

Qui a peur des petits romans à l'eau de rose?

Caroline Barrett

Number 15, October–November 1984

Les littératures « fast food »

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/20218ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Nuit blanche, le magazine du livre

ISSN

0823-2490 (print)

1923-3191 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrett, C. (1984). Qui a peur des petits romans à l'eau de rose? *Nuit blanche*, (15), 56–56.

qui a peur des petits romans à l'eau de rose ?

On a tout dit, tout écrit, ou presque, sur la littérature sentimentale populaire. Qui ne sait pas, ou en tout cas ne se doute pas que la compagnie qui publie les célèbres romans Harlequin est devenue une multinationale étendant ses tentacules jusque dans les pays du Moyen-Orient, au Brésil, au Japon, et qu'à Montréal, un kiosque à journaux de la station Berri-Dumontigny vend à lui seul, en moyenne, 15 000 romans Harlequin par année? Des millions de personnes, de femmes pour la plupart, consomment donc ces romans à l'eau de rose et, selon leurs dires, ne s'en portent pas plus mal.

Mais les romans Harlequin et consorts sont loin de faire une telle unanimité chez bien des personnes qui, la plupart du temps, se sont bien gardées d'en lire, ne serait-ce qu'un seul. Ou alors, si elles ont consenti à fréquenter ce genre de littérature, c'était le plus souvent pour s'en moquer et, du même coup, se moquer

(mépriser?) de ces femmes candides qui se laissent prendre (croit-on) à ces histoires de jolies jeunes filles amoureuses de beaux ténébreux.

Le débat autour de la qualité littéraire et sociale des romans Harlequin se situe à plusieurs niveaux. On s'interroge sur la valeur textuelle d'un récit qui, de toute façon, n'a jamais prétendu se distinguer par cela. On s'inquiète aussi de ce que ces romans soient le véhicule privilégié des stéréotypes les plus sclérosants: soumission sentimentale, infériorité économique et sociale des femmes. Cette dernière critique n'est pas sans fondements, les romans Harlequin n'étant ni très novateurs ni très progressistes. Au contraire, ils pécheraient plutôt par excès de conformisme. Mais là où le bât blesse, c'est au moment où les critiques, aussi bien intentionnées soient-elles, confondent consommatrices et produits, attribuant aux premières les défauts de ces derniers.

Les romans Harlequin et tous les autres romans du même genre plaisent, sont lus et relus des millions de fois. Sont-ils les grands responsables de l'aliénation émotive que l'on impute bien rapidement aux femmes qui les consomment? L'aliénation est préexistante aux romans Harlequin et n'est pas l'apanage de ces femmes de classe moyenne, grandes lectrices de «petits romans à l'eau de rose» et boucs émissaires, malgré elles, d'une société qui n'a pas réglé ses contradictions quant à la question des femmes. ■

Caroline Barrett

