

Zeitschrift: L'Émilie : magazine socio-culturelles
Herausgeber: Association Femmes en Suisse et le Mouvement féministe
Band: [92] (2004)
Heft: 1489

Artikel: Quand douce biche et lion sauvage se cherchent...
Autor: André, Marie-Laure
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-282803>

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: 22.01.2025

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

Quand douce biche et lion sauvage se cherchent...

A l'heure où beaucoup de femmes pensent avoir gagné en indépendance, à l'heure où les hommes se targuent souvent de changer les couches de leurs enfants et à l'heure où on rit des stéréotypes de genre comme on rit d'une blague dépassée, il suffit de s'arrêter quelques instants sur ces femmes et ces hommes en quête d'amour dans la rubrique des petites annonces de l'Hebdo pour se rendre compte que dans le jeu de la séduction, l'important ce n'est pas l'égalité, c'est d'être Cendrillon ou le Prince Charmant.

MARIE-LAURE ANDRÉ

Une petite annonce c'est quelques mots pour convaincre l'autre qu'on cherche à aimer et être aimé en retour. De manière (in)consciente, femmes et hommes vont utiliser un échantillon de stéréotypes pour se décrire, des adjectifs qui peuvent paraître à certain-e-s, et notamment aux féministes averties, caricaturaux. Les femmes préfèrent ainsi mettre en avant des qualités telles que leur romantisme, leur beauté et leur sensibilité plutôt que de se défendre d'avoir une « bonne situation » et d'être indépendantes. De leur côté, les hommes utilisent également un éventail peu surprenant de termes pour se qualifier, comme l'aisance financière, la stabilité et le sérieux. Rares sont ceux qui s'aventurent à dévoiler un charme pétillant ou une gentillesse débordante. Les femmes ont la légèreté, la gaieté, les hommes ont l'intelligence et l'humour ; elles aiment la nature, ils sont sportifs. Parfois bien sûr, des femmes et des hommes se risquent à emprunter des stéréotypes généralement attribués à l'autre sexe, souvent en fin de liste, et de manière plus que modérée.

Un stéréotype c'est une description exagérée et réductrice d'une certaine catégorie de personnes, une généralisation culturellement partagée ayant pour particularité de minimiser les différences individuelles. Le stéréotype permet de simplifier notre appréhension du réel, c'est un processus de catégorisation qui nous pousse à définir les individus en termes d'appartenance à un groupe en faisant référence à un ensemble d'idées reçues. Femmes et hommes peuvent ainsi être catégorisé-e-s selon un ensemble d'images sommaires, préconçues et figées. Chaque sexe a son modèle préfabriqué de caractéristiques, son lot d'images qui ne fait non pas référence aux individualités mais à la catégo-

rie de sexe à laquelle chacun-e appartient. Le problème des stéréotypes de genre n'est pas qu'ils simplifient la réalité, mais qu'ils expriment l'existence d'une hiérarchie entre les stéréotypes féminins et masculins. La dévalorisation systématique des caractéristiques communes attribuées aux femmes, en opposition à la valorisation de celles des hommes, produit et pérennise les inégalités. Des stéréotypes tels que l'émotivité, la sensibilité et la passivité, attributs féminins par excellence, sont systématiquement dévalorisés, tandis que les stéréotypes masculins que sont l'action, l'indépendance et l'ambition sont généralement portés aux nues.

« Biche sauvage et doux lion ne se rencontrent guère : et pour cause, jamais ils ne se cherchent. »

Malgré une longue lutte féministe visant à la déconstruction et la dénonciation des schèmes collectifs figés dans lesquels les femmes restent emprisonnées, lutte qui a porté de timides fruits dans le monde professionnel par exemple, force est de constater - à regrets ? - qu'au jeu de l'amour et des sentiments, les stéréotypes de sexe sont presque systématiquement activés. Les petites annonces de l'Hebdo sont à ce titre un exemple frappant de la référence aux clichés les plus caricaturaux, chacun et chacune s'évertuant à trouver dans l'univers des formes préconçues l'essence stéréotypée de sa personne. En utilisant les stéréotypes pour se décrire en quelques mots, les femmes et les hommes ne font que répondre à des impératifs sociaux, à ce qu'on leur demande : « sois belle et tais-toi », « sois

fort et courageux ». Ne pas faire référence aux stéréotypes de son sexe c'est s'exposer à la raillerie, au rejet ou à la sanction sociale que génère toute déviance.

Au fond, un regard avisé sur les petites annonces de l'Hebdo nous apprend qu'en matière de séduction, la référence à la norme, au stéréotype, est l'impératif inébranlable si on veut espérer avoir encore ses chances d'être bien coté à l'argus sur le marché de l'amour. Résultat : deux chapelets distincts d'annonces identiques, une double répétition en-nuyeuse de quelques qualificatifs, et le constat regrettable (osons le mot : déprimant) que les rôles traditionnellement attribués aux femmes et aux hommes restent bien assis dans leur rapport de domination. Alors forcément, douce biche et lion sauvage toujours se cherchent et souvent se trouvent. Par contre, biche sauvage et doux lion ne se rencontrent guère : et pour cause, jamais ils ne se cherchent. •