

Paumée, comme un camembert sénile...

par Jocelyne Richer

Elle n'en finit plus de crever. Paumée, tarée, elle empeste le vieux camembert et fait fuir toute la France. C'est clair, on ne veut plus d'elle. Alors, sur papier glacé ou papier mat, la p'tite pépée agonise tout doucement entre l'éternel féminin et la haute finance. Exit, la presse féministe française...

Depuis le temps que les jeunes filles en fleur lui faisaient des pieds de nez, que les ménagères-épouses-et-mères l'ignoraient savamment, que les travailleuses «branchées» s'en méfiaient et que les jeunes-cadres-dynamiques haussaient les épaules, elle a fini par se faire une raison et accepter de foutre le camp.

«La presse féministe? C'est dans les archives qu'on la trouve désormais», résume lacoquiquement Françoise Pasquier, du CRIF (Centre de réflexion et d'information féministe) à Paris. En France, après les Templiers, la monarchie et Brigitte Bardot, voilà que la presse féministe fait maintenant partie des *has been*.

Dans la mère patrie, on ne compte plus les périodiques d'information féministe qui ont rendu l'âme au cours des dix dernières années, après, le plus souvent, une existence bien brève: *Histoire d'Elles*, *Questions féministes*, *Femmes en mouvement*, *La Revue d'en face*, *Le torchon brûle*, *F Magazine*... Tombés comme des mouches, tous, faute d'argent, d'énergie et, surtout, de lectrices.

Sans compter, non plus, les «cahiers femmes» - de tendance franchement féministe - des grands magazines, tels *Marie-Claire* et *Elle*. Disparus les uns après les autres. Tout comme, d'ailleurs, les chroniques régulières sur la condition féminine dans les grands quotidiens de Paris (*Libération*, *Le Monde*, *Le Matin*...). Pffffffffff! Noyées dans la Seine.

Que se passe-t-il donc en France? L'écrivaine Benoîte Groult interprète la vague d'antiféminisme qui s'abat présentement sur son pays comme un réflexe de défense de la part des femmes (et de la société en général) devant l'espèce de mutation, de révolution

que dans le rétroviseur. «Beaucoup de femmes font elles-mêmes de l'antiféminisme et je trouve cela extrêmement triste. Tous les ans, cinq ou six livres paraissent - les hom-



mes se jettent dessus - disant: «Nous sommes allées trop loin, les hommes ont peur de nous. Soyons plus soumises et ils reviendront.» L'Amérique a fait naître cette grande peur de la solitude», déplore l'auteure d'*Ainsi soit-elle*, rencontrée dans son bel appartement situé dans les parages de la tour Eiffel.

Les pancartes, les soutiens-gorge en guise de drapeaux, les «États généraux de la femme» parus dans *Elle*, le manifeste des 343, les marches et les discours, les Françaises en ont ras le bol. «De nos jours, à Paris, un groupe féministe, ça signifie une femme avec deux ou trois personnes autour», calcule Sylvia Niollet, du mouvement Choisir.

L'ère du militantisme terminée, vive le «Moi d'abord!». «Le seul mot «féminisme» fait peur, soutien Benoîte Groult. Tout le monde se croit maintenant obligé de dire: «Je ne suis pas féministe.»

Pourquoi ce désaveu, cette gifle aux luttes menées par les féministes sur les barricades? «On a nié le fait que les femmes avaient aussi envie de tricoter, explique le plus sérieusement du monde Martine Grapas, rédactrice en chef du magazine féminin le plus lu en France. J'ai des amies féministe qui, à un moment donné, se sentaient coupables de tricoter. Dans les mouvements féministes, on continue de penser que s'occuper de cuisine et de mode, c'est ramener la femme à un objet et la rétrograder. La presse féministe, elle, prêchait pour des convaincues. Avec leur langage inaccessible, leurs discussions qui n'intéressaient qu'une certaine élite, les chefs de file de cette presse ont exclu elles-mêmes la majorité des femmes qui pouvaient faire quelque chose pour le mouvement féministe.» Et vlan!



causée par le féminisme dans les années 70. Étourdies par le remous féministe, les Françaises auraient maintenant besoin d'une pause, le temps de jeter un coup d'oeil nostalgique

Femme actuelle: ainsi grandit-elle...

Martine Grapas, elle, tricote un magazine qui colle aux préoccupations féminines de style «rétroviseur» et qui, bien sûr, n'exclut personne. Et la Française se jette dessus, comme un macho haletant sur une revue *hardcore*.

Après seulement un an d'existence, son «bébé» est câliné chaque semaine par 12 % des Françaises, c'est-à-dire (tenez-vous bien!) plus de deux millions et demi de lectrices (33 fois plus que LVR...), dans un marché où les titres sont nombreux et la compétition féroce. Les féministes pleurent, les autres magazines féminins en bavent d'envie, mais ses promoteurs, on s'en doute, sont morts de rire. Son nom: *Femme actuelle*.

Un succès monstre, phénoménal dans les annales de la presse périodique féminine française, pour une formule toute simple: une centaine de pages, 200 sujets par numéro, 250 photos. Un magazine vidéo-clip. Les sujets? Mode, beauté, cuisine, bricolage, décoration, horoscope... Aux grands dossiers sur l'avortement, le chômage des femmes ou le viol, qui ont fait les beaux jours des magazines féminins des années 70, *Femme actuelle* rétorque avec un «dossier spécial éclairage».

On s'ennuie de *F Magazine*...

F Magazine: ainsi périt-elle...

Seul véritable organe français d'information féministe qui ait été à la fois de masse et de luxe (présentation soignée, beaucoup de photos, grands reportages à travers le monde, budget d'opération confortable), *F Magazine* n'aura vécu que quatre ans.

Quatre années durant lesquelles le magazine créé par Benoîte Groult en 1978 a compté jusqu'à 200 000 lectrices (ce qui est à la fois beaucoup et peu pour un pays où on dénombre 20 millions de femmes de 15 ans et plus). Pourquoi a-t-il cessé de paraître?

Petit à petit, les publicitaires ont entrepris de boycotter *F Magazine*, n'en pouvant plus de se faire taper sur les doigts et de se faire reprocher leurs «pubs sexistes». Les grands pourvoyeurs du magazine (Jean-Jacques Servan-Schreiber en tête), eux, se sont graduellement désintéressés du magazine, considérant que le tirage avait plafonné.

En 1982, sentant la soupe chauffer et ne voulant pas céder au chantage des publicitaires et des financiers, sept des dix rédactrices de *F* démissionnent avec fracas. Le magazine est vendu peu après et devient le *Nouveau F* ramenant, tirage oblige, les déboires de Sheila et les amours en déroute de Sylvie Vartan...

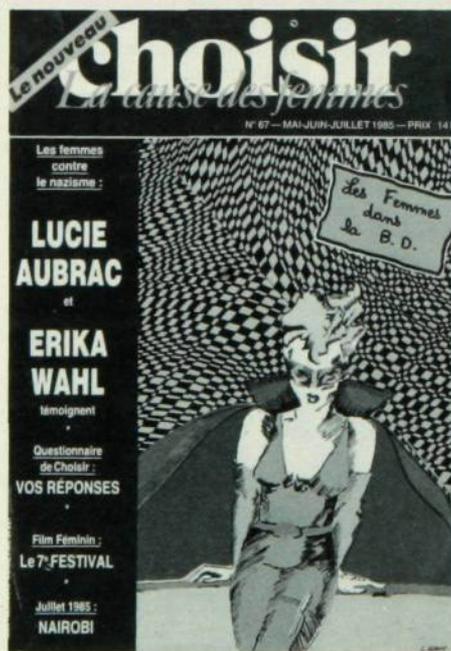
«Ce sont les compagnies de yogourt qui décident de ce qui sera publié», grince Françoise Pasquier, déplorant l'immense pouvoir des publicitaires (tous des hommes, bien entendu) sur la presse. Mais si notre gueule de féministe ne plaît pas aux publicitaires des fabricants de yogourt, de protège-slips, de cosmétiques ou de soutiens-gorge, on peut toujours leur tourner le dos et façonner à la mitaine, avec les moyens du bord, le petit bulletin militant distribué le soir près des stations de métro...

C'est plus ou moins ce que quelques poignées de féministes ont tenté de faire, de diverses façons, et avec plus ou moins de bonheur...



Pour initiées, intellectuelles ou militantes

Car depuis la mort de *F Magazine*, les aspirations des femmes, leurs analyses, leurs émotions, leurs chlamydias et leurs accouchements sans douleur, leur double tâche et



leur salaire égal, leurs épanchements solidaires et leurs joies solitaires ne s'expriment plus qu'à l'intérieur de petits bulletins militants, marginaux, à tirage famélique, ou

dans quelques périodiques savants pour initiées ou intellos.

Parmi celles qui n'ont pas encore rendu l'âme, voici quelques publications féministes françaises:

Tiré à 350 exemplaires, *Paris féministe*, de tendance lutte de classes et proche des groupes lesbiens, est brodé par une poignée de militantes bénévoles de la Maison des femmes (regroupement de groupuscules féministes et, dit-on, le seul lieu à Paris «où il se passe quelque chose») et paraît toutes les deux semaines. C'est avant tout un bulletin d'opinions et de témoignages avant d'être un magazine d'information.

Nouvelles Questions féministes a jailli, tel un phénix, des cendres de *Questions féministes* (après de bouillantes querelles idéologiques). En lieu et place des dossiers sur l'éclairage ou sur l'art-de-bien-utiliser-les-pinceaux-dans-le-maquillage de *Femme actuelle*, *Nouvelles Questions féministes* traite du «rôle des femmes dans l'insurrection du sud de la Martinique en septembre 1870». Tirée à 1500 exemplaires, publiée deux ou trois fois par année, la revue vitote grâce à des subventions. Le but visé par ses artisanes: «proposer des analyses de fond sur la compréhension entre les sexes». Démarrée en 1977, NQF n'est pas assurée de lendemains joyeux: «Nous avons absolument besoin d'argent frais, sinon dans quatre numéros nous disparaîtrons», prévoyait à l'automne Arlette Gauthier, historienne, sociologue et membre du comité de rédaction.

Organe d'information du mouvement Choisir, créé par Gisèle Halimi, le magazine *Choisir* paraît tous les trois mois. Tiré à 5 000 exemplaires expédiés aux abonnées, le magazine survit grâce à la témérité, encore une fois, d'une poignée de militantes bénévoles «qui y consacrent tous leurs temps libres», dira Sylvia Niollet. Vingt-six pages d'informations internationales, de dossiers (femme et nazisme, femme et politique, etc.) et, partout, la griffe ou la photo de Gisèle Halimi, omniprésente.

Après huit ans d'existence, l'Agence femmes information (AFI) cherche encore à être reconnue. Sa directrice, Claire Poinsignon, en est rendue à se demander s'il n'est pas suicidaire de continuer à s'entêter. L'Agence publie chaque semaine un bulletin d'information (calendrier des principales manifestations et conférences faites par ou sur les femmes, statistiques, reportages, nouvelles brèves, etc.) distribué aux médias et institutions abonnés à l'AFI. L'idée à la base de l'AFI est séduisante: fournir aux médias des textes qu'ils retransmettront par la suite, élargissant la place accordée aux informations sur les femmes dans les médias de masse. «Nous voulions être une passerelle entre le mouvement des femmes et les médias», raconte Mme Poinsignon. Sauf que les médias n'ont pas mordu à l'hameçon. Boycottées par à peu près tous les grands médias (presse, radio, T.V.), les informations produites par l'AFI sont tout de même lues par 5 000 à 10 000 personnes dans les publications féminines ou celles de quelques syndicats et institutions.

«C'est un échec», résume la directrice et fondatrice de l'AFI, en parlant du blocage des médias vis-à-vis du sujet «femmes». «On ne peut pas s'étendre sur ces choses-là», lui a-t-on répété sur tous les tons dans les médias où elle allait offrir ses services. «Pour-tant, demande-t-elle un peu amère, les autres agences spécialisées réussissent à vivre, pourquoi pas nous?»

Les pires ennemies?

Pourquoi «ces choses-là» n'intéressent-elles personne et ne trouvent-elles pas preneurs? Car tout le monde s'accorde pour dire que s'il n'y a pas en France de presse féministe, au sens journalistique du terme, il n'y a pas, non plus, de place faite au sujet «Femme» dans la presse en général. «Ils ne viennent même plus à nos conférences de presse», déplorent en chœur les groupes de femmes. La cause des femmes, les activités à caractère féministe, la condition féminine n'ont jamais eu autant mauvaise presse. Ou on en parle en mal ou, le plus souvent, on n'en parle pas du tout.

L'an dernier, raconte Claire Poinignon, lors de la conférence internationale sur les femmes à Nairobi (où étaient réunies 14 000 femmes du monde entier), la ministre déléguée aux Droits de la femme, Mme Yvette Roudy, craignait tellement que l'événement ne soit pas couvert par les médias nationaux qu'elle a défrayé le voyage afin que les

grands quotidiens daignent s'y rendre. «Pour eux, 14 000 femmes réunies, ça n'est pas un événement», en conclut la directrice de l'AFI.

Et les femmes journalistes, dans tout ça, se laissent-elles bâillonner? Ne nourrissent-elles pas un préjugé favorable envers les femmes? «Si on veut durer, il faut être féministe sans le dire, sans le montrer», constate avec lucidité Florence Montreynaud, de l'Association des femmes journalistes, qui ne regroupe qu'une cinquantaine de membres. «Les femmes journalistes sont les pires ennemies du mouvement», renchérit tout de go Françoise Pasquier, déplorant l'incroyable autocensure des journalistes féministes. Peur de perdre son emploi, peur que son contrat ne soit pas renouvelé (la compétition est féroce et le nombre de femmes pigistes va croissant), peur d'être associée au mouvement féministe (ce qui est très mal vu pour faire carrière)... il n'en faut pas plus pour que les représentantes de la presse trempent leur plume dans le système d'intérêt en place. La conjoncture ne semble pas leur offrir d'alternative.

Sénilité précoce et subversion

Et l'avenir, comment s'annonce-t-il?

Atteinte de sénilité précoce («une fois les grandes théories énoncées, le discours des féministes devenait répétitif»), la presse fé-

ministe française radotait, s'accorde-t-on à dire dans les milieux féministes de Paris, telle une vieille dame qui n'arrive pas à se mettre au goût du jour. Et comme on fait avec les vieilles dames, on l'a abandonnée...

Mais tout n'est pas perdu; la lutte, certifie Benoîte Groult, n'a pas été vaine. «Au moins, la presse féministe a mis les problèmes scandaleux au grand jour. Je trouve cela énorme, parce que l'information, c'est subversif en soi. Je crois qu'un jour on aura un écoeurement de tous ces journaux féminins qui sont une sorte d'exaltation d'une féminité ridicule. J'ai l'impression qu'on aura un ras-le-bol. Car même si elles jouent les jarretelles, les femmes ne supportent plus d'être mises en tutelle.»

C'est déjà cela de pris.

À propos, la presse féministe québécoise risque-t-elle un jour de rencontrer, elle aussi, son Waterloo? A-t-on pris soin de l'immuniser *in extenso* contre la sénilité précoce? ✕

Jocelyne Richer est journaliste au quotidien *Le Droit*, d'Ottawa. Elle a bénéficié l'automne dernier d'une bourse de l'Office franco-québécois pour la jeunesse afin de faire à Paris un reportage sur la presse féministe française.

canadian woman studies les cahiers de la femme CWS CF

- Une source de références.
- Un lieu de réflexion sur la condition des femmes.
- Un thème nouveau abordé à chaque numéro.

Les cahiers de la femme
revue trimestrielle et bilingue

En vente dans toutes les bonnes librairies
5,00 \$

ABONNEZ-VOUS

Les cahiers de la femme:
2170 Bishop, Montréal, Québec, H3G 2E9

DION COMMUNICATION CONSEIL INC.

Si on faisait des affaires ensemble?

Vous êtes en affaires? Moi aussi.
Vous voulez «pousser la machine», faire avancer l'affaire? Moi aussi.
Vous n'avez pas toujours le temps de tout faire?
Je suis là pour ça.

Dion Communication-conseil inc. est un bureau de coordination de projet qui s'occupe tout spécialement de communication pour la P.M.E. Pour votre plan de publicité, de relations publiques, vos activités de promotion... donnez-nous un coup de fil.

560, boul. Henri-Bourassa Ouest
Bureau 312
Montréal, Québec H3L 1P4

334-0650