

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: 77 (1989)

Heft: 4

Artikel: Le mutant créatif du fils de pub

Autor: Mantilleri, Brigitte

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-279028>

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: 12.07.2025

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



machos. Ils essaient de l'être moins, mais profondément j'ai l'impression que nous les hommes ne changeons pas beaucoup ».

Pour Jean-Blaise Fellay, les hommes ont changé de comportement, certes, mais essentiellement parce qu'ils ont compris que résister au changement leur causerait des difficultés plus grandes encore. Quant à Jean-Marc Jacot, il affirme lapidairement : « Il n'y a pas de « nouvel homme », il n'y a que de vieux hommes qui ne s'adaptent pas à l'évolution ».



Mais peut-on dissocier la question du « nouvel homme », au sens du « nouveau mâle », de la question plus générale de l'évolution de « l'homme générique », selon l'expression de Peter Tschopp ? Selon le professeur genevois, c'est l'asservissement des contingences matérielles qui permettra aux hommes et aux femmes d'après-demain de vivre des relations réellement égalitaires. Marc Faessler, lui, met l'accent sur le supplément d'humanité qui reste à acquérir pour les deux sexes.

Dans cette optique, c'est à Jean-Blaise Fellay que nous allons donner le mot de la fin : « Si je trouve, en général, les tendances à l'égalité et à la répartition des tâches fort sympathiques, elles ne jouent pas un rôle décisif dans la réussite du couple (...) Chaque fois que j'ai partagé de près les drames d'un couple, les difficultés se situaient au cœur de l'individu. Plus profondément que sa profession, plus profondément que son sexe et, bien sûr, très au-delà de ses comportements sociaux. On découvre de vieilles blessures, des écrasements, des peurs, des haines qui remontent à l'enfance. Cet être blessé a de la peine à se situer, il fuit, il se cache ou il agresse. Pour pouvoir parler d'un homme nouveau, il faudrait que le vieil homme (ou plutôt le vieil enfant) soit guéri. Et que, guéri, il devienne capable d'établir une relation stable, confiante, aimante. Mais ça, c'est une tout autre histoire encore ».

Une tout autre histoire... Il ne faudrait pas que, au nom de cette histoire-là, le problème de la parité sociale, économique et sexuelle dans le couple soit occulté. Mais il est probablement vrai que l'institution d'une telle parité est une condition nécessaire mais non suffisante pour la mise en place de relations femmes/hommes satisfaisantes dans le monde de demain.

Silvia Ricci Lempen

Le mutant créatif du fils de pub

Pour Jacques Séguéla, le nouvel homme saura faire l'équilibre entre l'avoir et l'être.

Talonné par son attachée de presse, Jacques Séguéla, l'homme de publicité français par excellence, était de passage à Genève pour lancer son dernier livre : **Demain, il sera trop star**.* Grâce à de précieux complices, j'ai réussi à prendre cette comète dans les filets de *Femmes Suisses*.

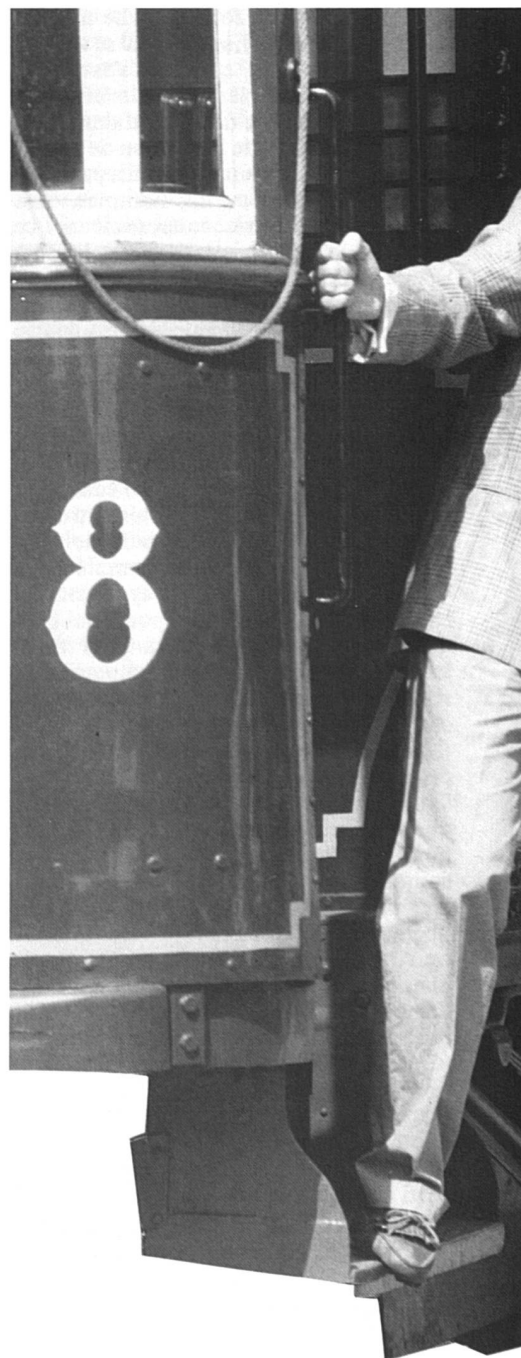
Jacques Séguéla, à bout de voix mais le sourire aux lèvres, a parlé de « son » nouvel homme, entre une émission de radio et un programme de télévision.

FS — Est-ce qu'un nouvel homme se trouve parmi vos stars d'hier et aujourd'hui ?

J.S. — Non, parce que je crois que le nouvel homme est en train de s'inventer. Il y a des moments un peu bénis comme ça où les siècles tournent la page, où les générations changent, et où s'inventent vraiment de nouveaux types de société. Nous avons vécu au sortir de la guerre la société de consommation. L'homme de la société de consommation a été l'homme du quantitatif, l'homme de l'avoir qui, chaque année, devait avoir une voiture plus grande que celle de son voisin, chaque jour une chemise plus propre que celle de son copain. Finalement, il a brûlé la vie et s'est brûlé les doigts à force de vouloir tout digérer.

68 est arrivé avec son nouvel homme, celui de l'être. Il fallait être bien dans sa voiture, dans sa chemise, dans sa peau. Il a accouché de la société de communication avec ce tube cathodique devenu roi, le besoin de tout stariser jusqu'à l'excès ; mais avec cette volonté aussi d'aider les femmes à se libérer, et d'essayer d'exister avec les drames d'incompréhension qui ont traversé toute cette génération, finalement assez battue, assez perdue.

Il me semble, mais Mme Soleil serait peut-être plus avisée que moi pour en parler, que s'invente aujourd'hui une troisième société, celle de l'harmonisation, qui va essayer de faire l'équilibre entre les deux précédentes, en prenant le meilleur des deux. Son nouvel homme saura gérer le paradoxe de la synthèse entre l'avoir et l'être. Et puis vous savez, ce troisième millénaire que l'on a décrit à la Spielberg, dans les étoiles et les navettes spatiales, sera au contraire un troisième millénaire de recentrage et de redécouverte de ces valeurs que les sociétés de consommation et de communication ont balayées. Le nouvel homme va être père, enfant, amant, copain. Il va abandonner un peu la phallogratie et va



surtout être adaptable. Il va être gosse avec son fils, il va être maîtresse avec sa femme, père avec sa propre famille... la flexibilité sera sa première qualité.

Il sera aussi polysensualiste. Jusqu'à présent, les hommes n'ont eu aucune sensua-



lité, ni dans leur habillement, ni dans leur comportement... ça commence à bouger : la diététique, les produits de beauté pour hommes existent. Le prêt-à-porter a fait des progrès énormes. Enfin on ose ne plus porter de cravate, même si un présentateur T.V. peut encore recevoir des milliers de lettres s'il n'en porte pas. L'homme qui n'avait simplement que deux yeux et deux oreilles va enfin aussi toucher, respirer et goûter la vie, chaque chose de la vie. Cela signifie que la publicité sera polysensualiste, que le cinéma sera polysensualiste... Le

achats qui le passionnent qu'hyper-raisonnable pour ceux qui ne le concernent pas. Par exemple, il sera prêt, si l'automobile n'est pas sa passion, à acheter tout simplement une voiture d'occasion !

FS — Il sera donc moins conditionné.

J.S. — Oui, un mutant. Il sera plus libre, un être de choix et de créativité avec ses propres frontières, ses propres territoires d'existence. Il va essayer d'être de plus en plus tolérant... je sais que c'est débile de dire cela le jour où Khomeiny jette l'anathème sur un écrivain maudit, mais c'est tout de même la tolérance qui a le plus manqué à l'homme de consommation et de communication. Il sera aussi plus tolérant avec la femme, ce qui signifiera la presque fin du machisme... Car la lutte menée jusqu'à présent s'est soldée par une soumission aux femmes et puis progressivement par un désintérêt pour les femmes, du style : « Ouh la la, je ne m'en mêle pas, ce n'est plus mon domaine. »

Je crois qu'il y aura un « partenariat » et donc de moins en moins de mariage et de plus en plus de fidélité. Le nouvel homme va être fidèle mais il pourra quitter la femme de sa vie en trente secondes s'il pense être allé au bout du chemin.

FS — Si vous deviez vendre ce nouvel homme en termes de publicité, quel serait votre slogan ?

J.S. — Je dirais : **Deviens ce que tu es.** Créer des hommes ou des femmes à leur propre image et non pas des hommes ou des femmes qui ne font que suivre des modèles. Il faut laisser l'être humain choisir la liberté. Les générations précédentes n'ont pas inventé le nouvel homme, c'est aujourd'hui qu'on est en train de l'inventer.

FS — Les stars sont nimbées d'érotisme, jouent sur la séduction, les contrastes, le nouvel homme soi-disant non phallocrate et moins macho pourra-t-il être une star ?

J.S. — Il y aura fatalement dans les représentants de cette société des nouveaux hommes qui deviendront des mythes parce qu'ils porteront cette nouvelle aspiration. Christoph Lambert a failli l'être. Il est juste passé à côté de la gloire. Lambert Wilson lui est sur le bon chemin... Si Isabelle Adjani est la nouvelle femme, son mari idéal pourrait bien être Lambert Wilson.

FS — Jésus-Christ Superstar... Le Christ était-il le nouvel homme de son époque ?

J.S. — Bien sûr, c'est lui qui a inventé le socialisme.

*Propos recueillis par
Brigitte Mantilleri*

* Flammarion.



succès du « Grand Bleu », c'est ça. Grâce à sa musique, à ses images, c'est un film que l'on regarde, que l'on sent, que l'on boit, que l'on touche.

Le nouvel homme sera l'homme du paradoxe. Aussi déraisonnable dans les

«Femmes Suisses» au Salon du livre



Le stand de *Femmes Suisses* au Salon du livre de l'année dernière.

Pour prolonger la réflexion ouverte avec notre questionnaire en compagnie de quelques-unes des personnalités qui y ont répondu, nous organisons, dans le cadre du Salon du livre, une

table ronde sur le thème

À NOUVELLE FEMME, NOUVEL HOMME?

le samedi 29 avril, à 15 h
sur le podium central de Palexpo

Participant-e-s :

Mary-Anna Barbey, journaliste à *L'Illustré*.

Christophe Baroni, psychologue, écrivain, professeur, rédacteur de la revue *Ouverture*.

Bernard Crettaz, directeur du Musée d'ethnographie de Genève.

Laurence Deonna, écrivaine et reporter.

Henry Mottu, pasteur, professeur de théologie à l'Université de Genève.

Animation : Silvia Ricci Lempen, rédactrice de *Femmes Suisses*.

Comme l'année dernière, *Femmes Suisses* tiendra un stand pendant toute la durée du salon, du mercredi 26 au dimanche 30 avril ; ce stand sera situé à la rue Machiavel 33. Nous vous invitons chaleureusement à venir nous voir et à échanger des idées avec les membres de notre équipe qui s'y relaieront. Si vous allez au Salon du livre entre le mercredi et le vendredi et que vous souhaitiez y retourner le samedi pour assister à notre table ronde, nous aurons le plaisir de vous offrir une carte d'entrée gratuite, que vous pouvez venir retirer au stand en tout temps.

A bientôt !