

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. 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: 29.11.2024

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.

14 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 sujets 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 Biemann, 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). Fantasma d'une femme sexuellement hyperactive «qui chasse les hommes» ou bien fantasma de la proie face au chasseur? Qui est la victime et qui l'agresseur? Par ce regard, les jeux sont brouillés et les

