



LE FÉMINISME NOUVELLE GÉNÉRATION

TROISIÈME ARÈNE INDIGO

Les Arènes Indigo visent à regrouper des citoyens, engagés et désireux d'échanger leurs visions et propositions pour améliorer le vivre ensemble sur des thématiques aussi transverses que l'éducation, la culture, l'économie, l'urbanisation... Elles sont notamment encadrés par Edouard Hannezo, Alexis Bergès (membres fondateurs des conférences "les ERNEST" à l'Ecole Normale Supérieure <http://www.les-ernest.fr/>) et Antoine Jardin (enseignant au centre d'études européennes de Science Po). Pour chaque Arène, un petit groupe d'intervenants est invité à venir prendre part à une discussion ouverte, animée par un ou deux modérateurs, autour d'une problématique particulière. Ces discussions se tiennent à huis clos, alimentent la réflexion de La Coopérative Indigo et offrent aux participants la possibilité de venir rencontrer et d'échanger librement avec d'autres chercheurs, militants, professionnels, artistes... sur les thématiques portées par La Coopérative.

PARTICIPANTES:

Charlotte Lazimi, journaliste freelance et co-fondatrice du blog féministe Les Martiennes, auteure du livre "Toutes les femmes ne viennent pas de Vénus, l'égalité aujourd'hui" aux éditions Michalon.

Karine Bergès, Maîtresse de conférences en civilisation espagnole contemporaine à l'université de Cergy pontoise.
 Claire Serres Combes, porte-parole d'Osez le féminisme.
 Géraldine Frank, anciennement membre de la Barbe et membre du collectif Georgette Sand.
 Sophie Gourion, journaliste et blogueuse pour Tout à l'égo.
 Lisa Azuelos, actrice, réalisatrice, scénariste et productrice.
 Cindy Léoni, présidente de l'association SOS Racisme.
 En présence de Myriam Levain, Edouard Hannezo, Antoine Jardin, Alexis Bergès, Stéphane de Freitas et Ibrahim Bechrouri.

Qu'est-ce que le féminisme aujourd'hui et quels en sont les enjeux? Est-il toujours difficile de se déclarer féministe en 2014 et pour quelle raison? Quelles sont les modes d'actions de la nouvelle vague et quelle utilisation est faite des réseaux sociaux ?

LE FÉMINISME EN 2014?

Le mot féministe apparaît d'abord sous la plume d'Alexandre Dumas en 1872. Il est utilisé pour qualifier les hommes trop efféminés avant de prendre, dans la première moitié du XXème siècle, le sens qu'on lui connaît aujourd'hui. Les définitions du féminisme sont multiples et il faudra plutôt parler de "féminismeS", mais il faut retenir que le féminisme a une longue histoire en tant que mouvement social et politique qui puise ses racines au XVIIIème siècle. Le féminisme est un humanisme et ne peut être revendiqué par un organe politique ou une personne en particulier. Parce que le féminisme est pluriel, il peut être défendu par des acteurs et actrices aux profils divers et des positions différentes. Malgré les conceptions multiples du féminisme et les clivages qui le traversent, la recherche de l'égalité entre les hommes et les femmes, l'autodétermination de ces dernières, leur participation politique et le respect de leurs droits, sont les éléments fédérateurs des féminismes contemporains.

Néanmoins, s'assumer comme féministe n'est pas anodin et implique certaines conséquences qui jouent sans doute sur les niveaux de mobilisation. Les revendications ou les actions féministes sont souvent critiquées ou caricaturées par les médias. Avec l'arrivée des réseaux sociaux et la googlisation constante des salariés et des candidats en entreprise, les personnes s'assurant comme féministes peuvent parfois avoir plus de difficultés à obtenir un emploi car elles sont considérées comme des agitatrices même si cela peut être généralisé à l'ensemble de l'activisme associatif. Dans le monde de la presse par exemple, il arrive que certains articles ne soient pas confiés à des personnes se revendiquant comme féministes de peur que celles-ci prennent le sujet de manière trop anglée ou ne puissent contenir cet aspect «hystérique» de leur personne. Ce qualificatif revient d'ailleurs souvent pour qualifier les actions des féministes. Cette "hystérie" est imaginée et romancée suite à quelques actions de féministes qui auraient par exemple brûlé leur soutien-gorge en signe de protestation dans le cadre du féminisme de la deuxième vague, dans les années 1970. Ce type d'action pourtant anodine est ensuite généralisé à l'ensemble du mouvement féministe dans l'imaginaire collectif alors qu'il s'agit en fait d'épiphénomènes ou de mythes dont la portée de violence symbolique est bien moindre par rapport à la réalité des violences dont les femmes sont encore victimes. Cette violence sociétale devient violence verbale et psychologique sur les réseaux sociaux (en particulier Twitter qui est vu par certains comme une véritable arène) que des féministes utilisent pour diffuser leurs idées. Le harcèlement des personnes se revendiquant féministes peut être très lourd allant même jusqu'aux menaces de viols collectifs ou de bains à l'acide .

LA REMISE EN QUESTION CONSTANTE DU COMBAT FÉMINISTE

Néanmoins, supporter cette violence n'est qu'un des défis parmi tous ceux que le féminisme doit relever aujourd'hui. Les critiques autour de la légitimité de cette cause sont nombreuses et les féministes font constamment face à la remise en cause et à la caricature de leur combat qui est perçu par beaucoup comme inutile et dépassé. Les acteurs engagés dans cette lutte font face à une double tension. D'une part, et dans une logique de nivellement par le bas, certains leur reprochent de mener un faux combat en France où l'égalité serait déjà acquise alors que des choses bien pires se passent à l'étranger. À contrario, quand les actions visent des événements se déroulant à l'étranger, comme l'enlèvement de jeunes filles par la secte Boko Haram au Nigéria, les critiques affirment que tout cela est bien loin et qu'elles devraient plutôt s'intéresser à ce qui se passe en France.

La stratégie est en fait la même que celle qui peut être utilisée contre ceux qui combattent d'autres types de discrimination. En somme, il s'agit d'établir une hiérarchie des combats afin d'en rendre certains dérisoires. Les féministes en l'occurrence sont souvent appelées à s'intéresser aux femmes afghanes violées, comme si le violeur ou le fou étaient toujours l'étranger alors même qu'environ 75000 viols seraient signalés par an en France et que, dans la plupart des cas, ils sont l'œuvre de l'entourage de la victime. Aussi, beaucoup n'envisagent pas le féminisme comme la recherche de l'égalité entre les femmes et les hommes mais plutôt comme une tentative de suppression des différences biologiques qui peuvent exister entre les deux sexes. Ces arguments et ces représentations sont d'autant plus dangereux pour la cause féministe qu'ils émanent parfois de femmes ayant intégré les représentations simplistes du féminisme. Ces "femmes faire-valoir" sont parfois utilisées pour justifier des actions antiféministes ou encore l'absence de femmes à des postes clés au sein de structures diverses (politiques, associatives, entrepreneuriales).

UNE TERMINOLOGIE PROBLÉMATIQUE

Mais si le mouvement féministe est critiqué en tant que tel, le terme "féminisme" lui-même subit des assauts réguliers, si bien que certaines femmes, parfois féministes, pensent à changer le mot. D'autres renient le terme, ne se disent pas féministes, mais combattent pour l'égalité entre les femmes et les hommes. D'une part le mot donnerait l'impression que la cause féministe ne concerne que les femmes. D'autre part, le mot serait trop chargé et trop connoté par les représentations négatives que les individus se font du mouvement comme nous l'avons déjà évoqué plus haut. Le terme féminisme aurait un effet distracteur, au moment où celui-ci arriverait de manière revendicative dans une discussion ou un écrit, le propos serait décrédibilisé dans son ensemble ce qui empêcherait l'action. Se pose alors la question d'un changement de terme mais certains opposent que le mot que l'on choisirait pour remplacer "féminisme" finirait par être décrédibilisé à son tour puisque c'est le mouvement et non pas le mot qui est visé par cette véritable stratégie de décrédibilisation. Il faudrait alors réhabiliter le terme féminisme en rappelant continuellement qu'il s'agit avant tout de la recherche de l'égalité entre les hommes et les femmes et de parvenir à une émancipation des femmes, à leur autonomie en tant que sujet. Aussi, pour ceux qui désirent réhabiliter le terme, l'abandonner serait déjà une défaite puisque celui-ci est chargé d'histoire et de luttes. L'abandonner reviendrait alors à renier cet héritage.

UN COMBAT TRÈS LOIN D'ÊTRE GAGNÉ

Et renier cet héritage serait en un sens abandonner une lutte qui est loin d'être gagnée. Beaucoup de jeunes femmes auraient tendance à se bercer de l'illusion que le combat est terminé et que tout est acquis pour les femmes. Pourtant, de nombreuses inégalités persistent : répartition des tâches domestiques, accès à l'emploi, chômage, temps partiel, inégalités de salaire, pauvreté, représentation dans les instances politiques, violences domestiques et sexuelles... L'outil pédagogique reste donc primordial même si la résistance aux avancées persiste. A cet égard, il faut bien comprendre qu'accepter l'égalité entre les femmes et les hommes signifie, pour beaucoup d'hommes, renoncer à l'entre soi masculin et à un certain nombre de privilèges. S'ils peuvent être liés à la vie professionnelle, ces privilèges couvrent aussi d'autres domaines ; au premier rang desquels les tâches ménagères dont les études ont montré qu'elles sont, avec la maternité, l'un des freins à la carrière des femmes . Un certain nombre d'hommes, dont les jeunes générations, s'investissent plus à ce niveau mais le chemin est encore long pour parvenir à une égalité réelle et à une répartition moins segmentée des rôles du masculin et du féminin au sein de la sphère familiale.

Un éventuel changement est largement freiné par le marketing genré qui suit cette logique et ne cesse de rappeler que les produits ménagers sont là pour faciliter la vie des femmes, comme si les tâches ménagères étaient liées de manière viscérale à leur existence. Ces publicités et ces produits sont parfois grossièrement sexistes mais ils s'inscrivent surtout dans une logique économique où le marketing genré fait vendre et double les intentions d'achat en proposant un modèle femme et un modèle homme pour un produit qui pourrait être utilisé par les deux. C'est dans cette optique que la marque Bic a proposé un stylo pour femmes ou que certaines banques proposent des cartes bancaires roses "spécial femmes" que des femmes ayant intégré les clichés s'arrachent.

Cela peut paraître anodin mais ce marketing genré est profondément lié à une mythification du rôle de la mère et de la femme sur laquelle on fait peser des injonctions paradoxales. La femme parfaite devrait, dans les grandes lignes, faire des conquêtes tout en gardant sa pudeur, fonder une famille avant 30 ans, aller au bout de ses envies et de ses ambitions de carrière dans le même temps. ... Ces objectifs sont difficiles à atteindre et contradictoires, ce qui provoque une culpabilité chez de nombreuses femmes qui ne peuvent logiquement pas tous les réaliser. Le marketing genré constitue aussi un poids économique pesant sur les femmes. Des études menées aux Etats-Unis montrent que les produits pour femmes coûtent en général bien plus que les produits pour hommes et que ce surcoût constituerait en fait une véritable Women Tax. Cette "taxe" constitue un coût supplémentaire pour les femmes à chaque achat genré même s'il n'est pas forcément utile (stylo pour femme, boisson pour femme, shampoing pour femme). Les femmes subissent donc une double pression financière induite par les discriminations salariales mais aussi par la Women Tax.

En termes d'intériorisation des représentations machistes, l'humour sexiste est considéré par les équipes publicitaires comme très drôle et de nombreuses femmes pensent qu'elles se doivent de l'accepter. Quand celles-ci cherchent à se défendre ou à répondre, on leur reproche de ne pas avoir d'humour ou, pire, d'être "hystériques". La prise de parole féminine est d'ailleurs encore souvent réduite à des crises ou à de l'agitation alors qu'un homme qui prendra la parole pour défendre ses idées sera qualifié d'éloquent ou de grand orateur. Les femmes hésitent d'ailleurs très souvent à participer à des tables rondes ou à des débats parce leur éducation et leur socialisation les pousse à se sentir rarement légitimes. On retrouve très rarement plus de 30% de femmes dans ces assemblées, la norme semblant plutôt tourner autour des 10%.

En termes d'outils juridiques, la France est bien dotée mais ceux-ci ne sont pas souvent mobilisés et, quand ils le sont, les sanctions peinent à être appliquées. Le manque de mobilisation de ces outils juridiques vient d'abord du fait que de nombreuses femmes ne réalisent pas dans quelle mesure la loi peut défendre leurs droits. Pire encore, les sanctions à l'encontre de ceux qui ne respectent pas les mesures de parité ou qui entrent dans des logiques de harcèlement tombent trop rarement et avec des impacts dérisoires. L'absence de sanctions s'explique avant tout par le fait que les moyens ne sont pas accordés aux organes en charge de les appliquer. Pour l'exemple, la première version du ministère des Droits des femmes est la moins dotée financièrement. Aussi, sur les cas de viols, les sanctions sont considérées comme insuffisantes et le délai de prescription vient tout juste d'être étendu. La clause de femme en détresse pour l'IVG a été levée, et c'est une victoire sur le plan juridique, mais dans le même temps 180 centres d'IVG ont été fermés ce qui crée une discrimination de fait sur l'accès aux soins.

En outre, la construction d'une culpabilité féminine à travers les différents canaux de socialisation, pousse de nombreuses femmes à ne pas se voir comme victimes mais à accepter des discriminations quotidiennes qu'elles ont elles-mêmes intégrées comme "normales" alors même qu'elles les discriminent. Les violences (sociétales, physiques, psychologiques) existent donc toujours et le combat est loin d'être gagné. Pour les féministes de la nouvelle génération il faudrait donc le prolonger et, surtout, le matérialiser.

QUELS SONT LES MODES D'ACTION ET LA DIRECTION À EMPRUNTER?

Malgré de réelles évolutions et de légères améliorations constatées à tous les niveaux, le combat féministe a-t-il encore de beaux jours devant lui ? Il appartient donc aux militantes mais aussi aux féministes de la nouvelle génération, dans le sillage des féministes historiques, de le poursuivre. Pour se faire, différentes voies sont envisageables et peuvent être associées pour arriver à des résultats concrets.

Pour cette nouvelle vague, il faut poursuivre la dénonciation des inégalités et les actions concrètes sans céder aux critiques que nous avons citées plus haut. De la même manière il faut persister sur la pédagogie, notamment par le biais du vecteur d'information que sont les réseaux sociaux. Les réactions seront virulentes mais un nombre non négligeable d'individus peut être convaincu de l'importance du féminisme via ces canaux. Les efforts de communication doivent aussi passer par des célébrités et des produits culturels embrassant la cause féministe sans pour autant tomber dans un feminist washing, une récupération à des fins purement commerciales et marketing, à l'image du « green washing » pour l'écologie. Mais surtout, la pédagogie du féminisme doit aussi être dirigée de manière raisonnée par la mise en place d'une culture de l'égalité à l'école afin que les jeunes femmes prennent la mesure des discriminations qui leurs sont faites ainsi que des stéréotypes sexuels qui enferment encore les garçons et les filles dans des modèles prédéfinis depuis l'enfance. Il faut aussi réfléchir au terme féminisme et à la stratégie qui sera adoptée à son égard. Faut-il le réhabiliter ou le remplacer par d'autres termes?

Au niveau juridique, il faut continuer de pousser des textes de loi ou des décrets mais, surtout, il faut veiller à leur application et sensibiliser les personnes susceptibles d'être discriminées à leur existence. Leur application ne sera effective qu'avec des moyens financiers conséquents et c'est pour cela que l'on pourrait envisager la création de fonds de soutien (voire de banques) féministes, surtout si l'on considère que l'argent est le nerf de la guerre. Ce fond pourra aussi servir à aider des femmes en situation de détresse. Enfin, il pourrait financer la formation et le coaching de femmes dans différents domaines, notamment sur la prise de parole et la confiance en soi afin qu'elles deviennent des interlocutrices privilégiées, au même titre que les hommes, dans les débats, les panels d'intervenants ou les tables rondes.

De la même manière, ces courants doivent continuer ou commencer de penser en termes d'intersectionnalité des luttes et, surtout, à agir dans ce sens. Il s'agit ainsi de réfléchir à la co-construction des différents rapports de domination en fonction de la classe sociale, de la race, de la sexualité, de la religion ; et les femmes, on le sait, souffrent de plusieurs formes de discrimination.

Les hommes doivent également penser leur place dans le mouvement féministe et appuyer le combat pour l'égalité mais les femmes doivent aussi penser leur place dans les autres mouvements de lutte pour la liberté et l'égalité. Encore faut-il que certains hommes acceptent de leur faire une place. Enfin, il faut comprendre qu'il est impensable de lutter contre une discrimination et d'en encourager une autre. Par exemple, il n'est pas possible de lutter pour l'égalité entre les femmes et les hommes tout en fermant les yeux sur le racisme, l'homophobie et vice versa. Même si la discrimination dont souffre un individu X ne concerne pas un individu Y, il gagne à ce que X obtienne des victoires dans son combat et progresse vers l'égalité. En effet, cela profitera à la vision d'une société inclusive et progressive de l'individu Y et, par conséquent, à ses propres luttes.