

## À chacune son créneau

par Francine Pelletier

*C'était une première. Des représentantes de la presse féministe québécoise se sont rassemblées autour d'une table, un bel après-midi de mars, pour discuter de leur rôle, de leurs problèmes et de leur avenir. Le prétexte à cette rencontre: la 4e Conférence des périodiques féministes canadiens qui a lieu à Toronto, à la mi-mai.*

**P**lus les publications se multiplient d'un bout à l'autre du pays, plus de telles conférences deviennent un bon moyen de ressourcement et une occasion unique d'examiner les problèmes spécifiques à la presse féministe. Mais outre les problèmes techniques (la distribution, par exemple, fléau de toute publication féministe), ces conférences désormais annuelles nous permettent de revoir la philosophie qui nous motive, le «défi impossible» que nous partageons toutes: *vendre* ce qui, jusqu'à nouvel ordre, se vend très mal, c'est-à-dire des idées, voire une vision. Peu étonnant qu'à la conférence de l'année dernière, près de Montréal, l'atelier le plus couru se soit intitulé: «Comment s'imposer sur le marché sans diluer le message».

Réunies en mars dans les locaux de LVR, les dix représentantes de la presse féministe québécoise se sont peu attardées sur la conférence de Toronto. Il faut dire que tout ce qui se passe à l'échelle canadienne demande une énergie que peu d'organismes parviennent à maintenir. Pour des raisons de langue et de culture, les Québécoises n'ont pas le même besoin de s'associer à d'autres féministes canadiennes, d'une part. D'autre part, nous nous organisons de façon beaucoup plus spontanée et ponctuelle qu'ailleurs au Canada. Est-ce pourquoi la presse féministe d'ici n'avait jamais songé à se réunir auparavant? Quoiqu'il en soit, toutes les femmes présentes étaient convaincues de l'intérêt de cette rencontre, qui s'est déroulée sous le signe de l'entente et de la bonne humeur.

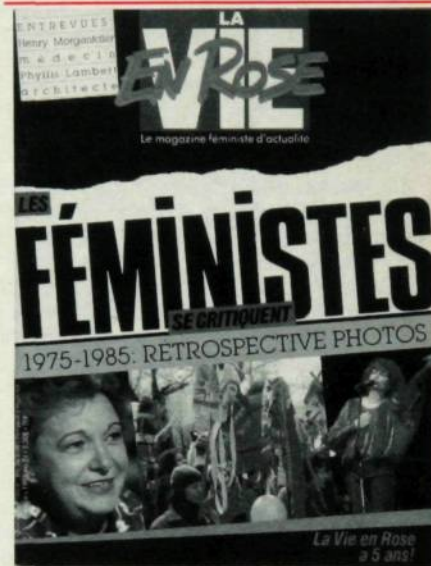
Où était donc passée la controverse suscitée par de récentes prises de position de LVR<sup>1</sup> et reprise dans certains médias? Elle n'avait pas miraculeusement disparu. Deux périodiques assez importants, *Communiqu'elles* et *la Revue du RAIF*, ont refusé de nous rencontrer pour cause de mésentente idéologique. Le débat aurait pu être tout différent. Ceci dit, il s'agissait moins d'examiner les publications particulières que de voir globalement «où s'en va la presse féministe». Participaient à cette rencontre Marie-Thérèse Lacourse de *Marie-Géographie*, Suzanne Blanchet de *L'Une à l'autre*, Louise Couture et Louise Dandurand de *La P'tite Presse* de la Fédération des femmes du Québec, Céline Messner des *Cahiers de la femme*, Rita Hazel de *L'Autre parole*, Françoise Guénette et Francine Pelletier de *La Vie en rose*, et à titre individuel, Susan de Rosa de la FFQ et de *Communiqu'elles* et Catherine Lord de la *Gazette des femmes*.

### Plus vigoureuse que jamais

La discussion s'est enclenchée sur un ton nettement optimiste. «La presse féministe est plus vigoureuse que jamais du fait qu'elle s'est multipliée et diversifiée, sans que l'une ou l'autre publication tente un monopole. Et puis, d'ajouter Marie-Thérèse Lacourse, nous avons toutes plus d'expérience, nous

sommes de meilleures journalistes.»

Pour Louise Dandurand, la presse féministe a fait preuve d'une «grande évolution». Et plus on est âgée, plus on s'en aper-



çoit, précise-t-elle. «Il n'y a pas si longtemps, nous étions obligées de compter sur les revues françaises, *Femmes en mouvement*, *F Magazine*... Quand *La Vie en rose* est née, elle a pris une place laissée vacante.»

Pas question, donc, de revenir sur la raison fondamentale de toute publication féministe: rendre visible ce que pensent et vivent les femmes et ainsi, apporter une autre interprétation du monde. D'autant plus que «la lune de miel entre les grands médias et le fé-

## La GAZETTE des FEMMES

Conseil du statut de la femme

Mars - Avril 1986, volume 7, numéro 6



minisme est terminée». Comme au début des années 70, voilà donc les groupes de femmes obligés de «créer l'événement» dans l'espoir de voir les médias d'information



s'intéresser à elles. D'autant plus, aussi, que «la presse féminine redevient féminine, ce qui nous permet de poursuivre notre travail de plus belle». Bref, si la presse féministe semble se porter assez bien, la conjoncture, elle, a déjà été plus favorable. De là l'importance pour les publications féministes de «se tenir les coudes», dira Louise Couture, et d'éviter entre nous ces «conflits déplora- bles».

Déplorables, peut-être, mais aussi inévita- bles si l'on tient compte d'une évolution qui permet aujourd'hui à plus d'une tendance ou d'un courant de s'exprimer au sein du mouvement des femmes; lorsqu'on tient compte également du fait que LVR occupe une place disproportionnée dans le tableau: on voit trop souvent en nous le symbole du féminisme au Québec. Il est parfois difficile de ne pas avoir l'air d'un éléphant dans un magasin de porcelaine, du moins aux yeux de certaines.

D'ailleurs, il fallait se demander si l'exis- tence de *La Vie en rose* n'a pas l'effet «d'écraser» les autres publications féministes. La réponse est partagée. Pour Louise Dandurand, «LVR ne fait que conférer plus de crédibilité aux autres», alors que Marie- Thérèse Lacourse raconte qu'aux débuts de *Marie-Géographie*, on leur disait: «Mais pourquoi une autre revue féministe puisqu'il y a *La Vie en rose*?»

## Mieux «ciblée»

L'évolution de la presse féministe a fait en sorte que tout le monde y trouve sa place, finalement. La grande majorité des publica- tions existantes s'inscrivent dans un créneau particulier: *Les Cahiers de la femme* dans le milieu universitaire, *L'Une à l'autre* dans le mouvement pour la santé des femmes, *Ma- rie-Géographie* dans une perspective régionale (et socialiste), *L'Autre parole* dans le mou-

optique, *Communiqu'elles* et la *Revue du RAIF* informent d'autres militantes des su- jets féministes de l'heure; finalement, *La Gazette des femmes* s'inscrit dans le sillon des activités du Conseil du statut de la femme. Reste LVR qui n'a d'autre axe que la «cou- verture de l'actualité d'un point de vue des femmes»; une revue plus générale, donc, avec ce que cela comprend d'avantages et d'inconvénients.

Car la spécialisation des revues a ceci d'avantageux: elle permet un meilleur «ci- blage» de sa clientèle. Il n'y a rien, en effet, de plus difficile pour une publication fémi- niste que de savoir qui, exactement, est in- téressée à la lire. Comment s'en surprendre? Le féminisme étant en pleine évolution, son public s'avère tout aussi «mouvant»; jamais tout à fait acquis, jamais tout à fait perdu.

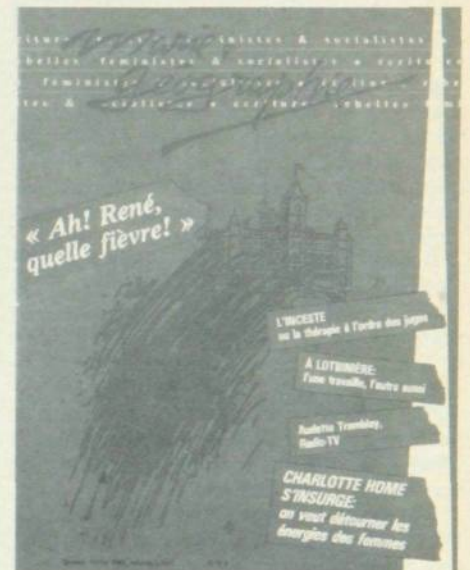
Ce pluralisme de la presse féministe au Québec, comme ailleurs en Amérique du Nord, est dû essentiellement à l'individua- lisation du mouvement des femmes depuis six ou sept ans. Depuis l'époque où les grou- pes militants se trouvaient seuls à la porter, il y a 10 ans, la pensée féministe est devenue l'affaire d'innombrables individus: des se- crétaires qui refusent de servir le café au pa- tron aux femmes qui décident de se lancer en affaires ou en politique, voire aux hommes qui se découvrent des talents pour élever leurs enfants. Et de pair avec cet individual- isme, on se découvre un goût pour le «posi- tif», un désir de dépasser la victimisation en faveur de l'affirmation de soi. «Un grand pas pour le mouvement féministe», de dire Su- san de Rosa.

Ceci dit, nous sommes toutes conscientes d'un certain «plafonnement» du féminisme. Un exemple des difficultés auxquelles nous nous heurtons en ce moment, tiendra à sou- ligner Louise Dandurand: la résistance à la féminisation. «Ça me chavire chaque fois que je vois une femme insister pour se faire appeler Madame le directeur. Nous n'avons plus l'énergie pour revenir sur ces détails-là et, pourtant, en tant que presse féministe, il faut trouver les moyens de les dépasser.»

## Raffiner le discours

La question de l'heure est donc: «Com- ment aller de l'avant ou, si l'on veut, com- ment ne pas ennuyer le public?...» Pour Catherine Lord, la marche à suivre est clai- re: «Le discours féministe a maintenant été entendu par toutes celles et ceux qui vou- laient bien l'entendre; trop le répéter à l'heu- re actuelle risque de susciter des réactions négatives. On perdrait toute crédibilité, de toute façon, à prétendre qu'il n'y a pas eu de progrès. Après dix ans de théorie, il est temps de passer à la pratique. Les femmes sont aujourd'hui sur le marché du travail, fondent des entreprises, retournent aux étu- des... Elles ont passé l'étape de la réflexion, elles en sont à l'action. Alors, faisons du journalisme d'enquête! Plutôt que de parler du dernier livre de Germaine Greer, allons voir comment les jeunes – qui ne se disent pas féministes d'ailleurs – vivent la discrimi- nation à l'école...»

Disons tout de suite que cette réflexion, avec laquelle nous étions largement d'ac- cord, trouve un appui dans l'étude de mar- ché qui vient d'être réalisée pour le compte



de LVR: les femmes interrogées ne veulent pas d'une revue qui «leur dirait quoi faire». Elles veulent des nouveaux sujets de ré- flexion bien documentés ainsi que plus d'hu- mour, de spontanéité, «d'ouverture sur le monde»...

Avec le temps, donc, et c'est le cas de LVR par exemple, il y a un déplacement nécessaire du strict féminisme au strict jour- nalisme. Car il ne suffit pas de dire ce qui n'est pas dit ailleurs, il faut bien le dire. C'est une question d'efficacité. Et c'est au nom d'une plus grande efficacité que nous en sommes venues à nous poser la question suivante: «Faut-il absolument qualifier nos publications de féministes?»

En effet, l'étiquette féministe qui, de 1970 à 80, a été la meilleure façon d'annoncer clai- rement nos couleurs, n'a pas aujourd'hui la même utilité. Au contraire, au moment où toute idéologie est vue d'un oeil suspect, l'étiquette peut indisposer. Et puis, «ça de- vrait être évident, de lancer Suzanne Blan- chet. Quand une revue traite de la santé des femmes, je n'ai pas besoin de savoir qu'elle est féministe en plus pour avoir envie de l'acheter.» Bien sûr, nous avons toutes rêvé au jour où le terme féministe deviendrait su- perflu, tellement la réalité aurait changé. Mais n'est-il pas un peu prématuré de l'en- lever alors que «les femmes chauffeuses d'au- tobus sont encore à faire les manchettes?»...

Bref, nous n'avons pas tranché cette ques- tion ô combien épineuse pour des féministes qui, il n'y a pas si longtemps, réfléchissaient dans le sens contraire. Mais, entendons- nous: il ne s'agit pas de cacher tout à coup le fait qu'on soit féministe, ni de subir les dou- teuses métamorphoses de la presse féministe française (voir «Paumée, comme un camem- bert...»).



vement des féministes chrétiennes, *La Petite Presse*, bulletin d'information de la Fédéra- tion des femmes du Québec, dans l'informa- tion rapide de ses membres. Dans la même



Une presse féministe « commerciale » ne fonctionnerait pas au Québec, de l'avis de la majorité attablée là. Il n'y a qu'à voir l'empressement avec lequel *Châtelaine*, au contenu souvent féministe, est revenue à la formule (gagnante, il va sans dire) de la « presse féminine ». Si l'on doit intégrer certaines lois du marché en tant que presse féministe qui veut s'imposer, les compromis ne doivent pas dépasser certaines limites. Exemple: coïncider des articles qui font appel à l'autonomie des femmes parmi une pléiade de publicités sexistes. Les femmes ne supportent pas les doubles messages, voilà une autre conclusion claire de notre étude de marché.

Il existe quand même un certain « marché féministe » qui, tout en étant limité (50 000 femmes aux dernières nouvelles), est proportionnellement plus grand ici qu'en France. Non tenues de respecter certaines traditions bien ancrées – intellectuelles, esthétiques ou autres – les Québécoises se disent beaucoup plus facilement féministes que les Françaises. C'est important pour qui veut vendre une revue féministe.

Le bilan est donc loin d'être sombre. D'une part, il y a de nettes améliorations, une plus grande originalité, plus d'ouverture, LVR ayant eu ici, selon nos collègues, une influence non négligeable: « Vous avez toujours été très près de la réalité québécoise, en tout cas montréalaise. Et puis, on peut ne pas être d'accord avec vous, on sait qu'on trouvera toujours un point de vue dans LVR; c'est une vraie presse d'opinion. » D'autre part (la moyenne d'âge étant à la hausse), on devient plus philosophes ou, tout simplement, plus pragmatiques: « Impossible de tout faire ou de tout dire », d'après Céline Messner; concentrons-nous alors sur nos acquis. L'avenir nous sourit-il? Toutes semblent croire que oui, moyennant un discours plus « raffiné », une pensée plus globale et, pourrait-on ajouter, un humour et un courage sans failles.

Il n'y avait que nous deux, de LVR, à avoir l'air un peu plus découragé et on nous l'a fait remarquer. Si vous avez lu l'éditorial, vous savez maintenant pourquoi. Nous ne pouvions pas en parler cette journée-là et laissez-moi vous dire que ce fut un exercice de schizophrénie avancée que d'entendre tant d'encouragements et de félicitations tout en sachant que nous, à LVR, étions plus que jamais dans une situation précaire.

Sommes-nous devenues pessimistes pour autant? Pas encore. Il faut croire que l'his-



toire d'amour que représente pour nous *La Vie en rose* – comme pour les femmes présentes leur publication respective! – nous tient trop à cœur. Et puis, cette table ronde ne nous dit-elle pas que nous avons raison d'insister? ✕

**I/** Les numéros de LVR sur l'érotisme (juillet-août 85), sur Pauline Marois (sept. 85) et sur les hommes (nov. 85) ont beaucoup contribué à la rumeur selon laquelle LVR effectuait un « virage à droite », voire qu'elle ne méritait plus de s'appeler féministe. Au cours des derniers mois, nous avons d'ailleurs publié certaines lettres de lectrices à cet effet.

## LA VIE EN ROSE

Magazine féministe d'actualité à diffusion large, dont l'objectif est de porter un regard féministe sur l'actualité en général.

**Fréquence de parution:** mensuelle.

**Tirage:** 25 000 exemplaires.

**Distribution:** par abonnement et en kiosque.

**Coût:** 2,95 \$ l'unité, 19 \$ l'abonnement/an.

**Financement:** abonnements et ventes (53 %), subventions (30 %), publicité (17 %).

**Nombre de pages:** 64.

**Années d'existence:** 6.

**Équipe permanente:** 8.

**Rémunérée:** oui.

**Collaboration:** bienvenue et payée.

**Siège social:** 3963, Saint-Denis, Montréal H2W 2M4 (514) 843-8366.

**Personne contact:** Françoise Guénette.

## L'AUTRE PAROLE

Bulletin d'information des groupes de féministes chrétiennes: il en existe cinq au Québec.

**Fréquence de parution:** trimestrielle.

**Tirage:** 300 exemplaires.

**Distribution:** par abonnement ou sur demande.

**Coût:** 2 \$ l'unité, 6 \$ l'abonnement/an.

**Financement:** abonnements et ventes.

**Nombre de pages:** entre 24 et 36.

**Années d'existence:** 10.

**Équipe permanente:** comité de coordination composé d'une déléguée de chaque collectif, plus deux coordinatrices pour les tâches quotidiennes.

**Rémunérée:** non.

**Collaboration:** bienvenue et bénévole.

**Siège social:** C.P. 393, Succ. C, Montréal, H2L 4K3.

**Personne contact:** Réjanne Martin.

## LA GAZETTE DES FEMMES

Revue officielle du Conseil du statut de la femme, visant à informer des travaux et prises de position du CSF, des lois et projets de lois du gouvernement québécois et d'autres sujets d'intérêt féministe.

**Fréquence de parution:** bimestrielle.

**Tirage:** 45 000.

**Distribution:** par abonnement seulement.

**Coût:** gratuit.

**Financement:** le CSF.

**Nombre de pages:** 36.

**Années d'existence:** 7.

**Équipe permanente:** 4 employées à temps plein, un à temps partiel.

**Rémunérée:** oui (en tant qu'agentes d'information du gouvernement).

**Collaboration:** bienvenue et payée.

**Siège social:** 8, rue Cook, 3e étage, bureau 300, Québec G1R 5J7 (418) 643-4326 ou, à Montréal: 843-8384.

**Personne contact:** Catherine Lord.

## MARIE-GÉOGRAPHIE

Revue d'information féministe selon une perspective régionale (Québec) et socialiste.

**Fréquence de parution:** 3 fois par année.

**Tirage:** 1 000 exemplaires.

**Distribution:** par abonnement et en kiosque.

**Coût:** 2,50 \$ l'unité, 6 \$ l'abonnement/an.

**Financement:** subventions d'abord, suivi d'abonnements (300) et ventes. Pas de publicité.

**NICOLE REEVES, M.A.**

Psychologue

Psychothérapie Individuelle

Tél.: (514) 274-4645

920, rue Cherrier

Mil, H2L 1H7





**Nombre de pages:** 26.  
**Années d'existence:** 2.  
**Équipe permanente:** non, la revue repose sur un collectif de militantes.  
**Rémunérée:** non.  
**Collaboration:** bienvenue et bénévole.  
**Siège social:** C.P. 3095, Succ. Saint-Roch, Québec G1K 6X9.  
**Personne contact:** Georgette Lebel.

### CAHIERS DE LA FEMME

Revue bilingue (mais dont le contenu est davantage anglophone) traitant de différents sujets, surtout académiques ou concernant les femmes professionnelles.

**Fréquence de parution:** trimestrielle.  
**Tirage:** 25-30 000 exemplaires.  
**Distribution:** par abonnement et ventes.  
**Coût:** 6 \$.  
**Financement:** Université York, fonds privés et quelques subventions à l'occasion. Très peu de publicité.

**Nombre de pages:** environ 150.  
**Années d'existence:** 8.  
**Équipe permanente:** 10 anglophones, 5 francophones.  
**Rémunérée:** oui.  
**Collaboration:** bienvenue, payée seulement dans le cas des chroniques.  
**Siège social:** 204 Founders College, Université York, 4700 Keele St., Downsview, Ontario M3J 1P3 (416) 667-3725.  
**Personnes contact:** Jeanne Maranda (rédactrice en chef au Québec): 271-5704.

### LA P'TITE PRESSE

Bulletin d'information de la Fédération des femmes du Québec.

**Fréquence de parution:** mensuelle.  
**Tirage:** 1 000 exemplaires.  
**Distribution:** aux membres et aux associations membres.  
**Coût:** gratuit.  
**Financement:** partie de la subvention globale accordée à la FFQ.  
**Nombre de pages:** entre 2 et 8.  
**Années d'existence:** 1 (auparavant, revue traitant de différents sujets d'actualité féministe depuis 1968)  
**Équipe permanente:** 3 employées issues du Comité des communications de la FFQ.  
**Rémunérée:** non, sauf pour la personne qui assure le graphisme.  
**Collaboration:** bienvenue et bénévole.  
**Siège social:** 506, Sainte-Catherine Est, Montréal H2L 2C7 (514) 844-7049.  
**Personne contact:** Louise Dandurand.



### COMMUNIQUELLES

Revue publiée en version anglaise (20 %) et en version française (80 %), traitant d'actualité et d'information féministes.

**Fréquence de parution:** bimestrielle.  
**Tirage:** 12 000.  
**Distribution:** par abonnement ou sur demande seulement.  
**Coût:** gratuit au Québec pour toutes celles (incluant les institutions) qui sont incapables de payer. Autrement: 12 \$ l'abonnement/an (institutions: 18 \$).  
**Financement:** par subventions surtout, quoiqu'on espère augmenter les revenus d'abonnement et de publicité.  
**Nombre de pages:** 44.  
**Années d'existence:** 5 (auparavant: bulletin du Centre d'information et de références des femmes de Montréal pendant 7 ans).  
**Équipe permanente:** aucune  
**Rémunérée:** seulement par le biais de projets gouvernementaux accordés au Centre.  
**Collaboration:** bienvenue et bénévole.  
**Siège social:** 3585, rue Saint-Urbain, Montréal H2X 2N6, (514) 844-1761.  
**Personne contact:** Susan de Rosa.

### L'UNE À L'AUTRE

Revue traitant de périnatalité et, de plus en plus, de sujets concernant la santé des femmes en général.

**Fréquence de parution:** trimestrielle.  
**Tirage:** 2 000 exemplaires.

**Distribution:** par abonnement surtout, et par 18 kiosques à Montréal.

**Coût:** 2,50 \$ l'unité, 10 \$ l'abonnement/an (15 \$: groupes, 25 \$: institutions).

**Financement:** Subventions d'abord, abonnements ensuite.

**Nombre de pages:** 24.

**Années d'existence:** 3.

**Équipe permanente:** assurée par le biais de Naissance-Renaissance, groupe de pression pour l'humanisation de la naissance.

**Rémunération:** aux contractuelles (une rédactrice en chef, une graphiste, une chercheuse et une coordinatrice) réengagées pour chaque numéro.

**Collaboration:** bienvenue et rémunérée.

**Siège social:** C.P. 249, Succ. E, Montréal, H2T 3A7 (514) 525-5895.

**Personne contact:** Francine Dubreuil.



### LA REVUE DU RAIF\*

Revue d'information féministe.

**Fréquence de parution:** bimestrielle.  
**Tirage:** environ 1 000 exemplaires.  
**Distribution:** par abonnement surtout, en plus de quelques kiosques.  
**Coût:** environ 3 \$.  
**Financement:** abonnements et ventes.  
**Nombre de pages:** entre 40 et 100.  
**Années d'existence:** 10.  
**Équipe permanente:** 7 employées.  
**Rémunérée:** non.  
**Collaboration:** exceptionnellement.  
**Siège social:** C.P. 5, Sillery, G1T 2P7, (418) 658-1973.  
**Personne contact:** Marcelle Dolment.

\* Réseau d'action et d'information des femmes

# APARTHEID

UN SPECTACLE SUR LE RACISME ET L'APARTHEID ♦ DE MARYSE PELLETIER ♦  
 MUSIQUE DE ROBERT LEGER ♦ PLACE DES ARTS ♦ SALLE WILFRID PELLETIER ♦  
 2 JUIN ♦ 20h30 ♦