Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 68 (1980)

Heft: [10]

Artikel: Journaux féministes d'ailleurs

Autor: S.Ch.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-276142

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 18.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Journaux féministes d'ailleurs

PRESSE

Les journaux féministes présents à Copenhague

Plusieurs séminaires ont réuni les éditrices ou rédactrices de périodiques féministes. Voici quelques exemples de cette presse dont l'une des caractéristiques constantes et qui a presque toujours été évoquée, est la peine à tourner financièrement. A part quelques magazines à gros tirage, les journaux féministes — comme tous les journaux d'opinion — sont toujours à la recherche de fonds.

Les rédactrices se plaignaient aussi presque toutes de ne pas recevoir automatiquement les nouvelles importantes concernant les femmes, de devoir les chercher : les seules informations qu'elles reçoivent éventuellement concernent le sexe ou des histoires à scandale.

COURAGE (Allemagne fédérale)

Si « Emma » est le journal bien connu des féministes radicales, COURAGE représente d'autres tendances du féminisme allemand. « Le premier est contre les hommes, le second est pour les femmes », disait l'une des rédactrices.

Le journal doit son nom à la « Landstürzerin Courage », héroïne de la guerre de 30 ans, dont l'histoire est contée dans le Simplicissimus de Grimmelshausen. Tiré à 70 000 exemplaires, il est vendu dans les kiosques d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse. La publicité y est très restreinte : quelques livres, d'autres journaux d'opinion, des théâtres, des centres pour femmes.

Contrairement à Emma qui emploie des journalistes professionnelles, COURAGE fait essentiellement appel à ses lectrices.

Le sujet de chaque numéro est annoncé un mois à l'avance et un collectif de 15 femmes s'occupe de la présentation du dossier constitué de ces contributions personnelles et de témoignages. Sujets : « De quoi devenir folle, les femmes dans la psychiatrie », « les femmes vertes », « les handicapées », « l'amour des filles »...

Les options de Courage sont nettes : contre le nucléaire, pour la paix à tout prix (il ne faudrait plus aller soigner les blessés, disent les rédactrices), contre certaines formes de publicité, pour le salaire du travail ménager...

EFFE (Italie)

En 1973, 9 femmes dont 2 journalistes avaient fondé une coopérative dans le but de lancer un magazine féministe. Bien entendu, passant par un éditeur et par tout le système commercial et de distribution masculin, ce journal coûtait les yeux de la tête, d'autant plus qu'il n'avait pas de publicité. Les collaboratrices travaillaient bénévolement et devaient toutes gagner leur vie autrement. Elles ont essayé de trouver des annonces, en vain : la publicité est dominée en Italie par la politique. Elles ont essayé d'autres façons de financer leur journal, dont le collectif ; mais quand chacune veut dire son avis, quand 50 personnes veulent écrire leur couplet dans le journal, cela ne va pas ! Le collectif a été dissout. Alors, cet été, une petite équipe a changé la présentation du journal, renoncé au luxueux magazine et opté pour un journal d'aspect et de papier plus modestes. Souhaitons-leur longue et bonne vie, car le contenu est valable et très intéressant.

MANUSHI (Inde)

Un groupe de réflexion était né, il y a quelques années, à l'Université de la New Dehli : des femmes discutaient de la condition féminine, elles cherchèrent bientôt à rencontrer des femmes d'autres milieux, puis eurent l'idée de créer un journal pour les femmes. A un questionnaire qu'elles avaient envoyé à toutes leurs connaissances, on répondit avec enthousiasme : avant le premier numéro, elles avaient réuni 20 000 roupies.

Le groupe de femmes créa un collectif, choisit le nom de MANUSHI (la femme en hindi) et les 2 000 exemplaires du premier numéro furent liquidé en 4 jours. Actuellement, elles tirent à 10 000 exemplaires et Manushi paraît en deux éditions (anglais et hindi) mensuelles.

La publicité y est restreinte (quelques industries) ; le journal est fait d'articles de fond, d'interviews, de reportages sur des femmes en Inde, de poèmes et de lettres de lectrices. Manushi est utilisé dans des groupes de femmes, dans les usines, dans les faubourgs, pour faire partir la discussion. Je retiens l'histoire de cette jeune fille du Bangladesh, de 18 ans, qui, depuis 6 ans, travaille déguisée en garçon, pour gagner davantage et soutenir sa mère veuve et ses frères et sœurs. « Il y a des féministes en parole, il y en a en actions », Amina est de la seconde espèce, dit Manushi qui lance une action de soutien pour cette jeune fille qui a été récemment inquiétée par la police.

VIVA (Kenya)

62 pages dont 31 de publicité et quelle publicité ! Essentiellement des produits de beauté, de la mode, des savons et déodorants, le tout avec des visages noirs, cela surprend plutôt. « La publicité est bien souvent en contradiction avec la partie rédactionnelle », me dit la rédactrice en me tendant un exemplaire.

A lire les articles, c'est vrai, le journal est très féministe : un édito qui s'indigne que les femmes atteintes de maladies vénériennes soient emprisonnées, alors que les hommes ne sont jamais poursuivis ! Un article sur les femmes mariées qui exercent une profession, un autre sur les associations féminines, leur reprochant de s'occuper d'alphabétisation, de cours de premiers soins, d'éducation des femmes... au lieu de prendre en main la lutte pour les droits de la femme ; l'avis de trois hommes sur le MLF, trois hommes plutôt opposés, mais ces dames promettent de leur répondre dans le prochain numéro.

Le journal s'adresse sans doute à une population citadine assez occidentalisée : un article de mode, l'horoscope (ou plutôt le vivascope), l'interview de l'épouse d'un homme politique important complètent le magazine et le raprochent beaucoup des nôtres.

IDEAL WOMAN (Ghana)

Magazine beaucoup plus modeste, en papier de journal sans couleur, il contient 12 pages de publicité (cigarettes et industries) sur 36 pages.

« Il n'y avait aucun journal pour les femmes », nous dit l'une de ses fondatrices, aussi « Ideal Woman » veut-il être non seulement leur journal, mais un lien entre elles. S'il donne un article sur la femme et la loi, une étude sur la condition des sages-femmes, de brèves informations politiques, il consacre beaucoup de place au courrier des lectrices, au club d'enfants (avec la liste des nouveaux adhérents) et de ceux qui ont leur anniversaire dans le courant du mois). Il y a aussi une page intitulée « Puis-je vous aider » qui est un vrai courrier du cœur. (Daavi Abla répond personnellement sur demande).

S. Ch