux hommes pour les discussions littéraires, politiques et culturelles. Aussi, ces deux personnages incarnent-ils une sorte d'idéal de la femme au foyer moderne, entrant dans l'intimité des familles à travers les deux objets médiatiques que sont la radio et la télévision. Alors que les speakerines ouvrent la porte de la maison, accueillent les auditeurs, la présentatrice est envisagée comme une maîtresse de maison, une figure familière accompagnant auditeurs et auditrices dans leur vie de tous les jours, tenant des conversations avec les femmes sur des sujets féminins et divertissant les hommes sur des sujets légers.

Ces personnages médiatiques représentent donc des symboles d'une modernité liée à trois éléments : l'appartenance à une forme d'élite culturelle liée à une éducation et une formation assez élevées, la présence au sein de médias et d'objets technologiques particulièrement nouveaux, et, enfin, l'apparence de femmes « dans le vent », habillées et coiffées à la dernière mode et connaissant les meilleurs moyens de tenir un foyer.

3. Chanteuses, actrices et autres vedettes : une nouvelle forme d'influence médiatique

Les figures médiatiques féminines, présentatrices d'émissions ou animatrices de rubriques dans les magazines, représentent donc une nouvelle forme de célébrité, dont on a déjà esquissé qu'elle pouvait se rapprocher de celle de personnalités du monde du spectacle, du cinéma ou de la musique. De ce fait, les frontières entre ces milieux sont poreuses et des liens intimes se créent, à cette période, entre les nouveaux médias que représentent les magazines, la radio et la télévision, et le monde du *show business*, alors émergent et florissant, notamment dans le domaine du cinéma et de la chanson, ainsi que du mannequinat.

3.1. Des carrières qui s'entremêlent

Tout d'abord, cette porosité des frontières entraîne l'entremêlement des carrières féminines. Il n'est pas rare de voir des femmes de radio ou de télévision ayant débuté une carrière, ou bien en ayant poursuivi une, dans le domaine de la chanson ou bien du théâtre, notamment. *Bingo* explique par exemple que Clotilde Codji, qui fait partie de l'équipe de Radio-Cotonou, « n'a jamais le trac devant le micro », et que c'est sûrement car, dans son enfance, « elle a joué la comédie à plusieurs occasions », qu'elle fait aujourd'hui carrière à la radio³¹⁶.

³¹⁶ « Radio Cotonou se consacre avec ferveur au radio service », *Bingo*, n°60, janvier 1958, p. 31.

Surtout, *AWA*, dans un dossier consacré à « La femme noire et l'art », en janvier 1966, témoigne de ces liens entre le monde du spectacle et celui de la radio et de la télévision. En effet, en écho du premier Festival Mondial des Arts Nègres³¹⁷, le numéro entend mettre en avant des femmes noires participant aux milieux artistiques. L'éditorial du magazine revient sur les changements et évolutions de la société et pose une question :

Pourquoi a-t-on accepté – après mille difficultés certes – que la femme africaine puisse participer, sans déchoir, à toutes les manifestations de la vie moderne à l'exclusion de celles qui touchent à l'Art³¹⁸.

L'éditorial témoigne alors des difficultés des femmes africaines à s'affirmer dans le monde de l'art et du spectacle et regrette que l'on considère trop souvent une fille « perdue parce qu'elle exploite ses possibilités artistiques ». La rédaction pointe du doigt le fait qu'un pays « moderne » doit être « aussi fier de ses institutrices, de ses sages-femmes, que de toutes les femmes qui au même titre que les hommes, se font remarquer dans la littérature, le théâtre, l'artisanat ». Ainsi, la revue entend mettre en valeur dans ce numéro des femmes noires participant à des activités artistiques, en présentant d'abord des chanteuses, puis des actrices de cinéma et de théâtre, et enfin des femmes de télévision ou de radio – des activités implicitement considérées comme particulièrement modernes, notamment lorsqu'exercées par des femmes. Ces derniers éléments viennent compléter mais également se mêler aux autres. Ainsi, l'actrice Marpessa Dawn est-elle présentée aux côtés d'une speakerine et animatrice de télévision, Merry Sane, tandis qu'aux côtés de la chanteuse « vedette » Aminata Fall, on retrouve Nicole Rigonau (Figure 19). Cette dernière est un bon exemple d'entremêlement des carrières puisque le magazine nous explique que « très appréciée des auditeurs de Radio-Sénégal, [elle] fait ses premiers pas dans la chanson³¹⁹ ». Ce mouvement, depuis la radio vers la chanson, n'est d'ailleurs pas étonnant puisque Pauline Lisanga également est devenue chanteuse. Charlotte Grabli explique que sa place a pu favoriser cette ascension, notamment en raison des liens étroits entretenus avec les maisons de disques, et qu'en produisant des chansons, elle ajoute alors une nouvelle dimension à sa célébrité médiatique³²⁰. Il semble en être de même pour Nicole Rigonau, qui a pu voir dans sa popularité auprès des auditeurs, un tremplin vers une carrière musicale à succès.

³¹⁷ Festival Mondial des Arts Nègres : en avril 1966 s'est déroulé la première édition de ce festival, organisé à l'initiative de la revue *Présence Africaine* et de la Société africaine de culture par Léopold Sedar Senghor, à Dakar.

³¹⁸ « Editorial », *AWA*, n°15, Janvier 1964, p. 3.

³¹⁹ « La femme noire et l'Art – Télévision, radio », n°15, janvier 1964, p. 29.

³²⁰ Grabli Charlotte, « Pauline Lisanga : la première voix du Congo moderne ? », présentation dans le cadre du séminaire « Radios et télévisions dans les Afriques » organisé par Florence Brisset-Foucault et Aïssatou Mbodj-Pouye, deuxième séance, 9 novembre 2020. [speakerine | Radio et télévision dans les Afriques \(hypotheses.org\)](https://www.hypotheses.org/107).

La célébrité gagnée dans le monde des arts et du spectacle peut également être un moyen pour les femmes de participer à la création de contenus pour la radio, la télévision ou bien les magazines et donc de passer de l'autre côté de la sphère médiatique. C'est le cas de Marie-Thérèse Rouïl, écrivaine, mais surtout de Moune de Rivel – chanteuse. Cette dernière met en effet directement à profit sa carrière musicale pour intégrer les pages de *Bingo* dans le cadre des courriers du cœur, d'abord. Ainsi la première fois que Moune de Rivel est présentée dans la revue, lors de sa première rubrique « courrier du cœur », une double page est consacrée à la présentation de sa vie et de sa carrière dans le monde du spectacle, accompagnée de deux images d'elle, au micro en train de chanter, ou à la guitare, et d'un slogan : « Moune de Rivel qui a tant chanté l'amour, répondra désormais dans BINGO au Courrier du Cœur » (Figure 20). Ce sont d'ailleurs son parcours et sa capacité à « chanter l'amour » qui en font, selon la revue, la candidate idéale pour ce poste, ainsi qu'il est exprimé à la fin de l'article :

Avec tous ces dons que lui a prodigués la nature et qui lui ont procuré une existence pleine d'intensité, il nous a paru que Moune de Rivel, jolie femme, artiste fêtée, compositeur appréciée, poète, écrivain, était particulièrement qualifiée pour créer, dans « Bingo », ce « Courrier du Cœur » que nous réclamaient depuis longtemps nombre de lecteurs et de lectrices.

Nul doute que son expérience de la vie, sa connaissance des efforts qui conditionnent la réussite, sa souriante philosophie n'en fassent, dans nos colonnes, un guide rêvé pour la jeunesse africaine, une spécialiste des problèmes du Cœur... et aussi de la Raison³²¹.

C'est donc bien en tant que modèle que le magazine entend faire rentrer la chanteuse dans son équipe de rédaction, ce qui se voit confirmé lorsqu'elle vient, quelques années plus tard, incarner « Madame Afrique » pour le magazine féminin de la revue. Si Moune de Rivel voit sûrement dans ce travail un complément de carrière intéressant, *Bingo* y trouve également son compte : il semble évident qu'obtenir la participation d'une « vedette » aux pages féminines du magazine apparaît être un bon moyen de fidéliser le lectorat. De plus, associer Moune de Rivel au nom de « Madame Afrique » permet un processus d'identification des lectrices à ce personnage, qui leur ressemblerait un peu, mais également dont elles se sentiraient proches et à laquelle elles auraient envie de ressembler. Moune de Rivel semble apprécier ce processus, puisqu'elle s'engage également, dans les cahiers « femmes d'Afrique », à la composition et l'interprétation des « chansons éducatives » destinées aux radios africaines. Ainsi, fait-elle

³²¹ « Moune de Rivel, qui a tant chanté l'amour, répondra désormais dans BINGO au Courrier du Cœur », *Bingo*, n°94, novembre 1960, p. 18.

partie, durant ces années, du paysage médiatique africain *via* trois media différents : la chanson, la radio et la presse magazine.

Le magazine *Bingo* utilise également la célébrité de ses rédactrices pour faire vivre ses pages de conseil beauté. En effet, nous avons pu voir que Noéma, au début des années 1960, est présentée non seulement par son métier d'esthéticienne, mais aussi par son titre de Miss Antilles³²². Plus tard, on retrouve également, pour l'animation de la rubrique beauté, une célébrité présentée au début de l'année 1973 dans une rubrique au titre qui semble s'inspirer des codes de la télévision « en direct avec Josy ». On retrouve donc une photo de Josy Numa, avec une courte explication :

En direct avec vous... Josy. Josy Numa, mannequin-vedette est aussi l'une des plus jolies cover-girls d'Europe. Elle donne chaque mois à nos lectrices son avis sur les produits de beauté qu'elle a essayés et quelques recettes qui permettent à toutes de garder santé et charme.

C'est bien, encore une fois, sa qualité de « vedette », qui paraît être privilégiée par *Bingo* pour présenter Josy et qui semble être un bon argument pour témoigner de sa légitimité en tant qu'animatrice de cette nouvelle rubrique beauté.

3.2. La promotion des magazines

Bingo utilise donc bien des vedettes au sein même du magazine, en tant que rédactrices de rubriques, créant ainsi un sentiment de proximité entre ces dernières et le lectorat, notamment féminin. Cependant, nous avons pu remarquer que cet emploi servait aussi à la promotion du magazine, en témoignent par exemple les « une » de Marie-Thérèse Rouil et Moune de Rivel pour *Bingo* ainsi que le spot publicitaire effectué par la première. Cette promotion du magazine est également assurée par d'autres vedettes dans le cadre de couvertures ou bien dans les pages de la revue.

3.2.1. Cover-girls

Le phénomène de la cover-girl, récent alors, témoigne des interrelations entre les médias et les milieux de l'art et du spectacle, et enclenche lui aussi une forme de célébrité inédite et considérée comme particulièrement moderne. Les cover-girls des magazines dans *Bingo* – mais également dans *AWA* – sont choisies, non seulement pour leur beauté, mais également pour l'image de modernité qu'elles dégagent.

³²² *Bingo*, n°98, mars 1961, p. 33.

Cette impression passe par la jeunesse des femmes photographiées, ainsi que par leur posture, d'abord. En effet, il est apparu que la photographie-type pour les couvertures des deux magazines lorsqu'elles représentent des femmes offrent au lecteur le visage d'une femme jeune (entre 20 et 30 ans), de profil et regardant au loin. Les légendes accompagnant les photos indiquant, bien souvent, que la jeune fille « rêve à son avenir³²³ », viennent renforcer l'idée d'une jeunesse tournée vers la modernité et pleine d'espoir³²⁴.

Ensuite, les cover-girls sont souvent choisies pour leur carrière dans le monde des arts et du spectacle. C'est notamment le cas de *Bingo* qui utilise à de nombreuses reprises des figures féminines célèbres, non sans mettre l'accent sur la modernité et la nouveauté de leurs métiers ou le caractère exceptionnel de leur parcours et de leur célébrité. De nombreuses célébrités féminines se succèdent donc sur les couvertures de *Bingo*, participant alors à la promotion du magazine. Ainsi retrouve-t-on par exemple des couvertures des chanteuses telles que Moune de Rivel (n°100) ou Maria d'Aparecida (n°153), mais également de danseuses telles que Joséphine Baker (n°79), Sherry Young (n°100) ou Irène Batchelor (n°114), ou encore des actrices telles Issa Arnal (n° 136).

Ces femmes fascinent par leur beauté et leur profession assez exceptionnelle mais sont aussi présentées parfois comme inspiratrices et comme symboles. C'est le cas notamment de Binta Ba, dans le n° 62 de *Bingo*. Cette jeune femme de 24 ans fait la couverture du magazine en mars 1958 dans lequel un long article lui est consacré, intitulé : « Binta Ba, première cover girl africaine³²⁵ » (Figure 21) . Avant d'engager une courte biographie de la jeune femme, la rédaction rappelle sa notoriété, qui apparaît jusque dans les colonnes de « Life », célèbre revue américaine. Selon les magazines étrangers, elle représente en effet « la plus pure figure de la jeunesse africaine ». A la suite de cette présentation on trouve un album photo montrant Binta Ba « à la ville » et en tant que cover girl (Figure 22). A la ville, la jeune femme semble remplir tous les éléments correspondant à l'image d'une jeune femme « moderne » tels qu'on a pu le voir précédemment : elle « fait sensation grâce à la rigoureuse élégance de sa garde-robe » et, chez elle, « aime lire et adore écouter la radio ». En tant que « cover-girl, Binta Ba pose pour de nombreuses publications illustrées, tourne dans des courts-métrages, et – surtout – est le visage d'une publicité de dentifrice célèbre, dans laquelle elle joue le rôle de « Mlle Gibbs ». Binta Ba, par sa beauté, son sourire et sa jeunesse, attire donc les firmes

³²³ *Bingo*, n°37, février 1956, description de la photo en couverture : « A quoi rêve cette jolie Sénégalaise ? La « traite » des arachides ne la préoccupe certainement pas... Comme toutes les jeunes filles du monde, elle rêve à son avenir et le sourire, que sa main cache à demi, dit assez que les années futures sont pleines de promesses...», p. 3.

³²⁴ J'analyse plus en détail ces couvertures dans le cadre de mon premier mémoire. Sineux Louise, *op. cit.*

³²⁵ « Binta Ba, première cover girl africaine », *Bingo*, n°62, mars 1958, p. 19-20-21.

commerciales qui « se la disputent », selon les dires de *Bingo*, pour qu'elle représente, pour eux, l'image de la jeunesse africaine : sa figure correspond à celle de la jeune femme moderne à laquelle les jeunes femmes voudraient ressembler et donc qui permet aux marques de vendre leurs nouveaux produits.

Ainsi, le caractère cosmopolite et les carrières de ces femmes sont-ils mis en avant et utilisés pour faire la promotion du magazine. En incarnant la figure de *Bingo* en page de couverture, ces femmes attestent de la modernité de ce dernier et visent à inspirer les lectrices. On retrouve d'ailleurs au sein des pages du magazine cette même dynamique.

3.3. « Faites comme elle[s] » : ces femmes qui font la publicité de *Bingo*

Bingo fait aussi appel à des figures féminines connues pour faire la publicité du magazine. Encore une fois, ces dernières sont caractérisées par leurs liens avec le monde du spectacle ou des médias et représentent une forme de modernité médiatique qui sert l'ambition de *Bingo*.

Un des personnages qui représente le mieux cet aspect est Joséphine Baker. En effet, selon Tsitsi Jaji (2018), « personne n'incarnait autant, dans le contexte francophone, les interrelations entre le glamour, la modernité, le pouvoir de la mécanisation et la vitalité de l'exotisme que Baker³²⁶ ». Cette dernière fait non seulement la couverture du magazine en août 1959 et l'objet de plusieurs articles dans le magazine, mais elle se fait aussi, lors des débuts de *Bingo*, l'ambassadrice de la revue. Ainsi en février 1953 le magazine consacre une double page à « la grande artiste Josephine Baker », alors reçue lors d'un dîner par un groupe d'étudiants africains. Les pages sont remplies de photographies où l'on peut voir Joséphine Baker et les étudiants, des exemplaires de *Bingo* ouverts dans les mains, puis quelques pages plus tard, une photographie de Joséphine Baker la représente tenant le nouveau numéro de *Bingo* accompagnée de la légende : « De passage à Tanger, Josephine Baker assiste au tirage du numéro anniversaire de « Bingo » (Figure 23). Josephine Baker, qui incarne dans ce contexte une image de la modernité liée au glamour et au monde du spectacle prête donc son image à *Bingo* qui en fait une ambassadrice de marque : si Josephine Baker lit *Bingo*, alors *Bingo* semble être le magazine le plus en vogue du moment.

³²⁶ Voir Jaji Tsitsi Ella, « Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness? », in *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018 : “in the francophone context no one embodied the nexus of glamour, modernity, mechanized power, and exoticized vitality so fully as Baker”.

Ce rôle d'ambassadrice est également investi par d'autres « vedettes » tout au long de la publication du magazine. Ainsi, le n°55 du magazine, présente « les plages de la métropoles » où l'on peut retrouver des figures connues telles que Yolande Trama – actrice présentée quelques numéros plus tard comme une « future star de cinéma³²⁷ », Miss Guinivier, une journaliste américaine, ainsi que Priscilla Mtimkulu, la « populaire cover girl de notre confrère « Drum » ». Alors que cette dernière, allongée sur une serviette, semble interrompue en pleine lecture du magazine, Yolande Trama pose sur la croisette, en maillot de bain et sandale, en tenant fièrement son exemplaire de *Bingo*. La légende indique d'ailleurs : « Yolande Trama, part pour la plage, mais n'a pas oublié « son » Bingo ». Le magazine, dès lors, semble présenté de la même manière qu'un accessoire de mode, un indispensable de la panoplie de la jeune femme dans le vent à la plage (Figure 24).

Les publicités pour le magazine, dont nous avons vu en première partie qu'elles mettaient en avant le fait que « toutes les Africaines modernes » lisaient *Bingo*, font également appel à une célébrité. En effet, l'encart publicitaire du n°90, en juillet 1960, est constitué d'une photographie de Marpessa Dawn, concentrée sur la lecture d'un exemplaire de *Bingo* (Figure 25). Elle est accompagnée du même slogan que pour les autres encarts publicitaires d'abonnement :

Que lit Marpessa Dawn, l'incomparable vedette d'Orfeu Negro
Evidemment, comme tout le monde, elle lit BINGO. Faites comme elle ! Abonnez-vous
Abonnez vos amis vous leur ferez tellement plaisir ».

Encore une fois, il est question ici d'inviter à imiter une « vedette ».

3.4. Les concours miss-Bingo

Le magazine témoigne également, dès les années 1950, d'un intérêt particulier pour les concours de miss qui perdurent tout au long de la période étudiée. De nombreux articles font en effet référence au concours de miss nationaux ainsi qu'à leurs gagnantes³²⁸. Mais ces concours concernent également divers milieux. Ainsi sont également présentées dans la revue « miss avenir de Dakar³²⁹ » (du nom de l'association sportive, artistique et culturelle « L'Avenir de Dakar »), mais aussi Noémie Lopez, « Miss jeunesse 1957³³⁰ » (concours du

³²⁷ « Yolande Trama, future star de cinéma, a déjà tourné dans 4 films », *Bingo*, n°58, novembre 1957, p. 15

³²⁸ Voir, à titre d'exemple, le long article consacré à Miss Nigéria en 1958. *Bingo*, n° 68, septembre 1958, p. 10-11-12-13.

³²⁹ « Miss avenir de Dakar », *Bingo*, n°102, juillet 1961, p. 84

³³⁰ « Miss jeunesse 1957 : Noémie Lopez », *Bingo*, n°58, novembre 1957, p. 11-12-13.

Conseil de la Jeunesse du Sénégal) ou encore Miss hôtesse Afrique³³¹ et Miss Dactylo 1960³³².

Après avoir tant évoqué concours et miss, le magazine décide lui aussi d'instaurer un concours visant à élire « Miss Bingo », en mars 1962. L'annonce est faite dans un article intitulé « Voulez-vous être miss Bingo ? » et adressé par le magazine « à l'intention de ses charmantes lectrices³³³ ». Ces dernières sont invitées à envoyer une photographie ainsi que la réponse à un questionnaire afin d'y participer et seront ensuite départagées par les lecteurs, qui voteront pour la femme la plus jolie. Les récompenses offertes à la gagnante du concours consistent en un séjour de trois jours à Paris, tous frais payés, ainsi qu'un portrait d'art, une robe du soir et un coffret de produits de beauté. Surtout, ce concours, selon les dires de la revue, fera d'elle « une femme célèbre³³⁴ ». Ainsi, le magazine propose finalement à ses lectrices d'accéder en quelque sorte à la notoriété que les vedettes présentées par la revue connaissent, parmi lesquelles les miss nationales notamment, mais également actrices, chanteuses et cover-girls. Un an plus tard, d'ailleurs, lors de la présentation de la deuxième édition du concours, le magazine rappelle comment « la première Miss BINGO, Mlle Jacqueline JAMES, a été traitée, au cours de son séjour à Paris, comme une grande vedette avec tous les honneurs dus à son titre et à sa beauté ! ». Il s'agit donc pour le magazine, de créer – lui aussi – des vedettes, qui sauront également faire le succès de la publication.

La première Miss Bingo fait d'ailleurs l'objet de deux articles après sa victoire, en 1962. D'abord, le n° 118 offre un portrait de la jeune femme dans lequel Miss Bingo – Jacqueline James, une jeune Sénégalaise de 23 ans – est présentée comme le « symbole de la jeune fille moderne ». Un sous-titre qui est ensuite appuyé par un article qui entend démontrer la modernité de la jeune femme. Une première double page l'introduit à travers un patchwork de 14 photographies la présentant dans diverses situations, toutes mettant en scène son caractère moderne (Figure 26). Jacqueline est d'abord photographiée au travail : devant le Ministère de la Justice, à sa machine à écrire, et aux côtés de son directeur du Cabinet du Ministre de la Justice, dont elle est la secrétaire. Ensuite, les lecteurs peuvent la voir dans une voiture, en direction de la plage. Jacqueline James est également sportive : des photos la montrent au départ d'une course de 100 mètres. Enfin, après avoir montré sa rencontre avec une autre Miss (Miss Nigéria, de passage à Dakar), les trois dernières photographies la représentent entourées d'éléments technologiques et médiatiques : elle achète des disques et

³³¹ « Marie-Gabrielle Nguieppe élue Miss Hôtesse Afrique », *Bingo*, n°219, p. 60-61.

³³² « Miss Dactylo 1960 », *Bingo*, n°96, Janvier 1961, p. 19.

³³³ « Voulez-vous être Miss Bingo ? », *Bingo*, n°110, mars 1962, p. 22.

³³⁴ *Ibid.*

les écoute sur son électrophone (son « meilleur ami »), puis on la retrouve installée, aux côtés d'une radio, en pleine lecture de *Bingo* (« son journal préféré »). Tous ces éléments combinés dans le cadre de ce patchwork de photographies ressemblent à un condensé de la vie de la jeune femme, dans tout ce qu'elle peut avoir de moderne : le métier de secrétaire, l'usage de la voiture et la pratique de la course à pied³³⁵, l'écoute des disques et de la radio et la lecture de *Bingo*.

Un portrait écrit dans lequel on retrouve une interview suit ces deux pages de photographies. Jacqueline James y est décrite comme ayant les traits fins, « un magnifique sourire » et « une dentition parfaite » et sont loués tout à la fois sa beauté, mais aussi « l'élégance de sa démarche [qui] n'a d'égale que le charme de sa silhouette », des commentaires qu'on a pu retrouver dans diverses descriptions de vedettes et présentatrices télé, notamment. Son portrait évoque également ses études et son travail, en insistant sur la manière dont ceux-ci sont constitutifs de sa modernité et de sa responsabilité dans le développement de son pays :

Il y a deux ans qu'elle a terminé ses études. Elle a maintenant 23 ans, travaille depuis un an et est devenue une jeune fille moderne, qui joue un rôle actif dans un pays en pleine évolution³³⁶.

Si elle n'est pas encore fiancée, la jeune femme « compte bien fonder un foyer et [voudrait] avoir beaucoup d'enfants ! ». D'ailleurs, on perçoit les éléments d'une femme au foyer exemplaire et moderne dans la manière dont est décrite sa chambre où « règne un ordre parfait » et où on retrouve aux côtés de photographies, un électrophone et une pile de disques.

Enfin, Jacqueline est présentée comme « partisane d'une évolution de la femme africaine ». La jeune femme a « conscience de la nécessité d'une évolution et, en jeune fille moderne, elle se place résolument dans le sens du progrès ». Ainsi représente-t-elle l'image de la femme africaine moderne telle que le magazine la loue : elle travaille comme secrétaire, écoute les disques et la radio, lit *Bingo*, est jolie et élégante, et veut fonder un foyer. A ce titre, elle rassemble tous les éléments nécessaires à faire d'elle une femme responsable. On notera cependant que tous ces éléments sont appuyés d'une remarque : si la jeune femme est partisane de la promotion féminine, elle n'en est pas pour autant « une suffragette ». Le magazine a trouvé bon de rappeler cet élément aux lecteurs, sûrement pour les rassurer, car le terme de suffragette renvoie alors à l'idée d'un féminisme radical et violent. Celui-ci est

³³⁵ Pour des réflexions sur les liens entre mobilité et modernité, lire Jaji Tsitsi Ella, « Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness? », in *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018.

³³⁶ « Miss Bingo, symbole de la jeune fille moderne », *Bingo*, n°118, décembre 1962, p. 32.

décrié dans *Bingo* mais également dans *AWA*, par certains hommes³³⁷ mais aussi par le magazine lui-même, qui n'utilise, à dessein, jamais le terme « féministe ».

Déjà considérée comme une femme moderne, Jacqueline James, grâce au magazine, intègre également les sommets de la modernité par la qualification de vedette. On la retrouve en effet dans le n° 119 dans un article relatant son voyage à Paris. Elle y est reçue par des grands couturiers, invitée par le magazine « ELLE », et visite les principaux monuments parisiens. Durant ce voyage, Jacqueline James est également « entrée dans le club des vedettes » dans le cadre d'une réception en son honneur, organisée par le savon de toilette LUX et le shampoing SUNSILK (« produits de beauté bien connus maintenant des jolies femmes d'Afrique³³⁸ »). La jeune femme commence alors déjà à faire la publicité des deux produits : pour sa beauté, en effet, pas de secret : elle utilise le savon de beauté LUX (« Il n'y a rien de tel pour conserver toute la fraîcheur du teint³³⁹ ») et se lave les cheveux avec SUNSILK (« c'est SUNSILK qui donne à mes cheveux cet aspect souple et brillant que vous aimez³⁴⁰ »). Ambassadrice de *Bingo* et des jeunes femmes africaines modernes, Jacqueline James devient, presque automatiquement, celle des grandes marques de beauté de la période : elle pose, auprès de ses « marraines » (« la très grande comédienne Simone Renant et la toute charmante starlette Josette Arno ») en présentant les cadeaux LUX qu'elle a reçus, dans ce qui ressemble fortement à une publicité pour la marque. Enfin, elle est également invitée, quelques mois plus tard, à Las Palmas grâce au Comité International de l'Elégance et de la Beauté de Paris qui l'a invité à participer à l'élection de « miss nations unies ». Elle fait ensuite dans *Bingo* un petit résumé de son voyage. La célébrité ainsi que les déplacements internationaux ajoutent ainsi une étape à sa condition de « jeune femme moderne ».

A travers ce concours de miss on comprend donc que les lectrices de *Bingo*, dont fait partie Jacqueline James, appartiennent bien à une certaine élite sociale, urbaine, ayant eu l'accès à l'éducation et possédant un emploi, et adeptes de loisirs qualifiés de « modernes ». Les concours sont dès lors une bonne manière pour le magazine de mettre en valeur les « femmes modernes » telles que le magazine les conçoit et de se présenter comme le révélateur de futures vedettes, ce qui renforce son caractère de média, non seulement moderne, mais également influent. Les miss *Bingo* semblent alors être des vedettes créées par le magazine, dénichées et formées par lui, et qui – en retour – en font une publicité efficace.

³³⁷ Voir notamment la tribune d'Amadou Samb (directeur de l'enseignement du premier et du second degré au Sénégal) « Libre propos : Que penser du féminisme ? », *AWA*, n°12, mars 1965, p. 33.

³³⁸ « Miss *Bingo* a conquis Paris », n°119, janvier 1963, p. 43.

³³⁹ *Ibid.*

³⁴⁰ *Ibid.*

Ainsi, les figures féminines médiatiques semblent bien être des ambassadrices de la modernité. Elles évoluent, d'abord, dans des milieux qui symbolisent une modernité médiatique et technologique et représentent également une nouvelle forme de célébrité liée à ces nouveaux médias, qui mettent particulièrement en valeur leurs voix et leurs physiques. Elles entrent de plus en plus dans le quotidien des lecteurs, auditeurs et spectateurs en intégrant leurs espaces de vie et se placent dans une position de proximité, notamment avec les lectrices. Dès lors, un processus d'identification est institué, qui enjoint les publics féminins à se sentir proches, non seulement des femmes de médias, mais également des célébrités présentées dans ces derniers. Symboles d'une réussite liée à un certain cosmopolitisme, au monde du spectacle et des médias et à une certaine forme d'émancipation, ces figures sont considérées comme des femmes modernes. Elles influencent donc aussi les femmes à agir de manière « moderne », en lisant les magazines, en se coiffant de telle manière, en voyageant, mais également en s'occupant au mieux de leur foyer.

CONCLUSION

Une étude rapprochée des magazines a donc permis de mettre en exergue l'implication des nouveaux médias – magazines, radio, télévision – dans la représentation des modernités féminines et dans la redéfinition des liens entre figures féminines et images de la modernité.

Tout d'abord, ce travail a mis en lumière la manière dont la responsabilité des femmes était particulièrement valorisée dans les médias durant cette période, en tant que qualité constitutive de la « femme moderne ». Cette thématique, récurrente, concerne notamment leur responsabilité en matière de développement et de modernisation des pays nouvellement indépendants. Cette dernière est déclinée tout à la fois dans leurs rôles au sein de la société – en tant qu'employées ou de par leur investissement dans le milieu associatif par exemple – mais aussi et surtout au sein du foyer. En effet, les femmes responsables sont celles qui, en tenant leur foyer correctement et en éduquant leurs enfants de la bonne manière, seraient les artisanes d'une société moderne.

Dès lors, on a pu observer dans cette étude de nombreuses injonctions contradictoires liées à la manière d'être « moderne ». Les femmes sont souvent invitées à embrasser la modernité lorsqu'elle implique, justement, leurs responsabilités dans le travail ou dans le cadre du foyer. Celle-ci est cependant fortement critiquée lorsqu'elle est associée à la frivolité, le relâchement des mœurs et la futilité. Les injonctions à la responsabilité dirigées envers les femmes modernes s'accompagnent ainsi d'injonctions au sérieux et à l'ordre moral.

La modernité reste malgré tout associée à une certaine forme d'attraction pour la nouveauté et pour le monde des médias, des arts et du spectacle, mais aussi de la publicité. Ainsi, appelées à être des femmes au foyer exemplaires, les lectrices sont aussi environnées par des publicités, articles, photos et couvertures de chanteuses, actrices, miss et autres vedettes incarnant une forme de modernité nouvelle, ratifiée par la célébrité, mais également la beauté, le voyage et l'accès aux médias.

Les figures de « femmes modernes » et leurs liens avec les médias sont donc multiples dans cette étude. D'abord, les médias peuvent représenter des femmes qu'ils considèrent comme modernes, de par leurs métiers, leurs responsabilités dans leurs pays ou bien leurs activités artistiques. Ces dernières sont alors valorisées et présentées comme exemples. Ensuite, les médias peuvent également s'adresser à des femmes en invoquant leur modernité

ou leur volonté d'être des femmes « modernes », se plaçant alors comme des outils éducatifs délivreurs de conseils pratiques. Dès lors, les discours sont beaucoup plus injonctifs : il s'agit de donner aux lectrices ou auditrices les clés pour devenir des femmes « modernes » et « modèles ». Enfin, les femmes « modernes » sont celles qui travaillent, s'impliquent et participent à la promotion des médias. Elles sont alors non seulement des symboles de la modernité parce qu'elles sont liées à ces nouveaux objets, mais également les artisanes de la modernité de ces derniers. On a pu observer également que ces figures médiatiques féminines créent le pont entre les médias et les publics féminins : en se plaçant dans un rapport de proximité avec les lectrices et auditrices, elles impliquent un processus d'identification qui engage les femmes et leur donne envie de ressembler à ces modèles, considérés comme des symboles de la modernité.

La présente recherche n'entend pas donner de réponses définitives ni d'exposer des affirmations assurées sur la façon dont étaient considérées les « femmes modernes » et leurs relations avec les nouveaux médias durant la période. En revanche, cette étude a pour but de témoigner des relations évidentes entre les (re)présentations des femmes dans les médias et les idées véhiculées sur la modernité, ce qu'elle est, ce qu'elle doit être et ce qu'elle représente.

Au regard des sources étudiées, la recherche met également en lumière certaines différences liées aux représentations des femmes et des modernités féminines dans le cadre de la période coloniale tardive et surtout des premières décennies suivant les indépendances. Alors qu'un magazine comme *AWA* met particulièrement en valeur une modernité liée à l'émancipation et les responsabilités des femmes dans le développement des pays nouvellement indépendants, *Bingo*, tout en mettant l'accent sur ces éléments dans les pages du magazine, laisse aussi beaucoup de place, notamment dans le cadre publicitaire, aux considérations d'ordre esthétique et à la consommation comme pratique moderne. Enfin, les cahiers *Femmes d'Afrique* représentent un élément complémentaire, témoignant du regard porté par l'ancien pays colonisateur sur les femmes des nouveaux pays indépendants, et dont le ton semble encore plus paternaliste.

Il s'agit d'ailleurs également, par ce travail, de mettre en évidence des sources peu utilisées dans l'étude de l'histoire, notamment culturelle, de l'Afrique subsaharienne, et qui offrent la possibilité d'envisager des thématiques nouvelles, sur une relativement longue durée. Si les travaux sur les magazines *Bingo* et *AWA* se multiplient et se diversifient, ils

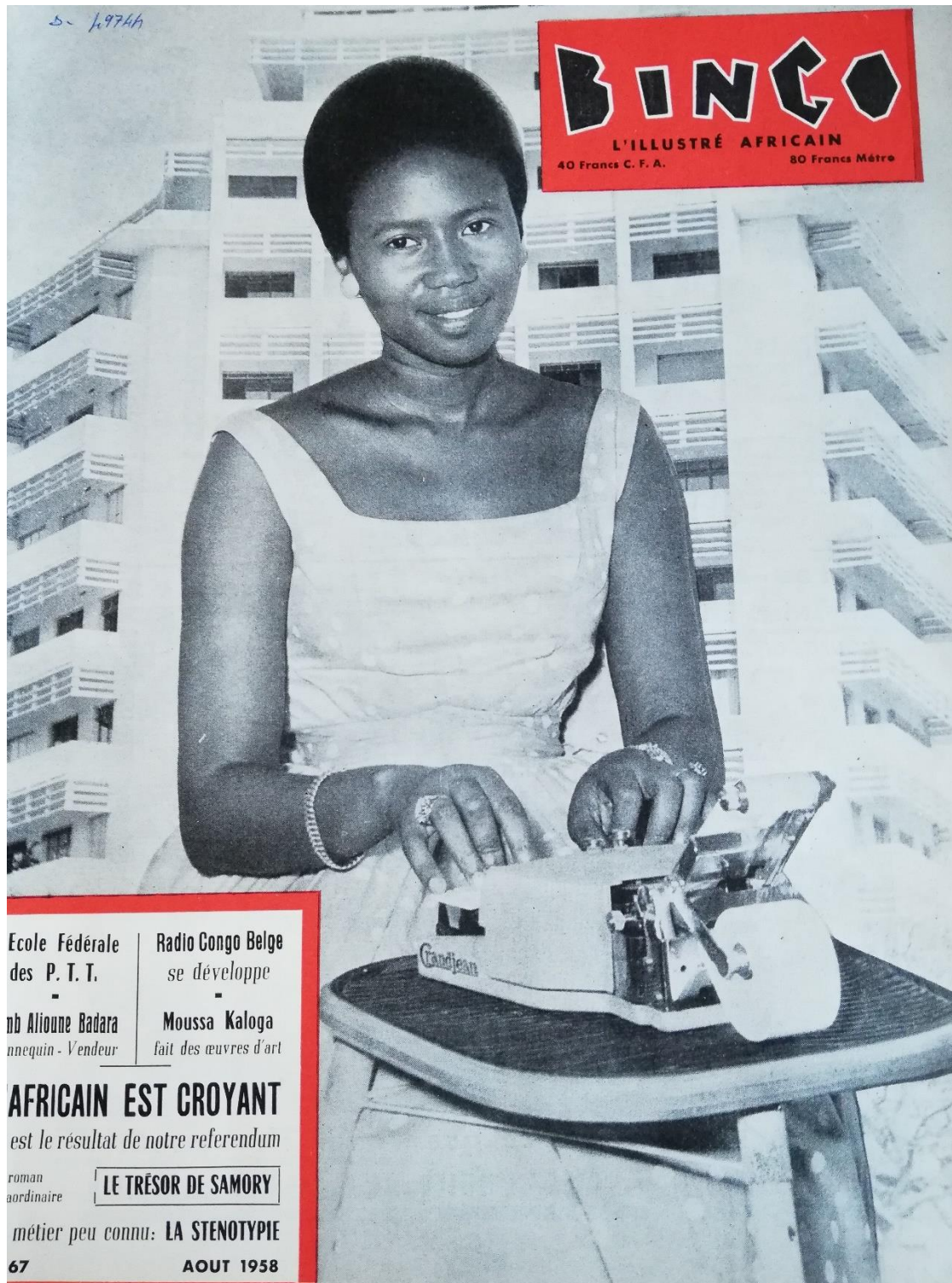
restent cependant relativement peu connus, et la recherche francophone est peu prolifique à ce sujet. J'ai également pu remarquer que les cahiers radiophoniques de l'OCORA, à l'instar des cahiers « Femmes d'Afrique » étaient peu étudiés. Or, facilement accessibles, ils me semblent pouvoir être particulièrement intéressants dans le cadre de recherches concernant les dynamiques de coopération en termes de radio et sur les implications que ce type d'émissions ont pu avoir sur les publics concernés.

Cette recherche m'a également amenée à réfléchir sur le cosmopolitisme des magazines, à la fois dans leur distribution mais également sur leurs liens avec de nombreux pays et continents différents. L'idée d'envisager les magazines étudiés – notamment *Bingo* – dans une perspective comparative, en les associant à d'autres sources du même type provenant d'autres zones géographiques, tels que le magazine sud-africain *Drum* ou les revues américaines *Ebony* et *Jet*, me semble toujours pertinente. Il serait enfin très enrichissant d'étudier les rapports entretenus entre *AWA* et différentes rédactions de magazines féminins mais aussi avec des organisations féminines dans d'autres pays, liens attestés notamment par la rubrique « Courrier » du magazine.

ANNEXES

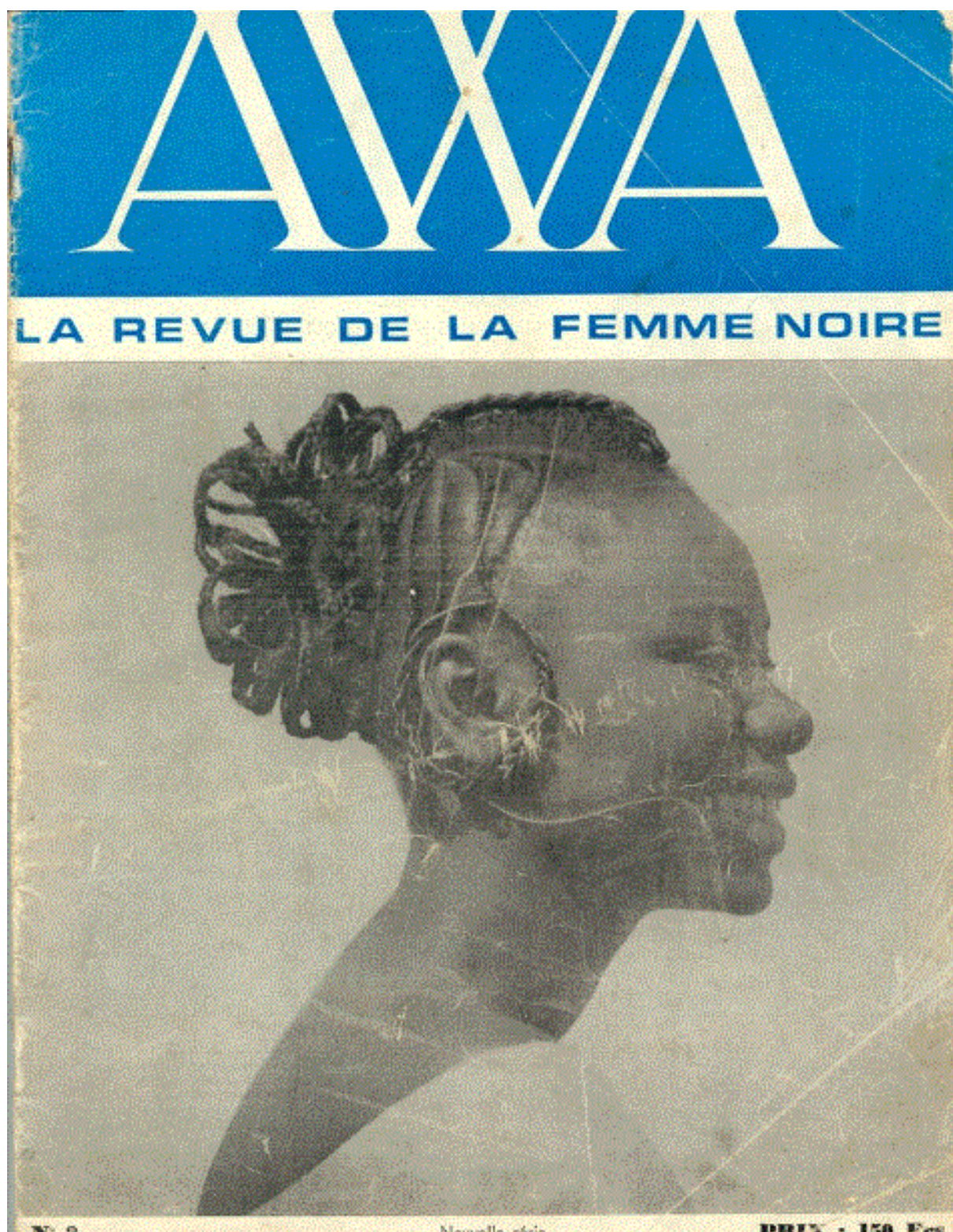
1. Images

Figure 1



Bingo, n°67, août 1958, première de couverture. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 2



AWA, n°3 nouvelle série, février 1973, première de couverture. Capture d'écran du site <https://www.awamagazine.org/> réalisée le 28 novembre 2018.

Figure 3

*Que lit
ce jeune fonctionnaire ?*



Evidemment, comme tous
les Africains modernes,

Il LIT **BINGO**

Faites comme lui ! ABONNEZ-VOUS
ABONNEZ VOS AMIS
vous leur ferez tellement plaisir

Bingo, n°90, juillet 1960. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 4

QUE LIT CETTE
CHARMANTE DACTYLO ?



Evidemment, comme toutes les Africaines
modernes, elle lit

BINGO

Faites comme elle !

ABONNEZ - VOUS

ABONNEZ VOS AMIS

vous leur ferez tellement plaisir

Bingo, n°88, mai 1960, p. 32. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 5

*QUE LIT CETTE
CHARMANTE JEUNE FILLE ?*



Evidemment, comme toutes les Africaines modernes, elle lit

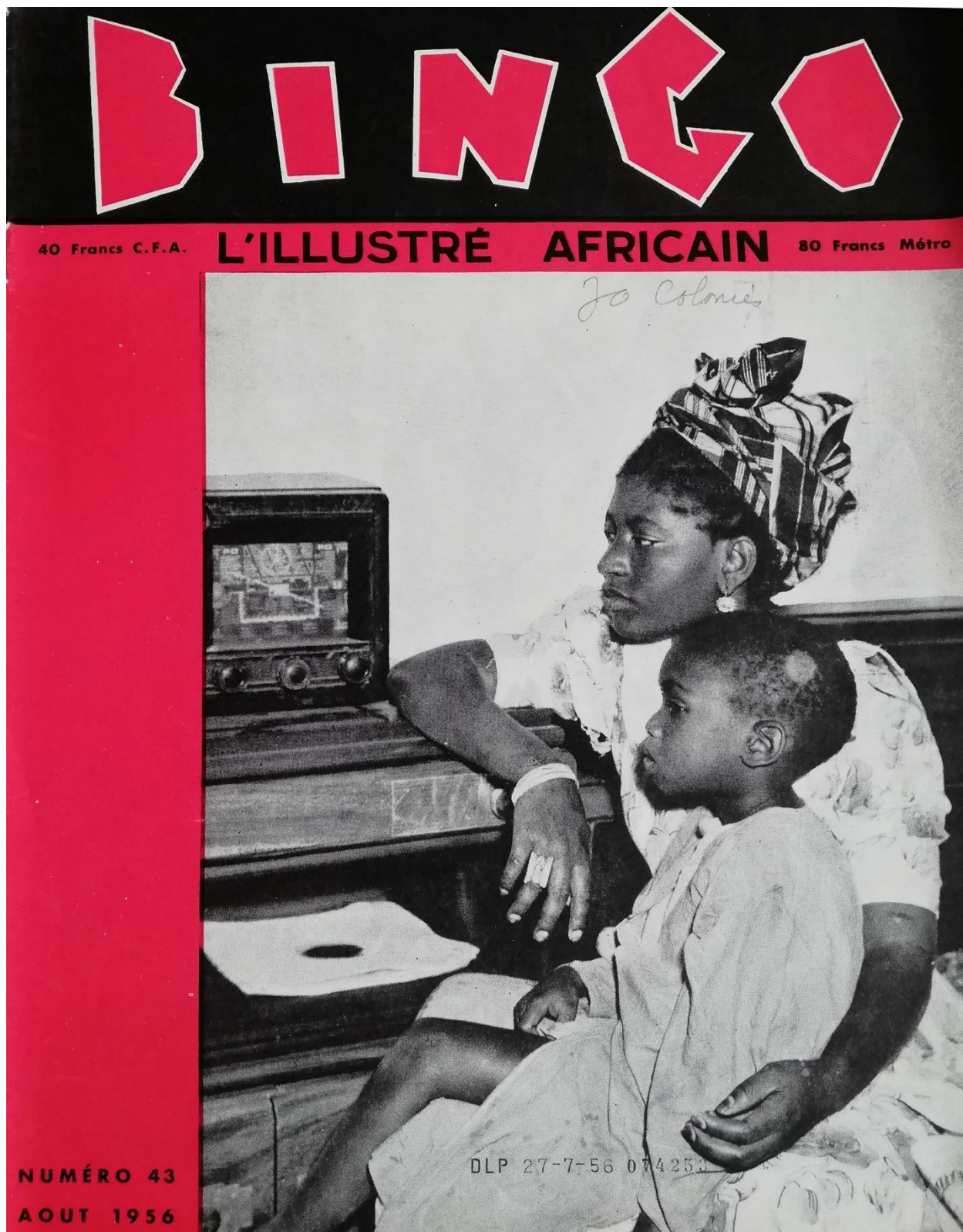
BINGO

Faites comme elle !
ABONNEZ - VOUS

ABONNEZ VOS AMIS
vous leur ferez tellement plaisir

Bingo, n°88, mai 1960. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 6



Bingo, n°43, août 1956, première de couverture. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 7

Raky est moderne ...



Raky est moderne.
Elle veut tout savoir.
Elle écoute toujours la radio.
Son poste marche très bien
Il est joli et sonore.

C'est un : **TELEFUNKEN**

Elle l'a achetée chez **TECNOA**
SERVICE TECHNIQUE DE LA S. C. O. A.

DAKAR - ABIDJAN - CONAKRY - BAMAKO - COTONOU - DOUALA - NIAMEY - LOMÉ

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES :

- circuits imprimés
- 3 gammes d'ondes
- entièrement tropicalisé
- boîtier plastique couleur

Bingo, n°76, mai 1959. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 8

Raky est heureuse . . .



Raky est heureuse.
Son mari vient d'acheter
un poste de radio
très joli, très sonore.
Elle en avait envie depuis longtemps.

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES :

- circuits imprimés
- 3 gammes d'ondes
- entièrement tropicalisé
- boîtier plastique couleur

C'est un :

TELEFUNKEN

acheté chez

TECNOA

SERVICE TECHNIQUE DE LA S. C. O. A.

derrière Printania, Rue Parchappe, à DAKAR

Bingo, n°77, juin 1959. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 9

Raky est sérieuse . . .



Raky est sérieuse.
Elle a réfléchi avant
d'acheter son poste de radio.
Elle voulait qu'il soit joli, sonore,
et qu'il dure très longtemps.

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES :

- circuits imprimés
- 3 gammes d'onde
- entièrement tropicalisé
- boîtier plastique couleur

Elle a choisi un

TELEFUNKEN

qu'elle a acheté chez

TECNOA

SERVICE TECHNIQUE DE LA S. C. O. A.

derrière Printania, Rue Parchappe, à DAKAR




Bingo, n°78, août 1959. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 10

page 10

Elégance

DES JEUNES
SÉNÉGALAISSÉ



« La fille noire est habillée
à la moderne
Dans son visage ouvert
Elle n'a rien de terne
Les yeux sont deux clous
d'or dans un beau ciel de nuit
Et sa jeunesse en fait
un admirable fruit
Prêt à se détacher d'une
plante branchée
La fille noire a ri de sa
denture blanche... »

LECTRICES-AMIES
Cette page vous est particulière-
ment réservée. Envoyez-nous des
photos pour faire connaître vos
costumes, vos coiffures !...

AWA, n°1, janvier 1964, p. 10. Capture d'écran du site <https://www.awamagazine.org/> réalisée le 25 août 2021.

Figure 11

INSTALLATIONS MODERNES

Chez M. M'Body Gagny

M. M'Body Gagny a acquis une villa en location-vente, voici 3 ans, dans la cité Liberté.

C'est une grande maison basse avec un jardinet bordé de grands bougainvillées sur le devant et une grande cour derrière planté d'un arbre en plein milieu, de plantes vertes, de fleurs et d'arbrisseaux sur les autres côtés.

La villa lui a été livrée par la S.I.C.A.P. sous forme de deux

Dors, Nadia Gray, Vega Vinci, Pascale Roberts, Jean Marais et Maurice Ronet.

Sur le buffet, un appareil de radio. Sur la table d'apéritif, un grand verre de cristal empli de plantes vertes.

La chambre à coucher, toute petite avec son grand lit à faux baldaquin, semble le sanctuaire de l'amour. Elle joue sur deux couleurs, le mauve et le vert tendre avec un rouge plus profond qui fait chanter ces teintes claires pour le fond du lit à l'italienne dont les plissés compliqués ont été heureusement simplifiés par l'ingénieur M. M'Bengué grâce à des fronces obtenues... au moyen d'un simple élastique! Rideaux et tentures représentent des bouquets de glycines.

Un linoléum aurore couvre le sol et est parsemé de descentes de lit vert émeraude.

Faute de place, on a installé la table de la salle à manger sous la véranda. Les dîneurs peuvent ainsi contempler le jardin que M^{me} M'Bengué entretient avec amour et où les plates-bandes offrent de grands cannas orange et rouges.

Maison de poupée et jardin-mouchoir de poche, mais en vérité avec l'éclatante jeunesse de ce couple, plein de goût, demeure du Bonheur...

■■■■►




Ci-dessus : Murs clairs buffet d'acajou sombre. M. et Mme M'Bengué écoutent la radio. Une grande carte et une plante verte symbolisent l'Afrique dans ce décor de bourgeois parisiens.

A droite : le dîner est servi sous la veranda, devant le jardin.

Ci-contre : Une idée ingénieuse : Mme M'Bengué a froncé son fond de lit à l'italienne au moyen d'un élastique.

Bingo, numéro spécial, 15 mai 1960, p. 10. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 12

Page 14

La Bonne Secrétaire

per NATOU

Lors du cocktail qui a marqué la naissance de notre revue, M. Lamine DIAKHATE, Ministre de l'Information a souligné le rôle que « AWA » devait s'assigner dans le perfectionnement des jeunes filles et jeunes femmes qui pratiquent certaines professions tel le secrétariat, par exemple, qui est, à notre époque, une « situation » de choix pour celles qui l'exercent consciencieusement.

C'est dans cette optique que nous ouvrons ce dossier en vous présentant KHADI et AIDA : deux jeunes secrétaires modernes que nous suivrons dans leur bureau. Aujourd'hui nous verrons leur tenue habituelle de travail et dans nos prochains numéros leurs réactions dans leurs activités professionnelles.

ADJOINTE INDISPENSABLE
ou « ACCESSOIRE DECORATIF »

Ne confondez pas « Travail » et « Surprise-Partie »

✳ ELEGANCE

KHADY s'habille toujours de façon stricte. Tailleur ou robe chemisier sans agressivité dans les coloris: jupe droite et corsage à col fermé: elle sait rester simple sans toutefois paraître engoncée dans un uniforme. Lorsqu'elle est en costume africain son bon goût et sa discrétion ne sont jamais en défaut.

✳ DISCRETION

La coiffure est très importante dans l'aspect extérieur. Avec ou sans perruque, Khady est toujours bien coiffée mais évite les mèches folles et les chignons démesurés.

✳ SOBRIETE

Elle ne porte au bureau que très peu de bijoux. Un beau bracelet une chaîne d'or ou d'argent, ou encore une simple broche accompagnent la montre-bracelet indispensable... pour être à l'heure !

✳ NETTETE

Toujours des chaussures de couleur neutre à talons de hauteur moyenne. Les formes sont sobres mais la note de fantaisie est permise.

✳ EXTRAVAGANCE

AIDA confond souvent « bureau » et « salon ». Jupe gonflante aux couleurs criardes, robes de lamé collantes, corsages outrageusement décolletés. Rien ne l'arrête et, derrière sa machine, elle semble perpétuellement en vitrine. Les houbous et « tailles-basses » attirent les regards par les reflets des dorures.

✳ EXCENTRICITE

Certes elle n'est jamais mal coiffée, bien au contraire. Mais l'excès est nuisible en tout et ses coiffures trop apprêtées seraient plus adaptées à un cocktail ou une surprise partie.

✳ MAUVAIS GOUT

Quel étalage ! bagues, bracelets, boucles d'oreilles ornées de strass, colliers, pendentifs... Aida multiplie les mélanges malheureux et les accumulations de mauvais goût.

✳ INELEGANCE

Les chaussures sont évidemment assorties à ses ensembles. Trop ouvertes, à talons ultra-minces et souvent très hauts en lame or ou argent, elles ne sont guère pratiques pour évoluer dans un bureau.



Simplicité et bon goût

— 14 —

www.awamagazine.org

AWA, n°2, février 1964, p. 14. Capture d'écran du site www.awamagazine.org réalisée le 21 avril 2021.

Figure 13

ce
dont
rêve...

la
femme
moderne
pour
le
confort
de
sa
maison

SE TROUVE CHEZ :

HARMENA

14, rue des ESSARTS & 118, avenue GAMBETTA à DAKAR
ST LOUIS — KAOLACK — ZIGUINCHOR
Avenue VUILLEMIN - BAMAKO

64

Bingo, n° 88, mai 1960, p. 64. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 14

L'Africaine Moderne sait préserver sa famille!

Nos mères de famille sont modernes, elles aussi. Si quelqu'un à la maison souffre d'un petit malaise — mal de tête, mal de dents, douleurs rhumatismales, grippe — elles lui donnent tout de suite un peu d'ASPRO'. 'ASPRO' calme la douleur et la joie revient au foyer.

L'emballage d'ASPRO' est vraiment pratique pour les familles. Par exemple, si votre mari part travailler avec une rage de dents, glissez 4 ou 5 comprimés d'ASPRO' dans sa poche; ces comprimés de secours lui seront sans doute utiles dans la journée. 'ASPRO' se prend partout facilement, sans eau au besoin.

Prenez 'ASPRO' et la douleur s'en va!

● 'ASPRO' soulage rapidement maux de tête, maux de dents, douleurs rhumatismales.

● 'ASPRO' combat aussi la grippe et les suites de refroidissements.

● Les comprimés d'ASPRO' s'emportent partout, se prennent partout facilement, en cas de besoin.

Tout pharmacien vend l'AS

Bingo, n°88, mai 1960. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

l'Africaine moderne sait *Garder le Sourire!*

Gardez, Mademoiselle, ce gracieux sourire de la vendeuse qui réussit... Si un petit malaise le menace, rappelez-vous qu'ASPRO peut vous aider à le défendre. Avec ASPRO, vous dissipez rapidement un mal de tête qui rendrait votre travail plus pénible - vous calmez rapidement un mal de dents, des névralgies, un accès de douleurs rhumatismales. En hiver, ASPRO combat aussi grippe et suites de refroidissements. Pour profiter de ces services d'ASPRO, pas besoin de vous encombrer de tout un paquet; glissez simplement une petite plaquette dans votre poche ou votre sac.

Remède aux services multiples, ASPRO est un ami précieux pour l'Africaine moderne.



PRENEZ
'ASPRO'
ET LA DOULEUR S'EN VA!



Une plaquette d'ASPRO dans votre sac: sage précaution contre un malaise inattendu au magasin, au bal, en promenade...



Un mal de tête? Prenez vite un peu d'ASPRO et bientôt vous n'y penserez plus.



Une névralgie? C'est encore ASPRO qui va la calmer et vous rendre bientôt votre entrain.



'ASPRO' étant un médicament actif, il ne faut pas en abuser et ne pas dépasser la dose indiquée sur la notice.

Tous les pharmaciens vendent 'ASPRO'

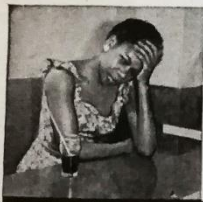
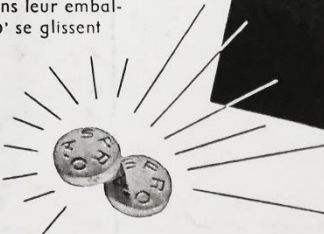
Bingo, n°97, février 1961. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

les Africains modernes savent préserver leurs loisirs !..



Nous autres, jeunes Africains, nous travaillons dur toute la semaine ; aussi, nous aimons profiter de nos loisirs sans perdre un moment. Si un malaise inattendu risque de gâcher le bal ou la promenade du dimanche, nous prenons vite un peu d'ASPRO[®] et nous retrouvons notre bonne humeur. 'ASPRO[®]' est si pratique pour les jeunes gens ! Isolés dans leur emballage protecteur, quelques comprimés d'ASPRO[®] se glissent facilement dans la plus petite poche. Ils s'emportent partout, se prennent partout, et peuvent ainsi soulager partout un malaise inattendu : *maux de tête, maux de dents, névralgies, courbatures, refroidissement*. 'ASPRO[®]', remède aux services multiples, est un ami précieux pour les jeunes.

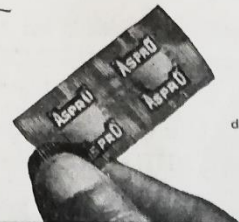
**PRENEZ
'ASPRO'
ET LA DOULEUR
S'EN VA !**



Une migraine ? Vite un peu d'ASPRO[®] et bientôt vous serez soulagée.



Mal aux dents ? En attendant de voir votre dentiste, 'ASPRO[®]' calmera la douleur.



'ASPRO[®]' étant un médicament actif, il ne faut pas en abuser et ne pas dépasser la dose indiquée sur la notice.

'ASPRO[®]' s'emporte facilement par petites doses, se prend partout, peut ainsi soulager partout.

★ **Tous les pharmaciens**

vendent **'ASPRO'**

Bingo, n°67, août 1958. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 15



Bingo, n° 102, janvier 1961, première de couverture. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 16



Bingo, n° 145, février 1965, première de couverture. Photographiée le 28 janvier 2021 à la BnF.

Figure 17

**madame
afrique/éditorial**



**PAR
MOUNE
DE
RIVEL**

Il est d'usage de débiter une chronique par l'exposé des intentions de son animateur. Pour me conformer à cette tradition, voici en quelques mots mon projet en commençant cette rubrique. Je désire, en m'entretenant chaque mois avec mes « sœurs d'Afrique noire », leur apporter, par l'étude des problèmes simples de la vie de tous les jours, une aide pour trouver une solution à leurs petits problèmes personnels. Si je peux quelquefois leur être utile, mon but sera atteint et je serai largement récompensée.

les mamans et la rentrée

Dans la société moderne et active où nous vivons, la femme collabore de plus en plus avec son époux, alors que le chef de famille garantit à sa femme protection, soutien moral, en plus du budget nécessaire à la bonne marche du foyer, sa compagne doit assumer des responsabilités de femme, et s'occuper de la direction de la maison, des enfants, de leur santé, de leur éducation, de leur instruction et de leur équilibre affectif.

Tout ceci est simple à dire, mais dans le monde actuel où tout va si vite, où le coût de la vie augmente chaque jour et où un minimum d'instruction est obligatoire pour avoir une place dans la société, les femmes d'Afrique noire, comme celles des autres continents, se trouvent souvent devant des problèmes nouveaux pour elles.

Autrefois, la femme africaine se montrait peu dans la vie publique, pourtant cela ne l'empêchait pas d'avoir un rôle capital à remplir dans son foyer et même dans le destin de son village. L'influence des femmes et des sociétés de femmes africaines était considérable, on écoutait leur avis.

De nos jours, en Afrique, la femme doit faire face au monde moderne, elle a un rôle différent à assumer, mais il est tout aussi important que celui de ses aînées. C'est elle qui est chargée de l'équilibre psychologique de la génération future. Elle doit être présente dans le progrès social et l'évolution de l'Afrique de demain.

Le monde de demain, ce sont les enfants d'aujourd'hui qui le feront, et, puisque nous sommes à la période de la rentrée des classes, je vais vous parler de quelques détails se rapportant à ce problème d'actualité.

La préparation de ce qu'on appelle « la rentrée », commence avec la confection du trousseau de l'écolier, la mise à jour des vaccins nécessaires et la surveillance des bonnes conditions de santé dans lesquelles l'enfant ou l'adolescent doit aborder l'année scolaire.

Mais lorsque l'enfant tout petit doit pour la première fois quitter la chaude ambiance familiale pour aller à l'école maternelle, voici, déjà, le premier grand souci d'une jeune maman. Il faut le préparer à ce changement pour qu'il souffre le moins possible.

J'écoutais l'autre jour les doléances d'une jeune maman qui devra bientôt amener son garçonnet de trois ans et demi, à l'école maternelle, elle m'expliquait comment, depuis plusieurs semaines, elle avait déjà commencé à habituer son petit à cette idée, en lui faisant comprendre que ce serait sa façon à lui, de devenir un grand garçon.

Je puis aussi donner plusieurs exemples de ces mamans africaines qui se plient aux exigences des coutumes modernes, malgré des habitudes bien différentes, afin que leur petite famille puisse affronter le monde de demain...

Car de toute façon, elles aussi savent que les facilités de voyages actuels et les habitudes d'interpénétration, font que les originaires d'un pays sont très souvent appelés à aller vivre dans un autre pays, parfois très différent du leur. Les femmes d'Afrique noire, comme celles des autres continents, doivent être prêtes à s'intégrer dans le mouvement d'évolution général qui est commun à tous les peuples, parce qu'il suit l'évolution sociale et le développement de la vie moderne.

45

Bingo, n°213, septembre 1970, p. 45. Photographiée le 28 janvier 2021 à la BnF.

Figure 18

Page 24

UNE VOIX... UN SOURIRE :

Sokhena DIENG
PREMIERE
TELEPEAKERINE
SENEGALAISE



Pour l'avenir, une image brillante : à l'horizon, elle est à l'œuvre. Quelle question ? de croquer à l'aquarelle avec un grand A. C'est ce qu'elle aime faire dans le sien qui accompagne la maison de Sokhena Dieng. Elle ne se contente pas de 20 ans d'expérience et je me souviens dans mon signe, un signe de feu. A mon anniversaire, le 2 décembre dernier, Sokhena et Serigne ont été mes amis et mes collègues, nous nous sommes amusés comme de tous les jours. Sokhena Dieng est dans

Je n'en rends rien, c'est également elle-même et les témoignages de ses collègues sont nombreux. Elle est une femme polyvalente, passionnée de son métier et de son pays. Son engagement est sans faille. Elle a travaillé avec l'Unicef, l'Unesco et le Centre National de la Recherche Scientifique. Elle a été la directrice en passant le brevet de l'ORTF. Adhère depuis ses services collectifs. Elle a été la première à être nommée directrice nationale de la radio. Elle a été la première à être nommée directrice nationale de la radio. Elle a été la première à être nommée directrice nationale de la radio.

L'image de la jeune fille de chez nous

d'avoir joué vingt deux ans et ses parents - Alla et Serigne, qu'elle apprécie beaucoup, par leurs permis de lui faire connaître son métier. Elle a été la première à être nommée directrice nationale de la radio. Elle a été la première à être nommée directrice nationale de la radio.

« C'est vrai, vous savez, j'ai beaucoup aimé d'être enfant. Et maintenant mes parents m'ont bien guidé. J'ai toujours aimé un frère aîné ou une petite sœur... C'est peut-être d'avoir vécu toute votre vie avec moi et mes parents qui m'ont conduit à l'école... »

www.awamagazine.org

Page 25

Après avoir acquis de plus en plus de la technique, dans de l'assurance.

Est-il étonnant alors que l'on ait pensé à elle pour être la « marraine » de la jeune télévision sénégalaise ? Ceux qui l'ont vue sur le petit écran savent que son visage se rapporte à son rang. Sokhena est, en effet, moderne et fine : son sourire a déjà séduit plus d'un téléspectateur ; elle est surtout l'image de la jeune fille de chez nous, naturelle, et sympathique et minutieuse. Ce qu'elle porte de la mode ? Nous, Africains, ne devons pas être esclaves de la mode occidentale, celle que nous présentons les revues spécialisées ; les robes portées par des mannequins sont toujours très agréables à voir et font envie, mais nous devons tenir compte de notre propre personnalité et de notre corps, ne pas oublier nos défauts physiques qu'une mode mal adaptée fait ressortir. Nous devons éviter la vulgarité dans le choix des modèles et des couleurs... Préserver notre originalité.

Le « khesal » ? Quelle horreur ! Pourquoi ne pas garder la peau que nous avons ?

Une fille deux garçons

le Bon Dieu nous a donné à la naissance ? Se blanchir est à mon avis, la pire erreur que l'on peut faire à sa race. Là il n'est plus question d'esthétique ou de coiffure, mais d'un grand sentiment d'intégrité. Se blanchir avec discrétion, soigner ses cheveux, être toujours coquette, ce n'est pas difficile.

Après cette digression sur la mode, nous reparlons de Sokhena Dieng : elle est ambitieuse - c'est louable - et ne pense pas rester télépeakerine toute sa carrière ; elle projette de devenir journaliste ou réalisatrice ; elle a des idées de participation à la vie de la télévision et souhaite profiter de sa situation actuelle pour avoir plus de maîtrise de son art, à la Faculté de Lettres - elle est inscrite pour le D.E.R.E. Il y a comme à la radio diffusion où elle réalise toujours des émissions. Sokhena, inépuisablement, se maintient en forme par un travail constant.

« Mon diplôme d'interprète pourra me servir dans mon travail actuel qui demande aussi une bonne connaissance de langues étrangères et un sens des relations publiques. »

Sokhena Dieng se « milite » dans

aucun mouvement féministe, politique ou autre : « J'admire les femmes qui ont un idéal social et qui le servent au sein d'associations ou de clubs ; mais pour moi, je préfère vivre en solitaire en essayant de faire mon travail professionnel le mieux possible. »

Pour briser la banalité, nous revenons à l'Amour, du moins à sa conception officielle : le mariage. Sokhena est catholique. « Je ne me marierai pas avant d'avoir fini mes études... Si j'ai un fiancé, c'est lui, se cache le visage, ses yeux... Les qualités que j'exige de mon futur mari sont la franchise - je préfère la vérité qui blesse, et le pardon des autres - »

ECHOS
COMMISSION INTER-AMERICAINE DES FEMMES

La Commission interaméricaine des Femmes, organe de l'Organisation des Etats américains (O.E.A.), a tenu sa seizième Assemblée générale à Washington, D.C. pour établir son nouveau programme d'activités et élire le nouveau bureau.

Une centaine de femmes représentant gouvernements membres et observateurs auprès de l'O.E.A. ainsi que des organisations internationales et des institutions privées, ont assisté à cette réunion. Madame Margaret K. Bruce, Directeur assistant de la Division des Droits de l'Homme et Chef de la Section de la condition de la femme des Nations-Unies, y représentait le Secrétaire Général des Nations-Unies.

Ont été élus membres du Bureau pour la période 1972-1974 : Mme Ottilia Arosemena de Tejera (Panama) Présidente et Mme Maria Luvalle Urbina (Costa Rica) Vice-présidente. Les six pays élus devant constituer le Comité exécutif sont les suivants : Argentine, Colombie, Guatemala, Haïti, Nicaragua et Uruguay.

Les principales résolutions de l'Assemblée ont visé pour but d'intensifier les efforts en vue d'améliorer la condition de la femme et d'éliminer les mesures discriminatoires existant à leur égard.

CONSEIL INTERNATIONAL DES FEMMES

Une conférence régionale pour les pays d'Amérique latine sur les « Ressources humaines pour le développement » a été organisée par le Conseil International des Femmes et le Conseil national des Femmes du Pérou. Mme Helvi Sigala, Sous-Secrétaire général des Nations-Unies pour les Affaires sociales et humanitaires a prononcé une allocution.

La conférence s'est penchée notamment sur les questions suivantes : la valeur de l'individu dans la famille et dans le monde ; la femme dans le monde d'aujourd'hui ; l'alphabétisation, l'éducation et les loisirs ; et le rôle des femmes dans les institutions visant à l'intégration sur une base régionale aussi bien que mondiale.

On a O.M.E.I.

www.awamagazine.org

AWA, n° 3 nouvelle série, p. 24-25. Captures d'écran du site <https://www.awamagazine.org/> réalisée le 21 avril 2021.

Figure 19



AWA, n°15, janvier 1966, p. 29. Capture d'écran du site <https://www.awamagazine.org/> réalisée le 21 avril 2021.

Figure 20

MOUNE DE RIVEL



QUI A TANT
CHANTE
L'AMOUR,
REPONDRA
DESORMAIS,
DANS **BINGO**

au

Couzziez ★

★ *du Coeuz*



★

MOUNE de Rivel, que l'on a applaudie sur les scènes du monde entier, appartient à une vieille famille antillaise, les Virel.

Au XVIII^e siècle, un seigneur breton, le comte de Virel quitta son manoir et ses randes et vint s'installer aux Antilles. Il acquit une jolie esclave, originaire de l'île de Gorée. Il l'aima. Elle lui donna des enfants. Ils furent heureux. Il est des contes noirs qui sont aussi des contes roses.

Après la mort de sa compagne, le comte de Virel regagna sa province natale où il mourut. Mais il laissait aux Antilles des fils qui firent souche et occupèrent sous l'Ancien Régime des emplois distingués.

La mère de Mouna de Rivel, Madame Fernande de Virel, excellente musicienne, se passionna pour le folklore antillais qu'elle recueillit, nota. Elle s'en inspira également pour des compositions personnelles. Mais cette activité demeurait en quelque sorte sur le plan intellectuel et mondain. C'était un passe-temps de bonne société auquel une jeune femme des îles pouvait se livrer comme à la tapisserie, à l'aquarelle ou à la pyrogravure...

Aussi, quand sa fille Mouna, qui chantait ses chansons d'une voix tendre lors des fêtes de famille, manifesta le désir de suivre réellement une carrière d'artiste, leva-t-elle les bras au ciel ! Cela « ne se faisait pas » ! Une fille de bonne famille se marie, a des enfants, au lieu d'aller courir le monde...

Mais la résolution de Mouna était inébranlable et Madame Fernande de Virel appartenait au genre charmant des mamans-gâteaux. Elle finit donc par céder, mais exigea toutefois que celle-ci ne chantât point sous son patronyme familial.

La jeune fille acheta un calendrier et un dictionnaire Larousse afin de se trouver, comme on disait alors, un « nom de bataille ». Après avoir beaucoup cherché, elle se décida finalement à inverser le sien propre. C'est ainsi que Mouna de Virel devint Mouna de Rivel...

VOIR PAGE SUIVANTE

Figure 21



Bingo, n°62, mars 1958, première de couverture. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 22



COVER GIRL

La carrière de Binta Bâ est variée. Elle a déjà posé pour la couverture de publications illustrées (photo ci-contre).

En d'autres occasions on lui confie le soin de recevoir les personnalités au stand du Syndicat d'Initiative d'AOF (ci-dessous recevant la maréchale Leclerc à la Kermesse de Dakar).

Parfois elle tourne dans divers courts métrages. Ci-dessous : tenant un stand cigarettes-journaux dans un film sur l'AOF; en bas à droite: Binta est la célèbre Mlle Gibbs.



Bingo, n°62, mars 1958, pages 20 et 21. Photographées le 22 janvier 2021, à la BnF

Figure 23



★ DE PASSAGE A TANGER, JOSEPHINE BAKER ASSISTE
AU TIRAGE DU NUMERO ANNIVERSAIRE DE « BINGO ».

Photo Studio de France Tanger

Bingo, n°13, février 1954. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 24

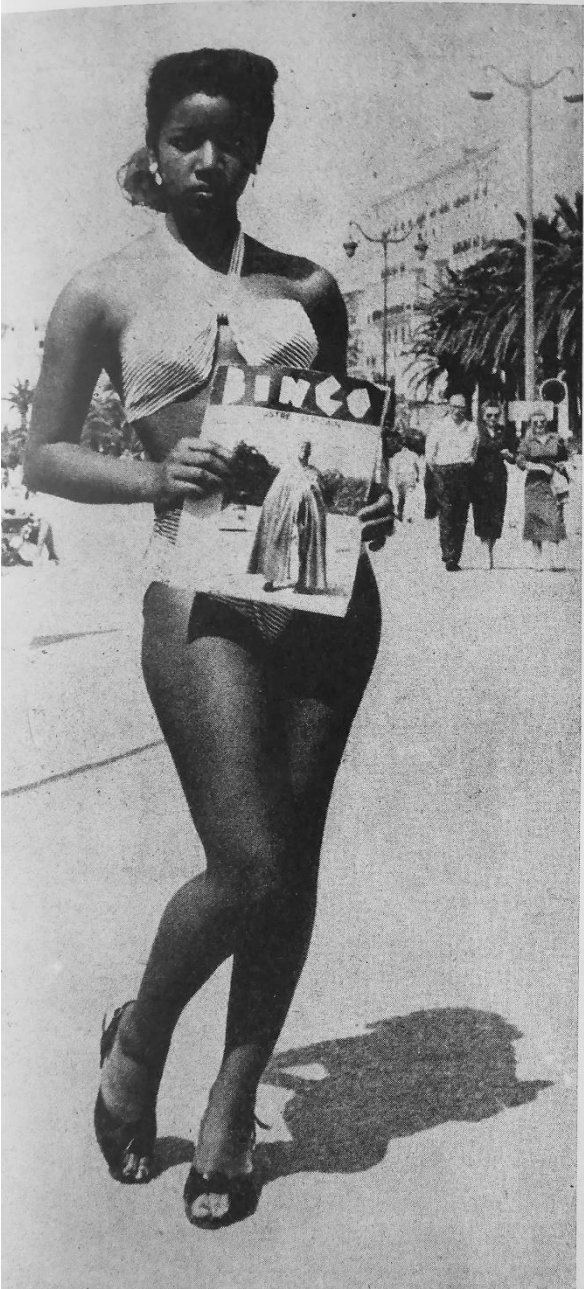
SOLEIL, CIEL BLEU... VACANCES HEUREUSES

A cette époque de l'année chacun goûte aux plaisirs des vacances : joie de plonger dans l'eau fraîche ou de s'allonger sur le sable tiède; pour tous c'est la bienfaisante détente.


Les plages de la métropole sont littéralement envahies par une foule d'estivants avides de baignade, se bousculant gaiement pour entrer dans l'eau.

Voyant cela, Lamine, Djibril et moi rêvons à nos plages interminables et calmes où l'air est si doux... et nos pensées volent vers Assatou ou Fatoumata, amies très chères ou camarades de jeux laissées au « pays », qui, à la même heure peut être, après de joyeux ébats dans l'onde pure, offrent leur corps de bronze à la caresse du vent...


MOUSSA



Yolande Trama, part pour la plage, mais n'a pas oublié « son » Bingo.
(Photo Sako - Cannes).



Les sportifs d'Huddleston Bath ne cachent pas leur admiration pour la gracieuse Priscilla Mtimkulu, d'Orlando, populaire cover-girl de notre confrère "Drum", pour laquelle la natation n'a plus de secret. Comme nous les comprenons ! (Photo "Drum").



Notre photographe a surpris sur la plage de Cannes Miss Guinivier journaliste américaine.

23

Bingo, n°55, août 1957, p. 23. Photographiée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 25

Que lit **MARPESSA DAWN**,
l'incomparable vedette d'Orfeu Negro ?



Evidemment, comme tout le monde, elle lit

BINGO

Faites comme elle !
ABONNEZ - VOUS

ABONNEZ VOS AMIS
vous leur ferez tellement plaisir

Bingo, n° 90, juillet 1960. Photographée le 22 janvier 2021, à la BnF.

Figure 26



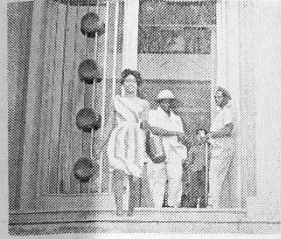
« Je n'arrivais pas à croire que j'étais Miss BINGO... »



Jacqueline travaille au Ministère de la Justice, à Dakar.



Jacqueline à sa machine.



La journée est finie ! Jacqueline quitte le Building administratif.



La voici présentant le courrier à signer à M^r Souleymane Diagne, directeur du Cabinet du Ministre de la Justice



En route dans la voiture ...de Papa.



Le dimanche elle va à la plage avec quelques amis.

SYMBOLE
DE LA
JEUNE FILLE MODERNE

MISS BINGO

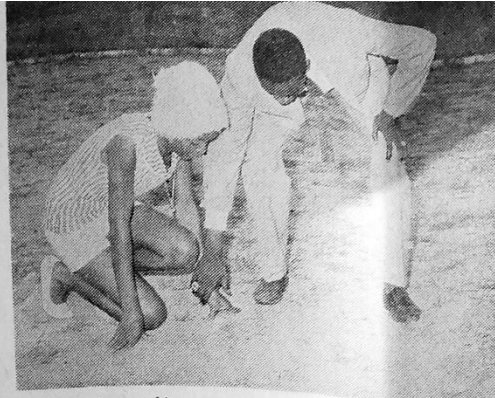
(Jacqueline JAMES)

COMME nos lecteurs l'ont sans doute appris par la presse quotidienne locale, c'est une jeune Dakaroise, Jacqueline James (qui porte aussi le nom d'une grand-mère maternelle N'Dong) qui a été élue Miss BINGO. Vous saurez tout d'elle en lisant cet interview et en admirant ces photos.

Apprenez aussi que 1.007 réponses nous parvinrent de tous les coins du monde noir, ce qui est remarquable si l'on tient compte que les votants ne recevaient aucune récompense ! Ces 1.007 bulletins se répartissent de la façon suivante : Côte d'Ivoire 303, Cameroun 265, Sénégal 196, France 35, Dahomey



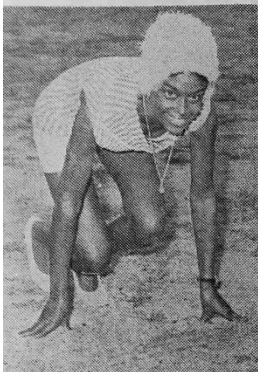
Jacqueline est une sportive émérite. Quelle belle foulée !



Jacqueline est bien conseillée par Abdou Seye en personne.



Quand une Miss rencontre une autre Miss : Jacqueline avec Miss Nigeria, de passage à Dakar.



Départ d'un 100 mètres, avec le sourire.



Jacqueline achète les nouveaux disques parus.



L'électrophone est le meilleur ami de Miss Bingo

courra le 100 mètres aux Jeux de l'amitié

...avec, bien sûr, BINGO, son journal préféré...

31. Haute-Volta 29. Niger 28. Guinée 22. Antilles 22. Tchad 18. Mauritanie 16. Togo 12. Mali 8. Gabon 6. Centrafrique 4. Guyane 3. Algérie 3. Haïti 2. Allemagne 1. Gambie 1. Libéria 1 et Madagascar 1.
Sur ces 1.007 bulletins de vote, 215 se portèrent sur Jacqueline James (n° 17), 140 sur Jeanne Hilarion, de Nouméa (n° 32), 117 sur



SUITE PAGE 32

2. Biographies

a. Annette Mbaye d'Erneville

Annette d'Erneville est née à Sokone³⁴¹, le 15 décembre 1926. Elle est la fille de Victor Hypo d'Erneville et de Marie-Pierre Turpin, issus tous deux d'anciennes familles métisses.

Elle suit d'abord l'école primaire et secondaire chez les religieuses de Saint-Joseph de Cluny, à Saint-Louis. En 1942, elle rejoint l'Ecole Normale de Rufisque, dirigée alors par Germaine Le Goff, et en sort diplômée en 1945³⁴². Elle est admise ensuite, en 1947, à l'Ecole Normale des Batignolles à Paris.

Elle épouse ensuite N'Dakté Mbaye, un futur ingénieur agronome, et obtient, pour le rejoindre, un poste à la Direction de l'enseignement du ministère de la France d'outre-mer en 1954. Intéressée par les médias, elle réalise des émissions radiodiffusées en langues africaines à la SOFIRAD³⁴³ à partir de 1952³⁴⁴ et effectue une formation à partir d'octobre 1955 dans le cadre du premier studio-école de l'OCORA³⁴⁵.

Elle revient au Sénégal après ce stage, y enseigne un temps, mais participe surtout à la radio sénégalaise dans le cadre de la chaîne régionale dakaroise de la radio française d'outre-mer³⁴⁶. En 1963, après son divorce, elle s'installe à Dakar avec ses enfants et devient journaliste pour Radio Sénégal. Elle occupe, au ministère de l'Information sénégalais, de 1964 à 1979, les postes d'Agent du Bureau de presse, de chef de la chaîne nationale, de chef de la chaîne internationale et de chef de service des relations extérieures et internationales de radio-Sénégal. Elle est la productrice d'émissions radiophoniques hebdomadaires diverses en

³⁴¹ Sokone : commune du Sénégal située dans le Sine-Saloum, à l'ouest du pays.

³⁴² Elle mentionne souvent l'influence de cette école et de sa directrice. Voir par exemple une interview dans le magazine *Amina*, en 1975 : « A ce propos, je dois mentionner l'influence considérable qu'eut sur moi la directrice de l'Ecole Normale de jeunes filles de Rufisque : Madame Germaine Le Goff. C'est elle qui m'a fait prendre conscience de notre "africanité", bien avant que ce mot soit à la mode, comme maintenant, à une époque où personne ne songeait réellement à l'indépendance du continent. Elle nous disait, lorsque nous devions faire des exposés ou rédiger des textes: "N'ayez pas honte, lorsque le sujet le permet, de parler de choses que vous connaissez; n'ayez pas honte de vos calebasses, de vos taille-basse, de vos baobabs...". Nous devions décorer des pièces de l'école, comme exercices pratiques d'économie domestique, et bien, Mme Le Goff nous obligeait à décorer ces salles à l'aide d'objets d'artisanat sénégalais. Et puis, elle nous disait toujours: "Vous êtes appelées à travailler en brousse! Apprenez déjà votre métier! »

³⁴³Sofirad : Société Financière de Radiodiffusion. Société française détenue par l'Etat français, créée en 1942 par Pierre Laval, qui gérait les participations de l'Etat dans les stations de radiodiffusion et de télévision.

³⁴⁴Aliane, « M^{me} Mbaye d'Erneville, directrice des programmes à l'Office de radiodiffusion du Sénégal », *Amina*, n° 32, juillet 1975.

³⁴⁵ « Annette Mbaye », *Bingo*, n°209, juin 1970, p. 51.

³⁴⁶ « La Radio française d'outre-mer en Afrique », *Bingo*, n°43, août 1956, p. 10.

wolof et en français³⁴⁷ à l'instar par exemple de l'émission « *jigeen ni degluleen* » qu'elle anime en wolof à partir de 1965, et devient également directrice nationale des programmes de la Radiodiffusion sénégalaise.

Annette Mbaye d'Erneville s'implique également dans la presse papier sénégalaise. Elle écrit quelques articles pour *Bingo* et *La vie africaine*³⁴⁸, qu'elle envisage plutôt comme « des articles alimentaires pour gagner [sa] vie³⁴⁹ ». Elle entreprend en 1957 la création d'une revue pour les femmes, sous le nom de *Femmes de Soleil*. Le magazine est véritablement lancé sous le nom d'AWA en 1964. Elle en est alors la rédactrice en chef et y signe de nombreux éditoriaux.

Parallèlement, elle est également une femme de lettres. L'essentiel de son œuvre relève notamment de la poésie et de la littérature enfantine³⁵⁰.

Enfin, Annette Mbaye d'Erneville est particulièrement impliquée dans la vie associative et culturelle du Sénégal, et notamment dans les mouvements féminins (même si elle se défend souvent d'être féministe (un mot qu'elle n'apprécie pas particulièrement, le considérant trop « ségrégationniste³⁵¹ »)). Ainsi elle est fondatrice de l'association des écrivains du Sénégal en 1964 et membre de l'association nationale des Journalistes du Sénégal, cofondatrice du Regroupement des femmes de la région de Diourbel, membre du club Soroptimist de Dakar en 1969 et dirige la Fédération des Associations féminines du Sénégal (FAFS) jusqu'en 1991. Elle est également l'initiatrice des Rencontres Cinématographiques de Dakar (RECIDAK) en 1990 et participe à la création du musée de la femme « Henriette Bathily » à Gorée en 1994 dont elle est encore aujourd'hui la présidente du conseil d'administration.

³⁴⁷ Diagne Rokhaya Oumar et Diagne Souleymane Bachir, « Annette Mbaye d'Erneville, femme de communication », *Présence Africaine*, premier semestre 1996, nouvelle série n°153, p. 93-101. <https://www.jstor.org/stable/24431010> .

³⁴⁸ *La vie africaine* (1959-1965) : magazine créé par A. Baye Fall, produit en France. Le magazine était un magazine culturel mais plus ouvertement politique que *Bingo*. (Voir Ducournau Claire et Bush Ruth, « *Small readers...* » (2020).

³⁴⁹ Aliane, *art. cit.*

³⁵⁰ 1965, *Poèmes africains*, 1966, *Kaddu* (réédition des poèmes), 1976, *Chansons pour Laïty*, 1983, *Le Noël du vieux chasseur*, 1983, *La Bague de cuivre et d'argent*, 2003, *Motte de terre et motte de beurre*, *Picc l'Oiseau et Lëpp-Lëpp le papillon*.

³⁵¹ Chouaki Yasmine, « 1. Annette Mbaye d'Erneville », émission *En sol majeur*, publiée le 24 décembre 2010, Rfi. 1. Annette Mbaye d'Erneville - En sol majeur (rfi.fr) .

On remarquera qu'elle ne s'est cependant jamais impliquée en politique. Elle refuse en effet de prendre la carte du parti (le Bloc Démocratique Sénégalais) dans les années 1960³⁵² et ne s'investit pas plus tard en politique. Selon elle, « rien que la manière de vivre c'est déjà une manière de faire la politique³⁵³ ».

Personnage particulièrement connu de la scène publique et culturelle sénégalaise, elle se fait appeler « Tata Annette », ou bien « Mère-bi » (« La mère »), du nom d'un documentaire que lui a consacré son fils, le cinéaste Ousmane William Mbaye³⁵⁴, en 2008.

b. Sokhena Dieng

Sokhena Dieng est née le 2 décembre 1950 à Dakar. Elle y passe une « adolescence sans heurts³⁵⁵ » et étudie à l'école Kléber et au lycée Kennedy.

Elle effectue en 1970-1971 un stage de journaliste et d'agent de production radio à l'ORTF dans le cadre du studio-école de Montrouge et intègre ensuite l'Office national de Radiodiffusion télévision du Sénégal (ORTS) où elle présente diverses émissions, et notamment le journal à la radio.

Elle est, en 1972, la première femme à présenter le journal télévisé au Sénégal. De 1977 à 1984 elle tourne également des reportages et mène des débats politiques, dont les grands débats électoraux. Elle devient, en 1984, grand reporter et rédacteur en chef et atteint en 1986 le poste de directrice de la télévision sénégalaise. En 1990, Sokhena Dieng est appelée pour exercer le rôle de conseillère technique auprès du ministère de la Communication. Elle obtient d'ailleurs en 2010 le prix Annette d'Erneville pour la presse.

Cependant, contrairement à son aînée, Sokhena Dieng s'engage en politique depuis les années 2000, auprès de son époux Serigne Modou Kara Mbacké, président-fondateur du Parti de la vérité pour le développement, créé en 2004. Elle siège au Sénat de 2007 à 2012 et à l'assemblée nationale à partir de juillet 2012.

³⁵² Diagne Rokhaya Oumar et Diagne Souleymane Bachir, « Annette Mbaye d'Erneville, femme de communication », *Présence Africaine*, premier semestre 1996, nouvelle série n°153, p. 93-101. <https://www.jstor.org/stable/24431010> .

³⁵³ Chouaki Yasmine, « 1. Annette Mbaye d'Erneville », émission *En sol majeur*, publiée le 24 décembre 2010, Rfi. 1. Annette Mbaye d'Erneville - En sol majeur (rfi.fr) .

³⁵⁴ Mbaye Ousmane William, *Mère-Bi*, 2008, Les films Mame Yandé, Autoproduction, INA, TV5 Monde.

³⁵⁵ « Une voix... un sourire : Sokhena Dieng, première téléspeakerine sénégalaise », *AWA*, n°3 de la nouvelle série, février 1973, p. 24.

c. Moune de Rivel

Cécile Jean-Louis, dite Moune de Rivel, est née à Bordeaux le 7 janvier 1918, de parents originaires de Sainte-Anne en Guadeloupe. Elle est la fille de Fernande de Virel, pianiste et violoniste diplômée du Conservatoire de Paris en 1902, et de Henri Jean-Louis Jeune, dit Jean-Louis Baghio'o (1874-1958), premier magistrat noir des Antilles et écrivain³⁵⁶. Enfant, elle apprend la musique et baigne dans un milieu culturel.

Elle commence sa carrière à l'âge de 15 ans à Paris, dans le quartier de Montparnasse, au restaurant russe « Le Cabaret des Fleurs », où elle interprète des chansons créoles de sa mère au piano. Elle performe également ensuite à « La Tomate », rue Notre Dame de Lorette, au cabaret antillais « La Boule Blanche », rue Vavin, ou bien au cabaret « La Canne à Sucre », quelques temps avant la Seconde Guerre mondiale.

Après avoir été repérée par un agent artistique américain, elle passe deux ans aux Etats-Unis, entre 1945 et 1948, et est engagée au café Society de New-York. Elle rencontre Rose-Melta Morgan (1912-2008) qui a créé une chaîne de salons de beauté et de coiffure dédiés à l'esthétique féminine africaine-américaine. Cette dernière l'héberge et fait de Moune l'égérie de ses publicités³⁵⁷. Elle s'intègre vite à la communauté noire de New York et fait notamment la connaissance de nombreux musiciens de jazz tels qu'Eron Bridgers et Erolld Garner, ou encore Ellis Larkins, qu'elle épouse en 1946.

En rentrant à Paris, elle reprend ses activités artistiques et enchaîne les tournées en Europe et en Afrique pour faire connaître la musique antillaise. Elle participe notamment, en tant qu'artiste et représentante de la Guadeloupe, au premier Festival mondial des arts nègres, à Dakar, en 1966³⁵⁸. Dans les années 1960, elle ouvre également un cabaret sur les Champs-Élysées : « Le Perroquet du nid », et écrit plus d'une centaine de chansons.

Moune de Rivel est appréciée pour son talent de musicienne mais aussi pour sa beauté. Elle participe comme comédienne au tournage de plusieurs films, parmi lesquels *Night-Club Room*, *L'Atlantide*, *La Belle et le Truand...* et a joué aux côtés d'acteurs comme Alain Delon, Claudia Cardinale, Jean Marais et Jean-Louis Trintignant.

³⁵⁶ Sur les écrits de Jean-Louis Baghio'o, lire : Scheel Charles W, « Jean-Louis Baghio'o père et fils : Deux écrivains antillais du vingtième siècle entre quatre continents », *Revue de littérature comparée*, 2016/1 (n° 357), p. 63-77. DOI : 10.3917/rhc.357.0063. URL : <https://www.cairn.info/revue-de-litterature-comparee-2016-1-page-63.htm> et Scheel Charles W, « Les romans de Jean-Louis Baghio'o et le réalisme merveilleux redéfini », *Présence Africaine*, 1988/3 (n°147), p. 43-62. URL : <https://www.cairn.info/revue-presence-africaine-1988-3-page-43.htm>.

³⁵⁷ Moune de Rivel lui consacre d'ailleurs un article dans *Bingo* en 1971. Voir « L'ambition de Rose Morgan, la beauté de la femme noire », *Bingo*, n°217, février 1971, p. 46-47.

³⁵⁸ Voir Jaji Tsitsi Ella, *op. cit.* (2014), « Négritude musicology. Poetry, performance, and statecraft in Senegal », p. 96.

La chanteuse entretient des liens importants avec le continent africain et est solidaire des mouvements de décolonisation. Son père, Jean-Louis Baghio'o, fervent panafricaniste, souhaitait pour le continent une « Union Arabe et Noire » et était également partisan d'une « République antillaise³⁵⁹ ». Très jeune, Moune de Rivel l'accompagne au domicile de l'écrivain guyanais René Maran, réunissant régulièrement écrivains antillais et africains. Elle adhère au concept de la « négritude » développé par Aimé Césaire, Léon-Gontran Damas et Léopold Sedar Senghor, et participe en 1956, à Paris, au premier « Congrès des écrivains et artistes noirs », à la Sorbonne³⁶⁰.

Moune de Rivel s'implique d'ailleurs également dans la sphère médiatique en direction du continent africain.

L'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) l'engage pour animer des émissions radiophoniques de 1961 à 1974, telles que « Charmes de Paris » et « Regards sur les îles ». Dans ses émissions, elle aborde l'histoire des Antilles et de l'Afrique. C'est à la même période qu'elle participe aux cahiers radiophoniques « Femmes d'Afrique », de l'OCORA en composant et interprétant les « chansons éducatives ». Son frère, Victor Jean Louis Baghio'o³⁶¹ travaille également à l'ORTF, en tant qu'ingénieur et directeur technique. Il a ainsi contribué à la création des radios africaines au Burundi, au Cameroun, au Congo, au Sénégal, et en Haute-Volta, où il devient l'un des premiers directeurs de la première radio publique à l'indépendance. Moune de Rivel a d'ailleurs interprété deux chansons en honneur de la Haute-Volta : *Ouagadougou* et *Bobo-Dioulasso*.

Sa participation au magazine *Bingo* correspond également à ses convictions panafricanistes. Elle y participe dans la rubrique « Courrier du Cœur », de 1960 à 1963³⁶², mais également dans le magazine féminin, où elle incarne « Madame Afrique », à partir de 1970.

³⁵⁹ voir : Scheel Charles W, *art. cit.* (2016).

³⁶⁰ Sur ce congrès lire : Frioux-Salgas Sarah, « Le 1^{er} Congrès international des écrivains et artistes noirs (Paris, Sorbonne, 19-22 septembre 1956) : replay », *Hommes & Migrations*, 2021/1 (n° 1332), p. 143-149. DOI : 10.4000/hommesmigrations.12279. URL : <https://www.cairn.info/revue-hommes-et-migrations-2021-1-page-143.htm> et « Le Premier Congrès international des écrivains et artistes noirs : Paris, Sorbonne, 19-22 septembre 1956 : compte-rendu complet », in *Présence africaine*, n° 8-10 (numéro spécial), 1956.

³⁶¹ Sur Victor Jean-Louis Baghio'o, lire : voir : Scheel Charles W, *art. cit.* (2016) et Scheel Charles W., « Hommage à Victor Jean-Louis Baghio'o », *Présence Africaine*, 1996/1 (n°153), p. 261-264. <https://www.cairn.info/revue-presence-africaine-1996-1-page-261.htm>.

³⁶² Elle est remplacée en janvier 1963 par Marie-Thérèse Rouil.

Moune de Rivel crée à Paris, en 1995, un conservatoire de musique traditionnelle créole « *Mizik an nou* ». En 1997, elle a été nommée, en France, Chevalier des Arts et des Lettres. Malade et atteinte de la maladie d'Alzheimer, elle meurt le 27 mars 2014 à l'âge de 96 ans et est enterrée au cimetière du Montparnasse, à Paris.

d. Marie-Thérèse Rouïl

Marie-Thérèse Rouïl est antillaise, de mère martiniquaise et de père guadeloupéen. Elle naît en 1929 à Paris et passe son enfance entre les Antilles où elle étudie à Fort-de-France, et l'Afrique, notamment à Brazzaville et Libreville, où son père travaillait en tant que fonctionnaire.

Elle poursuit ses études à l'École Normale de Musique de Paris et y rencontre son mari, Léon M. Guillaume, professeur d'histoire en Belgique.

Elle est surtout connue pour son activité littéraire et obtient de nombreux prix pour ses romans, poèmes et pièces radiophoniques³⁶³. Elle obtient en avril 1962 le premier prix littéraire de *Bingo* pour le manuscrit « La Rose des Sings ».

Peu après, elle devient une personnalité importante du magazine en remplaçant la rubrique « Courrier du cœur » de Moune de Rivel par une rubrique « Marie-Thérèse Rouïl répond à vos questions », une chronique du courrier « non pas seulement du cœur mais touchant toutes questions sociales, familiales et humaines³⁶⁴ », en 1963. Elle reprend également en novembre 1965 la rubrique « Pour vous madame » du magazine, dont elle modifie peu après le nom pour « En famille », et qu'elle tient jusque 1970. La rubrique est alors intitulée « Madame Afrique » et Marie-Thérèse Rouïl est remplacée par Moune de Rivel.

Elle poursuit ensuite son activité d'autrice et écrit plusieurs livres pour enfants tels que *Le secret de monsieur Clodomir*, paru en 1982, *La planète salylab* (1985) ou encore *Les trois souhaits* (1997). Elle meurt en 2014, au Lamentin (Martinique), à 85 ans.

³⁶³ Voir « Des lauriers pour Marie-Thérèse Rouïl », *Bingo*, n°155, décembre 1965. Elle remporte, en 1965, le Concours d'œuvres dramatiques pour enfants organisé par le Théâtre du Printemps de Charleroi et l'Institut des émissions françaises de la Radio-Télévision Belge pour son œuvre « Monsieur Clodomir ».

³⁶⁴ « le courrier de Bingo : on demande le courrier du cœur », *Bingo*, n°119, décembre 1962.

SOURCES

1. Numéros d'AWA :

Consultés en ligne.

Awa, la revue de la femme noire, n°1, janvier 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=01>

Awa, la revue de la femme noire, n°2, février 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=02>

Awa, la revue de la femme noire, n°3, mars 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=03>

Awa, la revue de la femme noire, n°4, avril 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=04>

Awa, la revue de la femme noire, n°5, mai 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=05>

Awa, la revue de la femme noire, n°6, juin 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=06>

Awa, la revue de la femme noire, n°7, septembre 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=09>

Awa, la revue de la femme noire, n°8, octobre 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=10>

Awa, la revue de la femme noire, n°9, novembre 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=11>

Awa, la revue de la femme noire, n°10, décembre 1964

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1964&issmonth=12>

Awa, la revue de la femme noire, n°11, février 1965

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1965&issmonth=02>

Awa, la revue de la femme noire, n°12, mars 1965

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1965&issmonth=03>

Awa, la revue de la femme noire, n°13, octobre 1965

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1965&issmonth=10>

Awa, la revue de la femme noire, n°14, novembre 1965

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1965&issmonth=11>

Awa, la revue de la femme noire, n°15, janvier 1966

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1966&issmonth=01>

Awa, la revue de la femme noire, n°1, nouvelle série, octobre 1972

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1972&issmonth=10>

Awa, la revue de la femme noire, n°2, nouvelle série, novembre 1972

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1972&issmonth=11>

Awa, la revue de la femme noire, n°3, nouvelle série, février 1973

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1973&issmonth=02>

Awa, la revue de la femme noire, n°4, nouvelle série, mai 1973

<https://www.awamagazine.org/issuegallery/?issyear=1973&issmonth=0>

2. Numéros de *Bingo* :

Consultés à la BnF : [Notice bibliographique Bingo \(Dakar\) | BnF Catalogue général - Bibliothèque nationale de France.](#)

Bingo, L'illustré africain, du n°1 (février 1953) au n°95 (décembre 1960).

Bingo, Le mensuel du monde noir, du n°96 (janvier 1961) au n°324 (janvier 1980).

3. Archives diplomatiques de Nantes

a. Fonds 184PO/1

- carton 414.

Dossiers « conférence sur le développement des moyens d'information en Afrique » (1962), « stages de formation en France pour les journalistes sénégalais » (1960), « La radio-diffusion et la télévision en Afrique noire francophone et à Madagascar » (1963), « Contribution de la R.T.F (SORAFOM).

- carton 710 : Presses.

Dossiers « Lois sur la presse » (1973-1979), « Journal 'Le Soleil' » (1968-1985), « Autres journaux et magazines sénégalais. Presse généralités. APS. » (1961-1985).

- carton 711 : Presse, Radio, TV.

Dossiers « Radio – généralités » (1968-1976), « Télévision – dossier général » (1970-1984), « O.R.T.S » (1973-1980).

- carton 794.

Dossiers « Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF, 1969-1984) », « émissions de Radio France Internationale (RFI, 1975-1982).

- carton 795.

Dossier « Nouvelle agence de presse (NAP, novembre 1979) ».

- carton 809.

Dossier « Télévision sénégalaise et coopération française » (1980).

- carton 847.

Dossiers « Presse » (1967-1985), « La presse française au Sénégal » (1971-1984).

- carton 854.

Dossiers « Agence France Presse (AFP) » (1966-1985), « Rapports franco-sénégalais en matière de presse » (1965-1985), « Presse étrangère au Sénégal » (1965-1985).

b. Fonds 184PO/2

- Carton 40 : Femmes.

Dossiers « quinzaine de la femme » (1975-1988), « journée internationale de la femme (1987), journée nationale de la femme (1979) ».

c. Fonds 186PO

- Carton 837. (1962-1972)

Dossiers « Radio-Télévision », « ORTF-ORTS (Office de Radiodiffusion et télédiffusion Sénégalais) », « OCORA (Office de Copération Radiophonique, 1962-1972) », « Télésénégal, (1970) ».

- **Carton 838.** (1969-1977)
Dossier « ORTS (1973-1977) »
- **Carton 839** (1977-1987)
Dossier « ORTS (1977-1987) »
- **Carton 840** (1968-1989)
Dossiers « ORTS (1987-1989) », « URTNA (Union des Radiodiffusion et Télévision d'Afrique) », « Imprimerie Nationale (1968) ».

4. Archives nationales de Pierrefitte : Fonds « Culture : Radio-France » (20060371)

- **Carton 14**
« Catalogue archives RFOM-SORAFOM »
- **Carton 15**
« OCORA – Femmes d'Afrique : cahiers sonores, [1^{re} série] : n° 1-10. » (1963)
« OCORA. - Femmes d'Afrique : cahiers sonores, nouvelle série : n° 1-7. »(1964)
- **Carton 16**
« OCORA. - Femmes d'Afrique : cahiers sonores, nouvelle série : n° 8-42. » (1965-1968)

BIBLIOGRAPHIE

ALIANE, « M^{me} Mbaye d'Erneville, directrice des programmes à l'Office de radiodiffusion du Sénégal », *Amina*, n° 32, juillet 1975.

ALLMAN Jean and TASHIJIAN Victoria, *I will not eat stone: A women's history of colonial Asante*. Cape town, David Philip, U.S.A, Heinemann et Oxford, James Currey, 2000.

APPADURAI Arjun, *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, Université of Minnesota Press, 1996.

ARONSON Amy Beth, « America's first feminist magazine: transforming the popular to the political », in Brake, Laurel et al. (eds). *Nineteenth-century media and the construction of identities*. Basingstoke et New York, Palgrave, 2000.

BAJOREK Jennifer « “ça bousculait!” : democratization and photography in Senegal », in Vokes Richard (éd.) *Photography in Africa: Ethnographic Perspectives*, James Currey, 2012.

BAJOREK Jennifer, *Unfixed. Photography and Decolonial imagination in West Africa*, Duke University Press, 2020.

BALLASTER, Ros et al. *Women's worlds: ideology, femininity and women's magazines*. London, Macmillan, 1991.

BARBER Karine (éd.) *Readings in African Popular Culture*, Indiana University Press, 1997.

BARRY Moustapha, *Histoire des médias au Sénégal : de la colonisation à nos jours*, Paris, L'Harmattan, 2013.

BARTHELEMY Pascale et JEZEQUEL Jean-Herve, « Marier les “demoiselles frigidaires” et les “mangeurs de craies” : l'idéal du ménage lettré et l'administration coloniale en Afrique Occidentale Française (AOF) », in Odile Goerg (coord.), *Perspectives historiques sur le genre en Afrique*, Cahier « Afrique » n° 23, Paris, L'Harmattan.

BARTHELEMY Pascale, « 'Je suis une Africaine... j'ai vingt ans.' Écrits féminins et modernité en Afrique occidentale française (v. 1940- v. 1950) », *Annales, Histoire, Sciences sociales*, 64e année, n° 4, 2009.

BARTHELEMY Pascale, « Instruction ou éducation ? La formation des Africaines à l'École normale d'institutrices de l'AOF de 1938 à 1958 », *Cahiers d'études africaines*, 169-170, 2003.

BARTHELEMY Pascale, « La professionnalisation des Africaines en AOF (1920-1960) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2002/3 (n° 75).

BARTHELEMY Pascale, *Africaines et diplômées à l'époque coloniale, (1918-1957)*, Presses Universitaires de Rennes, 2010.

BAYLY Christopher Alan, *The Birth of the modern world (1780-1914) : global connections and comparisons*, Oxford, Blackwell, 2004.

BEBEY Francis, *La radiodiffusion en Afrique Noire*, Issy-Les-Moulineaux, Editions Saint-Paul, 1963.

BEETHAM Margaret, *A Magazine of her own? domesticity and desire in the woman's magazine: 1800-1914*. Londres, Routledge, 1996.

BERGER Iris, *Women in twentieth-century Africa*, Cambridge University Press, 2016.

BLANDIN Claire et PAVARD Bibia, « Genre et presse féminine : un vaste chantier encore peu exploré », *Les cahiers de la SFSIC*, n°9, janvier 2014.

BLOOM P. Miescher S. et MANUH T. (éds.), *Modernization as Spectacle in Africa*, Indiana University Press, 2014.

BONVOISIN Samra-Martine et MAIGNIEN Michele, *La presse féminine*, PUF, collection « Que-sais-je ? », 1986.

BOSCH Tanja, « Women as Radio Audiences in Africa », in Carter, L. Steiner et L. MacLaughlin (éds.), *Routledge Companion to Media and Gender*, Routledge, New York, 2013.

BOURGAULT Louise Manon, *Mass Media in Sub-Saharan Africa*, Indiana University Press, 1995.

BRAITHWAITE Brian, *Women's Magazines: the first 300 years*. Londres, Peter Owen, 1995.

BUSH Ruth, « Digitising militant glossy magazines in francophone Africa », *Afro-Asian Visions*, Mars 2017.

BUSH Ruth, « Mesdames, il faut lire !, *material contexts and representational strategies in early francophone African women's magazines* » in *Francosphères*, 2016.

CAPITANT Sylvie, « La radio en Afrique de l'Ouest, un "média carrefour" sous-estimé ? L'exemple du Burkina Faso », *Réseaux*, 150(4), 2008.

CAPITANT Sylvie et FRERE Marie-Soleil, « Les Afriques médiatiques. Introduction thématique », *Afrique contemporaine*, 240, 2011.

CHOMENTOWSKI Gabrielle et LEYRIS Thomas, « Médias et décolonisations en Afrique francophone. Une histoire à écrire », *Revue d'Histoire Contemporaine de l'Afrique*, n° 1, 1-15, 2021.

COOPER Frederick, *Colonialism in Question. Theory, Knowledge, History*, University of California Press, 2005.

COQUERY-VIDROVITCH Catherine, *Les Africaines, Histoire des femmes d'Afrique noire du XIXe au XXe siècle*, Paris, Desjonquères, 1994.

DIOH Tidiane, « Grandeur et décadence de l'empire médiatique français en Afrique » in N. Loum et I. Sarr (dir.), *Les médias en Afrique depuis les Indépendances : bilan, enjeux et perspectives*, Paris, L'Harmattan (coll. « Etudes africaines »), 2018.

DIOH Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009.

DIOP Codou, « La presse féminine au Sénégal », mémoire de science de l'information, Paris 2, 1978.

DUCOURNAU Claire et BUSH Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

DUCOURNAU Claire et BUSH Ruth, « African Audiences : Making Meaning across Media », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

DUCOURNAU Claire, « 'Boîte à lettres' et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA », *Etudes Littéraires africaines*, 47, juin 2019.

DUCOURNAU Claire, « *Awa : la revue de la femme noire*, entre presse et littérature », *Etudes littéraires africaines*, 47, juin 2019.

DUCOURNAU Claire, « Presse et littérature africaines : des relations multiformes aux chantiers de recherche », *Etudes littéraires africaines*, 48, décembre 2019.

ECK Hélène et BLANDIN Claire (éd.), « *La vie des femmes* » : *la presse féminine aux XIXe et XXe siècle*, Panthéon-Assas, 2012.

EUVRARD Gil-François, « La presse en Afrique Occidentale Française : des origines aux indépendances et conservée à la Bibliothèque nationale », ENSB, 1982.

FERGUSON Marjorie, *Forever feminine: women's magazines and the cult of femininity*. Londres, Exeter et NH, Heinemann, 1983.

FLEMING Tyler FALOLA Toyin, "Africa's media empire : *Drum's* expansion to Nigeria", *History in Africa* 32, 2005.

GADZEKPO Audrey Sitsofe, *Women's engagement with Gold Coast print culture, from 1857 to 1957*, thèse de philosophie, université de Birmingham, 2001.

GEERS Alexie, *Le sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans Marie-Claire de 1937 à nos jours*. Thèse de doctorat en histoire, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2016.

GRABLI Charlotte, « La ville des auditeurs : radio, rumba congolaise et droit à la ville dans la cité indigène de Léopoldville (1949-1960) », in *Cahiers d'études africaines*, n°233, 2019.

GRANDPIERRE Karine, « *ELLE* : un outil d'émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 », *CONTEXTES* [En ligne], mis en ligne le 18 mai 2012.

GULDIMANN Colette, “*A Symbol of the New African*” : *Drum magazine, popular culture and the formation of black urban subjectivity in 1950s South Africa*, these de philosophie, Queen Mary, Université de Londres, Juillet 2003.

GUNNER Liz, DINA Ligaga, DUMISANI Moyo, *Radio in Africa : Publics, Cultures, Communities*, Oxford : James Currey, 2012.

HEAD Sydney W. (éd.), *Broadcasting in Africa: A Continental Survey of Radio and Television*, Temple University Press, 1974.

HERZBEGER-FOFANA Pierrette, « Annette Mbaye d'Erneville (Sénégal) », in *Littérature féminine francophone d'Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 2000.

HUGON Anne, « Les sages-femmes africaines en contexte colonial : auxiliaires de l'accouchement ou agents de la médicalisation ? Le cas du Ghana, des années 1930 aux années 1950 », in Bourdelais Patrice (éd.), *La diffusion de nouvelles pratiques de santé : acteurs, dynamiques, enjeux (17ème –19ème s.)*, Paris, Belin, 2005.

HUGON Anne, « Mémoires de (sages)-femmes à l'époque coloniale (Ghana, 1920-1960) : sources orales, émergence d'un nouveau groupe socio-professionnel et histoire de la maternité », in Thébaud Françoise et Dermanjian Geneviève (éds.), *Quand les femmes témoignent. Histoire orale, Histoire des femmes, Mémoire de femmes*, Publisud, 2009.

HUGON Anne, *Histoire des femmes en situation coloniale. Afrique et Asie, XXe siècle*, Paris, Karthala, 2004.

Institut Panos et Union des journalistes d'Afrique de l'Ouest, *Le pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest*, Paris, L'Harmattan, 1993.

IVASKA Andrew, *Cultured States: Youth, Gender, and Modern Style in 1960s Dar es Salaam*, Durham, Duke University Press, 2011.

JAJI Tsitsi Ella, « What Women Want. Selling hi-fi in consumer magazines and film », in *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, Oxford University Press, 2014.

JAJI Tsitsi Ella, « Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness? », in *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018.

JAJI Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onookome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014.

JAJI Tsitsi Ella, *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, Oxford University Press, 2014

LANDAU-WELINSKI Jonathan, « Le passé de l’Afrique à la radio : mémoire d’un continent (RFI). Pour une histoire de la coopération radiophonique franco-africaine à travers une émission de 1964 à nos jours. » Mémoire de Master 2, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2012.

LOSCH Flora, « Preserving Public Broadcasting Archives in the Digital Era: Circulatory Stories and Technologies, the Digital Turn, and the Return of the Past in West Africa », *History in Africa* 47, juin 2020.

MURILLO Bianca, *Market Encounters : Consumer Cultures in Twentieth-Century Ghana*, Ohio University Press, 2017.

MUSTAFA Hudita Nura, “Portraits of Modernity : Fashioning selves in Dakarois Popular Photography”, in *Images and Empires, Visuality in Colonial and Postcolonial Africa* (éd. par Paul S. Landau et Deborah D. Kaspin), Presses de l’Université de Californie, 2004.

NEWELL Stephanie, « Newsprint Worlds and Reading Publics in Colonial Contexts », *Itinerario: Journal of Imperial and Global Interactions*, Special Issue on Colonial Public Spheres and the Worlds of Print, 2020.

NEWELL Stephanie, GADZEKPO Audrey (éds.), *Selected Writings of a Pioneer West African Feminist, Mabel Dove*, Nottingham, Trent Editions, 2004.

NEWELL Stephanie, PETERSON Derek, HUNTER Emma (éds.), *African Print Cultures. Newspapers and Their Publics in the Twentieth Century*, University of Michigan Press, 2016.

NEWELL Stephanie, *The power to name, A history of Anonymity in Colonial West Africa*, Ohio University Press, 2013.

NEWELL Stephanie, *Writing African women: gender, popular culture and literature in West Africa*, Londres, Zed Books, 1997.

OYEWUMI Oyeronke, *The invention of women: making an African sense of western gender discourses*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1997.

PAVARD Bibia, « Presse(s) féminine(s) : le poids du genre », in Blandin Claire, *Manuel d’analyse de la presse magazine*, Armand Colin, 2018, p. 107-123.

PERRET Thierry, *Le temps des journalistes. L’invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala, 2005.

ROBERT Guy, « L’OCORA absorbé par l’ORTF » in *Cahiers d’Histoire de la Radiodiffusion* n°62, oct-déc. 1999, p. 86-92.

ROBERT Guy, « Pierre Schaeffer (1910-1995) » in *Cahiers d’Histoire de la Radiodiffusion* n°47, déc. 1995-févr. 1996, p. 136-139.

SASSON Virginie, *Femmes noires sur papier glacé*, éditions INA, 2015.

SINEUX Louise, « Coiffures féminines et images de la modernité. Etude de trois magazines sénégalais », mémoire de master 1, université Panthéon-Sorbonne, 2019.

SULLEROT Evelyne, *Histoire de la presse féminine en France des origines à 1848*, Paris, Armand Colin, 1966

SULLEROT Evelyne, *La presse féminine*, Paris, Armand Colin, 1963.

TSHILOMBO BOMBO Gertrude, *La Femme dans la presse féminine africaine, Approche sémio-pragmatique*, Paris, L'Harmattan, 2003.

TUDESQ André-Jean « Les études sur la radio et la périodisation de la radio », communication à l'Université d'été de Sienna, été 2004.

TUDESQ André-Jean, en collaboration avec NEDELEC SERGE, *Journaux et radios en Afrique aux XIXe et XXe siècles*, Paris, GRET, 1998.

TUDESQ André-Jean, *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse en Afrique sub-saharienne*, Talence, Bordeaux, Editions de la maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1995.

TUDESQ André-Jean, *L'Afrique parle, l'Afrique écoute*, Paris, Khartala, 2002.

TUDESQ André-Jean, *La radio en Afrique Noire*, Paris, Pedone, 1983.

TUDESQ André-Jean, *Les médias en Afrique*, Paris, Lonrai, Ellipses, 1999.

WEINBAUM Alys Eve, RAMAMURTHY Priti, YUE DONG Madeleine, et al., *The Modern Girl Around the World : Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, 2008.

WENDL Tobias, "Entangled Traditions: Photography and the History of Media in Southern Ghana", in *Anthropology and Aesthetics*, No. 39, printemps 2001, p. 78-101.

YTRE-ARNE Brita, *Women's magazines and their readers, Experiences, identity and everyday life*, Thèse de doctorat de philosophie, université de Bergen, 2012.

BIBLIOGRAPHIE CLASSEE

1. Sur les médias en Afrique

a. Général

BARRY Moustapha, *Histoire des médias au Sénégal : de la colonisation à nos jours*, Paris, L'Harmattan, 2013.

BOURGAULT Louise Manon, *Mass Media in Sub-Saharan Africa*, Indiana University Press, 1995.

CAPITANT Sylvie et FRERE Marie-Soleil, « Les Afriques médiatiques. Introduction thématique », *Afrique contemporaine*, 240, 2011.

DIOH Tidiane, « Grandeur et décadence de l'empire médiatique français en Afrique » in N. Loum et I. Sarr (dir.), *Les médias en Afrique depuis les Indépendances : bilan, enjeux et perspectives*, Paris, L'Harmattan (coll. « Etudes africaines »), 2018.

TUDESQ André-Jean, en collaboration avec NEDELEC SERGE, *Journaux et radios en Afrique aux XIXe et XXe siècles*, Paris, GRET, 1998.

TUDESQ André-Jean, *Les médias en Afrique*, Paris, Lonrai, Ellipses, 1999.

b. Presse

BARBER Karine (éd.) *Readings in African Popular Culture*, Indiana University Press, 1997.

EUVRARD Gil-François, « La presse en Afrique Occidentale Française : des origines aux indépendances et conservée à la Bibliothèque nationale », ENSB, 1982.

FLEMING Tyler FALOLA Toyin, "Africa's media empire : *Drum's* expansion to Nigeria", *History in Africa* 32, 2005.

GADZEKPO Audrey Sitsofe, *Women's engagement with Gold Coast print culture, from 1857 to 1957*, thèse de philosophie, université de Birmingham, 2001.

GULDIMANN Colette, "A Symbol of the New African" : *Drum magazine, popular culture and the formation of black urban subjectivity in 1950s South Africa*, these de philosophie, Queen Mary, Université de Londres, Juillet 2003.

NEWELL Stephanie, *The power to name, A history of Anonymity in Colonial West Africa*, Ohio University Press, 2013.

NEWELL Stephanie, « Newsprint Worlds and Reading Publics in Colonial Contexts », *Itinerario: Journal of Imperial and Global Interactions*, Special Issue on Colonial Public Spheres and the Worlds of Print, 2020.

NEWELL Stephanie, *Writing African women: gender, popular culture and literature in West Africa*, Londres, Zed Books, 1997.

NEWELL Stephanie, PETERSON Derek, HUNTER Emma (éds.), *African Print Cultures. Newspapers and Their Publics in the Twentieth Century*, University of Michigan Press, 2016.

PERRET Thierry, *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala, 2005.

TUDESQ André-Jean, *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse en Afrique sub-saharienne*, Talence, Bordeaux, Editions de la maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, 1995.

c. Radio et télévision

BEBEY Francis, *La radiodiffusion en Afrique Noire*, Issy-Les-Moulineaux, Editions Saint-Paul, 1963.

BOSCH Tanja, « Women as Radio Audiences in Africa », in Carter, L. Steiner et L. MacLaughlin (éds.), *Routledge Companion to Media and Gender*, Routledge, New York, 2013.

CAPITANT Sylvie, « La radio en Afrique de l'Ouest, un "média carrefour" sous-estimé ? L'exemple du Burkina Faso », *Réseaux*, 150(4), 2008.

CHOMENTOWSKI Gabrielle et LEYRIS Thomas, « Médias et décolonisations en Afrique francophone. Une histoire à écrire », *Revue d'Histoire Contemporaine de l'Afrique*, n° 1, 1-15, 2021.

DIOH Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009.

GRABLI Charlotte, « La ville des auditeurs : radio, rumba congolaise et droit à la ville dans la cité indigène de Léopoldville (1949-1960) », in *Cahiers d'études africaines*, n°233, 2019.

GUNNER Liz, DINA Ligaga, DUMISANI Moyo, *Radio in Africa : Publics, Cultures, Communities*, Oxford : James Currey, 2012.

HEAD Sydney W. (éd.), *Broadcasting in Africa: A Continental Survey of Radio and Television*, Temple University Press, 1974.

Institut Panos et Union des journalistes d'Afrique de l'Ouest, *Le pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest*, Paris, L'Harmattan, 1993.

JAJI Tsitsi Ella, *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, Oxford University Press, 2014

LANDAU-WELINSKI Jonathan, « Le passé de l'Afrique à la radio : mémoire d'un continent (RFI). Pour une histoire de la coopération radiophonique franco-africaine à travers une

émission de 1964 à nos jours. » Mémoire de Master 2, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2012.

LOSCH Flora, « Preserving Public Broadcasting Archives in the Digital Era: Circulatory Stories and Technologies, the Digital Turn, and the Return of the Past in West Africa », *History in Africa* 47, juin 2020.

ROBERT Guy, « Pierre Schaeffer (1910-1995) » in *Cahiers d'Histoire de la Radiodiffusion* n°47, déc. 1995-févr. 1996, p. 136-139.

ROBERT Guy, « L'OCORA absorbé par l'ORTF » in *Cahiers d'Histoire de la Radiodiffusion* n°62, oct-déc. 1999, p. 86-92.

TUDESQ André-Jean, *La radio en Afrique Noire*, Paris, Pedone, 1983.

TUDESQ André-Jean, *L'Afrique parle, l'Afrique écoute*, Paris, Khartala, 2002.

TUDESQ André-Jean « Les études sur la radio et la périodisation de la radio », communication à l'Université d'été de Sienna, été 2004.

2. Sur la presse féminine et la presse féminine africaine

ARONSON Amy Beth, « America's first feminist magazine: transforming the popular to the political », in Brake, Laurel et al. (eds). *Nineteenth-century media and the construction of identities*. Basingstoke et New York, Palgrave, 2000.

BALLASTER, Ros et al. *Women's worlds: ideology, femininity and women's magazines*. London, Macmillan, 1991.

BEETHAM Margaret, *A Magazine of her own? domesticity and desire in the woman's magazine: 1800-1914*. Londres, Routledge, 1996.

BLANDIN Claire et PAVARD Bibia, « Genre et presse féminine : un vaste chantier encore peu exploré », *Les cahiers de la SFSIC*, n°9, janvier 2014.

BONVOISIN Samra-Martine et MAIGNIEN Michele, *La presse féminine*, PUF, collection « Que-sais-je ? », 1986.

BRAITHWAITE Brian, *Women's Magazines: the first 300 years*. Londres, Peter Owen, 1995.

DIOP Codou, « La presse féminine au Sénégal », mémoire de science de l'information, Paris 2, 1978.

ECK Hélène et BLANDIN Claire (éd.), « *La vie des femmes* » : la presse féminine aux XIXe et XXe siècle, Panthéon-Assas, 2012.

FERGUSON Marjorie, *Forever feminine: women's magazines and the cult of femininity*. Londres, Exeter et NH, Heinemann, 1983.

GRANDPIERRE Karine, « *ELLE* : un outil d'émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960 », *CONTEXTES* [En ligne], mis en ligne le 18 mai 2012.

GEERS Alexie, *Le sourire et le tablier. La construction médiatique du féminin dans Marie-Claire de 1937 à nos jours*. Thèse de doctorat en histoire, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2016.

PAVARD Bibia, « Presse(s) féminine(s) : le poids du genre », in Blandin Claire, *Manuel d'analyse de la presse magazine*, Armand Colin, 2018, p. 107-123.

SASSON Virginie, *Femmes noires sur papier glacé*, éditions INA, 2015.

SULLEROT Evelyne, *La presse féminine*, Paris, Armand Colin, 1963.

SULLEROT Evelyne, *Histoire de la presse féminine en France des origines à 1848*, Paris, Armand Colin, 1966

TSHILOMBO BOMBO Gertrude, *La Femme dans la presse féminine africaine, Approche sémio-pragmatique*, Paris, L'Harmattan, 2003.

YTRE-ARNE Brita, *Women's magazines and their readers, Experiences, identity and everyday life*, Thèse de doctorat de philosophie, université de Bergen, 2012.

3. Sur les magazines étudiés spécifiquement

ALIANE, « M^{me} Mbaye d'Erneville, directrice des programmes à l'Office de radiodiffusion du Sénégal », *Amina*, n° 32, juillet 1975.

BAJOREK Jennifer, *Unfixed. Photography and Decolonial imagination in West Africa*, Duke University Press, 2020.

BAJOREK Jennifer « “ça bousculait!” : democratization and photography in Senegal », in Vokes Richard (éd.) *Photography in Africa: Ethnographic Perspectives*, James Currey, 2012.

BUSH Ruth, « Digitising militant glossy magazines in francophone Africa », *Afro-Asian Visions*, Mars 2017.

DUCOURNAU Claire, « *Awa* : la revue de la femme noire, entre presse et littérature », *Etudes littéraires africaines*, 47, juin 2019.

DUCOURNAU Claire, « 'Boîte à lettres' et signatures : l'auctorialité partagée des femmes dans AWA », *Etudes Littéraires africaines*, 47, juin 2019.

DUCOURNAU Claire, « Presse et littérature africaines : des relations multiformes aux chantiers de recherche », *Etudes littéraires africaines*, 48, décembre 2019.

DUCOURNAU Claire et BUSH Ruth, « African Audiences : Making Meaning across Media », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

DUCOURNAU Claire et BUSH Ruth, « 'Small Readers' and Big Madazines: Reading Publics in *Bingo*, *La Vie Africaine*, and *Awa: la revue de la femme noire* », *Research in African Literatures*, 51.1, Indiana University Press, printemps 2020.

HERZBEGER-FOFANA Pierrette, « Annette Mbaye d'Erneville (Sénégal) », in *Littérature féminine francophone d'Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 2000.

JAJI Tsitsi Ella, « What Women Want. Selling hi-fi in consumer magazines and film », in *Africa in Stereo: Modernism, Music, and Panafrikan Solidarity*, Oxford University Press, 2014.

JAJI Tsitsi Ella, « Francophone African women and the rise of the Glossy Magazine », in Newell Stephanie et Okome Onookome (éds.), *Popular Culture in Africa: the Episteme of the Everyday*, Routledge, 2014.

JAJI Tsitsi Ella, « Bingo Magazine in the Age of Pan-African Festivals, A Feminist Archive of Global Black Consciousness? », in *Journal of Contemporary African Art*, 42-43, novembre 2018.

SINEUX Louise, « Coiffures féminines et images de la modernité. Etude de trois magazines sénégalais », mémoire de master 1, université Panthéon-Sorbonne, 2019.

4. Sur les femmes africaines

ADDO-AKEKU Kate et GADZEKPO Audrey, *Unequal playfield: prospects and challenges facing women in the media*. Proceedings at the African Council for Communication Education conference. Nairobi, Kenya November 13-17, 1995.

ALLMAN Jean and TASHJIAN Victoria, *I will not eat stone: A women's history of colonial Asante*. Cape town, David Philip, U.S.A, Heinemann et Oxford, James Currey, 2000.

BARTHELEMY Pascale, *Africaines et diplômées à l'époque coloniale, (1918-1957)*, Presses Universitaires de Rennes, 2010.

BARTHELEMY Pascale, « 'Je suis une Africaine... j'ai vingt ans.' Écrits féminins et modernité en Afrique occidentale française (v. 1940- v. 1950) », *Annales, Histoire, Sciences sociales*, 64e année, n° 4, 2009.

BARTHELEMY Pascale, « La professionnalisation des Africaines en AOF (1920-1960) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2002/3 (n° 75), p. 35-46.

BARTHELEMY Pascale, « Instruction ou éducation ? La formation des Africaines à l'École normale d'institutrices de l'AOF de 1938 à 1958 », *Cahiers d'études africaines*, 169-170, 2003, 371-388.

BARTHELEMY Pascale et JEZEQUEL Jean-Herve, « Marier les "demoiselles frigidares" et les "mangeurs de craies" : l'idéal du ménage lettré et l'administration coloniale en Afrique Occidentale Française (AOF) », in Odile Goerg (coord.), *Perspectives historiques sur le genre en Afrique*, Cahier « Afrique » n° 23, Paris, L'Harmattan.

BERGER Iris, *Women in twentieth-century Africa*, Cambridge University Press, 2016.

COQUERY-VIDROVITCH Catherine, *Les Africaines, Histoire des femmes d'Afrique noire du XIXe au XXe siècle*, Paris, Desjonquères, 1994.

HERZBEGER-FOFANA Pierrette, « Annette Mbaye d'Erneville (Sénégal) », in *Littérature féminine francophone d'Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 2000.

HUGON Anne, *Histoire des femmes en situation coloniale. Afrique et Asie, XXe siècle*, Paris, Karthala, 2004.

HUGON Anne, « Les sages-femmes africaines en contexte colonial : auxiliaires de l'accouchement ou agents de la médicalisation ? Le cas du Ghana, des années 1930 aux années 1950 », in Bourdelais Patrice (éd.), *La diffusion de nouvelles pratiques de santé : acteurs, dynamiques, enjeux (17ème –19ème s.)*, Paris, Belin, pp. 175-193, 2005.

HUGON Anne, « Mémoires de (sages)-femmes à l'époque coloniale (Ghana, 1920-1960) : sources orales, émergence d'un nouveau groupe socio-professionnel et histoire de la maternité », in Thébaud Françoise et Dermanjian Geneviève (éds.), *Quand les femmes témoignent. Histoire orale, Histoire des femmes, Mémoire de femmes*, Publisud, 2009.

NEWELL Stephanie, GADZEKPO Audrey (éds.), *Selected Writings of a Pioneer West African Feminist, Mabel Dove*, Nottingham, Trent Editions, 2004.

OYEWUMI Oyeronke, *The invention of women: making an African sense of western gender discourses*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1997.

5. Sur la modernité et ses représentations

APPADURAI Arjun, *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1996.

BAJOREK Jennifer, *Unfixed. Photography and Decolonial imagination in West Africa*, Duke University Press, 2020.

BAYLY Christopher Alan, *The Birth of the modern world (1780-1914) : global connections and comparisons*, Oxford, Blackwell, 2004.

BLOOM P. Miescher S. et MANUH T. (éds.), *Modernization as Spectacle in Africa*, Indiana University Press, 2014.

COOPER Frederick, *Colonialism in Question. Theory, Knowledge, History*, University of California Press, 2005.

IVASKA Andrew, *Cultured States: Youth, Gender, and Modern Style in 1960s Dar es Salaam*, Durham, Duke University Press, 2011.

MURILLO Bianca, *Market Encounters : Consumer Cultures in Twentieth-Century Ghana*, Ohio University Press, 2017.

WENDL Tobias, “Entangled Traditions: Photography and the History of Media in Southern Ghana”, in *Anthropology and Aesthetics*, No. 39, printemps 2001, p. 78-101.

WEINBAUM Alys Eve, RAMAMURTHY Priti, YUE DONG Madeleine, et al., *The Modern Girl Around the World : Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, 2008.

Table des matières

Remerciements	2
Sommaire	3
INTRODUCTION	4
1. Présentation du sujet.....	4
2. Point historiographique	6
3. Présentation des sources	13
a. Sources principales.....	13
b. Sources complémentaires.....	17
4. Problématiques et plan	20
PREMIERE PARTIE	22
Promotion féminine, nouveaux médiatiques et images de « femmes modernes ».....	22
1. La notion de « promotion féminine » dans les pages des magazines.....	24
1.1. Rôle présumé des médias dans la promotion féminine	24
1.2. La « promotion féminine » dans les pages de <i>Bingo</i>	27
1.3. ... Et d'AWA.....	31
2. Des nouveaux métiers et de l'idée de la femme moderne	33
2.1. « Vie moderne » et carrières féminines	34
2.2. Des pages mettant en valeur métiers féminins et parcours de femmes.	36
2.3. Radio et télévision : des milieux professionnels présentés comme singulièrement modernes et émancipateurs	41
3. Les médias : signes de modernité et symboles de la promotion féminine.....	44
3.1. « Revues modernes » pour « Africaines modernes ».....	44
3.2. Couvertures et publicités. Femmes et appareils audiovisuels : une certaine image de la modernité.	47
DEUXIEME PARTIE.....	52
Les « femmes modernes » : Une nouvelle cible médiatique soumise à des injonctions contradictoires	52
1. Des magazines destinés au lectorat féminin.....	53
1.1. Des influences variées.....	53
1.2. Un espace dédié aux femmes dans <i>Bingo</i> : émergence et développement des rubriques féminines	56
1.3. AWA est « votre revue » : la naissance du premier magazine féminin africain.....	60
1.4. L'émergence de nouvelles revues dans ce sillage.....	64
2. « Femmes, écoutez » : des émissions radio destinées à un auditoire féminin	66
2.1. L'évocation des émissions féminines dans les magazines.....	66
2.2. L'influence de la coopération française : les cahiers sonores « Femmes d'Afrique »...	69

2.3.	Les prémices d'émissions féminines à la télévision.....	73
3.	Injonctions à et réflexions sur la modernité	74
3.1.	Rubriques féminines et idéaux de la femme moderne.....	75
3.1.1.	« Votre foyer » : l'intérieur africain moderne	76
3.1.2.	« En Famille » : images de la mère de famille modèle.....	79
3.1.3.	Le complexe mode-beauté : entre attraction pour la modernité et éloge de la simplicité.....	82
3.2.	Quand la publicité s'adresse aux femmes africaines : modernité et société de consommation	86
	TROISIEME PARTIE.....	90
	Les figures médiatiques féminines : ambassadrices de la modernité	90
1.	La place des contributrices féminines dans les magazines.....	91
1.1.	Anonymat et prénoms féminins	91
1.2.	Quelques personnalités féminines qui émergent en tant qu'individualités	95
2.	Les femmes de radio et de télévision : une forme de « célébrité inédite »	99
2.1.	Un parcours scolaire et professionnel exceptionnel.....	99
2.2.	« Une voix... un sourire » : le charme des femmes de radio et de télévision.....	102
2.3.	L'apparente proximité avec le public, notamment féminin.....	105
3.	Chanteuses, actrices et autres vedettes : une nouvelle forme d'influence médiatique.....	106
3.1.	Des carrières qui s'entremêlent.....	106
3.2.	La promotion des magazines	109
3.2.1.	Cover-girls.....	109
3.3.	« Faites comme elle[s] » : ces femmes qui font la publicité de <i>Bingo</i>	111
3.4.	Les concours miss-Bingo	112
	CONCLUSION.....	117
	ANNEXES.....	120
1.	Images	120
2.	Biographies	150
a.	Annette Mbaye d'Erneville.....	150
b.	Sokhena Dieng	152
c.	Moune de Rivel	153
d.	Marie-Thérèse Rouil	155
	SOURCES.....	156
1.	Numéros d'AWA :	156
2.	Numéros de <i>Bingo</i> :.....	157

3. Archives diplomatiques de Nantes.....	157
a. Fonds 184PO/1.....	157
b. Fonds 184PO/2.....	157
c. Fonds 186PO	157
4. Archives nationales de Pierrefitte : Fonds « Culture : Radio-France » (20060371)	158
BIBLIOGRAPHIE	159
BIBLIOGRAPHIE CLASSEE.....	165
1. Sur les médias en Afrique.....	165
a. Général	165
b. Presse	165
c. Radio et télévision.....	166
2. Sur la presse féminine et la presse féminine africaine.....	167
3. Sur les magazines étudiés spécifiquement	168
4. Sur les femmes africaines	169
5. Sur la modernité et ses représentations	170