

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: 77 (1989)

Heft: 8-9

Artikel: Entre nous soit dit

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-279113>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

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



Mr. Bricolage
 VALABLE
 DU 6 AVRIL
 AU 15 AVRIL 1989

Come to the city
 where Life was created.
 (And Playboy, too)

Chicago. The American Renaissance.

1 perceuse à gagner
 toutes les heures

Some people find it surprising that a city renowned for its architecture, its symphony, its Board of Trustees, its museums, is also a pioneer in the world of publishing. But it was in Chicago, after all, that Life began. The magazine that ushered in a new era of photojournalism was first published here in 1936. The magazine that captured "man in his bear" - Esquire - started here in 1931. And in 1953, on a kitchen table in his modest Chicago apartment, Hugh Hefner assembled the first edition of Playboy. Anyone who picked up that historic issue saw an editorial style that would redefine citizenship in America; they also saw Marilyn Monroe in the nude. Chicago is also the home of EB...

A city once famous for its hops, gives birth to a famous city, the nation's premier black publication. And what the city's innovation did for magazines also holds true for newspapers, Radio, Television. Even cinema.

The Chicago Daily News, for example, introduced "front page" journalism. Page one featured no ads, just the news. Chicago's famous News in the tradition of the City News service and training ground for the nation's finest journalists. Such as Mike Royko, Pulitzer Prize-winning syndicated columnist and official pulse-taker of Chicago people and politics. Royko now works for Chicago Tribune, which boasts 14 Pulitzer winners and the largest offset printing facility in the world.

Then there's broadcasting. Chicago style: WGN Radio, for one, made history with its live coverage of the James Scoop trial. WMBZ gave the world its first all-star television programming. And the legendary Nixon-Kennedy debate occurred right here, on the stages of WBBM-TV.

And it is Chicago, not Hollywood, that lays claim to Eastwo and Selig, the two studios that put the movie industry on its feet. And Chicago, not Hollywood, that hosts the oldest competitive film festival in North America.

If you're interested in attending the Chicago International Film Festival (Oct. 12 - Nov. 2), or in visiting the city that made Life possible, simply fax us in Brussels at 32-2-5125879.

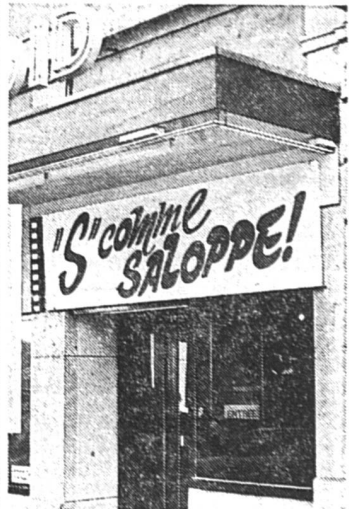
Ministry Dept. of Commerce and Community Affairs, Office of Tourism © 1989

Bons baisers de FS...

... au « Renquilleur » de *La Suisse*, qui épinglait à un double titre, le 29 juin dernier, l'enseigne du cinéma Splendid. Ça fait toujours plaisir de voir que nous ne sommes pas les seules à protester... Cela étant dit, la lectrice qui nous envoie cette coupure reste amère. Après



A REPÉRÉ la drôle d'enseigne du cinéma Splendid...



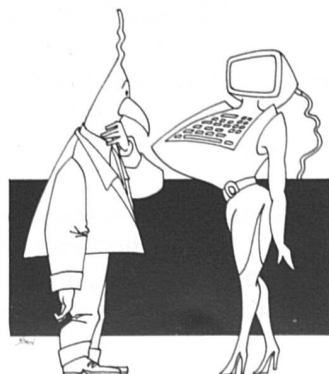
... et en plus, ils cochonnent le français!

Perles-mêle

« Freud pas mort », le commentaire qu'une lectrice nous envoie pour la publicité ci-dessus de « M. Bricolage », convient parfaitement aussi pour les deux autres perles de ce mois. Pour vendre des perceuses, rien de mieux qu'une blonde de suggestivement (dés)habillée ; pour inciter les touristes à visiter Chicago, pas d'argument plus percutant qu'une photo de *Playboy* ; et pour intéresser les gens à la télématique, pas d'astuce plus subtile que de prêter à la machine des formes généreusement féminines. Le niveau culturel du public visé

LA TÉLÉMATIQUE?

DU 6 AU 10 JUIN



ne change rien à l'affaire : les lecteurs de *Time*, où a paru l'annonce pour Chicago, ou ceux de *Séquence*, journal de la Maison des jeunes et de la culture de Saint-Gervais, à Genève, où a paru le dessin sur la télématique, ne diffèrent en rien, côté pulsions, des clients de « M. Bricolage »...

N'oubliez pas de joindre un commentaire à vos envois. Cette page vous appartient. Et si votre sensibilité diverge de celle d'une autre lectrice (ou d'un autre lecteur), réagissez !

une longue observation de son entourage, elle est arrivée à la conclusion qu'une bonne majorité des hommes, quels que soient leur âge, leur classe sociale, leur statut professionnel ou leur état civil, considèrent a priori les femmes comme des salopes. A *Femmes Suisses*, nous sommes quand même moins pessimistes.