

## La presse au féminin

# Liberté, égalité, parité

par Nathalie Nadeau

**Le mot *féminisme* est un néologisme français des années 1860. Il porte en lui l'histoire des luttes pour l'égalité des droits entre les deux sexes. Pour certaines personnes, il peut être indécent, vulgaire, malvenu, signe de sexualité déplacée ou d'agressivité. Un mot tabou. Au XXI<sup>e</sup> siècle, à ces gens qui lui préfèrent le mot *parité*, d'autres rétorquent qu'il s'agit là d'un simple synonyme conceptuel, d'un féminisme camouflé. Le mot *féminisme* peut-il avoir bonne presse ?**

La grande époque du féminisme a vu naître une multitude de publications, du bulletin d'information pour les femmes au magazine à plus grand tirage. Au Québec seulement, 49 périodiques féministes ont vu le jour dans les années 1970. Depuis, l'univers de la presse féministe a bien changé : sur le lot, moins de la moitié existe encore.

Parmi les survivants de cette époque, un seul magazine : *La Gazette des femmes*. Si cette publication dispose de subventions depuis ses débuts, la plupart des magazines féministes n'ont pas survécu faute de moyens financiers. Cela suffit-il à expliquer leur disparition ?

### En mener plus large

Avec la publication en 1971 de *Québécoises deboutte !*, le journal du Front de libération des femmes, un nouveau féminisme apparaît. « Dans les années 1970, le féminisme correspondait à un besoin d'expression. C'était une nouvelle réalité », explique Thérèse Mailloux, l'actuelle directrice de *La Gazette des femmes*. « Le ton était contestataire, ça allait avec l'époque. » Au cœur des débats idéologiques de la

Révolution tranquille, la presse féministe s'inscrit donc dans un contexte de lutte général. On assiste à une presse d'opinion, d'idées, de débats.

À la fin des années 1970, la contestation sociale commence à s'essouffler. En 1980, dans *Le Temps fou*, dernier représentant de la presse subversive, un encart insolite est publié : *La Vie en rose*. Après quatre numéros publiés dans l'ombre du *Temps fou*, le nouveau magazine féministe prend son essor grâce à de jeunes journalistes. « Produit d'une nouvelle décennie féministe, presque d'une autre génération, *La Vie en rose* exprime ce besoin que nous avons d'en mener plus large, de nous étendre, de prendre le pouvoir. En deux mots : de réussir », écrit alors Francine Pelletier, l'une des membres de l'équipe de rédaction.

D'abord trimestriel puis mensuel, *La Vie en rose* atteint un tirage de 25 000 exemplaires et dure 7 ans. Ce magazine au ton nouveau, à la fois critique, décapant et humoristique, traite de sujets aussi variés que la prostitution, la religion, les clochardes ou le refus de la maternité. Dans un numéro contesté par des lectrices n'appréciant guère le thème abordé, des journalistes masculins demandent même : « Les féministes baisent-elles mieux que les autres ? »

Selon M<sup>me</sup> Marie-José des Rivières, chercheuse en littérature qui a longuement analysé le contenu des magazines féminins et féministes, la position en porte-à-faux de ce magazine – au succès plus intellectuel que populaire – a eu raison de lui. Pourtant, en 1986, une campagne de financement avait rapporté 275 000 \$ de subventions et de dons. De plus, la revue était financée pour 20 % à

30 % par le gouvernement. Curieusement, les ventes en kiosque de *La Vie en rose* allaient bon train, mais les abonnements demeuraient insuffisants. En 1987, le magazine disparaît.

Pour sa part, *La Gazette des femmes*, publication totalement subventionnée depuis ses débuts en 1979, passe en 1995 de la gratuité à la vente en kiosque. Objectif : l'autofinancement. Le tirage tombe alors de 100 000 à 6 000 copies, puis remonte à 16 000 exemplaires. « Et l'autofinancement est loin d'être atteint », affirme M<sup>me</sup> Mailloux.

### Des tabous à défaire

Si la presse féministe dépend largement des moyens financiers dont elle dispose, d'autres facteurs menacent également son avenir. « Le temps est moins à l'action politique des femmes. Le féminisme d'aujourd'hui est différent de ce qu'il était dans les années 1970. La bataille est plus centrée sur l'individu, elle est moins collective », reconnaît la directrice de *La Gazette des femmes*. « Et c'est bien ainsi. Maintenant que le discours féministe est établi, on peut s'attacher à décrire de nouvelles réalités, de nouveaux enjeux. Mais il reste des combats à mener et des tabous à défaire. »

Un numéro consacré à la violence des femmes (et non faite aux femmes) a d'ailleurs surpris quelques lectrices. Interviewée par le magazine *Le 30* pour le vingtième anniversaire du bimestriel, Claire Gagnon, rédactrice en chef de *La Gazette des femmes*, affirme qu'il faut oser. « Je veux aussi susciter des questions. Ne pas avoir peur des débats. »

Et la survie du magazine dépend évidemment de son lectorat. Battantes des années 1970, les « baby-boomers » demeurent de fidèles lectrices. Dès lors, capter l'attention d'un lectorat plus jeune constitue le principal défi. Car qui assurera la continuité du magazine

dans les années à venir ? « Les jeunes femmes s'intéressent aux enjeux qui les concernent à partir du moment où elles occupent un emploi ou vivent une maternité. C'est là qu'il faut les rejoindre », croit Thérèse Mailloux.

Or la partie n'est pas gagnée. Si les jeunes femmes endossent un féminisme égalitaire, elles n'en acceptent pas pour autant l'étiquette. Le mot *féminisme* semble demeurer tabou. « Je ne suis pas féministe, mais... », déclarent certaines d'entre elles. Et si les jeunes femmes préfèrent le mot *parité*, elles préfèrent aussi les magazines féminins.

Du reste, depuis les années 1970, la presse féminine a aussi connu d'importants changements. Ainsi, *Châtelaine*, publication doyenne des magazines féminins, entreprend au milieu des années 1970 un virage ouvertement féministe, le plus souvent en contradiction avec le message de ses pages publicitaires. Mais au bout de quelques années, le magazine doit se soumettre aux diktats des bailleurs de fonds.

Peu à peu, toutefois, les autres magazines féminins lui ont emboîté le pas sur le chemin du féminisme. Ont-ils pris le relais de la presse féministe ? « En quelque sorte », convient la directrice de *La Gazette des femmes*. « Ils traitent des mêmes sujets, des mêmes problématiques que nous, mais en plus léger. Et ça, c'est la preuve que le féminisme est passé dans les mœurs. »

Le message des magazines féminins peut paraître contradictoire. « Faut-il encore être féministe ? », demande *Elle* (France) dans son numéro de mars 2000. Quinze femmes engagées, actrices de la vie publique, répondent OUI. « Liberté, égalité, parité », disent-elles au fil des reportages... entrecoupés de publicités « glamour » ! Le féminisme du XXI<sup>e</sup> siècle sera-t-il celui de femmes à la fois battantes et séductrices, féministes et féminines ? Est-ce si contradictoire ?

## Vivante et intellectuelle

En 1988, des chercheuses de l'Université Laval créent une revue destinée à diffuser les résultats de leurs travaux. *Recherches féministes* naît de l'enthousiasme de ces femmes qui sentent l'urgence d'intégrer tous les points de vue susceptibles d'éclairer les questions qu'elles se posent. Ce semestriel, tiré à 1 000 exemplaires, adopte le modèle conventionnel des revues scientifiques : articles de fond, notes de recherches, comptes rendus et bibliographies. Trois numéros sur quatre sont thématiques. Dans celui intitulé « Ils changent, disent-ils », le regard des hommes sur les femmes est scruté à la loupe. *Recherches féministes* se veut une revue vivante, intellectuelle et utile. Elle est publiée par le Groupe de recherche multidisciplinaire féministe, le GREMF, de la Faculté des sciences sociales de l'Université Laval.

