

Loïc Artiaga
 Université de Limoges

Giet, Sylvette. *Soyez libres ! C'est un ordre. Le corps dans la presse féminine et masculine*. Paris : Autrement, collection « Le corps plus que jamais », 2005. 142 p. ISBN 2746706539.

Alors que le charnel et le sensible suscitent de nombreuses et passionnantes publications¹, Sylvette Giet offre avec *Soyez libres ! C'est un ordre* une étude originale et convaincante du discours sur le corps dans la « presse de genre », qu'incarnent aujourd'hui *Biba*, *FHM*, *Men's Health* ou *Vingt Ans*. Puisque « tout a changé » dans la représentation du corps depuis les *Elle* de l'immédiat après-guerre, l'auteur nous plonge au coeur de « l'été torride » 2003, à la recherche des ressorts d'une idéologie corporelle partagée par la presse et son audience. C'est bien la plastique féminine, essentialisée, cadrée aux épaules, à la poitrine, à la taille ou au genoux, qui domine les couvertures de ces magazines. A l'intérieur, le corps devient « le médiateur d'un appel à la consommation, figuré par là comme acte de désir ». Le rédactionnel se met ici à l'unisson des pages dédiées à la publicité - les deux étant d'ailleurs finement, consciemment et parfois thématiquement entremêlés.

L'analyse des articles dédiés à la beauté, à la santé, à la sexualité et celle des récits de la presse narrative du type *Nous Deux* révèlent « l'emprise de la norme » qui s'impose au corps, sous-tendue pas ce paradoxe : « la lectrice doit se réaliser en toute autonomie, mais son magazine lui est nécessaire (...). Il s'agit donc d'être soi-même, mais en suivant des règles définies en dehors de soi ». « Toute la presse de genre, et singulièrement la presse de mode, propose ainsi des méthodes pour approcher d'une perfection corporelle à laquelle chacun est supposé aspirer ». Le corps n'est pas le mode d'expression de l'identité que l'on presse les lecteurs d'affirmer, mais un obstacle à cette expression : il doit donc passer sous contrôle, la maîtrise de soi s'imposant dans la presse de genre comme une vertu cardinale. Les journaux masculins et féminins se distinguent dans le « résultat » attendu par cette attention accrue au corps féminin : à la ligne recherchée par les seconds, s'opposent les formes des bimbo à la plastique généreuse plébiscitées dans les cahiers centraux des premiers. D'autres variations apparaissent entre les différents types de la presse de genre. Le détail devient alors essentiel pour segmenter efficacement le champ et identifier la niche de chacun des titres - qu'il s'agisse d'un mensuel pratique, hédoniste, dédié à une catégorie sociale ou à une tranche d'âge particulière.

La contradiction entre l'exposition de normes collectives et la promotion du lecteur comme « sujet libre » et émancipé est assumée par les titres étudiés. Cette prise en compte passe notamment par un décalage de ton, conduisant certains périodiques à remettre en question « le diktat de la minceur » ou à mettre en lumière « les actrices dodues » devenues « tendance ». Cette schizophrénie amène

Avantages à juxtaposer en une « "Cuisine diététique. 28 recettes ultra-minceur" » et l'accroche suivante : « "Dossier. Pour maigrir, arrêtons les régimes" ». Le discours d'imposition ne peut se tenir sans contorsions. Convoquant scientifiques ou refusant apparemment, en se réfugiant dans un faux dialogue avec son lectorat, la position de prescripteur, jouant par l'excès humoristique pour les titres masculins, la presse de genre se livre à un grand « faire semblant ». Comme le souligne Bruno Remaury, cité par Sylvette Giet, elle nourrit un « discours d'autosuggestion déclarant une prétendue sortie des stéréotypes ».

Entretenant la confusion entre le « beau » et le sain, la presse de genre verse dans l'analyse mécaniste pour décrire de manière simpliste le corps et livrer les recettes du bonheur, jamais loin de « la vieille médecine des humeurs et des tempéraments ». Car, dans une société de l'apparence, c'est le fonctionnement interne du corps qui nourrit les angoisses et constitue une menace : le cancer, la génétique, le cholestérol, le vieillissement ou « les chromosomes de la tolérance à l'amer » s'invitent dans les pages « santé » ou dans le courrier des lecteurs de la presse masculine. La sexualité des femmes est aussi envisagée sous l'angle des dangers, des souffrances et des agressions extérieures. L'essentiel reste cependant ici la question de la norme : ainsi, *l'sa* « ne cesse de jouer sur le flou de la notion [de norme] et serpente entre les propositions appuyées sur des 'preuves' statistiques, des avis autorisés et l'imposition plus ou moins ouverte de jugements de valeur en n'hésitant pas pour cela à emprunter la voix supposée du lecteur, qui apparaît alors comme l'émetteur de la norme ». « L'impératif érotique » se décline de manière différente selon les titres, mais le sexe apparaît partout comme le moyen de se parer « de plumes subversives qui habilleraient un discours qu'on ne pourrait plus dès lors taxer de futile ou de purement commercial ». Une révolution de la condition féminine qui passerait, en somme, par la conquête de nouvelles pratiques sexuelles, alimentées et soutenues par de nouveaux modes de consommation, du « marketing saphique » aux implants mammaires. Dans ce contexte, la presse masculine, dont le contrat de lecture repose sur le machisme, tient une ligne de défense fragile, arc-boutée sur une définition « à l'ancienne » des rôles sexués.

Toutefois, les journaux opèrent de constants allers et retours entre cette posture à l'avant-garde des pratiques de leurs lecteurs et une mise à distance critique des injonctions de la « tendance ». « La presse de genre, qui fonde son discours sur l'individualisme, a dès lors les plus grandes difficultés à imposer une norme comportementale [...]. Au fond, la seule contrainte contemporaine, mais de taille, consiste précisément à être libre, sans autre choix possible ». L'autonomie concernée et « l'injonction à se connaître soi-même » concernent plus volontiers les femmes, mais s'inscrivent dans la dialectique du couple et du rapport amoureux. Qu'il s'agisse de titres dédiés aux hommes ou aux femmes, « l'autre » est omniprésent, légitimant les efforts demandés à un corps perçu comme le mode d'accès privilégié à cet autre.

Prisonnière du petit format, l'étude manque d'illustrations. Seulement six couvertures de magazines sont reproduites, et toutes ne sont pas étudiées en détail. En plus de cette relégation au second plan de l'image, on peut regretter que le premier chapitre, « La presse de genre : radiographie d'un segment de marché », ne donne pas plus d'informations, même synthétiques, sur le champ de la presse de genre. Quelle place occupent ces titres dans leur groupe d'édition ? Quel est le profil

sociologique des équipes rédactionnelles ? On déplore également le manque de détails statistiques sur la place accordée, pour chaque titre, aux thèmes abordés dans les chapitres suivants (santé, mode, régimes, etc.). Ces lacunes, comme l'attention moindre portée aux titres masculins, n'empêchent pas Sylvette Giet d'apporter ici, grâce à l'impitoyable décorticage de la rhétorique et des stratégies énonciatives de *Muteen* ou de *Marie-France*, des éléments neufs, utiles à l'étude de la presse comme à celle du corps. *Soyez libres ! C'est un ordre* permet également de comprendre comment, en braquant l'attention sur l'enveloppe des lecteurs, en les engageant à faire de leurs abatis leur chantier principal, la presse de genre participe à la construction d'un discours médiatique détournant finalement de sujets plus cruciaux. On engage le lectorat à modifier son destin social en changeant son corps, mais pas à changer la société : « la quête d'équilibre et de bien-être avant tout engagement social et politique », comme y convie, sans ciller, *Maxi*.

Notes

¹  On pense ici notamment à la récente *Histoire du corps en trois volumes* dirigée par Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine et Georges Vigarello.