

Salon de l'auto : mais qu'est-ce qu'ils veulent ?

Autor(en): **Chaponnière, C.**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **68 (1980)**

Heft [3]

PDF erstellt am: **16.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-275916>

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.

Salon de l'auto

SOCIÉTÉ

Mais qu'est-ce qu'ils veulent ?

L'affaire des hommes

Il y a plusieurs semaines paraissaient dans un quotidien romand quelques lignes à propos d'une jeune mécanicienne sur autos. Celle-ci, au chômage, avouait que beaucoup d'hommes se montraient réticents, voire récalcitrants à lui confier leur voiture. Il n'est pas difficile d'imaginer pourquoi ces messieurs faisaient preuve de tant de prudence : ni l'intuition ni le sixième sens qu'ils aiment à reconnaître aux femmes ne sauraient, en l'occurrence, changer des joints de culasse. Admettons cependant que cette méfiance soit passagère, et qu'au fil des générations à venir, la mécanique aura le même destin que le droit ou la médecine par exemple, et que toutes ces réserves ne sont dues qu'à un manque d'habitude.

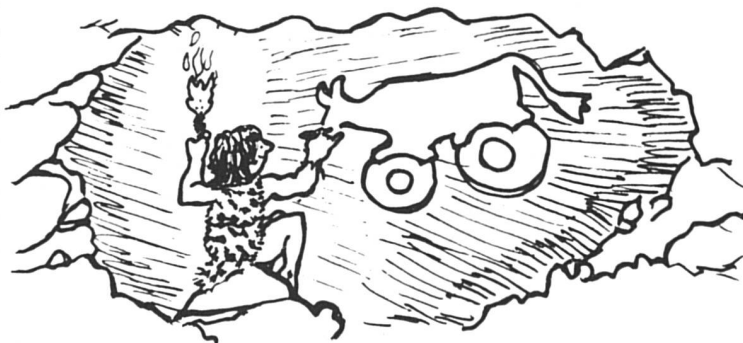
Mais si la voiture est actuellement encore « l'affaire des hommes », ce n'est pas seulement parce qu'elle relève du domaine de la mécanique et de la technique. Preuve en est la zone genevoise actuellement mobilisée par le Salon de l'Auto : on ne me fera pas croire que le raz-de-marée qui déferle chaque année au mois de mars, ce ne sont que pistons, arbres à came et delcos qui l'attirent. La voiture, aujourd'hui, c'est bien autre chose.

La conquête de l'espace

Dans les grandes généralités dualistes dont l'histoire a paré les sexes, une des plus tenaces est l'opposition entre l'extérieur et l'intérieur, le premier revenant à l'homme, le second à la femme. Pour déterrer les racines d'une semblable polarité, il faut sans doute remonter jusqu'aux hommes des cavernes, ou même au singe, tant qu'on y est. On peut alors imaginer sans peine que les dispositions physiques du mâle aient fait de lui le chasseur ouvert sur le monde extérieur, tandis que la femelle tenait au chaud marmite et marmaille. Voilà une judicieuse distribution des fonctions, qu'il n'y aurait pas eu lieu de remettre en cause... si l'on en était resté là. Seulement, il paraîtrait que le progrès, sournoisement, ait rompu l'harmonie de cet ordre des choses par quelques aménagements divers. Ces forces physiques supérieures faisant de l'homme l'être **mobile** et **transporteur** par excellence, voilà qu'elles tombent en désuétude avec l'apparition d'un mode nouveau de déplacement qui, comme son nom l'indique, n'a plus besoin de jambes velues ni de bras nouveaux, étant miraculeusement auto-mobile. On pourrait imaginer alors que cette découverte menacerait sérieusement la suprématie des hommes sur l'extérieur : que les femmes désormais munies de cet engin n'auront plus de raison « naturelle » à céder l'espace aux hommes et garder le logis. Elles disposent maintenant des mêmes moyens qu'eux pour aller à la chasse.

Eh bien ! C'est donc que le dicton ment : elles n'en n'ont pas perdu leur place. Ne l'ont-elles pas voulu, ne l'ont-elles pas pu, le fait est que la voiture demeure, envers et contre tout, « l'affaire

des hommes ». Pas dans son aspect purement utilitaire : ils « laissent » volontiers l'auto à leur femme... pour accompagner les enfants et faire les commissions. Mais c'est à sa valeur mythique qu'ils s'attachent. Mythe qu'ils ont construit, comme la voiture, de toutes pièces : puissante, dangereuse, agressive, audacieuse,



ils se l'imaginent à leur image. Et pour se démarquer encors de la seule acception utilitaire de l'engin (conception, encore une fois, toute « féminine »), ils la prétendent esthétique — La voiture passe ainsi, de moyen, à une fin.

Symbole ou prothèse ?

Opération réussie : on l'expose à Genève en un Salon à son honneur, et on y attend ces jours-ci un demi-million de spectateurs.

Cette foule incroyable, ce sont essentiellement des hommes, qui affluent de toute l'Europe pour contempler ce qu'ils croient le prolongement, le complément, l'expression matérielle de leur virilité, et qui somme toute n'est peut-être qu'une collection de prothèses, de toutes les tailles et de toutes les couleurs, d'une puissance perdue, d'anciens pouvoirs physiques désormais inutilisés.

Domage tout de même que nos grand'mères aient raté le coche. Elles tenaient là sans doute une occasion de se mettre, sur les mêmes roues, en partie sur le même pied. Ma foi, c'est loupé. Ils avaient déjà, dit-on, la supériorité physique, voilà qu'ils s'emparent aussi des chevaux-vapeurs. Dans cette force auxiliaire, palliative et, au demeurant, parfaitement assexuée, les hommes ont peut-être pressenti une concurrente possible et l'ont réquisitionnée, du coup, en vertu du plus inaliénable des droits : celui que l'on croit naturel. Pour en faire « leur affaire », il fallait en effet en faire leur seconde nature. Le tour est joué : ce mythe est consacré.

C. Chaponnière

une personne
toujours bien conseillée :



La cliente
de la

**SOCIÉTÉ
DE
BANQUE SUISSE**