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: 16.07.2025

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 5e 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.

Il est étonnant que la femme n'apparaisse pas en tant que mère (uniquement dans des articles de style «J'ai voulu un enfant avant 35 ans» sur Denise Bielmann, d'ailleurs montrée sans enfant). Sujet tabou? L'explication reste à trouver.

La femme - le sexe qui fait peur

Les femmes sont très courtisées en tant qu'exception (par exemple A. Simmel qui a reçu le prix Nobel), mais dès qu'elles avancent «en masse», elles effrayent. Un article sur la Foire du Livre de Francfort évoque une grande avancée des femmes dans l'écriture. Mais l'accent est mis sur une citation de l'écrivain Cornelius Fischer: «J'ai peur qu'on nous évince, nous, les hommes écrivains.»

Les femmes font peur, mais cette peur peut aussi être excitante. Observez les images soft-porno et voyez si les femmes sourient ou si elles sont plutôt agressives. Vous découvrirez un double message émanant des femmes nues de la page 4/5. D'un côté la femme-objet-soumise (au regard du lecteur), montrée dans toute son intimité, souvent dans une position de défense, de l'autre la femme-objet-agressive (qui intimide par son regard, sans sourire). Fantasme d'une femme sexuellement hyperactive «qui chasse les hommes» ou bien fantasme de la proie face au chasseur? Qui est la victime et qui l'agresseur? Par ce regard, les jeux sont brouillés et les

rôles ne sont plus à distinguer. Mais bien entendu, l'agressivité féminine n'est tolérée que si elle est de nature sexuelle et pas professionnelle.

Retour en arrière: 1975

Savez-vous encore comment les journaux de boulevard se présentaient en 1975? L'époque est bouleversée par le sujet «femme». C'est l'Année internationale de la femme et celle des élections pour le Conseil national. Comment le *Blick* se présentait-il ?

La mère et la pute

«Le travail en tant que mère et femme au foyer n'est toujours pas pris au sérieux par la société. Dans le droit civil et social, la femme n'a pas encore atteint l'égalité. Le partenariat entre la femme et l'homme doit finalement tenir compte de la co-responsabilité de la femme. C'est pourquoi je vote PDC.» Une annonce électorale de 1975.

L'intérêt de cette annonce réside dans son emplacement: juste à côté des annonces roses dont celle de «Liebesstellungen», un livre érotique! Est-ce vraiment un hasard?

Les deux annonces, celle du PDC et la coquine, jouent sur deux stéréotypes de la femme : ici la mère, là la pute. L'opposition des deux est détonnante et dévalorisante: le message de l'annonce électoral est celui d'une femme qui a sa propre opinion politique, celle de l'annonce sexy prône la disponibilité totale de la femme. Les deux annonces cumulées ridiculisent la femme parce que les messages sont contradictoires.

Comment faire vendre des choux-fleurs

Comment transformer une information banale en article grand public ? Prenons comme exemple la saison des choux-fleurs qui se termine. La réponse est simple: on prend un de ces choux-fleurs, on le pose sur les pieds d'une jeune femme blonde et nue, histoire d'agrémenter un texte banal.

Une recette bien pratique, fort appliquée dans le *Blick* en 1975. La nudité, un tabou? Mais non! La nudité, c'est la réponse-clé pour faire vendre... soit des choux-fleurs, soit le *Blick*. Plus prude à l'époque? Certainement pas, si on regarde les

"Der Beruf der Mutter und Hausfrau wird von der Gesellschaft noch immer nicht für voll genommen. Im Zivil- und Sozialrecht ist die Frau noch immer nicht gleichberechtigt. Die Partnerschaft von Mann und Frau muss der Mitverantwortung der Frau endlich in allen Bereichen gerecht werden. Darum wähle ich CVP."
Pia Jäggi-Candrian, Hausfrau, Aesch

SKIAKROBATIK-FILMTAGE
Ein Programm aktuellster Filme über Skiakrobatik usw. Für jeden Skifan ein Hochgenuss.
BERN: 21. und 24. Oktober 1975, 20.30 Uhr
Konferenzzentrum Alfa, Laupenstrasse
Vorverkauf: BUDGET, Laupenstrasse
ZÜRICH:
22.—23. Oktober 1975, 18.30 und 20.30 Uhr
Kasino Zürichhorn, Bellerivestrasse 170
Vorverkauf: KUONI, Bahnhofplatz
Pu 1734

Ich wünsche kostenlose Auskunft über einen günstigen
Barkredit
ohne Bürgen bis 20 000 Fr.! Individuelle Zinsberechnung! Keine Nachfrage beim Arbeitgeber! Bankdiskretion!
Tel. 01 25 87 76: Schnellservice
Name:
Strasse: Tel.:
PLZ/Ort:
CITY BANK Telstr. 58 8021 Zürich

Chauffeur Kat. D
für Transporte nach Iran, Irak, Kuwait auf neuem Sattelschlepper, Lastzug 38 t, Europa, gesucht. Bewerber mit Erfahrung im Internationalen Verkehr und mit guten mechanischen Kenntnissen melden sich unter Tel. 01 / 65 43 40 ab 20 Uhr.
779

✶ Prestige ✶ Prestige ✶ Prestige ✶
100 VISITENKARTEN nur Fr. 15.90
Bitte Text und Absender in Blockschrift und Fr. 3.- Anzahlung in Briefmarken einsenden. Versand erfolgt gegen Nachnahme oder Fr. 10.- in Brief, dann portofrei.
VENTUR VERLAG Postfach 619 8027 Zürich
ausschneiden, einsenden NUR DIESE WOCHE inserieren

Liebesstellungen

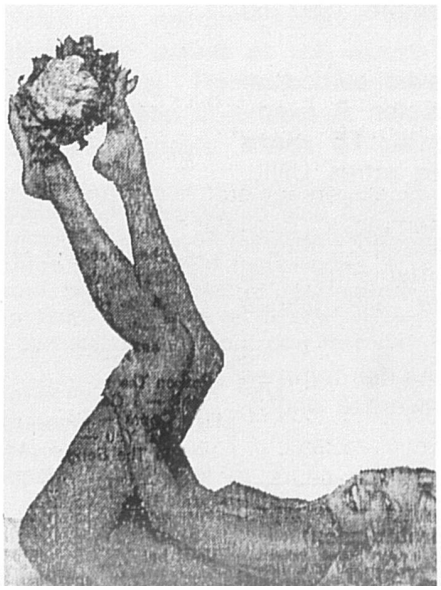
Das reich illustrierte Werk in zwei Bänden für moderne Paare. Im Bilderbuch zeigt ein junges Paar auf über 100 genießerischen Grossfotos die Geschlechtsvereinigung in allen Variationen und Möglichkeiten. Im Textteil ist das gesamte Geschlechtsleben des modernen Menschen offen und ausführlich dargestellt. Z. B.: Geheimnisse der sexuellen Anziehung • Die Technik der Liebesspiele • Der Geschlechtsverkehr • Der erste Liebesakt • Die Verlängerung des Geschlechtsakts • Die Gründe sexueller Misserfolge • Erotische Irrwege • Empfängnisverhütung • Abtreibung • Die männlichen und weiblichen Geschlechtsteile usw. Dieses grossartige Werk führt Sie zu einem glücklichen, vollkommenen Liebes- und Geschlechtsleben! Umfang über 500 Seiten mit 100 Grossfotos. Fr. 32.50. Diskreter Versand per Nachnahme nur an Erwachsene. Bitte das Inserat mit Altersangabe einsenden an den Verlag Wissen und Fortschritt, 3000 Bern 6.
Alter: Name:
362

annonces de sexe déjà très libertines en 1975.

Un langage qui trahit

Le *Blick* en 1975 ne nous épargne pas les blagues sexiste. *«J'étais tellement contente que mon chef me passe enfin des petits billets en cachette. Mais je n'ai pas compris pourquoi il a uniquement noté dessus que je devais travailler davantage»*, dit LULU, stupéfaite et déçue, à sa copine. LULU est l'héroïne d'une série de «comics» qui revient à chaque édition. Caricaturée à la manière baby-doll, il s'agit d'une jeune séductrice au regard enfantin et aux seins très ronds à peine cachés.

Ici, la femme n'est pas seulement objet, mais un objet au développement intellectuel d'une enfant de 10 ans. Infantiliser la femme est une pratique courante, comme par exemple avec la «Blickgirl», une création publicitaire du *Blick*. Ces femmes sont alors des «filles», en dépit du fait qu'elles ont peut-être 25 ans ou plus.



Les «Blick-Goldmädchen» ont pour tâche d'apporter le bonheur au lecteur... C'est une action typique du *Blick* qui se veut donateur d'or et de richesses auprès de son public populaire, à l'image de «fortuna», la déesse de la mythologie grecque qui distribue bonheur et richesses.

Un changement, mais lequel...

En plus de 20 ans, le *Blick* a certainement changé. Mais il est frappant de remarquer le peu de changement qualitatif. Les articles d'aujourd'hui sont encore plus courts, les images et les titres envahissent toujours plus le lecteur. L'unique «avantage» est peut-être qu'aujourd'hui, les photos montrant la nudité sont concentrées sur un espace limité, le «Augenblick» à la page 4/5, et non plus dispersées et mises à toutes les sauces à l'intérieur du journal. Mais la femme demeure un objet décoratif, pour attirer l'œil, pour faire passer des messages.

Vingt années de lutte pour l'émancipation n'ont guère eu d'impact sur ce journal. «La» femme dans sa complexité, dans sa revendication pour ne pas être uniquement un objet sexuel, pour être prise au sérieux, et dans sa quête pour une émancipation et une égalité par rapport aux hommes, cette femme-là n'existe pas dans le *Blick*. Plutôt effrayant, d'autant plus si l'on se souvient que le *Blick* est un «faiseur d'opinion» pour une grande partie de la population suisse alémanique.