

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: 84 (1996)

Heft: 3

Artikel: La femme du Blick

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-280920>

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: 13.01.2026

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

LA FEMME DU BLICK

Sonja Bättig, politologue zurichoise, a comparé un mois (15 octobre au 15 novembre) de parution du quotidien suisse alémanique en 1975 avec le même mois en 1995 pour l'atelier «Femmes et médias» du 5^e Congrès des femmes. Voici les résultats de son analyse.

Connaissez-vous le *Blick*? Vous en avez entendu parler, mais vous ne l'avez jamais lu. Très dommage parce que vous avez raté ce qui est lu chaque jour par des centaines de milliers de Suisses (tirage 360.000 ex.). Mais qu'est-ce que le *Blick*? C'est d'abord un «faiseur d'opinion». C'est pourquoi il est incontournable. Du point de vue rédactionnel, il s'agit d'un journal de boulevard comme la Suisse romande n'en connaît pas. Sa mise en page est caractéristique : le texte en tant que tel n'est que secondaire, accessoire, simple commentaire des images. Au premier plan les gros titres (jusqu'à 15 centimètres) et les photos qui remplissent souvent un sixième voire un quart de page. Et la plupart des articles n'ont que quelques phrases...

C'est pourquoi les gens disent qu'ils «regardent le *Blick*», plutôt qu'ils le lisent. En effet, ce qui importe, c'est son côté visuel.

Une présence visuelle...

Faisons un jeu et calculons la présence visuelle des femmes dans le *Blick* en prenant une édition au hasard (celle du 16.10.95).

- 48 photos sur 20 pages (exception faite des 15 pages de publicité) = moyenne de 2,5 photos par page
- 14 photos pour la rubrique sport, restent 34 photos
- Sur ces 34 photos, 16 représentent une femme
- Ces 16 photos occupent chacune un sixième ou un quart de page. Peut-on dès lors en déduire une

bonne représentation des femmes au niveau visuel? Le type de photos choisies et leur grandeur indique plutôt que ces photos ont pour fonction d'attirer l'œil du lecteur.

... mais quel type de femme !

Rien d'étonnant à ce que la plus grande majorité des femmes apparaissent en tant que «femme à côté de...», «la copine de...» ou «l'épouse de...». Une autre catégorie peut être décrite comme «la femme seule, dans un contexte professionnel en tant que mannequin, chanteuse ou musicienne». Une troisième catégorie est la femme hors contexte, se présentant d'une manière lascive et sexualisée. La représentation type de ce genre se trouve à la page 4/5, sous la rubrique «Augenblick», anciennement la fameuse page 3, qui est constituée d'une photo soft-porno, souvent sans texte. Le *Blick* travaille essentiellement avec un voyeurisme latent. Soit en utilisant un langage sexuellement connoté, soit en montrant des images sexy, soit en écrivant sur des sujet sexuels. Et au cœur de cette approche, il y a toujours ... la femme, soit nue, soit comme accroche.

Les femmes se retrouvent surtout dans la décoration (mode) ou bien dans les mondanités (stars). Dans les deux cas, la femme est un repère, le symbole d'un statut social, le rêve d'un monde meilleur. C'est dans ce sens qu'elle est porteuse d'un message.

«La» femme est en premier lieu un divertissement, un clin d'œil, une attraction. Mais le *Blick* sait aussi pertinemment qu'il a des lectrices. Pour les conserver, le *Blick* est aussi volontairement prêt à «défendre les femmes». Regardons par exemple les articles sur des viols qui sont en défaveur de l'agresseur (ce qui ne veut pas dire qu'ils sont en faveur de la victime!). Le ton général est donné: la femme doit être protégée. Mais la victime n'apparaît pas de manière directe, l'accent est mis sur les agresseurs, sur la dénonciation.

... wir haben noch
4 Trümpfe! SEITE 11
SPORT

Bllick
SARAS-HEFT DER FRAUENZEITEN TAGESSCHREIBUNG

Montag, 19. Februar 1996 • • • • • Fr. 1.50

FLEXI auf Seite 4
Schweiz

Karibik-Horror für Schweizer

FERNER PLÄTZ - Karibik-
Reisebüro und Reiseagentur
FERNER PLÄTZ - Karibik-
Reisebüro und Reiseagentur
FERNER PLÄTZ - Karibik-
Reisebüro und Reiseagentur
FERNER PLÄTZ - Karibik-
Reisebüro und Reiseagentur

... Karibik-Horror für Schweizer

