

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: 70 (1982)

Heft: [2]

Artikel: ["Dis-moi comment tu dépenses..."] : (suite de la page 14)

Autor: Berenstein-Wavre, Jacqueline

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-276373>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

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

Militantisme et gratuité

Elisabeth, de l'organisation internationale, a fait, quant à elle, une autre expérience. «Lorsque nous avons voulu mettre sur pied un projet de séminaires de formation pour les femmes, nous n'avons pas reçu les fonds nécessaires de l'organisation. Aussi avons-nous dû les faire payer: c'est alors que des femmes nous ont dit qu'elles refusaient catégoriquement de devoir payer pour faire du féminisme!» C'est là une autre ambiguïté, et non des moindres, du «produit» féministe et de sa «clientèle»: si celle-ci se compose souvent, en grande partie, de féministes, le produit leur paraît revenir de droit. Il n'est pas fait seulement pour elles, mais d'une certaine manière, aussi par elles, productrices et consommatrices partageant les mêmes buts. L'échange «commercial» se complique alors grandement quand les acheteurs et les vendeurs, sur beaucoup de points, sont du même côté...

En outre, un service ou un produit investi d'un contenu idéologique semble devoir être gratuit au même titre que des tracts politiques ou des sacs en plastique qui portent le nom d'un magasin: la cause, comme la propagande, ça s'offre mais ne se vend pas, quel que soit le prix coûtant de l'objet proposé. Nous restons alors songeuses: faut-il donc nous culpabiliser de vendre une marchandise si elle est liée à une cause?

Pour le plaisir

Bien sûr, pour beaucoup de femmes, c'est justement ce lien à la «cause» qui les incite à acheter — c'est leur façon à elles de nous soutenir. Mais voilà que nous faisons encore les difficiles: chacune d'entre nous avoue se sentir un peu vexée quand elle a le sentiment de ne vendre que grâce à la solidarité — pour ne pas dire la charité — des acheteuses. «Notre produit sert une cause, c'est entendu!» s'exclame une des deux journalistes. Mais nous voudrions que nos lectrices s'abonnent d'abord pour le plaisir!»

S'il n'y avait pas dans les entreprises féministes cette double vocation (pour la cause et pour le plaisir), nous ne chercherais pas plus loin la source de nos soucis d'argent, puisqu'elle serait la même que pour tout mouvement d'opinion, toute

œuvre, toute «cause» vivant uniquement du bon cœur ou de la conviction des gens. Mais les entreprises féministes ne sont quant à elles pas des œuvres altruistes, mais bien des entreprises: soumises en ce sens aux mêmes lois du marché que les autres, et désireuses elles aussi d'offrir un produit qui plaît.

Affaires et amitié

C'est alors du côté des «vendeuses-productrices» que nous nous tournons, pour y découvrir, au fil des confessions, des choses étonnantes. Un dicton nous revient insidieusement en tête, qui dit qu'il ne faut pas faire de sentiment en affaires... Serait-ce par là que nous pécherions, par hasard?

«Moi, dit l'une, j'ai toujours de la peine à faire payer quelqu'un que je connais.» «C'est comme moi!» dit la seconde, «j'oublie» toujours de noter les consultations que je donne à la-copine-qui-ne-fait-que-passier, même si elle me prend une heure!» Et la troisième: «Et moi aussi: parfois des



femmes «se servent» sur une table — c'est à peine si j'ose leur dire que notre journal se vend!» Pas de sentiment en affaires? Dans les entreprises de femmes, c'est tout le contraire. Les rapports mercantiles sont tout entortillés de rapports affectifs, d'amitié et d'idéal. Les femmes autour de la table sont sur ce point unanimes: aucune d'entre nous n'a dans sa tête de cloisons bien solides entre ce qui est travail et ce qui est loisir, ce qui est payant et ce qui est gratuit, professionnel et amical, pour le gagne-pain ou pour la «cause»... tant dans notre vie quotidienne, le tout se mélange.

Alors: la grande «faille» des femmes serait-elle donc leur cohérence? Ce désir-

là, nous l'éprouvons toutes: pouvoir vivre dans notre travail, comme dans notre temps libre, avec nos sentiments, nos convictions et nos idéaux sans devoir fermer une porte pour en ouvrir une autre, faire taire une de nos voix pour que l'autre se fasse entendre. Utopie, bien sûr: la vie d'aujourd'hui est divisée de telle sorte que le privé ne croise jamais le public, que le plaisir se trouve à cent lieues du devoir, et que l'argent ne peut jeter sans rougir un regard du côté du sentiment.

Le maternage, encore

Mais ce besoin de cohérence, ce besoin de symbiose entre le travail et l'amour, le devoir et le plaisir, d'où nous vient-il donc, au monde?

De nous. De nos mères. De nos grand-mères. Nous les avons vues se lever les premières tous les matins, pour servir, nourrir, soigner, aimer tout au long de la journée, sans horaires de bureau, sans distinction de fonction, à la fois travailleuses et affectueuses, mélangeant dans leur esprit leur «devoir» et leur plaisir, le travail par amour et l'amour du travail. Si le monde des hommes a de tout temps séparé le domaine du travail et le domaine affectif, la sphère de l'argent et la sphère de la gratuité (n'est-ce pas, dans beaucoup de couples, les femmes seulement qui s'occupent de gérer l'argent du ménage, «lavant» ainsi pour les hommes leur domaine affectif et familial de toute valeur marchande?), la sphère d'activité des femmes, en revanche, est le lieu d'échanges constants entre valeurs marchandes et non-marchandes, la gestion de l'argent et la gestion des sentiments, la politique budgétaire et la politique éducative, l'équilibre financier et l'équilibre familial.

Comment assimiler alors, en l'espace d'une ou deux générations, l'habitude de cloisonnements entre côté factures et côté cœur, entre temps professionnel et temps du loisir? Dans la démarche des femmes à l'égard de l'argent, de son gain et de sa gestion, il faut voir les traces encore fraîches de la démarche maternelle: là où le travail n'est pas chiffré et où le temps n'est pas compté, l'habitude séculaire, et ineffaçable, d'un enfant qui pleure au milieu de la nuit...

C. Chaponnière

Suite de la page 14

La mère de famille: L'argent qu'on gagne soi-même et l'argent qu'on reçoit de son mari, c'est là toute la différence. La conquête du féminisme, c'est d'avoir de l'argent à soi, comme d'avoir une chambre à soi!

L'assistante sociale: C'est pourquoi il faut valoriser le travail ménager.

L'enseignante: Comme épouse et mère

de famille, tu as autant d'argent pour vivre que moi. Nous avons, me semble-t-il, le même niveau de vie. Ne te plains pas.

L'assistante sociale: C'est la qualité de vie qui est différente, selon l'idée que chacune se fait de l'argent dont elle dispose. D'ailleurs gagner, qu'est-ce que cela veut dire? En faisant ton ménage et en élevant ta fille, tu gagnes aussi.

La mère de famille: Non, je permets à mon mari de gagner et d'avoir une vie harmonieuse. C'est différent. Je suis une intermédiaire.

L'avocate: Le nouveau droit matrimonial dit «partenaire», ce sera mieux.

L'enseignante: Oui, ce sera mieux dans le code civil. Mais les mentalités, c'est aux féministes à les changer. Il faut décrasser les femmes de leurs complexes d'infériorité. Et toi, mère de famille, tu n'es pas complètement libérée.

La mère de famille: C'est une question de civilisation, une question de société.

L'assistante sociale: C'est ce qu'on dit quand on n'a rien d'autre à dire... (Rires)

Jacqueline Berenstein-Wavre