

Objekttyp: **TableOfContent**

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

Band (Jahr): **80 (1992)**

Heft 3

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Entre nous soit dit 4

Suisse actuelles 5

Toujours plus vulnérables

Dossier 7

En voiture, mesdames!

Fantasmes sous le capot

De la pin-up à la battante

La course, une passion

Société 14

Ceux de Gurs

Profession: femme de pasteur

Cantons actuelles 19

Agenda

Courrier

Cultur...elles 22

Un cri pour l'Égypte

Création 24



Photo de couverture :
Sylviane Beutler

Une fleur au capot



Photo Edouard Curchod

Voici qu'en marge du salon de l'automobile, *Femmes Suisses* consacre son dossier à la voiture, sujet à priori peu destiné à entrer dans le courant des idées féministes de notre époque. Associer la femme à cet objet qui a été si longtemps réservé à un bastion unilatéralement masculin et chercher à comprendre quel rôle elle y joue nous a semblé un intéressant terrain d'investigation; et nous n'avons pas été déçues.

Etrange coïncidence que le parallélisme qui voit se développer côte à côte depuis la fin du siècle dernier l'émancipation féminine et l'évolution technique de la voiture. Deux destins nés ensemble et qui ont fini par se rejoindre pour vivre en symbiose «presque» parfaite. La voiture a été un facteur non négligeable de libération de la femme. Finie l'époque où il fallait dépendre d'une âme charitable pour le transport des achats lourds ou encombrants, pour l'évasion d'une journée ou pour se rendre chez le médecin.

Plus lointain encore le temps où les villages vivaient en autarcie. Se suffisant à eux-mêmes, leurs habitants, mais surtout leurs habitantes, ne sortaient guère du territoire communal. La voiture a permis de dépasser ces frontières, élargissant du même coup les esprits et permettant une ouverture au monde extérieur. La femme y a gagné en autonomie.

La voiture est à l'image de la société actuelle. Facteur d'indépendance et d'ouverture d'une part, elle est aussi un moyen de transport essentiellement individualiste. Le «Touche pas à ma bagnole!» d'un certain parti est inquiétant mais symptomatique. L'ambiguïté entre la vision individuelle et la vision à l'échelle de l'humanité est frappante. Bienfait pour l'individu, l'automobile représente un danger pour l'ensemble de la société par les nuisances qu'à l'heure actuelle nous ne maîtrisons pas. Il faut donc trouver des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chacun, même si c'est au prix d'un changement de nos habitudes. On devrait consentir un soutien financier plus important aux transports en commun en développant une complémentarité entre les divers moyens de communication.

Si la femme a été durant longtemps utilisatrice passive, elle devient maintenant consommatrice avertie, acheteuse potentielle, influençant le marketing, le design et l'évolution même de l'automobile. Pour elle, la publicité vante le confort, la propreté, le silence et la sécurité de la voiture.

La femme a donc une influence et un rôle à jouer sur les options prises dans la conception de la voiture de l'an 2000 et des transports publics en général. Elle doit en prendre conscience et s'impliquer dans ce processus. Renoncer à la voiture est utopique, mais l'adapter à notre environnement afin de le conserver viable est un défi que les femmes peuvent relever.