Edito : la culture médiatique

Autor(en): **Ricci Lempen, Silvia**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **79 (1991)**

Heft 1

PDF erstellt am: **08.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-279577

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

10 JAN. 1991

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'émergence 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 ceux qui traitent les questions féminines de questions ghettos.

Silvia Ricci Lempen

BIBLIOTHEQUE DE GENEVE