

Les Supplétives



SUPLÉTIF, -IVE, adj. et n. – Du latin *supplere*, « compléter ce qui manque, remplir un vide, assurer la continuité ».

Elle est ajoutée en supplément, en renfort, en marge. Accessoire, annexe, auxiliaire. Celle dont la présence soutient sans jamais être reconnue comme nécessaire. Elle aide, elle exécute, elle maintient l'ordre des choses, mais reste seconde. La supplétive s'intègre à l'ensemble sans en transformer la structure ; elle s'y glisse sans laisser de trace. On peut la retirer sans que rien ne semble vaciller. Elle est là pour que le système fonctionne, non pour être vue. Un ajout silencieux. Un supplément, rien de plus.









Les Supplétives

La machine à écrire, outil d'invisibilisation du labeur féminin

Eve Satouf
Mémoire de DNSEP Design Graphique 2025-2026
École Supérieure d'Art et Design Valence

Sauf indication contraire, les traductions des ouvrages
utilisés dans ce travail sont de mon fait.

1 Introduction

4 De la plume à la machine

5 L'employé complet

7 Rationaliser l'écriture

9 Intégrer pour mieux subordonner

14 Sexuation, mécanisation et effacement

15 La nature féminine

19 Sexuer la machine, désexuer l'écrit

25 Organiser, mesurer, contrôler

37 Femme-machine, machine-femme

42 Performer la féminité

43 La Nouvelle Femme

55 Le double fardeau

63 Construire un regard féminin

71 L'Olivetti Girl

83 Conclusion

85 Iconographie

87 Bibliographie

Introduction

L'entrée massive des femmes dans les bureaux à partir des années 1880 est racontée comme une histoire de progrès social. La machine à écrire aurait « ouvert les portes » du travail intellectuel aux femmes, leur offrant une alternative respectable au travail domestique ou manufacturier. Ce récit célèbre l'émancipation par la technique et le travail rémunéré : un objet mécanique aurait suffi à transformer les rapports de genre dans le monde professionnel.

Pourtant, ce progrès apparent masque une réalité plus complexe. Car si les femmes ont effectivement investi les bureaux en masse, conquérant une visibilité nouvelle dans l'espace professionnel, elles y sont entrées dans une position spécifique, circonscrite, soigneusement contrôlée. Derrière le discours de l'accès se dissimule la persistance de l'exclusion : accorder une liberté formelle tout en s'assurant qu'elles ne puissent jamais être pleinement exercée.

Joanna Russ, écrivaine et critique littéraire, analyse les mécanismes d'exclusion des femmes de la production littéraire et identifie un paradoxe fondamental :

Dans une société théoriquement égalitaire, la situation idéale (socialement parlant) est de faire en sorte que les membres des « mauvais » groupes, bien que libres de se lancer dans la littérature ou dans toute autre activité significative, ne le fassent pas, apportant ainsi eux-mêmes la preuve de leur inaptitude¹.

Son analyse trouve un écho troublant dans l'histoire du travail de bureau : l'accès formel ne garantit jamais l'égalité réelle, il peut même servir à légitimer de nouvelles formes d'exclusion en faisant porter aux femmes la responsabilité de leur propre marginalisation.

La machine à écrire incarne précisément ce piège. Elle permet aux femmes d'entrer dans les bureaux tout en s'assurant qu'elles y demeurent subordonnées. Les dactylographes² touchent les mots sans jamais les posséder, maîtrisent le langage sans

1 Russ, Joanna, *Comment torpiller l'écriture des femmes*, traduit de l'anglais (États-Unis) par Hermellin, Cécile, Paris, Zones, 2025 (é.o. 1983), p. 18.

2 La dactylographe désigne une femme dont le travail consiste à transcrire des textes à la machine à écrire. La sténodactylographe y ajoute la sténographie (prise de notes rapide en signes abrégés lors de dictées), tandis que la secrétaire assume un rôle administratif plus étendu. J'utiliserai principalement le terme « dactylographe » pour englober ces professions liées à la frappe.

jamais le contrôler, participent à la production intellectuelle sans jamais en être reconnues comme autrices. La machine devient une extension du corps féminin, un appendice entre la main et le papier, un instrument d'anonymisation.

Rien de naturel dans cette configuration. Elle ne résulte pas d'un déterminisme technique, comme si la machine imposait d'elle-même cette division sexuée du travail, mais d'un processus social complexe où se sont entrelacés besoins économiques, stratégies managériales et représentations culturelles. L'association entre femmes et machines à écrire a été construite, rationalisée, normalisée.

À travers cette recherche, mon objectif est de proposer une lecture genrée d'un objet technique qui a façonné une catégorie entière du labeur féminin. La machine à écrire cristallise et perpétue des rapports de pouvoir, des hiérarchies de genre et des logiques économiques. Diffusée en premier lieu aux États-Unis, elle a donné naissance à des modèles économiques, organisationnels et symboliques dont les effets se sont durablement inscrits dans le travail de bureau. Cette recherche privilégie l'étude de ces origines afin d'analyser ces mécanismes à leur point d'émergence. La machine à écrire révèle ainsi l'entrelacement de la mécanisation et de la déqualification du travail féminin, la disciplinarisation des corps, la construction de représentations stéréotypées et l'effacement systématique d'un labeur pourtant essentiel : l'histoire de mains invisibles, d'une répétition monotone, d'un labeur manuel fastidieux soumis au rythme implacable des machines.

La dactylographe incarne ainsi, selon l'historienne et sociologue Delphine Gardey, « une réalité et un mythe, une ambition pour les femmes mais aussi et bientôt une limitation de cette ambition³ ». Cette dualité est le piège, sa mécanique même. Mais cette subordination n'est jamais totale. L'histoire de la machine à écrire révèle comment les femmes ont su tirer parti des contradictions mêmes du système pour conquérir des espaces qui leur étaient interdits, subvertissant, en jouant le rôle qu'on leur imposait, l'ordre qui prétendait les contenir.

3 GARDEY, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole. Utopies, monde du bureau et histoires de genre et de techniques », in *Annales. Histoire, Sciences sociales*, n°3, 1999, p. 587.

Chapitre 1

De la plume à la machine

L'homme s'est jadis fait le centre de tout. Il organisait, elle exécutait. Il dirigeait, elle servait. Il faisait les grandes découvertes, elle s'affairait dans les notes de bas de page. Il écrivait les livres, elle les copiait. Elle était son aide et son assistante, travaillant à son service, selon ses plans. Elle effectuait les tâches qu'il jugeait banales, souvent les opérations minutieuses, détaillées, répétitives dont il ne voulait pas s'embarrasser ; les tâches sales, abrutissantes, semi-automatiques auxquelles il se croyait supérieur. Il taillait le tissu pour un salaire ; elle cousait les coutures à la pièce. Il dictait et elle transcrivait. Dans les usines et filatures nouvellement automatisées, elle travaillait aux métiers à tisser et aux machines à coudre ; au service des grandes machines bureaucratiques, elle traitait les mots, tenait les registres, faisait les calculs et classait les comptes.

L'employé complet

À partir du XIX^e siècle, la révolution industrielle et l'avènement du capitalisme reconfigurent en profondeur le rapport au travail et à sa temporalité. La vitesse s'impose comme nouvelle valeur absolue, un idéal à atteindre. Le temps devient une ressource à comprimer toujours davantage. Le rythme s'accélère sans cesse en quête de rendement, dépassant bientôt le cadre industriel pour s'immiscer dans les bureaux. L'écriture n'échappe pas à cette accélération. La main qui traçait les lettres est soudain jugée trop lente, obsolète. La machine à écrire apparaît dans ce contexte, objet technique qui révolutionne bien plus que les gestes permettant de coucher les mots sur le papier.

Cette révolution bouleverse un ordre professionnel séculaire. Car contrairement à nos représentations contemporaines qui normalisent la présence féminine dans la profession de dactylographe, les emplois de bureaux liés à l'écriture étaient, avant l'apparition de la machine à écrire, exclusivement masculins.

L'historienne américaine Margery Davies, pionnière de l'analyse de la féminisation du travail de bureau, retrace cette transformation radicale et le passage d'une profession cléricale masculine à une main-d'œuvre majoritairement féminine.

Au début du XIX^e siècle, les employés administratifs — clercs⁴, copistes⁵ ou sténographes⁶ — maîtrisaient une large gamme de compétences qui leur conféraient une vision globale des opérations et du fonctionnement de l'entreprise⁷. Dans ce contexte, la relation entre l'employeur et l'employé reposait sur un système d'apprentissage faisant de l'employé de bureau non pas un exécutant, mais un futur dirigeant en formation⁸.

Cependant, le dernier tiers du XIX^e siècle marque une rupture dans cette organisation. Les petites entreprises cèdent graduellement leur place à de grandes sociétés intégrées, créées par des fusions visant à concentrer la production et réduire la concurrence. L'avancée du capitalisme introduit la division du travail industriel dans les espaces de bureau. L'employé polyvalent disparaît, remplacé par une multitude de spécialistes semi-qualifiés aux tâches étroitement définies et aux perspectives d'évolution drastiquement réduites⁹.

4 Employé de bureau polyvalent doté d'une certaine autonomie intellectuelle.

5 Professionnel chargé de recopier à la main des documents. Ce métier constituait une part importante du travail administratif avant la mécanisation.

6 Spécialiste de la sténographie, technique d'écriture abrégée et codifiée permettant de transcrire la parole à grande vitesse.

7 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter: Office Work and Office Workers, 1870-1930*, Philadelphie, Temple University Press, 1982, p. 23.

8 *Ibid.*, p. 42.

9 *Ibid.*, p. 43.

C'est précisément dans ce contexte de transformation des conditions du travail administratif que la machine à écrire apparaît. Elle s'impose comme l'instrument idéal à travers lequel se poursuit une mutation déjà engagée, faisant progressivement basculer le statut de l'employé complet vers un travail rationalisé, fragmenté et régi par l'impératif de vitesse.

Rationaliser l'écriture

Les premières tentatives d'invention du concept de machine à écrire sont plus lointaines que ce que l'on peut imaginer. Dès 1714, l'Anglais Henry Mill obtient un brevet pour une machine capable de produire des écrits « si nets qu'on ne pourrait les distinguer de l'imprimé¹⁰ ». Mais cette initiative, comme toutes celles qui suivent, n'aboutit pas. Les petits bureaux ne voient pas encore l'intérêt d'une telle invention et il faut attendre que le contexte économique rende cette mécanisation nécessaire et profitable.

Ce n'est qu'après la guerre de Sécession¹¹ aux États-Unis qu'un inventeur trouve enfin les financements nécessaires à son développement à grande échelle. Christopher Latham Sholes, souvent présenté comme le « père de la machine à écrire », n'était en réalité que le cinquante-deuxième à conceptualiser un tel appareil¹². Sa rencontre avec *E. Remington and Sons*, fabricant d'armes reconverti, aboutit le 1^{er} juillet 1874 au lancement de la première machine à écrire produite en série, la *Remington No.1*¹³. Le succès est rapide, comme l'observe le *Penman's Art Journal* en 1880 : « Il y a cinq ans, la machine à écrire n'était qu'une curiosité mécanique. Aujourd'hui, son cliquetis monotone peut être entendu dans presque tous les établissements commerciaux du pays¹⁴ ». Si l'adoption en est rapide outre-Atlantique, la France et plus généralement l'Europe connaît une chronologie différente : la machine y demeure une rareté jusqu'aux années 1880, où elle commence plus lentement à pénétrer les espaces administratifs¹⁵.

La machine à écrire n'a néanmoins pas révolutionné les pratiques de bureau par sa seule vertu technique. Elle est apparue au moment précis où les mutations économiques nécessitaient une taylorisation de l'acte d'écriture. Le taylorisme, système élaboré par l'ingénieur Frederick Winslow Taylor dans les années 1880, constitue une doctrine d'organisation scientifique du travail¹⁶. Son principe fondamental repose sur la décomposition systématique de chaque tâche en gestes élémentaires, chronométrés et optimisés, dans la quête de ce qu'il nomme le *one best way*, la supposée manière la plus efficace d'accomplir n'importe quelle opération. Simultanément, cette division

10 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, *op. cit.*, p. 55.

11 Guerre (1861-1865) opposant les États du Nord aux États confédérés du Sud autour de la question de l'esclavage. Ce conflit marque un tournant dans l'industrialisation américaine, les besoins militaires ayant stimulé innovations techniques et reconversion industrielle.

12 Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine*, New York, Random House, 1954, p. 42.

13 *Ibid.*

14 Current, Richard N., *The Typewriter and the Men Who Made It*, Urbana, University of Illinois Press, 1954, p. 110.

15 Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole », *op. cit.*, p. 595.

16 Wreshler-Henry, Darren, *The Iron Whim. A Fragmented History of Typewriting*, New York, Cornell University Press, 2005, p. 145.

permet d'accroître le contrôle de la supervision sur le processus de travail¹⁷.

La machine à écrire répond parfaitement à cette logique de rationalisation. Une fois généralisée dans les bureaux, elle scinde les anciens métiers, notamment celui de copiste, en fonctions distinctes et hiérarchisées. Cette division opère ce que le sociologue Harry Braverman nomme un « démembrement du travailleur¹⁸ » : la séparation du travail en étapes confiées à des travailleurs différents fragmente non seulement les tâches, mais la personne elle-même. Le travailleur perd la vision d'ensemble qui donnait sens à son activité et ne possède plus qu'une compétence vidée de sa dimension intellectuelle, le réduisant à l'exécution mécanique de gestes imposés et préétablis. La cadence devient régulée par la technologie, intensifiant le rythme de production.

Cette spécialisation s'accompagne mécaniquement d'une déqualification et d'une dégradation du travail. Chaque employé ne maîtrise plus qu'une fraction du processus global, anéantissant ses possibilités d'ascension professionnelle¹⁹. Le principe de Taylor trouve ainsi son application dès les années 1910 dans les bureaux américains : en extrayant le travail d'écriture pour en faire une profession à part entière, on rend la force de travail moins chère, car l'employeur n'achète qu'un employé ayant une maîtrise partielle²⁰. Cette dégradation du statut professionnel de l'écriture se concrétise dans la création du métier de dactylographe.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Braverman, Harry, *Travail et capitalisme monopoliste. La dégradation du travail au XX^e siècle*, traduit de l'anglais (États-Unis) par Letellier, Dominique, Niémetz, Serge, Paris, Les éditions sociales, 2023 (é.o. 1976), p. 14.

¹⁹ *Ibid.*, p. 27.

²⁰ *Ibid.*, p. 14.

Intégrer pour mieux subordonner

Et ce fut tout. La révolution arriva plutôt discrètement, avec des chaussures à boutons hauts, accompagnée non pas de coups de feu ou de bombes éclatant dans les airs, mais d'une cacophonie de ricanements désagréables.

Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine*, op. cit., p. 71.

L'intégration massive des femmes dans les bureaux à travers le métier de dactylographe débute à partir des années 1880 aux États-Unis. Cette transformation repose sur plusieurs facteurs convergents. Tout d'abord, l'expansion du capitalisme génère une demande de travailleurs administratifs si importante que les hommes seuls ne peuvent plus la satisfaire. Parallèlement, le déclin des petites structures familiales bourgeoises produit une population de femmes éduquées mais économiquement vulnérables, cherchant à préserver leur statut social malgré les difficultés financières de leurs familles. Ces femmes, ayant majoritairement reçu une éducation suffisante, cherchent des professions dites « intellectuelles²¹ ». Toutefois, cette apparente ouverture du marché du travail demeure strictement réservée aux femmes blanches et anglophones. La ségrégation raciale exclut systématiquement les femmes de couleur de ces postes pour les reléguer aux usines, aux services domestiques ou à la restauration²², faisant du statut de « col blanc » un privilège blanc autant qu'un marqueur de classe²³.

21 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, op. cit., p. 74. Le nombre de femmes terminant l'école secondaire à la fin du XIX^e siècle dépassait d'ailleurs celui des hommes.

22 Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist. A Performance History*, thèse de doctorat, Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College, Baton Rouge, 2009, p. 44.

23 Les « cols blancs » désignent les travailleurs du secteur tertiaire effectuant un travail intellectuel ou administratif, par opposition aux « cols bleus » qui désignent les ouvriers effectuant un travail manuel dans le secteur industriel.

24 Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist. A Performance History*, op. cit., p. 70.

25 U.S. Department of Labor, *Bulletin of the Women's Bureau. The Effects of Applied Research upon the Employment Opportunities of American Women*, n° 8, Washington, U.S. Government Printing Office, 1920, p. 42.

Celles pouvant accéder à ces postes constituent la main-d'œuvre idéale pour des employeurs ayant besoin de mains pour écrire, car elles coûtent significativement moins cher. Les relations sociales patriarcales ayant systématiquement dévalorisé le travail féminin en dehors du foyer, leur rémunération peut demeurer considérablement inférieure sans que cela ne choque les consciences. Bien mieux : leur prétendu « besoin secondaire » ou « frivole » d'argent justifie d'autant plus cette inégalité salariale²⁴. Les femmes se trouvent ainsi contraintes de proposer leurs services à moindre coût, car sans cette compétitivité économique, peu d'employeurs les auraient préférées à un homme.

La machine à écrire joue un rôle déterminant dans cette féminisation du secteur administratif. Comme l'affirme un livret du Département du Travail des États-Unis en 1920 : « Non seulement la machine à écrire a révolutionné les méthodes modernes du commerce, mais elle a également créé une profession employant plus de femmes que n'importe quelle autre invention²⁵ ». L'existence de cette machine permet l'instauration de postes hyper-spécialisés focalisés sur son utilisation constante,

des postes dont l'étroitesse technique réduit considérablement le prestige, les rendant « adaptés » aux capacités supposément limitées des femmes²⁶.

Il serait pourtant trompeur d'affirmer que la machine à écrire a « fait entrer » les femmes dans les bureaux. Ce que la machine à écrire a véritablement permis, c'est la création d'une profession entière définie pour un seul sexe à travers des mécanismes rendu possible par la machine même²⁷, le tout rendu possible par la dégradation du statut professionnel de l'écriture.

L'accès des femmes aux métiers de bureaux représente indubitablement une avancée pour l'emploi féminin. Mais cette avancée s'accompagne d'une dévalorisation systématique du statut social de cette profession qu'elles investissent. Tandis que les hommes conservent les postes à responsabilités et les fonctions offrant des perspectives d'évolution, les femmes se voient cantonnées à un rôle d'exécution dans une hiérarchie désormais rigidifiée. Cette transformation constitue l'objectif même du système : donner l'illusion du progrès social tout en préservant la subordination féminine.

26 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, op. cit., p. 73.

27 *Ibid.*, p. 19.

Chapitre 2

Sexuation, mécanisation et effacement

Le métier de dactylographe est semblable à la construction d'une tour d'église dans les airs, car on en aurait oublié les fondations. [...] Mais à l'époque de l'information, les fondations ne comptent plus : la valeur de l'employée de bureau vient de sa capacité à s'abaisser si facilement à n'être qu'une machine à écrire, faisant ainsi croître la valeur de ses «inutiles doigts de pianiste».

La nature féminine

L'arrivée des femmes dans les bureaux provoque une forte résistance masculine, ravivant l'éternel débat sociétal sur la légitimité de la présence féminine au-delà de la sphère domestique. Mais au lieu de s'opposer directement à cette évolution, les plus réticents adoptent une stratégie plus subtile : redéfinir la « nature féminine » selon leurs besoins.

Les arguments mobilisés par les opposants à la féminisation des bureaux s'articulent autour de trois axes : la « nature de la femme » n'est pas adaptée au travail de bureau ; les femmes sont physiquement incapables d'un tel travail ; elles volent les emplois aux hommes²⁸. Cette rhétorique s'appuie sur une conception essentialiste²⁹ de la « nature féminine », construite comme obstacle idéologique à l'émancipation professionnelle des femmes. Mais cette apparente sollicitude dissimule un mécanisme de contrôle social destiné à les maintenir dans des positions subalternes :

Ce n'était pas la femme qui était protégée, mais le travail lui-même, au bénéfice des hommes. La protection des femmes se révélait être une forme d'oppression³⁰.

Le travail administratif est présenté comme une menace existentielle à la féminité elle-même, comme si cette qualité prétendument innée risquait d'être corrompue par l'exercice d'une activité professionnelle, compromettant la « véritable mission » des femmes : devenir des épouses et des mères dévouées, confinées à la sphère domestique³¹. Tantôt les femmes étaient dépeintes comme « porteuses d'un code moral supérieur à celui qui existait dans le monde du travail³² », tantôt comme des êtres « devenus frivoles et capricieux, protégés des nécessités mondaines de la vie non-domestique³³ ». Quel que soit l'argument utilisé, la féminité était présentée comme complètement incompatible avec les dures réalités de la vie de bureau.

Les médias de l'époque révèlent cette discréditation. L'illustration de presse [fig. 1] publiée dans *Harper's Bazaar* en 1869, soit 5 ans avant la commercialisation de la *Remington No. 1*, sous le titre *The Treasury Department — The New Secretary*

28 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, op. cit., p. 94.

29 Doctrine philosophique qui postule l'existence d'une « essence » immuable définissant les êtres et les choses. Appliqué au genre, l'essentialisme affirme que les différences entre hommes et femmes sont biologiques, innées et inaltérables, justifiant ainsi les inégalités sociales par un prétendu « ordre naturel ».

30 MMS, *The Natural Enemies of Books. A Messy History of Women in Printing and Typography*, Londres, Occasional Papers, 2020, p. 113.

31 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, op. cit., p. 95.

32 Ibid.

33 Ibid., p. 95.



Fig. 1

Looking Around, dépeint un bureau envahi par des femmes élégamment vêtues qui grimpent sur les bureaux, fument et bouquinent. Cette mise en scène transforme l'espace professionnel en salon mondain : les femmes ne travaillent pas, elles s'amuse. L'illustration suggère qu'elles ne sont pas seulement paresseuses mais moralement corrompues, détournées de leur véritable mission et conduites à la débauche par le simple fait d'accéder au monde du travail. Elle véhicule également l'idée que rassembler tant de femmes dans un même espace ne peut que tourner à la catastrophe. Au centre de l'image, l'homme en costume observe ce chaos impuissant. Il est la seule figure masculine stable au milieu de cette incompétence, il incarne l'ordre professionnel que les femmes menacent de détruire.

Confrontée à l'arrivée croissante des femmes dans les emplois de bureau, la rhétorique masculine opère cependant un retournement stratégique. L'impossibilité initiale devient subitement une prédisposition biologique :

On prétendit que les femmes étaient plus manuellement habiles et plus tolérantes à la routine que les hommes et donc plus aptes, en vertu même de leur nature, à faire fonctionner des machines à écrire³⁴.

Ce virage révèle la véritable fonction de la « nature féminine », qui n'est pas une réalité immuable mais une justification flexible à l'exclusion ou à la subordination des femmes selon les besoins du moment. Quand il faut les exclure, elles sont naturellement inadaptées. Quand il faut les inclure pour répondre au besoin de main d'œuvre, elles deviennent naturellement prédisposées.

Cette reconfiguration genrée coïncide avec la transformation du statut du travail de bureau causé par les principes tayloriens, qui passe « d'un apprentissage à vie à une occupation temporaire³⁵ ». La dactylographe n'est pas destinée à faire carrière comme l'était le clerc masculin : son emploi est conçu comme transitoire, un intervalle entre l'école et le mariage. Une fois assignée à ses fonctions subalternes, elle se retrouve bloquée dans une trajectoire stagnante, le dos droit face à la machine jusqu'à ses noces.

34 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, *op. cit.*, p. 69.

35 Scott, Joan Wallach, *Gender and the Politics of History*, New York, Columbia University Press, 1988, p. 167.

Sexuer la machine, déssexuer l'écrit

On ne peut pas dire, à proprement parler, qu'elle mime car cela supposerait une quelconque intention, un projet, un minimum de conscience. Elle (est) pur mimétisme. Ce qui est toujours le fait des espèces inférieures, bien sûr. [...] Nécessaire à la définition des essences, sa fonction exige qu'elle n'ait, quant à elle, aucune définition. Mais elle n'aura non plus aucune apparence déterminée. Invisible donc.

Irigaray, Luce, *Speculum. De l'autre femme*, Paris, Les éditions de Minuit, 1974, p. 383.

Assignation genrée de l'objet



Fig. 2



Fig. 3

Margery Davies avance que la machine à écrire était initialement « sexuellement neutre », échappant aux assignations de genre en raison de sa nouveauté et — en l'absence d'une utilisation masculine antérieure — les femmes échappaient ainsi à l'accusation d'empiéter sur un territoire réservé aux hommes³⁶. Toutefois, bien que la machine n'avait en effet pas d'appropriation masculine, il est difficile d'en affirmer de même pour son assignation féminine. La machine n'était-elle pas, dès sa conception, destinée à un usage féminin ?

La réponse se trouve dans la filiation directe entre la machine à coudre et la machine à écrire. William K. Jenne, responsable de la subdivision des machines à coudre chez *Remington & Sons*, fut chargé de développer le prototype de Sholes en une machine commercialisable [fig. 2]³⁷. De même, les premiers modèles concurrents provenaient d'entreprises spécialisées dans les machines à coudre³⁸. Cette origine marque profondément l'objet : les premières *Remington*, équipées d'une pédale pour actionner le retour du chariot, de couleur noire et décorées d'arabesques ressemblent à s'y méprendre aux machines à coudre domestiques [fig. 3]³⁹. Loin d'être neutre, la machine à écrire s'inscrit dans une continuité visuelle et symbolique déjà genrée, rendant sa féminisation inévitable.

Pour conquérir la clientèle bourgeoise, les fabricants concentrent leur publicité sur des analogies familières aux jeunes femmes de cette classe sociale. Ils inscrivent délibérément la nouvelle technologie dans la continuité d'activités « naturellement féminines », présentant la machine comme un prolongement gracieux des doigts féminins.

L'analogie du piano, répétée inlassablement tant aux États-Unis qu'en France, remplit une fonction sociale précise : elle transforme une caractéristique physique de l'objet — son clavier — en preuve que la dactylographie aurait été « créée pour la jeune fille⁴⁰ ». Les représentations publicitaires associent systématiquement la dactylographe à une posture rappelant celle de

36 Davies, Margery W., *Woman's Place is at the Typewriter*, op. cit., p. 54.

37 Kittler, Friedrich A., *Gramophone, Film, Typewriter*, op. cit., p. 187.

38 Ibid. Des entreprises telles que la *Domestic Sewing Machine Co.*, qui fabriqua la machine à écrire *Williams No. 1*, ou la *Meteor Saxon Knitting-Machine Factory* avec la *Meteor Mod. 1*.

39 Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole », op. cit., p. 595.

40 Ibid., p. 596.

la pianiste, jouant sur l'image d'un instrument docile qui répondait parfaitement aux qualités prétendument « innées » des femmes, telles que la dextérité, la patience et la répétition. Cette rhétorique s'adresse autant aux jeunes bourgeoises, dont l'éducation musicale trouve un prolongement professionnel naturalisé, qu'aux femmes de milieu populaire qui voient dans le bureau une promesse d'ascension sociale. Pour ces dernières, toucher enfin les touches d'une machine représente l'accès à une respectabilité autrefois inaccessible. « les femmes passèrent ainsi des claviers du piano aux claviers de la machine à écrire presque sans transition⁴¹ ».

Aux États-Unis, où les femmes représentent 40 % des dactylographes en 1880, la profession devient rapidement le premier métier de bureau entièrement dominé par les femmes⁴².

Lorsque la machine s'exporte au-delà de son pays natal, elle porte déjà ce bagage : l'objet n'est plus neutre, il est chargé de son histoire états-unienne et de ses usages⁴³. Cette féminisation s'avère si efficace qu'au début du XX^e siècle, les hommes rejettent la dactylographie, considérant la profession comme efféminée⁴⁴.

Transformation du statut de l'écrit

Parallèlement à cette féminisation de l'acte dactylographique, l'écriture elle-même se voit complètement déséxuée. Elle passe d'un « symbole de l'activité intellectuelle masculine⁴⁵ » à des signes monospaces uniformes, structurés par une grille régissant le placement des lettres. Comme l'affirme Friedrich Kittler, théoricien des médias :

La dactylographie équivaut à la déséxualisation de l'écriture, sacrifiant sa métaphysique pour la transformer en simple traitement de texte⁴⁶.

Le philosophe Martin Heidegger souligne également l'effacement de l'individualité dans l'écriture mécanisée :

La machine à écrire arrache l'écriture du domaine essentiel de la main, c'est-à-dire du domaine du mot. Le mot lui-même se transforme en quelque chose de « dactylographié ». [...]

41 Kittler, Friedrich A., *Gramophone, Film, Typewriter*, op. cit., p. 183.

42 Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole », op. cit., p. 595.

43 *Ibid.* La chronologie de la féminisation diffère entre l'Amérique du Nord et l'Europe. Aux États-Unis, le tournant s'opère dès les années 1880-1890, tandis qu'en France et dans les pays européens, la féminisation de la dactylographie intervient principalement pendant et après la Première Guerre mondiale. La relation à la machine reste tout de même massivement influencée par le modèle américain.

44 Anderson, Gregory (dir.), *The White-Blouse Revolution. Female Office Workers Since 1870*, New York, Manchester University Press, 1988, p. 148.

45 Kittler, Friedrich A., *Gramophone, Film, Typewriter*, op. cit., p. 186.

46 *Ibid.*, p. 187.

*La dactylographie offre cet « avantage » qu'elle dissimule
l'écriture manuscrite et, par là même, le caractère.
La machine à écrire rend tout le monde semblable⁴⁷...*

L'acte d'écrire, valorisé comme expression du pouvoir masculin, geste manuscrit, personnel, empreint d'autorité, subit une dévalorisation profonde. Le texte quitte la sphère du prestige pour celle de la production efficace. « La tactilité bruyante de la dactylographie détruit le statut feutré et sacré du mot écrit⁴⁸. » L'écriture dactylographiée devient un traitement mécanique : impersonnelle, standardisée, anonyme. Un geste technique vidé de sa charge symbolique, sans valeur intellectuelle propre. Elle convient désormais aux femmes.

Paradoxalement, c'est précisément parce que cette écriture est standardisée qu'on reconnaît qu'une femme l'a produite. L'écriture désexuée en devient, ironiquement, féminine.

« Avant il n'y avait que des hommes, l'écrit était leur privilège, leur pouvoir. Et qui dit pouvoir, dit masculin⁴⁹ ». L'acte d'écrire de sa propre main représente un marqueur de statut social et de genre, un symbole d'autorité que la machine à écrire venait perturber sans pouvoir le renverser. Une publicité pour la machine à écrire *Royal* [fig. 4] de 1935 matérialise cette hiérarchie genrée de la production textuelle. L'image se divise en trois moments distincts qui révèlent la place exacte de la dactylographe dans le processus décisionnel. En haut, l'homme réfléchit et dicte, menton en main, incarnant l'origine de la pensée. La dactylographe est à peine visible à ses côtés, se fondant dans l'arrière-plan, ne laissant apparaître que sa main prenant des notes manuscrites. Cette invisibilisation révèle déjà son statut subalterne, simple réceptacle des directives masculines. Au centre, ses mains visiblement féminines tapent proprement les mots de son supérieur sur la machine, ne laissant aucune trace d'elle-même derrière ses caractères standardisés. Enfin, la main masculine revient dans le cadre pour apposer sa signature au document, s'appropriant par ce geste final le mérite intellectuel du texte. Le slogan résume cette subordination : « La distance la plus courte entre la pensée et la lettre parfaitement dactylographiée est la nouvelle machine à écrire Easy-Writing Royal ». La lettre devient parfaite et complète une fois la signature de son concepteur apposée. Ellen Lupton, designer

47 Kittler, Friedrich A., *Gramophone, Film, Typewriter*, op. cit., p. 199.

48 Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, op. cit., p. 121.

49 Dominici, Michèle (dir.), *Et l'homme créa la secrétaire*, Paris, Zadig Productions, 52 minutes, 2025.

graphique et autrice américaine, décrit ce système comme un « triangle informationnel » dans lequel la femme disparaît fonctionnellement, réduite à assurer la plus courte distance entre la pensée de l'homme et sa matérialisation⁵⁰. Un simple vecteur du processus, jamais une finalité.

Ce double mouvement — sexuation de la machine et désexuation de l'écrit — installe les femmes dans une position contradictoire. Elles accèdent au monde du travail précisément parce que cette écriture devient désexuée, par le biais d'une machine féminisée. Mais cette entrée se fait uniquement à travers un rôle anonyme et mécanique qui leur est réservé. Leur savoir-faire devient invisible précisément parce qu'elles agissent au nom de la machine.

50 Lupton, Ellen, *Mechanical Brides. Women and Machines from Home to Office*, New York, Cooper-Hewitt National Museum of Design & Princeton Architectural Press, 1993, p. 48.

THE SHORTEST DISTANCE BETWEEN THE THOUGHT

AND THE PERFECTLY TYPEWRITTEN LETTER

IS THE NEW EASY-WRITING ROYAL TYPEWRITER

its acknowledged capacity for reducing the cost of time and effort is verified by spectacular sales increases. Since the introduction of the Victory Model, a year ago, each month has been signalized with a new all-time high record. This amazing acceptance is deserved ... earned by the mechanical superiority of the New Easy-Writing Royal. Touch Control, an exclusive feature, and 17 other major advances, account for its world-wide reputation for finer, faster typing.

ROYAL TYPEWRITER COMPANY, INC.
2 PARK AVENUE, NEW YORK CITY
Branches and Agents the World Over

Fig. 4

Organiser, mesurer, contrôler

Aux yeux de la nature, l'inefficacité est le crime
des crimes, punissable de mort.

Gilbreth, Frank Bunker, Slogan publicitaire rapporté dans Casson, Herbert, *The Efficiency Magazine*, Londres, 1916, p. 216.

Discipliner les corps féminins

Qui dit subordination, dit discipline. Pour l'imposer, les principes tayloriens se développent rapidement dans les bureaux américains dès les années 1910, faisant de la dactylographe leur cible privilégiée. Cette rigueur s'explique par leur statut ambigu : le travail dactylographique, bien que situé dans l'espace du bureau, possède une nature qui le rapproche du travail à la chaîne.

Ce statut paradoxal transparaît dans la description que l'écrivain Bruce Bliven, propose de la travailleuse idéale :

Elle se tient droite dans une position confortable, les pieds à plat sur le sol et les bras détendus. Sa table de dactylographie et sa chaise sont à des hauteurs telles que ses bras s'inclinent légèrement vers le bas, des poignets aux coudes, parallèlement à la pente du clavier. Ses coudes sont rentrés, ses poignets plutôt bas ; ses doigts sont courbés. Ses yeux sont sur la copie. Elle ne cherche pas les fins de ligne ; elle attend que le tintement de la cloche lui indique que la marge de droite est proche. Elle retourne à la ligne suivante dès que possible après le tintement de la cloche annonçant le prochain round, et lance le chariot d'un coup sec, les doigts de la main gauche presque à plat et serrés les uns contre les autres, frappant le levier de retour du chariot avec la deuxième articulation de l'index⁵¹.

Cette description révèle la discipline corporelle qui est exigée de la dactylographe. Chaque partie du corps est positionnée avec une exactitude millimétrée, optimisée pour la frappe. Le vocabulaire employé trahit cette réalité : celui du ring de boxe, non du bureau. La dactylographe frappe comme dans un match, l'usage qu'elle fait de son corps la classant dans une certaine catégorie de travail : « Elle peut performer la dactylographie dans un bureau de cols blancs, mais ses actions et sa position sont celles d'un col bleu⁵² ».

51 Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine*, op. cit., p. 140.

52 Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist*, op. cit., p. 35.

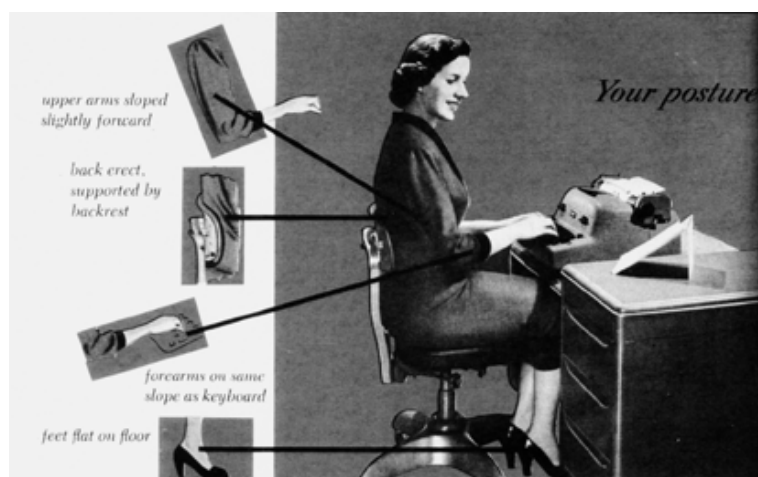


Fig. 5

Le bureau devient ainsi un lieu de travail manuel au même titre que l'atelier de l'usine, le cerveau réduit à l'équivalent de la main ouvrière⁵³. Cette convergence justifie ainsi l'application aux dactylographes des méthodes tayloristes : leur corps peut, ou plutôt doit, être mesuré et optimisé. Ces normes étaient explicitement inculquées dans certains manuels d'instruction fournis avec les machines à écrire, comme dans le manuel de l'*IBM Model A Executive* de 1953 [fig. 5], qui décompose le corps de la dactylographe en une série de règles posturales strictes.

Plusieurs figures émergent comme les principaux acteurs de la transposition du taylorisme aux espaces administratifs. En 1917, William Henry Leffingwell publie *Scientific Office Management*, premier rapport sur l'application du système taylorien aux tâches cléricales. Lee Galloway poursuit cette réflexion l'année suivante avec *Office Management: its Principles and Practice*. Cette même logique de contrôle anime les travaux de Frank et Lillian Gilbreth, qui étudient les micro-mouvements des dactylographes pour mesurer, quantifier et augmenter leur rendement⁵⁴. Leur invention, les cyclegraphes, consiste en des clichés obtenus en fixant de petites ampoules aux membres en action des travailleur·ses. Sur ces images, les mouvements se transforment en tracés abstraits qui effacent presque complètement le corps au labeur, ne laissant apparaître que l'efficacité du geste captée sous sa forme lumineuse⁵⁵.

Cette obsession pour la performance chiffrée trouve ses racines dans les concours de dactylographie, largement médiatisés aux États-Unis dès la fin du XIX^e siècle. Ces événements servent

53 Braverman, Harry, *Travail et capitalisme monopoliste*, op. cit., p. 124.

54 Leroy, Alice, « En cuisine comme à l'usine, Lillian Gilbreth et la rationalisation du travail domestique », in *Panthère Première*, n° 6, 2021, p. 4.

55 *Ibid.* Quatre cyclegraphes de la dactylographe Hortense Stollnitz sont visibles en ouverture de l'ouvrage.

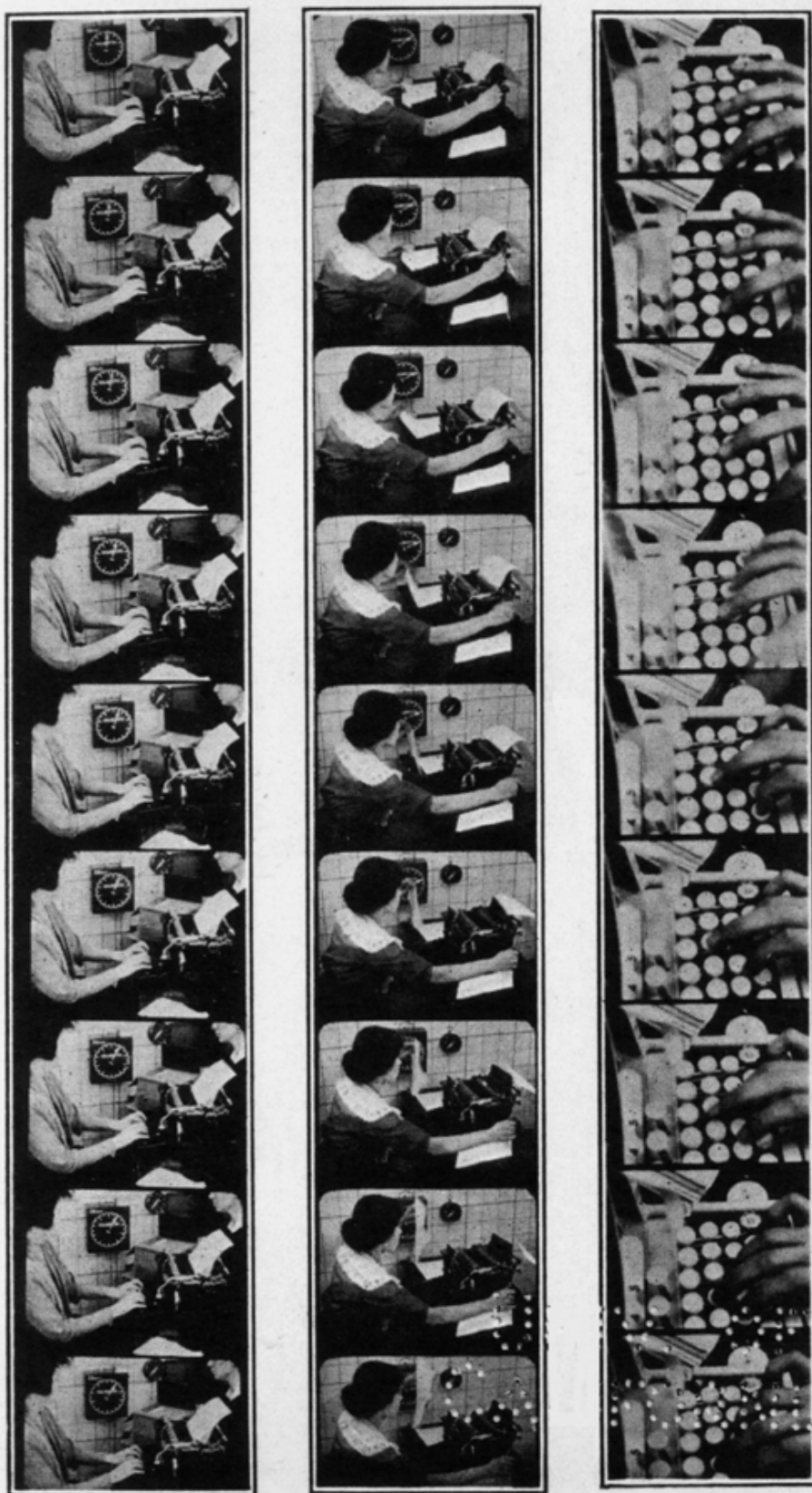


Fig. 6

d'abord à convaincre les premiers acheteurs d'investir dans une machine encore coûteuse⁵⁶. La vitesse devient l'argument commercial central, puis une norme professionnelle imposant la standardisation des gestes. La « méthode des dix doigts », pratique personnelle du champion américain Frank McGurrian en 1878, devient standard autour de 1910⁵⁷. Elle contraint la dactylographe à mémoriser le clavier et à maintenir son regard fixé droit devant elle⁵⁸. Les championnes de vitesse deviennent des modèles dont les performances servent à quantifier le rendement attendu de toutes les travailleuses. En valorisant la performance chiffrée, les concours ont préparé le terrain que les tayloriens vont exploiter.

C'est précisément ce que font les Gilbreth avec Hortense Stollnitz⁵⁹ [fig. 6]. Championne internationale de dactylographie, elle devient objet d'analyse : ses gestes sont décomposés à une fréquence de 115 prises par seconde et fixés sur pellicule⁶⁰. La première séquence, en plan large, capture la position du haut de son corps frappant à la machine. Un chronomètre, visible dans le cadre, permet de mesurer précisément le temps de chaque mouvement. On le retrouve sur la deuxième séquence, qui analyse les gestes d'Hortense lors du changement de papier dans la machine. La troisième, en plan serré, dissèque les doigts frappant les touches à cadence élevée. Détachées de toute subjectivité, ses mains ne sont plus que des unités de mesure. Son savoir-faire, ainsi approprié, se transforme en norme de productivité applicable à l'ensemble du personnel féminin. La performance devient prescription.

La photographie de Margaret Owen⁶¹, également championne mondiale de dactylographie [fig. 7], révèle un des dispositifs techniques de cette méthode : « l'écran pénétrant » utilisé par les Gilbreth pour isoler et analyser les mouvements des travailleurs, « une sorte d'imposition de la grille de la machine à écrire dans le monde réel⁶² ». Le même chronomètre portant la signature « GILBRETH » matérialise l'emprise temporelle sur son travail. Derrière elle se tient un homme en costume qui incarne le regard masculin surveillant, mesurant, évaluant. Cette mise en scène préfigure une réalité quotidienne des bureaux rationalisés, où la surveillance permanente devient la norme, une présence constante au-dessus de l'épaule vérifiant le rendement.

56 Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole », *op. cit.*, p. 603.

57 Gardey, Delphine, « La standardisation d'une pratique technique : la dactylographie (1883-1930) », in *Réseaux*, vol. 16, n° 87, Paris, La Découverte, 1998, p. 83. Cette technique se diffuse progressivement en France après 1907, suite au premier championnat français remporté par un de ses adeptes.

58 *Ibid.* Bien que la France adopte le clavier AZERTY (adapté aux spécificités typographiques françaises) plutôt que le QWERTY américain, la méthode demeure applicable, imposant une discipline corporelle indépendamment de l'alphabet utilisé.

59 Hortense Stollnitz (1897-?), championne internationale de dactylographie. En 1917, elle établit le record de 159,1 mots par minute, considéré jusqu'au milieu du XX^e siècle comme la plus grande moyenne jamais atteinte en une heure.

60 Stiegler, Bernd, « Frank Bunker Gilbreth. La normalisation comme art de vivre », traduit de l'allemand (Allemagne) par Torrent, Jean, in *Transbordeur. Photographie histoire société*, n° 1, 2017 (é.o. 1994), p. 162.

61 Margaret Benedict Owen (1893-1952), quadruple championne mondiale de dactylographie (1913, 1915, 1916, 1917), atteint 143 mots par minute en 1917.

62 Wresler-Henry, Darren, *The Iron Whim*, *op. cit.*, p. 148.



Fig. 7

Mais la rationalisation ne s'arrête pas à la prescription des gestes : elle s'étend à leur mesure permanente. Des dispositifs mécaniques fixés aux machines comptent automatiquement les frappes et se combinent aux horloges pointeuses⁶³. Chaque micro-tâche, manipulation du papier, insertion, alignement, effacement, corrections, reçoit une durée optimale qu'il faut veiller à respecter sous peine de sanction salariales. Le travail se décompose ainsi en séquences chronométrées, transformant chaque mouvement en unité mesurable.

L'efficacité de ces méthodes repose sur un facteur masqué par le discours scientifique : la surveillance elle-même. Le simple fait de tenir des registres quotidiens du travail accompli par chaque employée suffit à augmenter considérablement la productivité par peur de répercussions⁶⁴. Davantage qu'un miracle d'efficacité, c'est un effet de la supervision étroite et intimidante. La dactylographe intériorise ainsi le mécanisme disciplinaire : elle surveille son propre travail à la lumière d'un système de punitions et de récompenses⁶⁵. Le contrôle, désormais, devient autant interne qu'externe.

63 Braverman, Harry, *Travail et capitalisme monopoliste*, *op. cit.*, p. 120.

64 *Ibid.*

65 Jackson, Sarah K. *Typewriters Typing Typist*, *op. cit.*, p. 139.



Fig. 8



Fig. 9

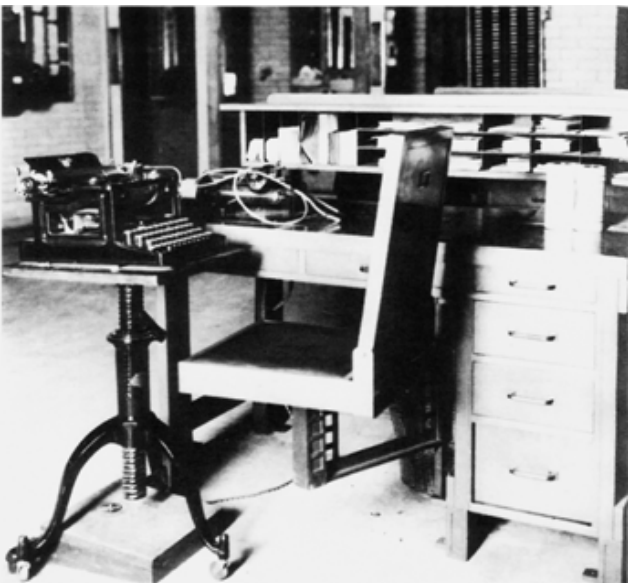


Fig. 10

L'espace de contrôle

Ce système disciplinaire ne s'exerce pas seulement par la surveillance et la mesure : il s'inscrit activement dans l'apparence et l'agencement même de l'espace de travail. Dès les années 1890, le mobilier opère une distinction précise entre la « chaise d'écrivain » et la « chaise de dactylographe » [fig. 11]. La première s'incline, permettant la contemplation et la réflexion intellectuelle ; la seconde interdit cette possibilité⁶⁶. Cette différence n'est pas fortuite : il a été établi d'emblée que la pensée n'était pas requise pour la dactylographie. Le mobilier matérialise ainsi une hiérarchie intellectuelle inscrite dans la forme même des objets, qui démontrent que certains corps sont destinés à penser, d'autres à exécuter.

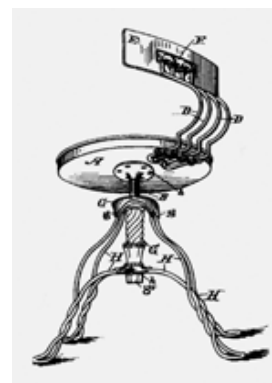


Fig. 11

Frank Lloyd Wright, architecte et designer américain, pousse cette logique à son terme avec le *Larkin Building*, inauguré en 1906, qui devient un modèle d'organisation scientifique du bureau⁶⁷. Ce bâtiment abrite le siège social de la *Larkin Company*, une entreprise de vente par correspondance qui emploie plus d'un millier de travailleuses administratives. Wright organise l'espace selon un principe de surveillance directe : dans l'atrium central, chaque dactylographe est placée au centre d'îlots de travail, encadrée de part et d'autre par un supérieur masculin [fig. 8]. Cette disposition se resserre encore davantage dans les pools dactylographiques, où les travailleuses sont regroupées en rangées compactes, créant une densité calculée où corps et machines se confondent en un ensemble homogène et discipliné [fig. 9]. Le mobilier transforme cette organisation spatiale en contrainte physique. Les sièges des dactylographes sont fixés à leurs bureaux métalliques, empêchant tout mouvement latéral et ancrant les travailleuses à leur poste [fig. 10] tandis que ceux des supérieurs, à l'inverse, sont montés sur roues pour faciliter leur circulation [fig. 12]. La mobilité devient ainsi un marqueur tangible de pouvoir : les femmes demeurent rivées à leur machine, privées de certains mouvements tandis que les hommes se déplacent librement dans l'espace.



Fig. 12

Ces principes de rationalisation se maintiennent et se raffinent au fil des décennies, devenant même un argument commercial. Une photographie *time-motion* utilisée pour la couverture d'un catalogue de *Donald Deskey Associates* en 1954 [Fig. 13] illustre

66 Pynt, Jennifer, Higgs, Joy, « Nineteenth-Century Patent Seating: Too Comfortable to be Moral? », in Lees-Maffei, Grace, *Journal of Design History*, vol. 21, n° 3, Oxford, Oxford University Press, 2008, p. 278.

67 Lupton, Ellen, *Mechanical Brides*, op. cit., p. 50.



Fig. 13

comment le vocabulaire visuel de l'organisation scientifique s'est transformé en outil de vente⁶⁸. L'image présente un bureau modulaire où cinq silhouettes de la même travailleuse démontrent qu'elle n'a besoin que de cinq positions pour accomplir toutes ses tâches. Chaque geste prévu, chaque mouvement optimisé, chaque distance calculée : le mobilier promet la productivité maximale. Le corps féminin, réduit à une séquence de postures, devient la preuve visuelle de l'efficacité du produit.

Cette hiérarchisation par le design du mobilier traverse les décennies. Soixante ans après le design de Wright, une publicité de la compagnie Art Metal de 1967 [Fig. 14] expose le même principe : « Deux belles chaises. Elles deviendront la colonne vertébrale de votre entreprise. » Les deux modèles présentés, nommés *His* et *Hers*, incarnent des présupposés sur les différences physiques prétendument naturelles entre les genres : les hommes autoritaires et massifs, les femmes fines et discrètes, les chaises conçues en conséquence.

La chaise masculine est imposante, fabriquée en bois de noyer, dotée d'accoudoirs. La version féminine est plus petite, dépourvue de tout moyen de reposer ses bras, l'annonce la comparant même à la Vénus de Milo pour cette raison. Leur apparence seule révèle que leurs utilisateur·ices n'évolueront pas de la même manière dans l'espace qu'ielles habitent. Ces objets prescrivent des postures, imposent des manières d'occuper l'espace. Ils participent à ce que l'historienne Nephtys Zwer identifie comme un système de contraintes incorporées :

68 *Ibid.*, p. 51.

Les pratiques spatiales des femmes sont le fruit d'un conditionnement, parfois violent, et d'une exposition permanente à des injonctions réitérées au travers d'interactions sociales qui leur imposent des restrictions qui touchent jusqu'à l'intimité de leurs corps⁶⁹.

L'organisation scientifique du travail appliquée au bureau ne se contente pas d'optimiser le travail féminin, elle transforme la nature même de la travailleuse. Celle-ci devient ce que le système attend d'elle, une extension humaine de sa machine, un composant organique dans un dispositif mécanique qui se doit d'être le plus insignifiant possible. À travers cette disciplinarisation, toute une trajectoire de réduction du corps féminin se dessine.

⁶⁹ Zwer, Nephtys, *Pour un spatio-féminisme. De l'espace à la carte*, Paris, La Découverte, 2024, p.105.

Two handsome chairs. They'll become the backbone of your company.

They don't look it, but they're posture chairs. No, not the old-fashioned, orthopedic-looking kind that spoiled the appearance of every office. We've designed all that ugliness out. But

we've kept all the comfort in. So our posture chairs look as great as they feel.

Our chairs adjust 5 ways. You can change the angle, height, tilt, depth or tension. And we've made "His" and "Hers" models. "His" chairs come with walnut or upholstered arms. "Hers" are armless. We call that

our Venus de Milo touch.

Everything about our furniture is made the way office furniture ought to be. Furniture that looks beautiful and works beautifully—a solid investment for the management who pays for it.



ART METAL INC
JAMESTOWN NEW YORK

Fig. 14

Femme - machine , machine - femme

Le téléphone tinte. L'employée tient l'instrument français à son oreille de la main gauche et note la commande entrante de la droite: «Une jeune femme exceptionnellement séduisante et intelligente, pas plus de vingt-cinq ans; doit être éduquée et bien élevée, avec une personnalité charmante; une blonde naturelle, un mètre soixante-treize, et svelte; une garde-robe élégante nécessaire.» Établissant les spécifications exactement comme il le ferait pour un yacht, Charles Hewling Ballinger, vice-président de Mastings and Co., fabricants d'automobiles, commande une secrétaire.

Hilliard Ragan, Elizabeth, « One Secretary as per Specifications », in Lorimer, George Horace, *The Saturday Evening Post*, vol. 204, décembre 1931, p. 10.

Après avoir été mesurée, chronométrée et standardisée, la dactylographe franchit une étape supplémentaire dans son effacement. Elle n'est plus seulement contrôlée comme une machine : elle devient conceptuellement indissociable de celle-ci, perdant son statut de sujet pensant pour devenir un simple outil bureautique. Cette fusion trouve ses racines dans la transformation même de l'acte d'écriture. La machine à écrire et la dactylographe deviennent codépendantes, assumant essentiellement la même fonction : écrire.

Une activité qui était autrefois concentrée sur un nexus étroit d'organes coordonnés — la main et l'œil — et un seul instrument — le stylo — et qui était maintenant traitée à travers une machinerie composée de doigts, de touches, de marteaux, de plateaux, de chariots, de leviers, de roues dentées et de roulettes⁷⁰.

Malgré l'habileté qu'exige ce métier, la société réduit ce travail à un geste automatique, une simple habitude naturelle chez les femmes. Le mérite de l'efficacité est systématiquement attribué à la machine et à ses concepteurs masculins, jamais à celles qui l'opèrent⁷¹. Après tout, que fait-elle d'autre que frapper sur des touches ?

Cette réduction conceptuelle s'ancre dans le langage même. Le mot anglais *typewriter* désignait à l'origine aussi bien la machine que son opératrice⁷². Qu'un patron parle de sa secrétaire comme de la machine elle-même devient une blague courante, souvent source de jeux de mots sexistes ou sexuels⁷³.

Cette confusion se matérialise dans une série de deux cartes postales de 1913. La première [fig. 15] présente une dactylographe assise à son bureau, les mains sur les touches de sa machine, regardant directement l'objectif. Le texte au-dessus d'elle indique : « J'ai une bonne machine ». L'absence d'éléments permettant d'identifier le lieu et le regard de la dactylographe créent une ambiguïté narrative : s'agit-il de ses propres paroles vantant sa machine, ou de celles d'une tierce

70 Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, *op. cit.*, p. 120.

71 Dominici, Michèle, *Et l'homme créa la secrétaire*, *op. cit.*

72 Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine* *op. cit.*, p. 71.

73 Cette confusion lexicale n'est pas sans rappeler d'autres domaines où le langage opère des amalgames entre le féminin et des concepts dévalorisants. Un exemple parlant est le terme hystérie, du grec *hystera*, l'utérus.

personne hors champ ? L'humour de l'époque suggère qu'une voix masculine présente « la bonne machine » qu'il possède.

La deuxième carte [fig. 16] semble confirmer cette lecture. Un homme entre dans le cadre, chapeau à la main, suggérant qu'il vient d'arriver au bureau. La dactylographe se tourne vers lui, retirant une main du clavier pour lui parler, interrompant son travail. Le texte, « Tu as ruiné ma machine », révèle que la même voix, probablement celle d'un supérieur masculin, s'adresse cette fois à l'homme dont l'arrivée a ruiné « la bonne machine » en la faisant cesser de travailler. Réduite au même niveau que sa machine, la dactylographe semble également perdre son intégrité professionnelle par la seule présence d'un homme.

Certaines publicités omettent même complètement la machine qu'elles cherchent à vendre, utilisant la seule figure féminine pour la remplacer. Une publicité pour la marque *Yost* [fig. 17] proclame par exemple que « Yost est le nom de la machine à écrire du beau travail », tandis qu'une femme élégante pointe vers le nom de la marque, l'objet étant totalement absent de l'image. Cette omission joue délibérément sur leur interchangeabilité : le corps féminin lui-même devient l'objet technologique vendu.

Extension de la machine, la femme devient également l'extension organique de son supérieur, comme tout objet de bureau. Cette logique s'intensifie avec l'émergence du statut de secrétaire personnelle dans les années 1930. Ce titre, jusque-là masculin, se féminise pour désigner l'élite de la profession dactylographique⁷⁴. Secrétaires et machines apparaissent comme des possessions masculines, marqueurs du statut de l'homme qui les contrôle. Elles sont là pour faire fonctionner ses appareils et le servir lui-même, dans une relation qui revêt une dimension implicitement intime⁷⁵.

*Elle traitait ses détails les plus confidentiels. Elle parlait pour lui, signait en son nom, fonctionnait comme une seconde peau [...] un filtre et un bouclier*⁷⁶.

Plus la femme devient indispensable, plus elle s'efface, derrière la machine, derrière son patron. Seul son enveloppe

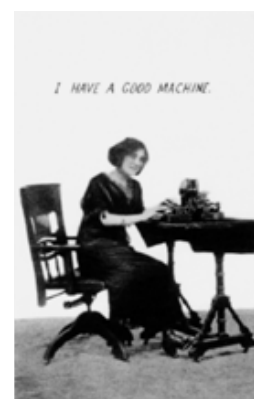


Fig. 15

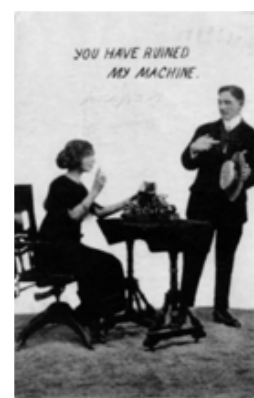


Fig. 16

74 Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole », op. cit., p. 601. Le secrétariat requiert initiative, responsabilité et exige des connaissances variées en plus des compétences techniques en sténographie et dactylographie. Contrairement au « secrétaire » masculin pour qui cette position constituait une étape vers la mobilité sociale ascendante, le secrétariat féminin est conçu dès les années 1930 comme un aboutissement professionnel féminin, un accomplissement dont l'horizon demeure limité.

75 Lupton, Ellen, *Mechanical Brides*, op. cit. p. 48.

76 Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, op. cit., p. 121.



Fig. 17

corporelle, sexualisée et fantasmée, la différencie d'une pièce mécanique. La littérature et le cinéma populaires multiplient les histoires romantiques où la jeune secrétaire, surnommée « l'épouse de bureau » ou « la deuxième épouse », finit par épouser son patron⁷⁷.

Dans les années 1930, la femme de bureau devient si banale, si légitimisée dans le paysage administratif, qu'elle perd toute singularité. Comme le note l'historienne Mary Kathleen Benét : « Elle est simplement là, aussi irrévocable et inintéressante que les bureaux et les téléphones⁷⁸ ». Cette banalisation constitue paradoxalement l'aboutissement de son effacement : visible partout, elle n'est vue nulle part. Pourtant, « les doigts sur le clavier appartiennent à des femmes qui ne sont pas seulement des servantes passives de la machine, mais ses opératrices expertes⁷⁹ ». Des femmes essentielles et interchangeable, parties intégrantes d'une mécanique qui n'a jamais cessé de les subordonner. Mais reconnaître l'expertise féminine reviendrait à questionner la hiérarchie même qui légitime cette subordination.

77 Exemples de films reprenant ce scénario : *His Private Secretary* (1933), *She Marries Her Boss* (1935), *My Dear Secretary* (1949), *Wife Versus Secretary* (1936). Sans surprise tous écrits par des hommes.

78 Benét, Mary Kathleen, *Secretary. Enquiry into the Female Ghetto*, Londres, Sidgwick & Jackson, 1972, p. 54.

79 Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, op. cit., p. 121.

Chapitre 3

Performe la féminité

Si les femmes n'acceptent plus d'être rêvées, y compris dans le phantasme de violence, alors elles perdront même leur jouissance et leur droit. L'homme n'a jamais prétendu chasser de sa tête l'emprise de la séduction féminine – c'est le privilège terrifiant du sexe libéré que de prétendre au monopole de son propre sexe : « Je ne vivrai même plus dans vos rêves. » L'homme doit rester maître de la femme idéale.

La Nouvelle Femme

« Être homme c'est agir, être femme c'est paraître⁸⁰ ».
Cette formule résume une asymétrie : les hommes regardent les femmes, tandis que les femmes s'observent en train d'être regardées. La femme devient ainsi contrainte à une performance permanente de sa propre féminité, un spectacle sans cesse renouvelé.

Les femmes apprennent à se surveiller constamment, à anticiper le regard masculin. Le sentiment qu'une femme éprouve envers elle-même cède la place au sentiment qu'autrui éprouve à son égard⁸¹. Les représentations visuelles portent la trace de cette dynamique. Loin de refléter simplement une réalité sociale, elles participent activement à sa construction. Les images de la dactylographe révèlent comment ce regard structurant façonne les conditions d'acceptabilité de la présence féminine dans les bureaux, instaurant un système de contrôle symbolique.

Ce contrôle découle d'une stratégie : plutôt que d'exclure, contrôler les termes de l'inclusion. Au tournant du XX^e siècle, l'industrialisation, l'urbanisation et l'expansion du capitalisme transforment la société américaine et ses modèles d'ascension sociale. Dans ce contexte, les médias de masse reconfigurent progressivement les représentations féminines. Les magazines cessent de limiter les femmes aux rôles d'épouses et de mères pour en faire les emblèmes d'un changement sociétal maîtrisé. Surgit alors la figure de la *New Woman*, représentation médiatique cristallisant à la fois les aspirations féminines et les anxiétés masculines face à cette émancipation. Cette « nouvelle femme » s'oppose à la *True Woman*, la vraie femme aux valeurs victoriennes, définie comme « la femme qui aime son foyer, qui aime ses enfants et qui croit en Dieu⁸² ». Le préfixe *new* marque une rupture, signalant un changement tout en cherchant à en contrôler les contours.

Cette représentation ne s'opère pas au hasard. Elle déploie une iconologie, c'est-à-dire un système où les images se répondent entre elles pour produire du sens. Chaque représentation acquiert sa signification à travers son dialogue avec d'autres images circulant dans la culture et avec le contexte social,

80 Berger, John, *Voir le voir*, traduit de l'anglais (Angleterre) par Triomphe, Monique, Paris, B42, 2014 (é.o. 1972), p. 45.

81 *Ibid.*

82 KITCH, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2001, p. 20.

économique et historique qui les porte⁸³. Ainsi, l'image de la *New Woman* varie significativement des années 1890 aux années 1920, s'exprimant à travers une série de « types de femmes » qui apparaissent à des moments particuliers et dans un ordre calculé. Loin de refléter passivement la société, la *New Woman* crée activement des modèles qui normalisent les limites acceptables tant de la présence féminine⁸⁴.

L'efficacité de la *New Woman* repose sur la force de l'utilisation de stéréotypes visuels, dont les créateurs — illustrateurs, publicitaires, médias de masse — comprenaient les mécanismes :

*La force d'un stéréotype résulte de la combinaison de trois facteurs : sa simplicité ; sa reconnaissance immédiate [...] et sa référence implicite à un consensus supposé sur certains attributs ou relations sociales*⁸⁵.



Fig. 18

En 1897, le *Ladies' Home Journal* publie une série de six illustrations d'Alice Barber Stephens intitulée *The American Woman*, qui marque le début des représentations visuelles de la *New Woman* dans les médias de masse⁸⁶. Stephens y représente de jeunes femmes dans des environnements transitoires qui les préparent à quitter le foyer⁸⁷ : assez de nouveauté pour séduire les femmes en quête d'émancipation, assez de tradition pour rassurer les hommes inquiets.

La première image de cette série, *The Woman in Society* [fig. 18], révèle cette négociation. Au centre de la composition, une femme en manteau imposant s'apprête à gravir l'escalier menant aux salons de la haute société et se retourne vers le spectateur. À sa droite, en retrait, une domestique observe cette femme élégante qui incarne une position sociale à atteindre. Cette configuration crée un continuum de classe : la servante aspire à s'élever, la femme accède au monde bourgeois, le spectateur contemple cette promesse de mobilité⁸⁸. Les hommes étant relégués aux marges, Stephens s'adresse directement à un public féminin et lui présente un pouvoir d'admission sociale. Mais cette ascension reste très encadrée, s'opérant strictement selon les codes de la respectabilité bourgeoise.

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*, p. 3.

⁸⁵ Perkins, Tessa E., « Rethinking Stereotypes », in Barrett, Michèle, Corrigan, Philip, Kuhn, Annette, Wolff, Janet (dir.), *Ideology and Cultural Production*, Londres, Croom Helm, 1979, p. 141.

⁸⁶ KITCH, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover*, op. cit., p. 17.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 36.

⁸⁸ *Ibid.*, p. 28.

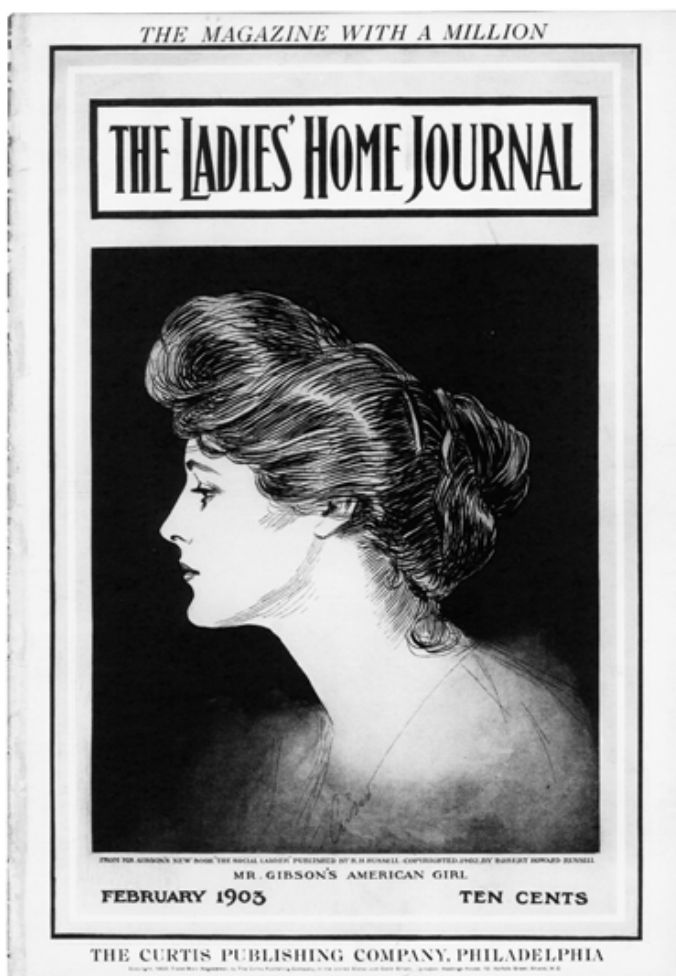


Fig. 19



My Dear

Use the New Fox Visible Typewriter because it combines "The good of the Old, the best of the New"

La Gibson Girl

Cette stratégie de représentation nécessitait des figures plus explicitement modernes pour s'adapter aux aspirations croissantes des femmes. Charles Dana Gibson franchit cette étape en créant la Gibson Girl, qui devint le premier stéréotype visuel de femmes dans les médias de masse états-uniens⁸⁹.

Apparaissant pour la première fois sur la couverture du *Ladies' Home Journal* de février 1903 [fig. 19], cette silhouette de profil au chignon sophistiqué incarne un équilibre parfait entre tradition victorienne et modernité. Décrite comme « Un être grand et radiant, au regard clair, sans peur et direct, son nez légèrement retroussé de manière piquante⁹⁰ », elle possède une cohérence visuelle en faisant un modèle immédiatement reconnaissable.

Semblant issue d'un milieu aisé, la *Gibson Girl* n'a ni besoin ni désir d'indépendance politique ou financière⁹¹. Cette représentation permet aux femmes de classe moyenne de s'identifier à une figure moderne sans menacer l'ordre patriarcal. Elle est ambitieuse, sans trop l'être.

La publicité s'empare rapidement de cette popularité. Les fabricants de machines à écrire, cherchant à séduire un public masculin méfiant, trouvent en elle une égérie rassurante. Une publicité pour la machine *Fox* de 1906 [fig. 20] illustre cette récupération. Sur fond rouge, une jeune femme coiffée dans le style *Gibson Girl* sourit en brandissant fièrement une feuille dactylographiée. Sa robe à taille marquée, ses manches bouffantes et sa posture théâtrale évoquent immédiatement son esthétique familière. Derrière elle, la machine *Fox* trône sur un bureau, témoin de cette performance qui transforme la figure émancipée de la *New Woman* en argument de vente.

Le slogan joue sur une ambiguïté délibérée : « Mon cher, utilisez la nouvelle machine à écrire *Fox Visible*, car elle allie “le bon de l'Ancien et le meilleur du Nouveau” ». La formulation brouille la frontière entre machine et opératrice, rendant difficile d'affirmer à quoi ou à qui celui-ci se réfère. Cette *Gibson Girl* dactylographe conserve les codes rassurants de la féminité traditionnelle par son apparence tout en incarnant, par son travail, les transformations sociétales inévitables. Le

⁸⁹ *Ibid.*, p. 37.

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Ibid.*, p. 41.

message est clair : les femmes peuvent être modernes, à condition de ne pas menacer l'autorité masculine. « It's a Fox⁹² » prolonge ce double-sens, confondant la marque et la femme. « La femme et la machine sont distillées en un objet sexualisé, une femme-machine semblable à un renard⁹³ ». La métaphore animale évoque à la fois la ruse féminine et la proie séduisante à traquer.

Cette sexualisation structure toute la mise en scène. L'image vise explicitement un regard masculin : la femme n'est pas assise sur une chaise de bureau adaptée mais sur un tabouret manifestement trop haut. Cette inadéquation la contraint à se pencher, forçant une courbure du corps qui met en valeur sa silhouette. Loin de toute ergonomie, la composition transforme l'acte de taper en performance érotique.

Contrairement à la *Gibson Girl* originale, confiante et dominante, la dactylographe désigne son accomplissement en souriant, tournée vers son interlocuteur dans un « désir d'éloge⁹⁴ ». Son sourire figé et sa pose suggèrent qu'elle doit prouver sa valeur, privilégiant sa capacité à plaire plutôt qu'à produire. Ce sourire cristallise toute l'ambivalence de l'image. Signifie-t-il « une interruption à la discipline⁹⁵ », une moquerie de l'efficacité mécanisée, ou au contraire un contentement face à sa condition de travail ? Entre soumission et résistance, la représentation demeure ambiguë.

Pour accéder au travail, les femmes doivent accepter de jouer un rôle qui nie leurs compétences réelles. Moderne, certes, mais seulement en conservant sa fonction ornementale et sa disponibilité au regard masculin. En endossant le masque de la *Gibson Girl* tout en réalisant un travail qui permet peu d'initiatives, la dactylographe parvient à transgresser les frontières genrées sans être perçue comme une menace⁹⁶.

Cette ambivalence explique précisément l'efficacité du stéréotype. La *Gibson Girl* suscite des réactions contradictoires. Elle est vue tantôt comme noble et respectable, tantôt « comme un danger, une femme impolie et trop athlétique qui délaissait sa place à la maison⁹⁷ ». Cette dualité lui permet de canaliser les aspirations féminines vers une forme socialement acceptable.

92 Littéralement « C'est un renard ». Le slogan joue sur un triple sens : la marque Fox, l'animal lui-même, et l'expression argotique anglaise désignant une personne rusée et trompeuse.

93 Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist*, op. cit., p. 63.

94 *Ibid.*

95 *Ibid.*, p. 73.

96 *Ibid.*, p. 72.

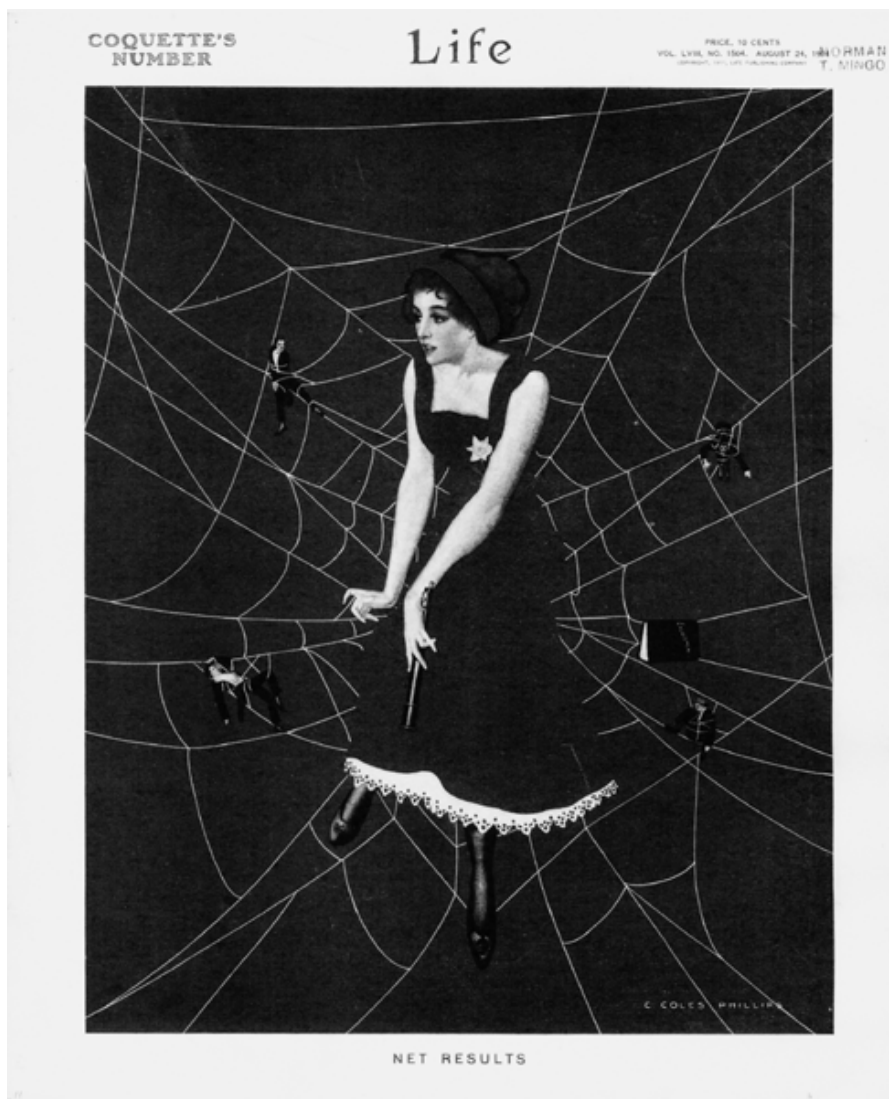


Fig. 21



Fig. 22

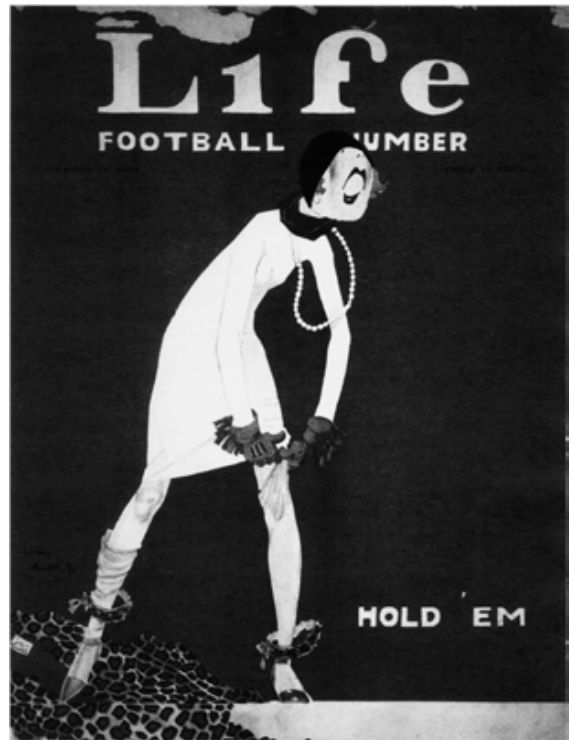


Fig. 23

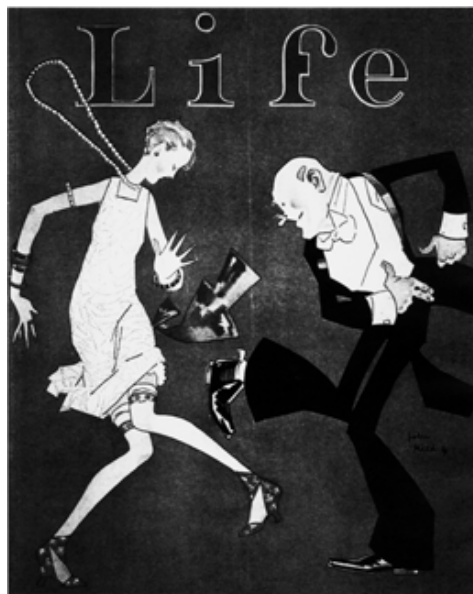


Fig. 24

La *Fadeaway Girl*

Parallèlement à la *Gibson Girl* émerge une figure plus menaçante, révélant ce que les historiens identifient comme une « crise de la masculinité ». Au début du XX^e siècle, les hommes se sentent menacés par la New Woman qui envahit leur territoire professionnel et se dirige vers l'indépendance⁹⁸. Cette menace prend forme à travers des actions concrètes dans la société : les Suffragettes s'organisent politiquement des deux côtés de l'Atlantique, revendiquant le droit de vote et contestant directement l'ordre patriarcal⁹⁹. L'anxiété masculine exige donc des représentations qui remettent symboliquement les femmes à leur place.

Les couvertures de magazines commencent alors à dépeindre les femmes comme des beautés dangereuses, tentatrices qui dirigent et malmènent des hommes représentés de très petite taille¹⁰⁰. L'illustration *Net Results* de Coles Phillips en 1911 [fig. 21] incarne ce nouveau type : la *Fadeaway Girl*. Une femme élégante en robe bleue moulante se fondant avec l'arrière-plan trône au centre d'une toile d'araignée géante. Des hommes minuscules et vulnérables sont pris dans ses filets, victimes de ses techniques de séduction. Cette femme-araignée, à la fois séductrice et prédatrice, permet aux hommes de s'apitoyer sur eux-mêmes en présentant la libération féminine comme une menace à l'ordre social.

L'illustration *The Time of Her Life* [fig. 22] poursuit cette logique : la *Fadeaway Girl* pose à côté d'une horloge géante dont chaque heure correspond à un homme différent, miniaturisé et impuissant. Le message est explicite : les femmes modernes collectionnent les hommes et transgressent le schéma traditionnel de l'épouse dévouée. Face aux campagnes pour le droit de vote, ces illustrations traduisent un consensus masculin : si les femmes prennent le pouvoir, les hommes en souffriront¹⁰¹. En réduisant la menace politique à une anxiété sexuelle, ces images maintiennent les femmes dans le registre du désir plutôt que de les affronter comme sujets politiques. La *Fadeaway Girl* constitue ainsi une réponse visuelle à l'émancipation réelle, désamorçant le combat féministe en le transformant en fantasme masculin de victimisation¹⁰².

97 Kitch, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover*, op. cit., p. 44.

98 *Ibid.*, p. 10.

99 En Grande-Bretagne, le mouvement suffragiste s'organise à partir des années 1860-1870, avec la création de la *Women's Social and Political Union* en 1903 et l'obtention partielle du droit de vote en 1918, étendu à toutes les femmes en 1928. Aux États-Unis, le mouvement prend forme avec la convention de *Seneca Falls* en 1848 et aboutit au 19^e amendement accordant le droit de vote aux femmes en 1920.

100 Kitch, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover*, op. cit., p. 67.

101 *Ibid.*

102 *Ibid.*, p. 68.

La *Flapper*

Une nouvelle stratégie de représentation stéréotypée est incarnée par la *Flapper*¹⁰³ des années 1920. Le dessinateur John Held Jr. transforme la *New Woman* en une figure des années folles : jeune, indépendante en apparence, cheveux coupés au carré, robes courtes, ayant une passion pour le jazz, la danse et l'alcool. Elle incarne une sexualité plus libre et un rejet des conventions victoriennes, tout en canalisant l'émancipation féminine vers la consommation et le divertissement, son but ultime étant « de s'amuser et, ultimement, d'attraper un homme qui la soutiendrait¹⁰⁴ ».

L'illustration de couverture *Hold 'Em* du magazine *Life* de novembre 1925 [fig. 23] révèle cette mutation. Une jeune femme aux jambes nues, vêtue d'une robe courte, se penche pour retenir ses bas tombants. L'expression *Hold 'Em*, empruntée au vocabulaire du football américain, désigne une stratégie pour bloquer l'adversaire, faisant référence tant à l'action de la *Flapper* qu'à l'intention masculine envers elle¹⁰⁵. Son corps filiforme et sa posture suggèrent l'enfant qui joue à la femme plutôt que la femme accomplie, expliquant ses bas trop grands et son manteau négligemment tombé. Cette infantilisation présente les femmes indépendantes comme temporaires, « n'ayant pas encore atteint leur rôle de femmes, pas encore accompli leur but¹⁰⁶ », une simple transition vers le mariage. Mais cette représentation porte également une connotation érotique destinée au regard masculin¹⁰⁷.

Teaching Old Dogs New Tricks en 1928 [fig. 24] précise la fonction sociale de la *Flapper*. Un homme âgé en costume danse avec une jeune femme en robe courte qui le guide dans ses pas. L'image suggère que les femmes apprennent aux hommes de « nouveaux tours », mais ces tours restent confinés au divertissement et à la séduction. L'émancipation se canalise vers la consommation de mode, la performance de jeunesse, l'alcool, la fête et rien d'autre.

La *Flapper* offrait aux employeurs exactement ce qu'ils désiraient : des femmes « glamour, économiquement indépendantes, sexuellement libres » mais fondamentalement « frivoles, apolitiques et irresponsables¹⁰⁸ ». Son image garantissait une

103 Dérivé de l'anglais *to flap*, signifiant « battre des ailes » en référence aux jeunes oiseaux, métaphore des jeunes femmes entre l'adolescence et l'âge adulte. *Flap* désignait également dans l'argot une « prostituée » ou « jeune femme de mœurs légères », renforçant la connotation moralement ambiguë du terme. Équivalent culturel de la « garçonne » en France.

104 Kitch, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover*, op. cit., p. 12.

105 L'expression peut se traduire par « retiens-les » dans le domaine sportif, mais également par « contiens-les » ou « tenez-les ».

106 Kitch, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover*, op. cit., 132.

107 Pietrucci, Sophie, Vientiane, Chris, Vincent, Aude, *Contre les publicités sexistes*, Paris, l'Échappée, 2012, p. 37.

108 Kessler-Harris, Alice, *Out to Work. A History of Wage-Earning Women in the United States*, New York, Oxford University Press, 2003 p. 223.

implication périphérique dans la tâche de gagner sa vie, une extension de la fonction supplétive des femmes dans le monde professionnel sans menace de compétition. « En masquant les vraies possibilités des femmes, l'apparence de la *Flapper* leur permettait d'émerger de leurs foyers et d'entrer dans le monde des affaires¹⁰⁹ ». Elle apaisait les anxiétés masculines en paraissant si peu ambitieuse que les hommes pouvaient préserver leur contrôle.

Toutefois, la puissance de cette image dans les médias, notamment au cinéma¹¹⁰, où elle était souvent représentée comme secrétaire ou dactylographe, produisait un effet paradoxal. La *Flapper* rendait le travail de bureau à la mode, voire glamour, encourageant malgré elle l'ambition professionnelle féminine. La fille de bureau devint tendance :

*Quand elle achetait des chemisiers pour aller travailler,
les chemisiers devenaient un article important de vente
par correspondance pour les filles de fermiers qui
n'avaient jamais tapé une lettre de leur vie*¹¹¹.

Cette popularisation s'étend jusqu'à la production de photographies érotiques qui transforment explicitement la figure et son espace de travail en fantasmes masculins. Deux clichés des années 1920 témoignent de cette appropriation. Sur le premier [fig. 25], une jeune femme aux cheveux courts pose en robe courte remontée, laissant paraître ses jambes nues et écartées, les mains derrière la tête dans une posture nonchalante. Sa machine à écrire, reléguée sur une table où elle vient reposer une jambe, devient un simple accessoire de mise en scène érotique. L'arrière-plan flou et les draperies évoquent un boudoir plus qu'un bureau. Sur le second cliché [fig. 26], la même *Flapper* est assise sur la table à califourchon face à la machine, pieds suspendus, mais son regard et sa posture se tournent entièrement vers le spectateur masculin plutôt que vers son travail supposé.

La dactylographe incarne alors « la menace du populaire, du domaine inférieur, et de la classe inférieure¹¹² », un danger à conjurer par la sexualisation. Ces photographies, parmi d'autres du genre de « l'érotisme dactylographique¹¹³ », deviennent presque humoristiques tant la présence de la



Fig. 25



Fig. 26

109 *Ibid.*, p. 126.

110 *The Flapper (La Gamine)*, par Alan Crosland, scénario de Frances Marion, 1920 ; *The Married Flapper* réalisée par Stuart Paton, écrite par la scénariste Doris Schroeder, 1922 ; *The Perfect Flapper (Une jeune fille qui se lance)*, réalisé par John Francis Dillon, 1924.

111 Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine*, op. cit., p. 8.

112 Kessler-Harris, Alice, *Out to Work*, op. cit., p. 226.

113 Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters. Women in Office-related Advertising, Humor, Glamour, and Erotica*, Laren, Virtual Typewriter Museum, 2003, p. 34.

machine semble peu justifiée. Celle-ci n'est plus qu'un accessoire fantasmatique, son utilisation professionnelle entièrement détournée vers un supposé érotique.

Pourtant, cette ambiguïté révèle une complexité inattendue. Le dactylographe joue la *Flapper* précisément pour ne pas être perçue comme une menace :

Elle chevauche aussi la machine à écrire, semblant la désirer et s'en moquer, la taquiner, simultanément. Que la machine à écrire soit comprise comme homme, machine, ou même modernité, elle la contrôle¹¹⁴.

La dactylographe accède ainsi à l'espace public, à la visibilité, à la maîtrise technique, tout en les faisant passer pour insignifiants¹¹⁵. Le mécanisme du renversement réside précisément dans cette duplicité où ce qui est présenté comme frivole devient l'espace même de la contestation. En rendant leurs actions triviales, ces femmes les rendent acceptables ; en les rendant acceptables, elles se ménagent un territoire où performer publiquement tout en défiant les idéologies patriarcales, le déguisement permettant l'action¹¹⁶.

La *Flapper*, comme les différentes figures de la *New Woman*, a créé un répertoire de féminités acceptables permettant l'émancipation économique tout en préservant les hiérarchies de genre. Paradoxalement, ces représentations contiennent leur propre subversion, révélant les failles d'un système qui ne parvient jamais à domestiquer complètement ce qu'il prétend contrôler.

¹¹⁴ Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist*, op. cit., p. 69.

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 70.

¹¹⁶ *Ibid.*, p. 71.

Le double fardeau

Lorsque le plus jeune de nos quatre enfants fut scolarisé, les commencements peinaient vers les fins. [...] Une vie familiale pleinement déployée ; le monde de mon travail (transcriptrice dans une entreprise de produits laitiers) ; et l'écriture, que j'arrivais à porter en moi, avec moi au boulot, à la maison. Le temps passé dans le bus, même quand je n'avais pas de place assise, suffisait ; les moments volés au travail, suffisaient ; les heures profondes de la nuit, aussi longtemps que je pouvais rester éveillée, après que les enfants étaient couchés, après que les tâches du foyer étaient accomplies – parfois pendant. [...] Au bout d'un certain temps, cette triple vie n'était plus tenable, les quinze heures de réalité quotidienne représentaient une distraction trop importante pour pouvoir écrire. J'ai perdu cette endurance qui relevait de la folie [...]. J'ai toujours été avide d'écrire, toujours empêchée d'écrire [...]. Mon écriture est morte.

Olsen, Tillie, « Silences : when writers don't write », in Koppelman Cornillon, Susan (dir.), *Images of Women in Fiction. Feminist Perspectives*, Bowling Green, Popular Press, 1972, p.109.

Malgré l'obtention du droit de vote des femmes états-uniennes en 1917¹¹⁷, l'entre-deux-guerres marque un recul délibéré des acquis professionnels féminins. La démobilisation des soldats et la Grande Dépression¹¹⁸ exercent une pression intense qui ralentit drastiquement l'expansion du secteur administratif tandis que les managers subissent une pression sociale pour réserver les emplois aux hommes¹¹⁹. Le *marriage bar*¹²⁰ se renforce systématiquement, forçant les femmes à démissionner au moment de leur mariage, maintenant un roulement élevé qui évite augmentations salariales et obligations de pension¹²¹. Certains rendent même les femmes responsables de la Dépression, suggérant que leur départ éliminerait le chômage masculin¹²². Les dactylographes échappent partiellement à ces pressions, non par reconnaissance de leurs compétences, mais par pragmatisme. Le métier est tellement féminisé que peu d'hommes possèdent ces qualifications et ils exigent des salaires trop élevés¹²³. La ségrégation professionnelle devient ainsi, paradoxalement, une forme de protection.

La Seconde Guerre mondiale provoque une pénurie de travailleurs masculins dans les bureaux, obligeant les entreprises à confier aux femmes des postes à responsabilités auparavant strictement réservés aux hommes¹²⁴. Même les femmes mariées, normalement exclues par le *marriage bar*, sont rappelées pour soutenir l'effort de guerre. Elles n'héritent de ces tâches que par l'absence masculine.

Une affiche de propagande américaine [fig. 27] illustre le rôle attendu des dactylographes pendant cette période. Sous le titre *EQUIPMENT IS PRECIOUS!*, une femme en blouse blanche nettoie soigneusement une machine à écrire tandis qu'en arrière-plan, un soldat manipule un fusil. Le message proclame : « Souvenez-vous de ses besoins. Votre soin du matériel de bureau économisera des ressources vitales et l'aidera à gagner. » Le pronom masculin *his* renvoie explicitement au soldat, établissant une hiérarchie claire où la femme travaille pour soutenir l'homme au combat. Sa contribution à l'effort de guerre ne passe essentiellement par la perpétuation de son rôle de gardienne, déplacé du foyer au matériel de bureau.

117 En France, les femmes n'obtiennent le droit de vote qu'en 1944, soit vingt-sept ans après leurs homologues états-uniennes.

118 La Grande Dépression (1929-1939) désigne la crise économique mondiale déclenchée par le krach boursier de Wall Street en octobre 1929. Elle entraîne un chômage de masse sans précédent et une contraction économique majeure.

119 Anderson Gregory, *The White-blouse revolution*, op. cit., p. 145.

120 *Ibid.*, p. 166. Littéralement « barrière du mariage », politique institutionnelle obligeant les femmes à quitter leur emploi au moment de leur mariage. Cette pratique se généralise dans de nombreux pays occidentaux durant l'entre-deux-guerres.

121 *Ibid.*

122 *Ibid.*, p. 155.

123 *Ibid.*, p. 153.

124 *Ibid.*, p. 102.

EQUIPMENT IS PRECIOUS!



**Remember his needs. Your care
of office equipment will save
vital materials and help him win.**

Fig. 27

When Alice leaves, will she take your billing system with her?

If Alice is the only one who knows what makes her department tick, it can hardly tick without her.

The solution? Automate your paperwork with a Friden data processing system. It ticks all by itself.

This system—consisting of a series of Friden machines—can make your office incredibly efficient. But it can't quit, forget, or get pregnant.

Consider what it can do for you:

Information on one document can be automatically transferred onto another (from a purchase order to an inventory control sheet, for example).

All repetitive typing can be eliminated.

A single billing clerk will be able to process 50,000 invoices a year.

And you can get same-day recaps of inventory, production, and productivity.

A Friden data processing system has done all this—and much more—for big companies like Xerox Corporation and for little companies like the Malcolm Insurance Agency.

It can do it for you.

Send Alice off with your blessings, not your billing system. Call your nearest Friden office. Or write Friden, Inc., San Leandro, California 94577. Sales and service throughout the world.



Friden
DIVISION OF SINGER
OVERSIZED TYPESET

Fig. 28

Visuellement, l'affiche marque une rupture avec la *Flapper*. La travailleuse sérieuse remplace la jeune fille frivole : blouse blanche, attitude appliquée, geste précis évoquent le professionnalisme et le devoir. La performance du féminin se déplace de la frivolité vers le soin domestique appliqué au bureau. Comme on l'attendait d'elle, la *Flapper* s'est mariée, rangée, devenant une épouse respectable et une travailleuse diligente au service de la nation.

Contrairement aux attentes, les hommes ne reprennent pas massivement leurs postes après 1945. Les entreprises préfèrent employer des femmes qui garantissent un meilleur roulement et « ne s'attendent pas à monter aussi haut que les hommes¹²⁵ ». L'après-guerre tente un retour aux normes antérieures, privilégiant l'attractivité des jeunes femmes sur l'expérience des plus âgées, mais le *marriage bar* s'effrite progressivement sous la pression économique¹²⁶. La pénurie de jeunes recrues force les employeurs à reconsidérer leurs préjugés, créant une main-d'œuvre féminine plus hétérogène en âge et en statut matrimonial¹²⁷. Ainsi, dans les années 1950, « la *baby shower* remplace la *bridal shower* comme pot de départ¹²⁸ ». Le mariage n'est plus le signal de sortie, mais la maternité le devient.

Une publicité de 1967 pour une machine de comptabilité *Frieden* [fig. 28] incarne ces nouvelles attentes. Alice, jeune femme enceinte dont le ventre arrondi se dessine sous sa robe, sourit tendrement en regardant un paquet cadeau qu'elle vient de recevoir comme cadeau de départ. Dans un autre encart publicitaire, celle-ci fait cette fois un signe d'au revoir, des documents en main [fig. 29]. Son expression radieuse, sa posture décontractée et son geste joyeux suggèrent un départ libérateur plutôt qu'une perte. Le titre demande avec une fausse innocence : « Quand Alice partira, emportera-t-elle votre système de facturation avec elle ? ». Le texte publicitaire révèle crûment ce que l'image euphémise :

Si Alice est la seule à savoir comment fonctionne son service, celui-ci peut difficilement fonctionner sans elle. La solution ? Automatisez votre travail de bureau avec un système de traitement de données Friden. Il fonctionne tout seul. [...] Mais il ne peut pas démissionner, oublier, ou tomber enceinte.

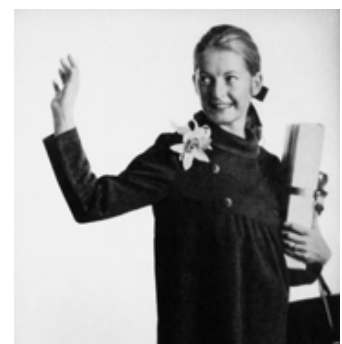


Fig. 29

125 Anderson Gregory, *The White-blouse revolution*, op. cit., p.155.

126 *Ibid.*, p.103.

127 *Ibid.*, p.161.

128 *Ibid.*, p.162.

Cette franchise brutale expose sans détour les « défauts » des employées féminines du point de vue patronal. La machine se présente comme la solution parfaite précisément car échappe à ces « problèmes féminins ». Là où les mots dénoncent explicitement l'instabilité des femmes employées, l'image d'Alice souriante transforme ce départ contraint en choix joyeux.

Au-delà de promouvoir l'automatisation¹²⁹, Alice incarne ce qui est attendu de la femme qui travaille : quitter avec joie son emploi à la naissance de son enfant, sans motivation apparente d'y revenir. Son expression performative légitime l'acceptation heureuse du rôle maternel comme priorité absolue, rendant invisible toute ambition professionnelle. Alice laisse ainsi sa place à de jeunes femmes moins expérimentées qui, à leur tour, quitteront à la naissance de leurs enfants, reproduisant indéfiniment ce système. Cette rotation garantit une main-d'œuvre jeune, bon marché, sans revendications. Alice devient la représentation idéale de la travailleuse transitoire : suffisamment compétente pour être utile, suffisamment temporaire pour ne jamais menacer, suffisamment radieuse pour rendre ce système acceptable.

Les années 1950 révèlent un changement d'attitude. Profitant d'un marché tendu, les jeunes travailleuses exigent des salaires plus élevés, de meilleurs avantages et se montrent moins soumises¹³⁰. Cette attitude force la reconsidération des femmes plus âgées, maintenant jugées plus stables et fiables. Le discours évolue : auparavant rigides et inflexibles, elles sont désormais présentées comme particulièrement capables de se plier aux exigences, entraînées par des années à mettre les besoins de leur famille avant les leurs¹³¹. Dans ce contexte, les mouvements de libération des femmes des années 1960 commencent à contester ouvertement ces arrangements inégalitaires.

Pourtant, les épouses et mères qui travaillent ne surmontent l'opposition qu'en acceptant un double fardeau : gérer simultanément responsabilités domestiques et professionnelles. Le travail devient une occupation à long terme avec des interruptions de plus en plus brèves pour la maternité, mais la structure fondamentale reste inchangée¹³². L'accès durable au travail ne transforme pas ses conditions et la subordination persiste, simplement déplacée et renouvelée.

129 Lupton, Ellen, *Mechanical Brides*, *op. cit.*, p. 54.

130 Anderson Gregory, *The White-blouse revolution*, *op. cit.*, p. 163.

131 *Ibid.*, p. 164.

132 *Ibid.*, p. 165.

Celles qui retournent au travail après avoir élevé leurs enfants se retrouvent dans « l'immobilité synthétique¹³³ » : non promouvables en raison de leur trajectoire interrompue et de leur âge. L'idéologie domestique fonctionne comme mécanisme de contrôle en naturalisant le foyer comme « vrai » lieu féminin et en faisant intérioriser ce statut subalterne, tandis que les congés maternité deviennent un outil pour bloquer toute évolution professionnelle. Le double fardeau devient ainsi un outil de subordination. Les femmes peuvent travailler, à condition d'assumer seules la charge domestique et d'accepter que cette double journée justifie leur maintien au bas de l'échelle hiérarchique. Le contrôle est tout autant psychologique et idéologique que disciplinaire.

133 *Ibid.*, p.150.

Construire un regard féminin

C'est dans ce contexte de transformation du profil des travailleuses que le magazine *Charm* émerge pour construire une nouvelle image de la femme qui travaille. En 1944, l'éditrice Helen Valentine transforme cette publication en déclin en premier magazine explicitement destiné aux travailleuses, comme l'indique son sous-titre : « Le magazine des femmes qui travaillent ». Alors que les femmes accèdent à l'emploi de manière plus durable, Valentine identifie une nouvelle classe permanente de travailleuses dont la majorité sont mariées¹³⁴.

Le contenu reflète cette ambition pionnière en combinant articles sur le travail, l'argent et les opportunités de carrière avec conseils de ménage et mode pour le bureau. *Charm* reconnaît avant tout le monde que les travailleuses occupent deux emplois¹³⁵, parlant directement à celles qui portent ce double fardeau.

Cette vision se manifeste dans la présentation de la mode, montrée dans son contexte d'usage réel au bureau et en déplacement. Cipe Pineles, designer graphique et directrice artistique du magazine, explique que son objectif est de « véhiculer l'attractivité du réel, plutôt que le scintillement d'un monde de rêve illusoire¹³⁶ ». L'équipe éditoriale — Valentine, Pineles et la directrice de promotion Estelle Ellis — incarne elle-même cette nouvelle travailleuse, avec ses ambitions professionnelles et ses tensions familiales. Magazine conçu par des femmes pour des femmes, *Charm* marque une rupture fondamentale avec le regard masculin qui dominait jusqu'alors les représentations féminines.

Une campagne de publipostage de 1944 conçue par Estelle Ellis et la designer Helen Federico pour convaincre les marques d'acheter de l'espace publicitaire dans *Charm* [fig. 30, 31, 32] révèle la complexité de cette entreprise. Pour survivre commercialement, le magazine doit définir les travailleuses comme un marché lucratif pour les annonceurs. Pourtant, cette stratégie expose involontairement les conditions mêmes qui entourent leur travail. Les compositions de Federico représentent les femmes comme consommatrices d'objets, jamais comme

134 Scotford, Martha, « The Tenth Pioneer », in WALTERS, John L. (dir.), *Eye Magazine*, n°18, Londres, Eye Magazine, 1995, eyemagazine.com, consulté le 12.10.2025.

135 *Ibid.*

136 *Ibid.*

productrices¹³⁷. Pourtant, les conditions de leur travail restent perceptibles.

La première publicité [fig. 30] proclame : « L'acheteuse de l'heure du déjeuner dépense plus que la lèche-vitrine du samedi ». L'image présente des paquets cadeaux empilés dans un caisson de bureau, tandis qu'un sac à main, un gant et un chapeau sont posés sur le meuble, évoquant les affaires personnelles de l'acheteuse. Destinée à présenter les employées comme consommatrices attractives, cette publicité capture une réalité : pour celles qui portent le double fardeau, l'heure du déjeuner devient le seul moment libre. Le week-end est dédié à la famille, la semaine au travail. Cette heure de midi, coincée entre deux piles de dossiers, devient un espace de liberté paradoxal où se concentre tout le temps personnel dont elles disposent.

La deuxième [fig. 31] affirme : « Deux salaires achètent plus qu'un seul ». Une machine à écrire domine le centre, entourée de boîtes et paquets cadeaux. Sur la machine repose le sac à main de l'acheteuse, duquel elle sort son chéquier, extension de son pouvoir d'achat. Machine et acheteuse deviennent indissociables, comme le suggèrent les caractères monospace des titres évoquant la frappe mécanique.

La dernière [fig. 32] pousse cette logique plus loin : « Qui use le plus de gaines ? Les femmes qui travaillent ». Des bas et sous-vêtements en dentelle rappellent les attentes d'apparence imposées aux employées de bureau. Les travailleuses doivent constamment performer une féminité conventionnelle, maintenir une silhouette contrôlée. Que la publicité cible les gaines, sous-vêtements contraignants destinés à sculpter le corps, est révélateur. Même invisible sous les vêtements, cette conformité est obligatoire. Le message sous-entend que le travail use les corps féminins différemment par l'exigence constante d'être regardable, désirable, féminine selon les codes établis.

Si les campagnes de publipostage montrent aux annonceurs un monde d'objets à vendre, les couvertures et pages internes du magazine s'adressent directement aux travailleuses et

137 Lupton, Ellen, *Mechanical Brides*, op. cit., p. 54.



Fig. 30



Fig. 31

who
goes through
more girdles?

women
who
work

and dress
from the skin out daily!
Their hat-to-beel wardrobe
warrants buying girdles in
pairs, slips in several
lengths, bras in varied
shapes. Multiple-purchase
customers, they consider
good lingerie the natural
foundation for the good
clothes they wear from
Monday to Sunday. They
don't wait for an occasion
to put on a girdle—they
"go out" every day. They
don't need a trousseau to
justify a chest filled with
lingerie—they dress up
every day. Women who
work put \$1/2 billion dollars
on their back, and they're
putting the ready-to-
wear business on its feet.

Charm
the
magazine
for
women
who
work

Fig. 32

tentent de construire une représentation différente. C'est là, sur ces images destinées aux lectrices elles-mêmes, que se joue une tentative de refondation visuelle.

La couverture de juillet 1951 [fig. 33] met en scène une femme au téléphone, crayon rouge à la main, vêtue d'une blouse blanche professionnelle. Le téléphone, objet technologique féminin comme la machine à écrire, l'ancre dans l'univers du secrétariat. Contrairement aux représentations précédentes où les femmes sourient vers l'objectif, celle-ci regarde vers le haut, absorbée par sa conversation, suggérant une concentration professionnelle plutôt qu'une performance pour le regard extérieur.

Le texte de couverture annonce explicitement son public : « Mode et beauté pour... Infirmières, enseignantes, employées de bureau, vendeuses ». Cette énumération de professions « cols roses » reconnaît l'existence d'un territoire professionnel féminisé et légitime ces travailleuses.



Fig. 33

Bien que le contexte reste esthétisé pour la mode, *Charm* reprend en main la manière de se représenter, construisant une imagerie qui tente de refléter l'expérience vécue plutôt que le fantasme masculin. Cette reprise de contrôle résiste aux décennies de représentations dégradantes. Pour la première fois, des femmes définissent visuellement ce que signifie être une travailleuse : non plus une figure transitoire, un ornement de bureau ou une extension de sa machine, mais une professionnelle avec ses propres aspirations et réalités quotidiennes.

Les photographies de mode de septembre 1957, réalisées par Carmen Schiavone, poursuivent cette rupture¹³⁸. Cette série de six pages utilise l'équipement de bureau — machines à écrire, calculatrices, standards téléphoniques — comme éléments centraux de la composition, transformant délibérément ces outils en indices visuels des métiers féminins.

L'une de ces photographies [fig. 34] présente une femme vêtue d'un ensemble bleu royal et turquoise à motif argyle aux côtés d'un clavier de machine à écrire photographié en gros plan. Les touches noires créent un motif graphique occupant la moitié de l'image. Face à cette machine démesurée, la femme ne se laisse pourtant pas dominer. Elle pose avec assurance, une main sur la hanche, dans une silhouette soignée et dynamique.

138 Scotford, Martha, « The Tenth Pioneer », *op. cit.*

Son sourire est naturel, son regard direct n'appelle pas l'approbation mais affirme une présence.

La monumentalisation du clavier aurait pu signifier sa supériorité écrasante. Pourtant, cette échelle produit l'effet inverse en transformant l'équipement en décor sophistiqué mettant en valeur la modèle. Le clavier perd sa fonction oppressive pour devenir accessoire de mode. La position du bras crée même l'illusion qu'elle porte cet immense clavier comme un sac à main sur l'épaule.

Ce qui diffère radicalement, c'est le traitement de l'association entre travailleuse et outils. Les femmes ne sont pas sexualisées. Leurs poses sont théâtrales mais jamais provocantes, leurs corps entiers et maîtrisés, jamais fragmentés ni offerts au regard masculin. La modèle se tient aux côtés de la machine dans une relation de coexistence plutôt que de subordination. Au lieu de sexualiser la dactylographe pour rendre acceptable sa présence professionnelle, *Charm* esthétise et monumentalise les outils eux-mêmes, les transformant en éléments décoratifs qu'elle habite plutôt qu'elle ne subit.



Fig. 34

Pineles, Valentine et Ellis n'étaient pas activement politiques. « Au début, j'étais contre la libération des femmes. Peut-être que je ressentais cela parce que je ne savais pas que j'avais besoin d'être libérée¹³⁹ », confie Pineles en 1978. Pourtant, ces femmes communiquent à leurs lectrices un agenda qu'il est possible de qualifier aujourd'hui de féministe¹⁴⁰. *Charm* refuse de transformer la travailleuse en objet de fantasme, créant un espace visuel où les femmes actives peuvent se reconnaître sans être réduites à leur apparence sexualisée. La femme au travail devient simplement normale, naturelle, légitime. Le magazine ne résout pas la contradiction entre travail féminin et subordination, mais il la rend visible d'une manière nouvelle, posant les jalons d'une représentation qui contraste avec tout ce qui l'a précédé. Une tentative sincère de construire un regard féminin sur le travail féminin, affirmant la dignité plutôt que la dégradation.

139 International Typeface Corporation, *U&lc Magazine*, vol. 5, n° 3, 1978, p. 7.

140 Scotford, Martha, « The Tenth Pioneer », *op. cit.*

L'Olivetti Girl

Les hommes étaient ceux qui pouvaient tout faire.
Les femmes, elles, étaient censées être des systèmes à but unique, hautement programmés, prédéterminés, conçus et adaptés pour une seule fonction. Elles ont fonctionné comme une “infrastructure” non reconnue comme telle par notre société et notre culture.
L’usage, la consommation et la circulation de leurs corps sexualisés soutiennent l’organisation et la reproduction de l’ordre social, auquel elles n’ont jamais participé en tant que “sujets”. Tout repose sur leur complicité: «les femmes sont la possibilité de médiation, de transaction, de transition, du transfert... entre l’homme et son semblables, voire entre l’homme et lui-même.»

Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, *op. cit.*, p.36, citant Irigaray, Luce, *Ce sexe qui n'en est pas un*, Paris, Les éditions de Minuit, 1977, p.190.



Fig. 35



Fig. 36



Fig. 37

Alors que *Charm* tentait de construire une représentation digne de la travailleuse, la campagne publicitaire lancée par *Olivetti* en 1972 pour sa machine à écrire électrique cristallise au contraire des décennies de représentations dégradantes du travail féminin. Réalisée par le designer graphique George Lois et diffusées dans les magazines grand public et à la télévision américaine, ces images ont pour figure centrale l'*Olivetti Girl*, une dactylographe qui incarne l'aboutissement des stratégies de négation des compétences féminines.

À travers des encarts publicitaires et des spots télévisés, l'*Olivetti Electrical Typewriter* est vantée pour son cerveau intégré, censé éliminer les erreurs de frappe commises par les dactylographes qui, présumément, n'ont pas le cerveau nécessaire pour les éviter. Le message est explicite :

Il est vrai qu'elle est peut-être plus jolie que d'autres dactylos, mais elle n'est pas nécessairement plus intelligente. Alors, qu'est-ce qui fait d'une Olivetti Girl une dactylographe aussi phénoménale ? Sa brillante machine à écrire électrique Olivetti, bien sûr ! Cette machine à écrire peut réellement penser par elle-même, car elle possède un cerveau à l'intérieur [fig. 38]

Cette formulation résume l'ensemble du projet publicitaire : réduction de la valeur féminine à l'apparence physique, négation explicite des compétences intellectuelles, transfert de toute capacité cognitive vers la machine. La machine devient littéralement le cerveau que la femme n'a pas.

Cette absence de cerveau s'accompagne visuellement de tous les codes de la féminité attendue d'une jolie secrétaire modèle. L'*Olivetti Girl* a moins de trente ans et porte des vêtements aux couleurs saturées typiques de l'esthétique pop des années 1970. Elle porte invariablement des jupes, ancrant visuellement son appartenance à un code vestimentaire féminin strict. Les cheveux sont coiffés au carré ou mi-longs, toujours impeccablement arrangés. Le sourire omniprésent constitue la signature visuelle de cette figure. Dans plusieurs visuels [fig. 35, 36, 38], il atteint

Who is the Olivetti girl?

The Olivetti girl is a secretary/typist who's been attracting lots of attention lately for her amazing performance on the typewriter. Because no matter how fast she types she rarely makes a mistake! Now, she may be prettier than other typists, but she's not necessarily any brainier. Then what makes an Olivetti girl such a phenomenal typist? Her brainy Olivetti Electric Typewriter, of course! This typewriter can actually think for itself. Because it has a brain inside that makes the four most common typing mistakes absolutely impossible. No flying caps!

No improper spacing!
No shading or ghosting!
No crowding or piling!

That's why an Olivetti girl can really belt it out.
And is sharper, looser, never uptight.
That's why an Olivetti girl has more fun.
And that is why people are saying such terribly nice things about her.

olivetti

The American Dream Machines

office typewriters
portable typewriters
calculators
accounting machines
adding machines
electronic billing systems
microcomputers
computer terminals
office copiers

P.S. to Office Managers:
You never have to overspend for an Olivetti Electric Typewriter! Because we have six different models, priced from \$265 to \$705, each matched to a specific secretarial work load. (Did you know that mismatched typewriters are costing American business millions of dollars a year?) To get more information, see the Yellow Pages for the nearest Olivetti office.

And why
are people saying
such terribly
nice things
about her.



Fig. 38

True Confessions of an Olivetti girl.

(or, How a change
in typewriters
changed my life)

I was the jumpiest, touchiest,
grouchiest secretary in the office.
I used to dress sloppy, just like my typing.
I even had nightmares about typing mistakes.
But when I got an Olivetti Electric Typewriter—
heaven!

What's Olivetti got?
Don't laugh. It's got a brain inside.
A brain that makes the four most common
typing mistakes absolutely impossible.
So I no longer go "ooooops" over flying caps,
shading and ghosting, crowding and piling,
and improper spacing.
I can type a blue streak without mistakes.
And now that I type sharper, I look sharper.
People are starting to like me.
In fact, there's not a man in the office
who isn't crazy about me!

olivetti
The American Dream Machines

office typewriters
portable typewriters
calculators
accounting machines
adding machines
electronic billing systems
microcomputers
computer terminals
office copiers



Fig. 39

Be the first Olivetti girl in your office.

We're looking for guinea girls
who aren't afraid to be different.
Aren't afraid to break with office tradition.
Who aren't afraid to be seen with Olivetti Electric
Typewriters on their desks.

What can an Olivetti do
that other typewriters can't do?
It can think for itself. Because it has a brain inside
that makes the four most common
typing mistakes absolutely impossible.
No flying caps!
No improper spacing!
No shading or ghosting!
No crowding or piling!

In other words, Olivetti takes the "ooooops"
out of your typing. Which means an Olivetti girl
can really put it out. She's sharper, looser,
newer upright. She has more fun.

Now, we ask you, isn't that worth the trouble?
Why be just an ordinary typist
when you can be an Olivetti girl?

olivetti
The American Dream Machines

office typewriters
portable typewriters
calculators
accounting machines
adding machines
electronic billing systems
microcomputers
computer terminals
office copiers



© 1981 by Office Management
This advertisement is copyrighted for all
rights reserved. No part of this
advertisement may be reproduced without
written permission from Office Management.
We have an excellent model
available from 1980 to 1981, each equipped
with a special separating work unit
that can make that handwritten letter
or document a perfect
business document.
To get more information,
ask for Yellow Pages.

Fig. 40

une intensité presque inquiétante, comme si les muscles faciaux étaient contractés au maximum de leur capacité. Les yeux se plissent entièrement, les pommettes remontent, la mâchoire se tend. Ce n'est plus un sourire de contentement mais une performance de bonheur forcé dont l'expression volontairement naïve semble dire « regardez comme je suis heureuse de ne pas avoir à réfléchir ». Dans l'encart *True Confessions of an Olivetti Girl* [fig. 39], ce sourire se mue en grimace, la main devant la bouche suggérant soit la timidité, soit la dissimulation d'un rire moqueur. Son environnement de travail est délibérément épuré. Pas de papiers, pas de dossiers, pas d'indices d'une quelconque activité intellectuelle. L'arrière plan est un aplat blanc, créant un vide conceptuel où seuls existent la machine et son opératrice.

L'appellation *Olivetti Girl* révèle une stratégie qui s'inscrit dans la lignée des représentations stéréotypées de femmes depuis le début du siècle. Mais là où la *Gibson Girl* conservait un certain désir d'autonomie, l'*Olivetti Girl* revendique sa subordination comme une qualité, faisant de sa dépendance à la machine l'essence même de son identité professionnelle. Cette dépendance assumée trouve son expression la plus absurde dans un spot publicitaire télévisé [fig. 41]. On y découvre que l'*Olivetti Girl* a été promue secrétaire exécutive. Lorsqu'on lui annonce qu'elle doit se rendre dans un autre bureau, elle insiste pour emmener sa machine *Olivetti* avec elle. La séquence la montre alors se déplacer en portant péniblement l'imposante machine à écrire dans ses bras, gémissant et grognant sous le poids, adoptant une démarche maladroite et ridicule. Cette mise en scène transforme la dépendance en spectacle comique où la secrétaire ne peut littéralement pas fonctionner sans sa machine, même si cela signifie se ridiculiser publiquement. Sa promotion n'est pas le fruit de ses compétences mais de celles de l'objet qu'elle transporte comme un fardeau indispensable. En reprenant consciemment cette formule éprouvée — associer un nom de marque à un type féminin reconnaissable — Olivetti construit ainsi un idéal professionnel explicitement régressif où l'incompétence devient une qualité désirable et la subordination totale à la machine, une fierté.

La dactylographe n'a aucun mérite propre, pas plus qu'une pièce intégrée à la machine. Appendice neutre et remplaçable,

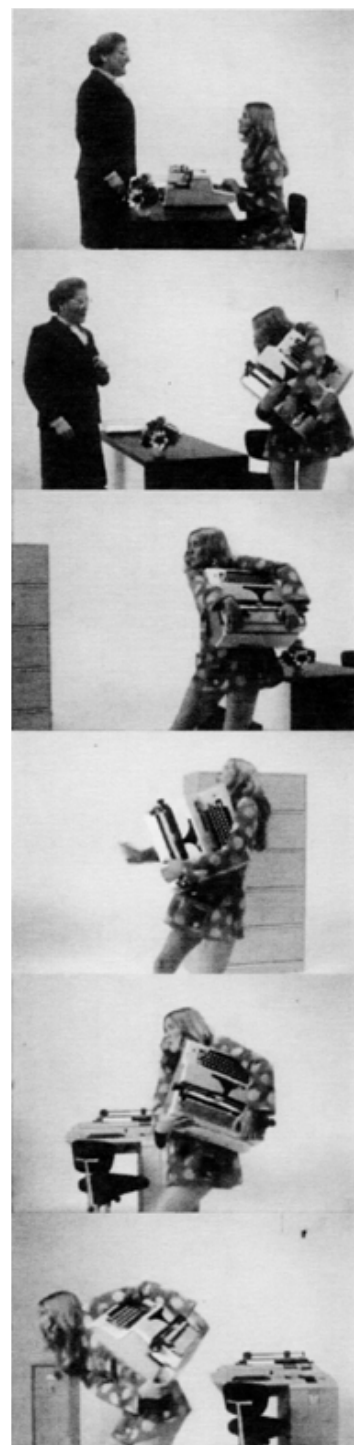


Fig. 41

elle fait partie d'un « réseau fragmenté de microprocesseurs, fait de femmes et de machines [...] sous la stricte surveillance d'un œil surveillant¹⁴¹ ». Cet œil, omniprésent et masculin, se matérialise dans l'une des publicités de la série, *Be the first Olivetti Girl in your office* [fig. 40], où cinq hommes en costume observent l'*Olivetti Girl* à l'œuvre. Les corps masculins forment une architecture de surveillance autour d'elle. Vêtus de costumes sombres contrastant visuellement avec sa robe rouge, ils adoptent des postures identiques : penchés en avant, bras croisés ou mains dans les poches, certains appuyés sur le bureau pour se rapprocher encore davantage. Leurs regards convergent tous vers la travailleuse. Elle ne retourne pas leur regard, préférant fixer l'objectif de la caméra comme pour chercher de l'aide, son éternel sourire en place. Ce n'est pas son texte qu'ils observent. Pas besoin de vérifier l'écrit puisque la machine garantit sa perfection. C'est bien elle qu'ils surveillent, s'assurant qu'elle ne flanche pas, qu'elle ne dérègle pas la mécanique. Elle n'est plus qu'une pièce à maintenir sous contrôle, objectivée et sexualisée, tandis que la machine, elle, effectue bien son travail.

Cette objectification sexuelle ne reste pas implicite. La campagne transforme explicitement la dactylographe en objet de désir masculin. Dans *True Confessions of an Olivetti Girl* [fig. 39], elle se vante sans pudeur : « En fait, il n'y a pas un homme au bureau qui ne soit pas fou de moi ! » Le message est clair : pendant que la machine effectue son travail, la valeur de la femme se mesure uniquement à sa capacité de satisfaire le regard masculin.

Cette répartition des rôles devient encore plus explicite dans le spot publicitaire *Olivetti Girls Are Noticed !* qui reprend le même scénario, mais où l'on entend les commentaires de ses collègues masculins en supplément : « Hi Miss ! », « You're looking great today, Susan ! » Le bureau se transforme en lieu où la performance féminine consiste non pas à produire un travail de qualité, mais à maintenir un niveau de séduction constant pour le divertissement des collègues.

Cette campagne provoque un tollé auprès des secrétaires américaines et de la *National Organization for Women*, qui organisent des manifestations devant le siège new-yorkais d'*Olivetti*. Parmi les manifestantes figure Shere Hite, l'une des

141 Plant, Sadie, *Zeros + Ones*, op. cit., p. 121.

modèles ayant posé pour la campagne, qui découvre avec indignation le message véhiculé qu'elle ignorait lors des séances photo. Cette révélation la pousse à rejoindre les protestations contre sa propre image détournée. Elle deviendra plus tard l'autrice de *The Hite Report*¹⁴² sur la sexualité féminine et une figure majeure du mouvement féministe, transformant sa participation à cette campagne dégradante en force de combat.

La compagnie répond à ces protestations par un nouveau visuel [fig. 42] reprenant les mêmes codes visuels, mais incarnant cette fois l'*Olivetti Girl* par un homme : Joe Namath, célèbre *quarterback* des *New York Jets* et icône de masculinité sportive. Le titre proclame « Joe Namath is an Olivetti Girl », suggérant que le simple fait qu'un homme puisse tenir ce rôle annule le rabaissement des publicités précédentes. Namath est photographié dans la même posture que les femmes de la campagne, assis devant une machine *Olivetti*, souriant presque timidement vers l'objectif. La version télévisée [fig. 43] montre une femme cadre, impressionnée par ses performances de frappe, qui finit par lui faire des avances : « Vous faites du très bon travail, Joseph. Au fait, que faites-vous ce soir pour dîner ? ». La publicité se conclut par un clin d'œil de Namath à la caméra, accentué par le tintement de la cloche de la machine lorsqu'elle atteint la fin de la ligne, signal que — grâce à sa machine *Olivetti* — il a accompli son objectif.

Cette inversion des rôles s'inscrit dans une tradition plus ancienne d'images dites « comiques » où l'échange genré vise à ridiculiser les revendications féminines. Le simple fait qu'une femme puisse être en position de dominance était censé être amusant. Une carte postale [fig. 44] illustre ce mécanisme en montrant un homme dactylographe assis à la machine, tandis qu'une femme jouant sa supérieure l'embrasse par surprise, comme tout bon patron.

George Lois explique cette réponse : « Il fallait faire quelque chose. Qui peut lutter contre la fureur d'une femme ? J'ai capitulé¹⁴³ ». Mais cette capitulation constitue moins une reconnaissance des compétences dactylographiques qu'une moquerie des protestations féministes, révélant l'incapacité ou le refus de remettre en question les stéréotypes de genre.



Fig. 42



Fig. 43



Fig. 44

Cette campagne s'inscrit dans une continuité visuelle significative. Publiée dans *Life* en 1972, elle trouve sa place dans un magazine qui, depuis le début du siècle, façonne les représentations acceptables de la féminité moderne. Les mêmes pages qui accueillent l'*Olivetti Girl* avaient, des décennies auparavant, véhiculé les figures de la *New Woman* [fig. 21-24].

Celle-ci s'ancre également dans une période de transition technologique où la machine à écrire et son opératrice ne seront bientôt plus nécessaires. Elle révèle que la technologie est devenue si perfectionnée qu'elle n'a plus besoin du « cerveau discipliné » de la dactylographe. Au fur et à mesure que la machine évolue, la femme devient de moins en moins indispensable au fonctionnement d'une technologie dont elle est pourtant la figure.

Le métier disparaîtra progressivement une décennie après cette campagne, mais cette évolution technologique ne libère pas les femmes pour autant. L'arrivée des outils informatiques dans les années 1980 reproduit ces mécanismes d'exclusion. Les secrétaires occupent alors une position paradoxale : leurs expériences comme dactylographes étaient censées les rendre expertes dans l'utilisation des nouveaux outils, mais elles sont aussi perçues comme « une "couche" de travail qui pouvait facilement être dissoute¹⁴⁴ ». Les postes féminins perdent progressivement leur légitimité dans l'organisation du travail, et les secrétaires sont les premières sacrifiées lorsqu'il faut réduire les dépenses¹⁴⁵.

L'arrivée de l'ordinateur personnel commence également à dissocier le clavier de son assignation genrée¹⁴⁶. Un rapport de 1982 sur l'automatisation des bureaux prédisait que les cadres masculins n'accepteraient jamais d'utiliser des ordinateurs à moins de pouvoir leur dicter directement, comme à des secrétaires¹⁴⁷. Cette prédiction ne se réalise pas. Les jeunes hommes apprennent désormais la dactylographie au lycée pour opérer les claviers d'ordinateur. Ce qui était considéré comme une compétence naturellement féminine devient soudain une qualification technique neutre dès lors que les hommes s'en emparent.

L'*Olivetti Girl* apparaît ainsi comme le symbole de cette transition. Aboutissement de décennies de stratégies réduisant

142 Hite, Shere, *The Hite Report. A National Study of Female Sexuality*, New York, Dell, 1976.

143 George Lois (site officiel), « The National Organization for Women versus Broadway Joe Namath », georgelois.com, consulté le 12.10.2025.

144 Lingel, Jessa, Crawford, Kate, « "Alexa, Tell Me about Your Mother". The History of the Secretary and the End of Secrecy », in Aristarkhovav, Irina, Lee, Robyn, Pienaar, Kiran, *Catalyst: Feminism, Theory, Technoscience*, vol. 1, n° 1, San Diego, University of California, San Diego Department of Visual Arts, 2020. p. 8.

145 *Ibid.*

146 LUPTON, Ellen, *Mechanical Brides*, op. cit., p. 48.

147 *Ibid.*

les femmes à des appendices mécaniques, elle annonce paradoxalement la fin d'une époque. Les protestations qu'elle suscite et la disparition progressive du métier signalent que le système de subordination construit autour de la machine à écrire atteint ses limites. Les femmes formées à ces technologies n'ont pas disparu avec les machines. Elles emportent une expertise technique et une conscience forgée dans la résistance à leur invisibilisation. L'exclusion et la dévalorisation du travail féminin se déplace vers de nouveaux terrains technologiques où les mêmes luttes se poursuivent sous d'autres formes.

when she sits at the machine,
rays from the cathode stream
directly into her chest.
when she worked as a clerk, the rays
from the xerox angled upward,
striking her under the chin.
when she waited tables the micro oven
sat at stomach level.
when she typeset for Safeway,
dipping her hands in processor
chemicals, her hands burned and peeled
and her chest ached from the fumes.

well we know who makes everything
we use or can't use.
as the world piles itself up
on the bones of the years,
so our labor gathers.

[...]

I tug at the door, definitely locked.
peer in through the glass, water and dark,
see two supervisors standing 25 yard in,
talking, faces turned away.
oh good, I think, they'll let me in.
I knock on the glass, cold to my fist.
not too loud, just enough to let them know.
they glance at me, continue talking.
I knock again, louder.
one man looks right at me, turns his back.
I am furious, let me in!
and knock again, my fist white where it is
clenched. BAM BAM BAM pause
BAM BAM BAM BAM BAM
they don't even look up.
I knock harder and harder, the glass
shaking in its frame.
I imagine my hands smashing through the pane,
shaking their collars, bloody but triumphant.

Conclusion

La première fois que j'ai découvert la série photographique *Poema* de Lenora de Barros [fig. 45], j'ai immédiatement ressenti qu'elle cristallisait l'essence de cette recherche. Dans cette séquence d'images en noir et blanc, une langue féminine entre progressivement en contact avec les touches d'une machine à écrire. Ce qui commence comme une danse sensuelle se transforme en mutilation. Littéralement, la langue se voit bloquée, déchirée par les pièces de métal qui servent habituellement à copier les mots d'un autre.

Tous les thèmes que j'ai explorés se lient dans ces photographies. La femme s'empare de la machine, se mêle à elle ; sa sexualisation à travers cet objet technique ; le maintien au bas de l'échelle hiérarchique par la privation de parole ; le rabaissement ; la supériorité intellectuelle supposée de la machine ; l'incapacité à transformer la parole en mots. La langue qui lèche, qui goûte les touches, les barres de caractères, l'encre, évoque cette sexualité détournée vers l'objet technique, rappelant comment la dactylographe fut systématiquement réduite à un objet de désir masculin jusque dans l'exercice de son travail. Puis la langue qui effleure se voit transpercée par les tiges métalliques qui se referment sur elle comme un piège. L'accès de la femme à l'écriture s'opère au prix de la mutilation de sa capacité d'expression. L'organe responsable de la communication est déchiré, censurant la voix. La femme n'a plus besoin que de ses doigts pour servir d'intermédiaire silencieux entre la pensée masculine et sa matérialisation écrite.

Pourtant, cette œuvre révèle une subversion dissimulée. C'est elle qui appuie sur les touches. C'est elle qui initie le contact, qui contrôle l'interaction. En mettant en scène sa propre langue dans ce dispositif, de Barros reprend le contrôle de l'image et de la narration. Son geste transforme l'apparente soumission en acte délibéré de résistance et de dénonciation. Elle choisit de révéler la violence du système en la performant elle-même, devenant à la fois victime et agent de sa propre critique.

*Le grand jeu de l'histoire, c'est à qui s'emparera des règles,
qui prendra la place de ceux qui les utilisent, qui se*



Fig. 45

*déguisera pour les pervertir, les utiliser à contresens et les retourner contre ceux qui les avaient imposées ; qui, s'introduisant dans le complexe appareil, le fera fonctionner de telle sorte que les dominateurs se trouveront dominés par leurs propres règles*¹⁴⁸.

Par le biais d'un objet technique s'est révélé un système de contrôle social qui a réussi à intégrer les femmes au monde professionnel tout en préservant leur subordination. Cette intégration ne fut jamais un progrès linéaire vers l'égalité, mais une série de négociations, de résistances et de récupérations. Les femmes ont toujours trouvé des moyens de détourner les dispositifs conçus pour les contrôler. Si la machine à écrire fut l'instrument de leur subordination, elle devint aussi, paradoxalement, un outil d'émancipation et de résistance quotidienne pour vaincre ceux qui font les règles en utilisant leurs propres règles.

Pourtant, si les images liées à cet objet relèvent aujourd'hui du stéréotype, la figure de la secrétaire comme incarnation d'une féminité désirable refuse de disparaître. Le métier s'est transformé, mais il suffit de parcourir les moteurs de recherche pour constater la ténacité de ces représentations dans notre « inconscient collectif¹⁴⁹ ». Elles façonnent encore notre imaginaire, témoignant de la capacité des stéréotypes visuels à survivre bien au-delà de leur époque.

L'Histoire n'est jamais neutre. Elle cristallise des rapports de pouvoir qu'elle contribue simultanément à transformer. Elle ne commence pas par une origine unique, ne se développe pas de manière linéaire, n'est jamais finale¹⁵⁰. Elle ressemble plutôt aux barres de caractères qui s'entremêlent lorsqu'on tape trop vite, ces mêmes barres qui emprisonnent la langue de Lenora de Barros, formant un amas métallique où aucune lettre ne parvient plus au papier. À travers cette recherche, j'ai tenté de démêler quelques-unes de ces barres bloquées, de libérer les lettres pour qu'elles puissent à nouveau frapper le papier et laisser leur marque visible.

148 Foucault, Michel, « Nietzsche, la généalogie, l'histoire », in Foucault, Michel, *Dits et écrits. 1954-1988*, n° 2, Paris, Gallimard, 1994, p. 158.

149 Our Polite Society, *The FACIT Model, Globalism, Localism, Identity*, Leipzig, Spector Books, 2019, p. 83.

150 Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist*, op. cit., p. 80.

Iconographie

Images d'ouverture

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Hortense Stollnitz tapant à la machine, des lumières de cyclegraphes fixées sur un coude et les mains*, 1916, © National Museum of American History.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Hortense Stollnitz tapant à la machine, des lumières de cyclegraphes sur la tête, un coude et les mains*, 1916, © National Museum of American History.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Cyclegraphe d'Hortense Stollnitz changeant le papier de sa machine à écrire*, 1916, © National Museum of American History.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Hortense Stollnitz tapant à la machine, des lumières de cyclegraphes visiblement sur la tête, un coude et les mains*, 1916, © National Museum of American History.

Figure 1.

The Treasury Department – The New Secretary Looking Around, in Booth, Mary Louise, *Harper's Bazar*, New York, Harper & Brothers, 3 avril 1869, p. 221, © Alice Marshall Women's History Collection Archives and Special Collections, Penn State Harrisburg Library, Pennsylvania State University

Figure 2.

Remington No. 1, « The Type-Writer », in Smith, Clarence Charles, *The Expert Typist*, New York, The Macmillan Company, 1922, p. 4.

Figure 3.

Buy the new Remington sewing machine, Bufford, 9 × 9 cm, 1872, © Boston Public Library, Print Department.

Figure 4.

Encart publicitaire « The shortest distance between the thought and the perfectly typewritten letter is the new easy-writing Royal typewriter », 28 × 35 cm, 1935, © Collection privée.

Figure 5.

IBM, *Livret d'utilisation IBM Model A Executive*, New York, 1953, p. 6–7.

Figure 6.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Étude des micro-mouvements d'Hortense Stollnitz*, Frank and Lillian Gilbreth, 1916, © Library of Management, Purdue University Libraries Archives and Special Collections

Figure 7.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, *Étude des micro-mouvements Margaret Owen*, 1916, © National Museum of American History.

Figure 8.

Atrium du Larkin Building, New York, 1906, © Larkin Company Photograph Collection, Buffalo History Museum

Figure 9.

Département de dactylographie du Larkin Building, New York, 1906, © Larkin Company Photograph Collection, Buffalo History Museum

Figure 10.

Wright, Frank Lloyd, *Bureau de Type B du Larkin Building*, New York, 1906, © Larkin Company Photograph Collection, Buffalo History Museum

Figure 11.

Chaise de dactylographe (1896), in Giedion, Sigfried, *Mechanization Takes Command*, Oxford, Oxford University Press, 1948, p. 405.

Figure 12.

Wright, Frank Lloyd, *Fauteuil de bureau du Larkin Building*, 94,6 × 61,9 × 53,3 cm, 1906, © Domino's Center for Architecture and Design, Ann Arbor.

Figure 13.

Donald Deskey Associates, *Photographie time-motion d'un bureau de la marque Globe Wernicke*, in 1954, © Deskey Archive, Cooper-Hewitt, National Museum of Design.

Figure 14.

Art Metal., *Encart publicitaire « Two handsome chairs. They'll become the backbone of your company »*, New York, 1967, © Collection privée.

Figure 15.

Carte postale « humoristique » (1913), in Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters: Women in Office-related Advertising, Humor, Glamour, and Erotica*, Laren, Virtual Typewriter Museum, 2003, p. 32.

Figure 16.

Carte postale « humoristique » (1913), in Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters: Women in Office-related Advertising, Humor, Glamour, and Erotica*, Laren, Virtual Typewriter Museum, 2003, p. 33.

Figure 17.

Encart publicitaire pour la marque de machine à écrire Yost, s.d., © Collection privée.

Figure 18.

Stephens, Alice Barber, *The Woman in Society*, in Rorer, Sarah Tyson (dir.), *The Ladies' Home Journal*, Des Moines, Meredith Corporation, 1897, © Winterthur Library, Printed Book and Periodical Collection.

Figure 19.

Gibson, Charles Dana, *Mr. Gibson's American Girl, The Ladies' Home Journal*, op. cit., 1903.

Figure 20.

Fox Typewriter Co., *Encart publicitaire « It's a Fox »*, 1910, © Domaine public.

Figure 21.

Phillips, Coles, *Net Results, Life*, 24 août 1911.

Figure 22.

Phillips, Coles, *The Time of Her Life, Life*, 5 août 1909.

Figure 23.

Held, John, *Hold 'Em, Life*, 19 novembre 1925.

Figure 24.

Held, John, *Teaching Old Dogs New Tricks, Life*, 18 février 1928.

Figure 25.

Photographie érotique d'une Flapper (1920), in Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters*, op. cit., p. 77.

Figure 26.

Photographie érotique d'une Flapper (1920), in Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters*, op. cit., p. 77.

Figure 27.

Bureau of Engraving and Printing (B. Rig), *EQUIPMENT IS PRECIOUS!*, Washington, U.S. Government Printing Office, 71 × 50 cm, 1943, © Collections de The Henry Ford.

Figure 28.

Friden Inc., *Encart publicitaire « When Alice Leaves Will She Take Your Billing System With Her ? »*, in Banks, Louis (dir.), *Fortune magazine*, New York, Fortune Media Group Holdings, 25,4 × 33 cm, 1967.

Figure 29.

Friden Inc., *Encart publicitaire « When Alice Leaves Will She Take Your Billing System With Her ? »*, in Banks, Louis (dir.), *Fortune magazine*, New York, Fortune Media Group Holdings, 1967.

Figure 30.

Ellis, Estelle, Federico, Helen, *Campagne de publipostage du magazine Charm*, 1944, © National Museum of American History.

Figure 31.

Ellis, Estelle, Federico, Helen, *Campagne de publipostage du magazine Charm*, 1944, © National Museum of American History.

Figure 32.

Ellis, Estelle, Federico, Helen, *Campagne de publipostage du magazine Charm*, 1944, © National Museum of American History.

Figure 33.

Valentine, Helen (dir.), *Couverture du magazine Charm*, 1951

Figure 34.

Valentine, Helen (dir.), *Pages intérieures du magazine Charm*, septembre 1957.

Figure 35.

Lois, George, *Encart publicitaire* « Join the Olivetti Girls », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 36.

Lois, George, *Encart publicitaire* « We won't let you misuse an Olivetti Girl! », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 37.

Lois, George, *Encart publicitaire* « Who is the Olivetti Girl? », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 38.

Lois, George, *Encart publicitaire* « Who is the Olivetti Girl? », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 39.

Lois, George, *Encart publicitaire* « True Confessions of an Olivetti Girl », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 40.

Lois, George, *Encart publicitaire* « Be the first Olivetti Girl in your office », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 41.

Lois, George (dir.), *spot publicitaire* « Olivetti girls get ahead », États-Unis, 30 secondes, 1972, © Archivio Nazionale Cinema Impresa.

Figure 42.

Lois, George, *Encart publicitaire* « Joe Namath is an Olivetti Girl », New York, Olivetti Corp., 1972.

Figure 43.

Lois, George (dir.), *spot publicitaire* « Who is the Olivetti Girl? », États-Unis, 30 secondes, 1972, © Archivio Nazionale Cinema Impresa.

Figure 44.

An up-to-date Typewriter, s.d. (années 1910).

Figure 45.

De Barros, Lenora, *Poema*, impression jet d'encre sur papier coton, 139,7 × 29,8 cm, 1979.

Bibliographie

Histoire de la machine à écrire

Bliven, Bruce Jr., *The Wonderful Writing Machine*, New York, Random House, 1954.

Book, William Frederick, *Learning to Typewrite*, Bloomington, Indiana University Press, 1925.

Current, Richard Nelson, *The Typewriter and the Men Who Made It*, Urbana, University of Illinois Press, 1954.

Gardey, Delphine, « La standardisation d'une pratique technique : la dactylographie (1883-1930) », in *Réseaux*, vol. 16, n° 87, Paris, La Découverte, 1998, p. 75-103.

Kittler, Friedrich A., *Gramophone, Film, Typewriter*, traduit de l'allemand (Allemagne) par Vargoz, Frédérique, Dijon, Les Presses du Réel, 2018 (é.o. 1986).

Munk, Thomas, *The Typewriter Database*, typewriterdatabase.com, consulté le 10.09.2025.

ROBERT, Paul, *The Virtual Typewriter Museum*, typewritermuseum.org, consulté le 11.15.2025.

Ramos Silva, Maria, *Type Design for Typewriters: Olivetti*, mémoire de master, University of Reading, Reading, 2015.

Our Polite Society, *The FACIT Model. Globalism, Localism, Identity*, Leipzig, Spector Books, 2019.

Wresler-Henry, Darren, *The Iron Whim. A Fragmented History of Typewriting*, New York, Cornell University Press, 2005.

Histoire générale

Foucault, Michel, « Nietzsche, la généalogie, l'histoire », in Foucault, Michel, *Dits et écrits. 1954-1988*, n° 2, Paris, Gallimard, 1994, p. 145-172.

Pynt, Jennifer & Higgs, Joy, « Nineteenth-Century Patent Seating: Too Comfortable to be Moral? », in Lees-Maffei, Grace, *Journal of Design History*, vol. 21, n° 3, Oxford, Oxford University Press, 2008, p. 277-288.

Bernays, Edward, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, traduit de l'anglais (États-Unis) par Bonis, Oristelle, Paris, Zones, 2007 (é.o. 1928).

Rationalisation du travail

Braverman, Harry, *Travail et capitalisme monopoliste. La dégradation du travail au XX^e siècle*, traduit de l'anglais (États-Unis) par Letellier, Dominique, Niémetz, Serge, Paris, Les éditions sociales, 2023 (é.o. 1976).

Leroy, Alice, « En cuisine comme à l'usine, Lilian Gilbreth et la rationalisation du travail domestique », in *Panthère Première*, n° 6, 2021.

Stiegler, Bernd, « Frank Bunker Gilbreth. La normalisation comme art de vivre », traduit de l'allemand (Allemagne) par Torrent, Jean, in *Transbordeur. Photographie histoire société*, n° 1, 2017 (é.o. 1994), pp. 150-165.

Féminisation du travail de bureau et conditions de travail

Anderson, Gregory (dir.), *The White-Blouse Revolution. Female Office Workers Since 1870*, New York, Manchester University Press, 1988.

Benét, Mary Kathleen, *Secretary. Enquiry into the Female Ghetto*, Londres, Sidgwick & Jackson, 1972

Davies, Margery, *Woman's Place is at the Typewriter. Office Work and Office Workers, 1870-1930*, Philadelphie, Temple University Press, 1982.

Dominici, Michèle (dir.), *Et l'homme créa la secrétaire*, France, Zadig Productions, 52 minutes, 2025.

Gardey, Delphine, « Mécaniser l'écriture et photographier la parole. Utopies, monde du bureau et histoires de genre et de techniques », in *Annales. Histoire, Sciences sociales*, n° 3, 1999, p. 587-614.

Kessler-Harris, Alice, *Out to Work. A History of Wage-Earning Women in the United States*, New York, Oxford University Press, 2003.

Lingel, Jessa, Crawford, Kate, « "Alexa, Tell Me about Your Mother". The History of the Secretary and the End of Secrecy », in Aristarkhovav, Irina, Lee, Robyn, Pienaar, Kiran, *Catalyst: Feminism, Theory, Technoscience*, vol. 1, n° 1, San Diego, University of California, San Diego Department of Visual Arts, 2020.

Wikander, Ulla, « Women's Work in Europe 1789-1950. Gender, Power and Division of Labor », traduit du suédois (Suède) par Frühauf, Christine, in *The American Historical Review*, n° 106, 2001, p. 247

Femmes, technologie et subversion

Altmann, Susanne, *When Technology Was Female. Histories of Construction and Deconstruction, 1917-1989*, Amsterdam, If I Can't Dance, 2024.

Balgiu, Alex, De La Torre, Mónica (dir.), *Women in Concrete Poetry. 1959-1979*, New York, Primary Information, 2020.

Brodine, Karen, *Woman Sitting at the Machine. Thinking*, Seattle, Red Letter Press, 1990.

MMS, *The Natural Enemies of Books. A Messy History of Women in Printing and Typography*, Londres, Occasional Papers, 2020.

Plant, Sadie, *Zeros + Ones. Digital Women + the New Technoculture*, Londres, Fourth Estate, 1997.

Sully, Isabelle, *Unbidden Tongues #1. Introverse Arrangements*, Paris, Publication Studio, 2020.

Sully, Isabelle, *Unbidden Tongues #2. Woman Sitting at the Machine, Thinking and Censorship*, Paris, Publication Studio, 2020.

Représentations féminines

Berger, John, *Voir le voir*, traduit de l'anglais (Angleterre) par Triomphe, Monique, Paris, B42, 2014 (é.o. 1972).

Jackson, Sarah K., *Typewriters Typing Typist. A Performance History*, thèse de doctorat, Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College, Baton Rouge, 2009.

Kitch, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2001.

Lupton, Ellen, *Mechanical Brides. Women and Machines from Home to Office*, New York, Cooper-Hewitt National Museum of Design & Princeton Architectural Press, 1993.

Perkins, Tessa E., « Rethinking Stereotypes », in Barrett, Michèle, Corrigan, Philip, Kuhn, Annette, WOLFF, Janet (dir.), *Ideology and Cultural Production*, Londres, Croom Helm, 1979, p. 135-159.

Robert, Paul, *Sexy Legs and Typewriters. Women in Office-related Advertising, Humor, Glamour, and Erotica*, Laren, Virtual Typewriter Museum, 2003.

George Lois (site officiel), georgelois.com, consulté le 12.10.2025.

Scotford, Martha, « The Tenth Pioneer », in Walters, John L. (dir.), *Eye Magazine*, n°18, Londres, 1995, eyemagazine.com, consulté le 12.10.2025.

Écrits féministes

Hite, Shere, *The Hite Report. A National Study of Female Sexuality*, New York, Dell, 1976.

Irigaray, Luce, *Ce sexe qui n'en est pas un*, Paris, Les éditions de Minuit, 1977.

Irigaray, Luce, *Speculum. De l'autre femme*, Paris, Les éditions de Minuit, 1974.

Perrot, Michelle, *Les femmes ou les silences de l'histoire*, Paris, Flammarion, 2020 (é.o. 1998).

Pietrucci, Sophie, Vientiane, Chris, Vincent, Aude, *Contre les publicités sexistes*, Paris, L'Échappée, 2012.

Russ, Joanna, *Comment torpiller l'écriture des femmes*, traduit de l'anglais (États-Unis) par Hermellin, Cécile, Paris, Zones, 2025 (é.o. 1983).

Scott, Joan Wallach, *Gender and the Politics of History*, New York, Columbia University Press, 1988.

Zwer, Nephtys, *Pour un spatio-féminisme. De l'espace à la carte*, Paris, La Découverte, 2024.

Ramos Silva, Maria, « Typewriter / Typeface. The Legacy of the Writing Machine in Type Design », in Coles, Stephen & Litherland, Caren, *Typographica*, typographica.org, consulté le 05.09.2025.

Sowersby, Kris, « Pitch Design Information », in *Klim Type Foundry*, 2012, klim.co.nz, consulté le 23.08.2025.

Women In Type, women-in-type.com, consulté le 02.10.2025.

Design graphique et typographie

Benbrahim, Dalila, « What Does a Feminist Graphic Design History in the United States Look Like ? », in *Alphabettes*, 2020, alphabettes.org, consulté le 04.12.2025.

Froshaug, Anthony, « Typography is a Grid », in *The Designer*, n°167, 1967.

International Typeface Corporation, *U&lc Magazine*, vol. 5, n° 3, 1978.

Levit, Briar (réal.), *Graphic Means. A History of Graphic Design Production*, Briar Levit (prod.), États-Unis, 84 minutes, 2017.

Écrit et composé par Eve Satouf
Imprimé à l'ESAD Valence en décembre 2025.
DNSEP Design graphique 2025–2026
École Supérieure d'Art et Design Valence

Imprimé sur papier Munken Print White 80 g/m².
Textes composés en HAL Timezone, publiée par
HAL Typefaces en 2021.

Je tiens à remercier l'équipe pédagogique pour leur accompagnement
et leurs conseils. Gros bisous à mes camarades de promotion !
Merci à ma maman de m'avoir légué sa machine à écrire. <3



Images de couverture

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, Hortense Stollnitz, championne de dactylographie, tapant à la machine ; des lumières de cyclegraphes sont visibles sur sa tête, un de ses coudes et ses mains, des câbles sont visibles le long de ses bras, 1916, © National Museum of American History.

Gilbreth, Frank, Gilbreth, Lillian, Hortense Stollnitz, assise sur une chaise, tend les mains comme si elle tapait à la machine. Anna Gold, championne de dactylographie, regarde l'objectif, tandis que Lillian Gilbreth observe Stollnitz. P. L. Waters, formateur chez Remington, ajuste la position de son bras, 1916, © National Museum of American History.

468612c