

ANALYSE FPS - 2015

Féminisme et culture populaire



Femmes Prévoyantes Socialistes - www.femmesprevoyantes.be



Elisabeth Meur, animatrice médias et partenariats,
Secrétariat général des FPS
elisabeth.meur@solidaris.be

*Cette analyse a fait l'objet d'une publication dans le Femmes Plurielles n°52 de
Décembre 2015*

Editrice responsable: Carmen Castellano, Place St-Jean, 1-2, 1000 Bruxelles.
Tel : 02/515 04 01



Introduction

En août 2014, la silhouette de la chanteuse pop Beyoncé fait son apparition sur la scène des MTV Video Music Awards, l'un des événements musicaux les plus attendus et qui rassemble chaque année le gratin de l'industrie du disque états-unienne. Derrière elle, un message s'affiche sur un écran géant : « Feminist ». Dans un tel contexte, ce mot résonne comme un véritable manifeste et quelques minutes suffisent à la toile pour s'enflammer. Des millions d'internautes commentent ce qui ressemble à une sortie du placard du fameux « F-Word » : « Féminisme ». Un mot qui ravit les cœurs ou qui fait peur mais qui ne laisse décidément personne indifférent.

Les critiques ne se font pas attendre : se dire féministe quand on se dandine en string à paillettes à chaque occasion, c'est pas un peu contradictoire ? Un internaute s'exclame : « *Beyoncé a percé grâce à son mari Jay-Z mais se revendique comme une grande source d'inspiration pour le féminisme. Vous allez vraiment avaler ça ?* ». Personne ne doute cependant de l'ampleur de l'événement : « *Ce que Bey vient de faire pour le mouvement féministe ... On peut en penser ce que l'on veut mais ça a un plus grand impact que tout ce que l'on a pu voir jusqu'ici* ».

La culture populaire, c'est quoi ?

Ce qui définit avant tout la culture populaire, c'est l'étendue du public auquel elle s'adresse. Par définition, elle se veut accessible au plus grand nombre : pas besoin d'avoir lu l'intégralité de l'Illiade pour profiter du dernier Jurassic Park. Son objectif est avant tout de divertir mais il arrive également que certains événements ou personnes deviennent iconiques sans qu'ils aient quoi que ce soit d'amusant. Quand nous parlons du 11 septembre, nous comprenons sans avoir besoin de le préciser qu'il s'agit d'une allusion aux attentats du World Trade Center en 2001. La culture populaire alimente et se nourrit d'un ensemble de références partagées qui parcourt une société à une époque et à un moment donnés. S'intéresser à la culture populaire, c'est questionner le monde dans lequel on vit et

à la manière dont on se le représente. Ces représentations ne sont évidemment pas neutres : un film, un livre, le dernier tube de l'été sont tout autant d'histoires qui naissent dans le chef d'autres êtres humains, qui ont eux-mêmes leur propre parcours de vie, leurs propres expériences et donc leur propre regard. Le fait que les États-Unis dominent en grande partie le marché de l'industrie culturelle implique que la majorité des productions qui nous parvient est empreinte d'une certaine idéologie socio-économique. Il s'agit d'une stratégie qui relève des relations internationales et que l'on appelle le « soft power » : on crée l'adhésion sans avoir jamais recours à des méthodes contraignantes. Il s'agit d'une technique d'autant plus puissante que nous y trouvons un réel plaisir.



Les Bond Girls n'ont d'yeux que pour le matricule 007

De la même manière, le fait que la majorité des producteurs de contenus culturels sont des hommes expliquerait, selon certaines, un certain manque de complexité des personnages féminins, souvent réduits à un ensemble de clichés. L'homme est actif, la femme est passive. Un schéma quasi systématique qui nous donne une indication sur ce qui est perçu



comme la normalité en terme de relations amoureuses ou amicales hétérogènes. Nous sommes influencés par ces représentations mais elles-mêmes naissent de stéréotypes bien ancrés en nous. Par quel bout faut-il commencer si l'on veut induire un réel changement social ? Peut-on imaginer qu'en faisant évoluer notre culture populaire nous pourrions également faire évoluer la société ?

T'es belle quand tu cries

Beyoncé n'est certainement pas la première à s'être affichée ouvertement comme féministe mais toutes les formules ne sont pas aussi vendeuses. Prenons le mouvement Riot Grrrl, au début des années 1990 : des jeunes femmes issues de la scène punk new-yorkaise révoltées par le sexisme ambiant d'un univers qui se veut pourtant alternatif décident de se lancer dans l'autoproduction. Elles impriment leur propre fanzine, assurent la promotion de leurs concerts et organisent même des conférences. S'inscrivant dans une démarche résolument militante, elles sont décidées à ne faire aucune concession : elles se tiennent à l'écart des médias grand public, ne cherchent pas à plaire, trop occupées à donner des grands coups de godillots dans la fourmilière. Elles sont rapidement décrites comme des extrémistes, qui détestent les hommes. On leur reproche leur apparence négligée, leur agressivité. Des arguments de forme qui éclipsent le fond, une réflexion profonde et véritablement émancipatrice sur la place des femmes dans l'art et la culture. Et alors que le Riot Grrrl restera relativement confidentiel, c'est une version bourrée d'aspartame qui crèvera nos écrans et nos tympanes quelques années plus tard : le Girl Power des Spice Girls débarque en déclenchant l'engouement des plus jeunes. Le message politique est moins perceptible mais le marketing est en revanche soigneusement pensé : chaque petite fille peut se reconnaître dans l'une des Spice Girls puisque chacune possède un style différent, multipliant de ce fait les opportunités de merchandising. Les Spice Girls se veulent fortes mais sont également sexy : elles ne représentent pas une réelle menace puisque même le bon père de famille trouvera du plaisir à regarder les posters qui recouvriront bientôt les murs de la chambre de sa progéniture.



Ouvrir les portes

Si la culture populaire cherche à plaire, c'est avant tout parce qu'elle veut vendre. Si les femmes émancipées constituent un nouveau marché profitable alors l'industrie culturelle s'ouvrira à elles mais seulement dans la mesure où les messages qui seront diffusés ne constitueront pas une réelle menace envers le système dans lequel nous nous inscrivons socialement, économiquement et politiquement. Un système fondamentalement dominé par des hommes blancs hétérosexuels. Forcée à se montrer conciliante, la culture pop ne sera donc probablement jamais révolutionnaire. En revanche, elle peut être un déclencheur, et de poids. Je me plais à m'imaginer : et si ce fameux soir où Beyoncé a fait du mot « féminisme » son nouveau slogan, parmi les millions de petites filles qui écoutent ses disques et l'admirent, quelques-unes d'entre elles se sont ensuite tournées vers leur ordinateur pour y chercher plus d'informations ? Il est évident que des portes ont été ouvertes. C'est à présent aux mouvements féministes de prendre le relais.

Témoignages – Quelle est l'icône pop qui vous a rendue féministe ?

« Daria ! Je regardais ce dessin animé religieusement sur cartoon network. Et je me souviens très bien m'être fait cette réflexion - avec le pragmatisme naïf d'une fille de 8 ans : dans la vie, il y a des filles Daria (et Jane) et des filles Quinn. Il était tout à fait clair que je me situais dans la première catégorie. Pendant un mois, je me suis habillée comme elle et j'apprenais ses répliques par cœur, pour les ressortir le lendemain aux copines. »

Sabrina, 26 ans

« Des morceaux qui ne m'encourageaient pas à bouger mon booty sensuellement dans une boum mais à le secouer frénétiquement dans tous les sens en ressemblant à rien-du-tout dans ma chambre et en kiffant ça. Le groupe « le Tigre » est en pole position - surtout qu'après avoir perdu 2 litres de transpiration, j'allais voir les paroles pour chanter avec et qu'elles étaient pas connes. »



Elisabeth, 23 ans

« Quand j'ai lu "La Mutante" de Marie-Laure Susini qui parle entre autre de Georges Sand, j'ai découvert je n'étais pas la seule à avoir en tête mon avenir et à ne pas considérer l'amour comme la plus haute de mes priorités. Pour moi, la majorité des femmes ont encore peur de s'épanouir professionnellement, à cause du fait qu'une femme est "supposée" être moins ambitieuse. Au boulot, on me reproche parfois d'être trop sure de moi, je sens une compétition plus grande avec les hommes avec qui je travaille. J'ai souvent l'impression d'être un ovni et c'est parfois un peu désagréable de se dire que visiblement on est à contre-courant. »

Emma, 25 ans



QUI SOMMES-NOUS ?

Nous sommes un mouvement féministe de gauche, laïque et progressiste, actif dans le domaine de la santé et de la citoyenneté. Regroupant 10 régionales et plus de 200 comités locaux, nous organisons de nombreuses activités d'éducation permanente sur l'ensemble du territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En tant que mouvement de pression et de revendications politiques, nous menons des actions et militons pour les droits des femmes: émancipation, égalité des sexes, évolution des mentalités, nouveaux rapports sociaux, parité, etc.

Nous faisons partie du réseau associatif de Solidaris – Mutualité Socialiste. En tant que mouvement mutualiste, nous menons des actions et militons contre les inégalités de santé.

Toutes nos analyses et nos études sont disponibles sur notre site :

www.femmesprevoyantes.be



Avec le soutien de :

