

VARIATIONS AUTOUR DE LA « GIRLKULTUR » DANS *THEA*, BANDE DESSINÉE PARUE DANS *DAS HEFT. DIE NEUE ILLUSTRIERTE FRAUENZEITUNG (1929-31)*

VÉRONIQUE DALLET-MANN¹

ABSTRACT. *Variations on the « Girl Culture » in Thea, Comic Strip Published in Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung (1929-31).* The thirst for life characteristic of the 1920's combines itself with the general acceleration of urban life to favour the emergence of new models of femininity in keeping with the conquest of the public space by a new generation, that of the « Girl ». The diverse manifestations of « Girl culture » give rise to multiple mediations and cultural transfers. A close reading of *Thea*, a comic strip designed by Chic Young and adapted into German by Richard Hutter, shows how signs of modernity are overturned and instrumentalised for the purpose of (re)domesticating women. Furthermore, the comic strip lends itself to questioning the effects of a media overexposure that favours the rise of an antifeminist ideology and the emergence of the essentialist model of the « German Woman ».

Keywords: *Weimar Republic – women's emancipation – Girl culture – comic strip – cultural transfer*

REZUMAT. *Variații referitoare la conceptul Girlkultur în Thea. Banda desenată publicată în Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung (1929-31).* Setea de viață caracteristică anilor 1920 se îmbină cu accelerarea generală a vieții urbane pentru a favoriza apariția unor noi modele de feminitate, în concordanță cu cucerirea spațiului public de către o nouă generație desemnată în engleză prin «Girl». Diversele manifestări ale « Girlkultur » fac obiectul unor medieri și ale multiplelor transferuri culturale. Astfel, *Thea*, bandă desenată de Chic Young, adaptată în germană de Richard Hutter, arată cum semnele modernității sunt răsturnate și instrumentalizate în scopul unei (re)domesticiri a femeilor. În plus, benzile desenate tind să genereze o interogație cu privire la efectele unei supraexpuneri mediatice, care favorizează creșterea unei ideologii antifeministe și apariția modelului esențial al „femeii germane”.

Cuvinte cheie: *Republica de la Weimar, emanciparea femeilor, « Girlkultur », bandă desenată, transfer cultural*

¹ Aix Marseille Univ, ECHANGES, Aix-en-Provence, France, études germaniques, histoire culturelle et genre (XIX^e et XX^e s.), féminismes et médias (film, photographie, presse), E-mail : veronique.dallet-mann@univ-amu.fr

du genre Chic Young et achetée par le bimensuel berlinois *Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung*⁵, qui en publie une vingtaine d'épisodes entre octobre 1929 et décembre 1930⁶, dans une adaptation allemande⁷.

L'héroïne en est l'une des innombrables « Girls » qui peuplent les rues, les terrasses, les salles obscures, les piscines – et les pages des journaux et tout particulièrement des magazines féminins. Ces derniers, qui sont légion dans les années 1920, œuvrent à satisfaire la soif de participation culturelle de leurs lectrices. Cette époque voit en effet surgir sur la scène publique et dans les médias les images de jeunes femmes délurées, aux « visages identiques et fourrures en peau de taupe » et aux « jambes hautaines »⁸. Et la soif de vivre qui marque l'après-guerre se conjugue à une accélération généralisée des rythmes de la grande ville pour porter l'émergence de nouveaux modèles de féminité qui correspondent à la conquête de l'espace public par une nouvelle génération, celle de la « Girl » ou de la « Flapper » anglo-saxonne⁹, de la « Garçonne » en France (la Monique du roman à scandale de Victor Margueritte) et de la « junges Mädchen » dans l'aire germanique. Ce phénomène confère au regard, à la vision, à la visibilité une importance centrale dans la culture de l'entre-deux-guerres en raison de bouleversements sociologiques liés à l'urbanisation et à la féminisation de l'espace public, forgeant ainsi une culture visuelle radicalement nouvelle qui devient le vecteur par excellence de la modernité :

[...] les femmes [...] devenaient visibles en tant que migrantes urbaines, ouvrières d'usine et employées domestiques, serveuses, stars de cinéma, citoyennes, combattantes pour la liberté, révolutionnaires, consommatrices,

⁵ La couverture de la *NIFZ* (14.02.1930) indique le rythme de parution : « Tous les 15 jours. Prix du numéro : 50 Pfg. Plus les frais de commande habituels ». Mes vifs remerciements à Nathalie Schnitzer, linguiste germaniste de l'équipe de recherches germano-slave ECHANGES, qui a photographié pour moi les épisodes de *Thea* à la Österreichische Nationalbibliothek. Sans elle, cet article n'aurait pas pu voir le jour.

⁶ *Le Cahier. Le nouveau magazine féminin illustré*. Les exemplaires de ce magazine édité à partir de 1929 chez Elsner (Berlin) consultés pour la présente contribution sont conservés à la Österreichische Nationalbibliothek (cf. <http://data.onb.ac.at/rec/AC09942381>). Les traductions sont proposées par nous-même et la forme abrégée du titre, *NIFZ*, est utilisée dans les notes.

⁷ La mention qui figure en haut à gauche sous le titre de chacun des épisodes parus dans la *NIFZ* est « deutsche Textverarbeitung ».

⁸ Irmgard Keun, *Das kunstseidene Mädchen*, Ullstein, Berlin, 2009, p. 67.

⁹ "She was a creation of urban working-class women in the years after 1910 who embraced fashion, found camaraderie among their co-workers, and looked for romance and adventure in dance halls and amusement parks. Her style became popularized through magazines and movies, spreading across the United States in the 1920s.": Kathy Peiss, "Girls lean back everywhere" dans Eve Weinbaum et al., *The Modern Girl Around the World, Consumption, Modernity, and Globalization*, Durham, Duke University Press, 2009, p. 347.

et adeptes de loisirs dans de nouveaux espaces publics – rues de la ville, gares, usines, bureaux, grands magasins, salles de bal, studios de cinéma, théâtres, clubs, cafés, plages et courts de tennis¹⁰.

Cette circulation de l'image¹¹ et de modèles visuels nouveaux associée au texte, revêt les formes les plus diverses : dessin, photographie, graphisme publicitaire ou caricature par exemple. Parmi les nouveautés éditoriales, les magazines illustrés (*Illustrierte*), qui se veulent à la fois informatifs et distrayants, avec des pages consacrées à la mode et de nombreuses publicités. Leurs couvertures souvent très soignées, comme c'est le cas pour le très renommé magazine berlinois *Die Dame*¹², dont les couvertures sont le fruit de la création de nombreux artistes des années 1920, comme par exemple le célèbre autoportrait de la peintre Tamara de Lempicka au volant de sa décapotable, en 1925¹³. Certains de ces magazines peinent à trouver leur public et sont éphémères, dans une scène éditoriale fluctuante et marquée par une forte concurrence mais aussi des effets de mode. C'est le cas de *Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung*, bimensuel qui paraît durant à peine deux années, entre octobre 1929 et juillet 1931. La journaliste Elsa Herrmann, juriste diplômée de l'université comme le signale son titre de « docteur », énonce l'ambition éditoriale du magazine dans son article programmatique « Les femmes font usage de leur sens critique » :

... Les femmes font usage de leur sens critique. Cela signifie qu'elles donnent leur avis, indiquent la direction à suivre et montrent la voie. Les femmes souhaitent avoir un magazine à elles : le cahier de la femme de notre temps.¹⁴

C'est ainsi que le magazine comporte une rubrique intitulée « Les problèmes des femmes de notre époque » (« Zeitprobleme der Frau »), qui aborde par exemple la question d'un parti constitué uniquement de femmes¹⁵ ou celle de « [l]a femme dans la vie économique et politique »¹⁶. Et chaque numéro

¹⁰ *Ibid.*, p. 12 (« Être vue était un trait essentiel de la 'Modern Girl'. », *Ibid.*, p. 12).

¹¹ Helen Barr („Arrangierte Bilder. Ausweitung und Wandel visueller Narrationsstrategien im Frankfurter Illustrierten Blatt zwischen 1924 und 1931“) évoque ainsi les « habitudes et les compétences visuelles d'une 'génération visuelle' » (« Sehgeneration »), dans Katja Leiskau, Patrick Rössler, Susann Trabert, *Deutsche Illustrierte Magazine. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik*, Nomos, Baden-Baden, 2016, p. 155-179.

¹² *Die Dame. Illustrierte Mode-Zeitschrift*, paraît à Berlin de 1911 à 1943.

¹³ Rudolf Stadler, *Lexikon der Kunst in zwölf Bänden*, Dörfler, Eggolsheim, Bd. 7, p. 243.

¹⁴ « ... Frauen üben Kritik. Das heißt, sie begutachten, geben die Richtung an und zeigen den Weg. Frauen wünschen eine Zeitung für sich: das Heft für die Frau unserer Zeit. » dans l'article « Frauen üben Kritik --- von Dr. Elsa Herrmann » (*NIFZ*, Nr 1/Okt. 1929, p. 6). Notons qu'Elsa Herrmann a également publié en 1929 l'ouvrage intitulé *So ist die neue Frau*.

¹⁵ « Zeitprobleme der Frau. Eine Frauenpartei ? Von Dr. Elsa Herrmann », *NIFZ*, 14.03.1930, p. 4.

¹⁶ « Die Frau im Wirtschafts- und Staatsleben », *NIFZ*, 9.05.1930, p. 50.

comporte des articles consacrés à des sujets politiques, socio-économiques et culturels, souvent traités par des journalistes femmes¹⁷. Ici comme dans tous les médias féminins de l'époque, se déploient également une culture visuelle et une sémiologie caractéristiques de la modernité¹⁸, où les femmes sont présentes presque à chaque page. Simples passantes photographiées dans la rue, étudiantes, sportives ou bien encore « [f]emmes rares dans des métiers rares », comme « Titayna, la journaliste volante » dont la *Neue illustrierte Frauenzeitung* publie le portrait en texte et en image (avec un dessin de Marietta Lydis)¹⁹, médecins, archéologues, universitaires, artistes et actrices. Sont également thématisées les nouvelles relations entre les femmes et les hommes, par exemple leur camaraderie, y compris dans les relations amoureuses, thème alors très débattu dans la presse. Ainsi, la championne de tennis Helen Wills est représentée en « joyeuse compagnie » au milieu d'un groupe constitué de jeunes femmes et de jeunes hommes lors d'« une sortie en yacht avec son fiancé (à l'arrière-plan) au large de la côte de la Floride. »²⁰. De même, le couple que forment Thea et son mari Max paraît fondé sur la camaraderie. En publiant *Thea* aux côtés des nombreuses photographies ou dessins de femmes de « notre temps », selon les mots d'Elsa Hermann, le magazine semble avoir misé sur une nouveauté éditoriale et visuelle venue d'Outre-Atlantique²¹, la bande dessinée, pour fidéliser ses lectrices – et leurs compagnons. Il en publie également une intitulée « Monsieur Logique cuisine lui-même », les déboires (culinaires) de ce dernier se terminant... avec le premier et seul épisode publié²². Et aussi, sous le titre « Kampf der Geschlechter », les « [d]essins de propagande à propos du film de D. W. Griffith de la Terra-United Artists le *Combat des sexes* »²³.

Le créateur de *Thea*, dessinateur, scénariste et concepteur de bandes dessinées publiées en feuilleton est Murat Bernard Young, dit 'Chic' Young. Il en crée quatre, qui ont en commun d'être consacrées à de jeunes héroïnes :

¹⁷ Parmi ceux-ci : « Bedeutet Frauenarbeit 'schädliche Konkurrenz' ? Von Dr. Elsa Herrmann » (18.07.1930, p. 4) ; « Hausfrau oder die Frau des Hauses Von Erna Grautoff » (n° 2, oct. 1929, p. 6) ; « Frau und Politik. Vom Dawes zum Young-Plan von Dr. Gerhard Wagner » (n° 2, oct. 1929, p. 7).

¹⁸ Helen Barr („Arrangierte Bilder. Ausweitung und Wandel visueller Narrationsstrategien im Frankfurter Illustrierten Blatt zwischen 1924 und 1931“), étude dans les reportages illustrés du *Frankfurter Illustriertes Blatt* comment les arts séquentiels (bande dessinée, roman-photo et film) influencent la mise en image et les « stratégies narratives », notamment à partir de 1930, dans Leiskau, p. 177.

¹⁹ *NIFZ*, 14.02.1930, p. 4.

²⁰ *NIFZ*, 14.02.1930, p. 3.

²¹ Il s'agit là d'un exemple rare à notre connaissance dans l'univers éditorial de la République de Weimar, mais cette hypothèse demanderait à être vérifiée par une recherche systématique.

²² « Herr Logisch kocht selbst », dans *NIFZ*, 14.02.1930, p. 12.

²³ *NIFZ*, 18.07.1930, p. 44.

The Affairs of Jane, Beautiful Bab, puis de 1924 à janvier 1930 le « strip » qui lui valut la reconnaissance, *Dumb Dora*, et enfin *Blondie*, qu'il lance en 1930²⁴. À partir de septembre 1930, Paul Fung est crédité pour les dessins, d'abord aux côtés de Chic Young dans le numéro du 12 septembre²⁵, puis seul dans l'édition du 26 septembre. C'est Richard Hutter, Autrichien installé à Berlin, auteur de scénarios (par exemple pour le cinéaste Joe May) et producteur de films en Allemagne²⁶, qui adapte les dialogues de *Dumb Dora* – rebaptisée Thea – pour la *Neue illustrierte Frauenzeitung*. Dans les quatre numéros des mois de juillet et août 1930, l'auteur et journaliste George L. Wulff, qui signe par exemple dans les pages du magazine l'article « Crépuscule des hommes – Crépuscule des femmes ! » (« Männerdämmerung – Frauendämmerung ! »)²⁷, est crédité pour l'adaptation en allemand de la bande dessinée.

L'héroïne, Dora *alias* Thea, porte toute une sémiologie de la modernité féminine, c'est-à-dire de l'émancipation. Ses modèles sont les « It-Girls »²⁸ comme les actrices américaines Clara Bow ou, dans une déclinaison plus sportive, Colleen Moore, dotées du « It », un « je ne sais quoi » à la fois indicible et capiteux – le « sex-appeal ». La presse des années 1920 qualifie également ces jeunes femmes de « modern girls », « working girls », « flappers, garçonnnes, moga, modeng xiaojie, schoolgirls, kallege ladki, vamps et neue Frauen »²⁹, selon leur ancrage géographique. Comme elles, Thea est d'une grande jeunesse – laquelle fascine à ce point les femmes et les hommes des années 1920 que même la « tante à héritage » (« Erbtante »), attendue avec trépidation par Thea, lui rend visite en grand secret dans le seul but de s'offrir une cure de rajeunissement – alors que sa nièce comptait bien se voir proposer son héritage³⁰... Avide d'expression de soi et de créativité, celle-ci n'est jamais à court d'« idées » ou d'« arguments »³¹ ;

²⁴ Pour plus d'informations concernant la carrière de Chic Young, voir les sites suivants : <http://comicskingdom.com/blog/2015/09/10/ask-the-archvist-dumb-dora> [consulté le 15.01.2017] et <http://www.9emearth.fr/post/critique/comics/blondie-volume-1-178> [consulté le 20.02.2017]. Voir aussi Alexander Braun, *Jahrhundert der Comics. Die Zeitungsstripjahre*, Bielefeld, Huelsmann Stiftung, p. 133-151.

²⁵ Son nom est du reste orthographié avec un « k » (« Paul Funk ») dans la première livraison qu'il signe.

²⁶ Voir le catalogue de la Deutsche Nationalbibliothek (dnb).

²⁷ *NIFZ*, 23.05.1930, p. 6.

²⁸ L'actrice américaine Louise Brooks inspire par exemple John Striebel dès 1929 pour l'héroïne de la bande dessinée *Dixie Dugan*.

²⁹ Weinbaum, p. 2.

³⁰ Les épisodes de *Thea* exploités dans la présente contribution sont tous tirés de la *NIFZ*. « Thea erwartet die Erbtante » / « Thea attend sa tante à héritage » (01.08.1930, p. 35).

³¹ Cf. les épisodes « Thea hat Ideen » / « Thea a des idées » (17.01.1930, p. 14) et « Theas Argumente » / « Les arguments de Thea » (26.09.1930, p. 16).

elle croit en elle et en ses capacités de jugement et de création. Aussi se lance-t-elle à corps perdu dans une kyrielle de projets, par exemple en entraînant son mari Max dans des tribulations professionnelles commerciales déclinées en trois épisodes intitulés : « Le magasin d'animaux de Thea »³².

À la fois éponge et symptôme de l'air du temps (« Zeitgeist »), Thea épouse les évolutions économiques et socio-culturelles de son époque : ses idées d'activités professionnelles répondent à la crise économique et les difficultés pécuniaires la préoccupent beaucoup dans les épisodes du début de l'année 1930. Les nouvelles technologies de l'époque – le téléphone, la radio, l'automobile – n'ont pas de secret pour elle. Trois livraisons la montrent s'essayant au cinéma, parlant et même chantant, puisqu'elle rédige elle-même le scénario d'un film qui lui vaudra, elle en est sûre, la gloire, et confie à Max le soin de composer le « tube » (« Schlager » dans le texte) de son futur film³³. Sa confiance est telle qu'elle ne s'en laisse pas remonter par les critiques, avec un sens de la répartie qui prend les mots à la lettre – ce qui constitue l'un des moteurs du comique textuel de la bande dessinée :

- Thea, les deux critiques à qui j'ai demandé de lire le manuscrit sont là !/- Je vous en prie, messieurs, dis-moi sans détour ce que vous en pensez !/- C'est très mal écrit !/- Bien sûr que ce n'est pas bien écrit : je dois encore le faire recopier au propre !³⁴

Son corps, sportif et court vêtu, est non seulement omniprésent, mais il est souvent placé au centre des cartouches ou au premier plan. Jamais droit et rigide, il est souple et en mouvement ou bien adopte des attitudes qui sont tout sauf linéaires et verticales. Tantôt Thea est assise sur le bras du fauteuil où se trouve Max, ses longues jambes chaussées d'escarpins étendues devant elle, tantôt elle croise les jambes pour répondre au téléphone. Ou bien elle se tient, bras et jambes écartés, assise dans un large fauteuil, affirmant avec assurance : « J'ai une idée pour gagner plein d'argent ! »³⁵. Autre signe de l'esprit du temps, elle suit la mode à la lettre, changeant de tenue plusieurs fois par jour et arborant

³² Ils paraissent entre le 31.01.1930 et le 28.02.1930 sous le titre : « Theas Tierhandlung ».

³³ «Thea schreibt Tonfilme. I. Der Schlager » / « Thea écrit des films parlants. I. Le tube », 14.03.1930, p. 13.

³⁴ «Thea, die zwei Kritiker, die ich gebeten habe, das Manuskript zu lesen, sind da! / - Bitte, meine Herren, nur ganz ungeschminkt Ihre Meinung zu sagen! / - Ganz schlecht geschrieben!/- Natürlich ist es nicht gut geschrieben: Ich will es erst noch sauber abschreiben lassen! », dans « Thea schreibt einen Tonfilm. II. Kritik » / « Thea écrit un film parlant. II. Critique », 15.04.1930, p. 13.

³⁵ « Ich hab' eine Idee, wie man viel Geld verdienen kann ! » dans « Thea hat Ideen » / « Thea a des idées », 17.01.1930, p. 14.



Figure 2 : « Thea écrit un film parlant. II. Critique ». Tous droits réservés.

crânement chevelure noire de jais coupée à la garçonne et chapeau cloche, par exemple dans « L'invitation »³⁶. Elle assume de la sorte une posture émancipatoire. En effet, « mise en scène de soi »³⁷, « création de soi »³⁸, la mode est performance³⁹, mise en acte de la transgression et dépassement des limites sociales et culturelles pour la « Modern Girl », à la fois « style, icône et performance »⁴⁰. Autre marqueur de modernité, la sexualité de Thea est thématifiée : elle s'entoure volontiers d'une brochette d'admirateurs⁴¹ et a des flirts, avec qui elle sort seule. L'épisode « Le magasin d'animaux de Thea. III. Le garçon de courses. » la voit endosser le statut de sujet du désir, déclarant à Max qui la regarde sortir en manteau de fourrure au bras du blond jeune homme : « Mon garçon de courses n'a pas le temps ! Il doit m'accompagner au cinéma ! »⁴². Cette séduction assumée (et tolérée par Max, qui flirte également avec ardeur) et ses flirts lui permettent de nourrir sa quête de la réussite et de la célébrité, autre phénomène sociologique caractéristique des années 1920 et thème alors récurrent dans les magazines. Elle affiche en effet un goût marqué pour les millionnaires. Si l'un, propriétaire d'un yacht, s'avère fauché⁴³, l'autre, le financier Herr Goldspucker (« Monsieur Cracheur d'or »), tient toutes ses promesses puisque, non content d'avoir réservé toute une salle de théâtre pour être seul avec elle, il lui fait envoyer ensuite un collier de perles⁴⁴.

Autre ressort de la subversion et du comique, le renversement visuel des stéréotypes visuels attachés aux deux sexes : Thea est nettement plus grande que Max, ce qui lui donne une position surplombante. Elle est aussi longiligne que lui est rondlet. A elle, les mots et une forme de rhétorique fondée sur le sens littéral – en un mot, le logos. À lui, le corps : les onomatopées, la gestuelle, les vapeurs, les évanouissements (il tombe souvent à la renverse de stupeur devant les assertions de Thea, disparaissant ainsi du cadre) et le silence, traduit par les idéogrammes qui s'attachent uniquement à son personnage. Dans les

³⁶ Voir par ex. la deuxième vignette de l'épisode intitulé « Die Einladung »/« L'invitation », n° 3, oct. 1929, p. 13.

³⁷ Anke Gleber emploie le terme de « self-fashioning », dans Katharina von Ankum, *Women in the Metropolis: Gender and Modernity in Weimar Culture*, Berkeley, University of California Press, 1997, p. 75.

³⁸ Weinbaum, p. 347-349.

³⁹ Voir à ce sujet Parkins, Ilya, Sheehan, Elizabeth M., *Cultures of Femininity in Modern Fashion*, Durham, University of New Hampshire Press, 2011.

⁴⁰ Weinbaum, p. 11.

⁴¹ « Die Einladung », n° 3, oct. 1929, p. 13.

⁴² « Mein Laufbursche hat keine Zeit ! Er muß mich jetzt ins Kino begleiten ! », le jeu de mot autour de « laufen », qui signifie « marcher », accentuant l'effet comique (« Theas Thierhandlung. III. Der Laufbursche », 28.02.1930, p. 18).

⁴³ « Thea besichtigt eine Jacht. » / « Thea visite un yacht », 24.10.1930, p. 28.

⁴⁴ « Die törichte Thea » / « Thea l'écervelée », 10.10.1930, p. 44.

planches, c'est Thea qui conduit une automobile et non Max. Il arrive même que ce dernier soit dans plusieurs épisodes objet du désir, poursuivi par une très ronde, très blonde et très décidée héritière⁴⁵, alors que Thea peut être sujet du désir. En résumé, Thea agit : elle ne subit pas. Pour preuve, l'épisode « Les arguments de Thea », dans lequel elle fait preuve de sens critique en quittant brusquement une conférence sur « [l]a psychologie du mariage » avec cet argument imparable de jeune femme moderne qui connaît la vie : « Mais qu'est-ce qu'il peut bien savoir du mariage, celui-là ? Il a tout juste été marié trois fois ! »⁴⁶.

Ainsi, Thea semble en rupture totale avec l'idéologie bourgeoisie de la stricte polarité des sexes. Et manifeste que ces traits émancipatoires, loin d'être l'apanage de femmes privilégiées, sont devenus en une décennie bien commun. Mais la sémiologie de la modernité dont elle est porteuse est ici le vecteur d'une critique marquée de l'émancipation féminine, dans laquelle les signes de la modernité sont retournés au profit de la satire et de leur instrumentalisation à des fins de (re)domestication des femmes. Les idées de Thea sont aussi innombrables qu'impraticables. Si elle semble en effet assumer une activité professionnelle dans trois épisodes et donner des ordres à son associé de mari et le maintenir dans une position subalterne, elle dépend en réalité de l'argent qu'il lui donne. « À propos d'argent... mon allocation ménagère est finie ! » lui rappelle-t-elle dans « Les arguments de Thea »⁴⁷. Elle a la parole facile et un sens de la répartie bien à elle, mais elle les emploie souvent à des trivialités, qui prêtent au ridicule. Et l'absurdité du scénario du « film parlant » de Thea, qui prévoit que le héros surgira des flots après la collision de deux trains tombés d'un pont de chemin de fer pour chanter les paroles de son « tube », est telle que mari et père en tombent simultanément à la renverse⁴⁸. Au bout du compte, l'héroïne figure de plus en plus comme femme objet, surtout dans les dernières livraisons. Ainsi, « Thea combat la mode »⁴⁹, qui la voit clamer matin, midi et après-midi sa détermination à résister à la mode de la robe de soirée longue pour finalement arborer précisément cette tenue le soir même, n'est que l'une des modalités de l'éternel féminin, changeant, instable et manipulable, et une nouvelle déclinaison de la superficialité et de l'inconstance féminines.

⁴⁵ Par exemple dans l'épisode : « Thea und Max bringen ihrer Vornehmheit Opfer »/ « Thea und Max font des sacrifices pour être comme il faut », 15.08.1930, p. 38.

⁴⁶ « Was versteht denn der von der Ehe? Der ist doch erst dreimal verheiratet gewesen! » (« Theas Argumente », 26.09.1930, p. 16).

⁴⁷ « Apropos Geld ! Mein Wirtschaftsgeld ist alle ! », 26.09.1930, p. 16.

⁴⁸ « Thea schreibt einen Tonfilm », 28.03.1930, p. 12.

⁴⁹ « Thea bekämpft die Mode », 9.05.1930, p. 14.



Figure 3 : « Thea combat la mode ». Tous droits réservés.

La menace que peut représenter l'émancipation féminine pour la société des années 1920 est par conséquent sapée par la représentation de « Thea l'écervelée »⁵⁰, Richard Hutter associant ici au prénom de Thea un adjectif dont le sens s'apparente à celui de l'épithète qualifiant l'original : « Dumb Dora ». Les allures libérées de l'héroïne dissimulent mal un comportement particulièrement stéréotypé : en effet, cet épisode la représente en larmes devant le collier de perles reçu de son admirateur, Herr Goldspucker. Et c'est Max qui lui donne l'ordre de le rendre, la rappelant ainsi aux bonnes mœurs et à l'ordre établi. Thea, caricature de la « Girl », apparaît donc au fil des épisodes de la bande dessinée comme dépouillée de ses traits émancipatoires subversifs. Manière à peine voilée de montrer à ses lectrices qu'elle n'est au fond qu'une petite bourgeoise entretenue, qui n'aspire à rien d'autre qu'à l'élégance de la bourgeoisie, prenant par exemple des cours de maintien au bord d'une piscine vers laquelle le professeur, exaspéré par leur sans-gêne d'aspirants parvenus, dirige Thea et Max à reculons⁵¹. Les ridicules de Thea peuvent donc se lire comme un avertissement aux lectrices de *Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung* : gardez-vous bien de vous aventurer dans des domaines où une femme ne peut que se ridiculiser par ses velléités d'émancipation. Par conséquent, on est là très loin de la remise en question des rôles sexuels que semble indiquer la version moderne – et fortement satirique – de l'« enlèvement »⁵², dans les pages du magazine. « Jadis », le preux chevalier, arborant fièrement armure, javelot et heaume orné de bois de cerf et agrémenté d'une couronne de laurier, emportait sur sa monture la douce princesse blonde et toute de rose vêtue abandonnée dans ses bras. « ... [E]t aujourd'hui », monsieur, sagement assis à la place du passager, sa casquette écossaise vissée sur la tête, se laisse enlever sans sourciller par une élégante conductrice en manteau de fourrure et petites lunettes de course automobile relevées sur un casque rose assorti à la carrosserie d'une voiture de luxe lancée à toute vitesse sur une route goudronnée – manquant au passage d'écraser deux volatiles affolés.

Thea illustre ainsi un phénomène que la recherche sur l'entre-deux-guerres a récemment mis en évidence, celui de l'émergence et de la diffusion concomitantes des mêmes modèles d'une féminité émancipée, qui se diffusent dans le monde entier par le biais de l'image (publicité, photographie et film), selon un processus de « citation multidirectionnelle »⁵³. Mais elle montre aussi les obstacles et les résistances culturelles auxquelles se heurte l'émancipation

⁵⁰ « Die törichte Thea », 10.10.1930, p. 44.

⁵¹ Ainsi, Thea et Max prennent des cours de maintien dans « Thea entwickelt gesellschaftlichen Ehrgeiz »/« Thea développe des ambitions sociales », 4.07.1930, p. 14.

⁵² *NIFZ*, 18.07.1930, p. 40.

⁵³ Weinbaum, p. 13.

des femmes. Et manifeste de la sorte ce que la recherche féministe qualifie de « négociation »⁵⁴, c'est-à-dire le difficile positionnement des femmes entre les nouvelles possibilités socioculturelles (vote, profession, loisirs) qui s'ouvrent à elles et l'emprise des normes et des codes sociaux. Ainsi, l'article intitulé « La situation de la femme n'est pas facile » la montre prise entre deux feux. Ne pas exercer d'une activité professionnelle lui vaut le reproche de se laisser entretenir, car « notre époque n'a plus de place pour ces êtres de luxe ». Mais exerce-t-elle une profession et la voilà accusée de constituer « une concurrence pour l'homme » et « un facteur antiéconomique de la société humaine ». Et ce, alors même qu'elle a été longtemps considérée comme inapte à toute profession « en raison de sa constitution physique et de l'infériorité de la substance de son cerveau »⁵⁵. Porteuses d'une modernité spécifiquement féminine et d'une utopie qui tente de reconfigurer les relations entre les sexes, les diverses déclinaisons de la « Girl » font l'objet de transferts culturels multiples – des États-Unis à l'Allemagne, dans le cas de *Thea* –, au point de devenir mythiques en nourrissant une « culture du quotidien »⁵⁶ féminisée. Mais, devenue image figée à force de surexposition, la « Girl », satirisée autant que médiatisée, cède la place à des représentations féminines beaucoup moins subversives et à des modèles essentialistes comme celui de la « Femme allemande », dans les années 1930. De subversive qu'elle était, la « Girlkultur » devient en une décennie une coquille vidée de sa substance qui permet de véhiculer des messages destinés à la (re)domestication des femmes – rappelant à « l'écervelée » *Thea* qu'elle n'a d'autre choix que d'être une « femme comme il faut »⁵⁷.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ANKUM, Katharina von(1997), *Women in the Metropolis: Gender and Modernity in Weimar Culture*, Berkeley, University of California Press.
Das Heft. Die neue illustrierte Frauenzeitung, Berlin, Elsner, Nr. 1, oct. 1929-Nr. 14, 3.07.1931.
 DROST, Julia (2003), *La Garçonne. Wandlungen einer literarischen Figur*, Göttingen, Wallstein.

⁵⁴ “The public realities of women’s lives still necessitate navigating an obstacle course between their theoretically assured rights and the practical liberties that they can really hope to assume.”, Anke Gleber, “Female Flanerie and the *Symphony of the City*”, dans Ankum, p. 75.

⁵⁵ « Die Frau hat es nicht leicht », dans *NIFZ*, n° 3, 31.01.1930, p. 5.

⁵⁶ Julia Drost, *La Garçonne. Wandlungen einer literarischen Figur*, Göttingen, Wallstein, 2003, p. 111.

⁵⁷ « Die törichte *Thea* » / « *Thea* l'écervelée », 10.10.1930, p. 44.

- GLIESE, Fritz (1925), *Girlkultur: Vergleiche zwischen amerikanischem und europäischem Rhythmus und Lebensgefühl*, München, Delphin Verlag.
- KEUN, Irmgard (2009), *Das kunstseidene Mädchen*, Berlin, Ullstein.
- LEISKAU, Katja, RÖSSLER, Patrick, TRABERT, Susann (2016), *Deutsche Illustrierte Magazine. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik*, Baden-Baden, Nomos.
- PARKINS, Ilya, SHEEHAN, Elizabeth M. (2011), *Cultures of Femininity in Modern Fashion*, Durham, University of New Hampshire Press.
- SCHÖNFELD, Christiane (2006), *Practicing Modernity. Female Creativity in the Weimar Republic*, Königshausen&Neumann.
- WEINBAUM, Eve et al. (2009), *The Modern Girl Around the World, Consumption, Modernity, and Globalization*, Durham, Duke University Press.