

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: 79 (1991)
Heft: 1

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.02.2025

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

SOMMAIRE

Entre nous soit dit 4*Suisse actuelles* 5*Appenzell: un jugement politique?**Dossier* 8*Médias: les femmes demandent l'antenne**Société* 14*EPFL: histoire d'une exclusion**Harcèlement: l'impossible combat**Monde* 17*Européennes de tous les pays...**Cantons actuelles* 19*Fonctionnaire: nom généralement masculin**Tessin: bureau à la poubelle**Culturelles* 22*Drôles de Cendrillons**Publication* 24*Vers la majorité politique*

Photo de couverture: un exemple de bonne télévision sur une question dite «féminine», la récente «Table ouverte» sur la féminisation du langage, conduite par Eliane Baillif (photo Télévision suisse romande).

ÉDITO

La culture médiatique



Dans une société qui change à la vitesse grand V (bonjour 1991!) le féminisme doit non seulement chercher de nouvelles réponses, mais poser de nouvelles questions. Par exemple, on ne peut pas continuer à parler de l'intégration politique des femmes dans les mêmes termes qu'il y a vingt ans, à l'heure où des thèmes neufs comme l'environnement ou l'Europe occupent le devant de la scène publique. De même, le problème de la place des femmes dans le monde du travail doit désormais être abordé en fonction d'un contexte économique marqué par la tendance à la déréglementation, à l'informatisation galopante, à la croissance du tertiaire et à l'émer-

gence de valeurs post-matérialistes.

Le thème des femmes dans les médias, qui fait l'objet de notre dossier de ce mois, est un excellent champ d'exercice pour ce nécessaire *aggiornamento*. Si les revendications traditionnelles concernant le nombre et la situation des femmes journalistes dans les rédactions, ou l'élimination des poncifs sexistes dans la presse écrite et audiovisuelle, restent – et comment! – d'actualité, ces revendications revêtent un autre sens dans les années nonante que dans les années septante. Aujourd'hui, il ne s'agit plus seulement de rendre justice à la moitié discriminée de la population, il s'agit aussi de montrer le rapport qui existe entre le masculinisme foncier de notre culture médiatique et certaines des tares qui l'affectent à notre époque, de montrer en quoi la féminisation de cette culture pourrait en améliorer la qualité.

Comme notre dossier porte essentiellement sur les médias audiovisuels, prenons l'exemple des feuilletons télévisés. Les femmes y sont généralement présentées soit comme des écervelées futiles, soit comme des garces, soit, dans le meilleur des cas, comme de discrètes faire-valoir des héros masculins. Or, le recours persistant à ce genre de stéréotypes ne relève plus seulement du sexisme: il s'inscrit dans une tendance plus générale vers la facilité, la superficialité, le conformisme démagogique qui se traduit également, dans une bonne partie de la presse écrite, par la place grandissante accordée aux rubriques «gens» et aux faits divers.

Attention: je ne suis pas en train de dire que les femmes sont, dans l'ensemble, des consommatrices de médias plus averties que les hommes (les feuilletons, elles adorent, et la vie des stars aussi); ni que les femmes sont, dans l'ensemble, de meilleures journalistes ou de meilleures productrices de programmes que les hommes (il suffit d'entendre parler celles qui travaillent dans certaines chaînes de télévision privées européennes pour s'en convaincre). Je suis en train de dire, ce qui est très différent, que demander aux médias de présenter les femmes et les relations entre les sexes de manière moins conventionnelle, plus prospective et plus intelligente, c'est en même temps leur demander de remonter la pente de la massification de la culture et de l'information-spectacle, leur demander de devenir enfin des instruments valables pour déchiffrer le monde.

Un sujet de réflexion pour tous. Ceci traitent les questions féminines de questions ghettos.

Silvia Ricci Lempen 3

