

Des sites à soi

Autor(en): **Beyeler, Mariette**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **86 (1998)**

Heft 1415

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-284649>

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.

DES SITES À SOI

Face à cette situation, des stratégies visant la promotion des femmes sur Internet ont été développées, soit par l'aménagement de sites Internet spécifiques, soit par l'organisation de groupes de discussion réservés aux femmes - remarquons que cette limitation est plutôt aléatoire, vu que l'identité n'est pas vraiment contrôlable.

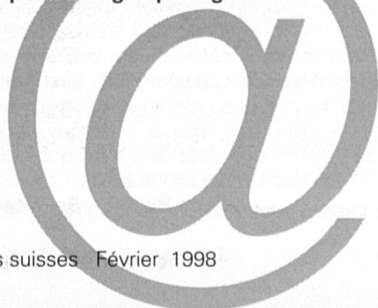
Les sites visant la promotion des femmes sur Internet contiennent des pages de formation, où sont expliqués la terminologie, les outils et la manière de faire. Souvent de très bonne qualité, ces sites représentent par leur contenu une possibilité de familiarisation agréable avec Internet, d'autant plus qu'ils indiquent également des liens, c'est-à-dire les adresses d'autres sites sélectionnés. Ces liens permettent souvent d'accéder à l'information recherchée - en tout cas dans un premier temps - tout en évitant de se perdre dans de longues recherches pas toujours soldées de succès. Aucun site suisse intéressant de promotion des femmes n'a été répertorié.

Les trois sites suivants sont intéressants tant au niveau du contenu, de la formation et des liens proposés, qu'au niveau de la présentation graphique.

<http://www.amazone.be> (site belge en version française, anglaise ou hollandaise)
<http://www.reference.be/womweb/> (en anglais)
<http://www.pleiades-net.com> (en anglais)

D'autres sites utilisent Internet comme outil de promotion des intérêts des femmes. Ils proposent notamment des listes importantes de liens, avec l'objectif de rendre accessibles, de mettre en relation et de créer des réseaux d'échange des ressources pour renforcer l'impact des organisations de femmes, féminines et féministes.

<http://www.igc.apc.org/vsister>



LA PAIX EN RÉSEAU

Pour les femmes actives dans des organisations non gouvernementales, Internet et le courrier électronique représentent la variante mise à jour du travail traditionnel en réseau. Depuis la quatrième Conférence mondiale sur les femmes de Beijing en 1995, l'outil a fait ses preuves, notamment sous l'impulsion de l'Association for Progressive Communications (APC), une association qui investit Internet pour la promotion de la paix, le développement de la conscience, la justice sociale, etc.

Dans le même esprit, trois bureaux de femmes de l'ONU: *Division for the Advancement of Women (DAW)*, *United Nations Development Fund for Women (UNIFEM)* et *International Research and Training Institute for the Advancement of Women (INSTRAW)* ont organisé le site *WomenWatch*.
<http://www.gn.apc.org/gn/women/index.html>
<http://www.un.org/womenwatch>

INTERNÉNETTES

Loin d'utiliser Internet comme une fin en soi ou comme simple support d'information, ces sites stimulent la réflexion sur la présence des femmes dans le cyberspace, l'espace virtuel ou numérique, sur les conséquences du courrier électronique au niveau éthique ou juridique, notamment la protection des données.

Toutefois, ces réflexions restent sans écho dans la plupart des sites destinés aux femmes. Consacrés à l'information et au divertissement, ces sites sont d'une qualité très variable, comparable à la presse féminine.

Internettes:
<http://www.internettes.fr> (en français)
Pénélopes: <http://www.mire.net/penelopes/somfran.htm> (en français)
Cybergrrl: <http://www.cybergrrl.com> (en anglais)

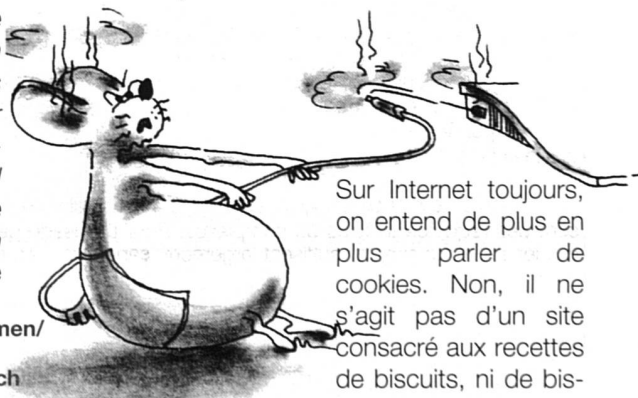
Womenswire:
<http://www.womenswire.com>
 (une liste de sites de femmes en anglais:
<http://www.weblust.com/links/women.html>)

FILS DE PUB

L'inondation par la publicité représente le problème principal de ces adresses (et d'ailleurs de beaucoup d'autres sites d'information, voire d'Internet en général). Dans la presse écrite, à la radio et à la télévision, la publicité revêt une forme spécifique et surtout reconnaissable, contrairement à Internet, où il est impossible de distinguer un article de fond d'un publi-reportage. D'où l'intérêt d'une réflexion sur des codes et des règles propres à Internet, afin d'éviter que les utilisateurs ne soient abusés en tant que cibles publicitaires.

Néanmoins, à titre d'illustration d'une adresse publicitaire, le site d'*Electrolux* a au moins le mérite d'être original.

<http://www.electrolux.se>



Sur Internet toujours, on entend de plus en plus parler de cookies. Non, il ne s'agit pas d'un site consacré aux recettes de biscuits, ni de biscuits tout court. Les

cookies sont des fichiers qui s'introduisent, depuis les sites qui les ont cuisinés, chez l'utilisatrice pour se loger sur son disque dur et pour y enregistrer ses préférences. L'objectif affirmé est de personnaliser l'accueil sur le site, mais on peut se demander si, derrière ce prétendu service à la clientèle (cookie = petit cadeau), ne se cache pas un autre *Cumulus*, un cadeau empoisonné permettant de truffier le site de publicités en rapport avec les intérêts et les habitudes des clientes. Facultatifs, les cookies ne s'imposent pas (encore). Leur existence révèle non seulement l'enjeu commercial et publicitaire que représente Internet, mais également des questions en rapport avec la protection des données et de l'identité. L'aménagement de l'espace virtuel, du cyberspace, demande la définition de nouveaux droits et codes, et il est de première importance que les femmes y participent!

Mariette Beyeler
 (mariette.beyeler@worldcom.ch)

