PAROLES FÉMINISTES, CONTRONS LE RESSAC!

Réponses au discours anti-féministe

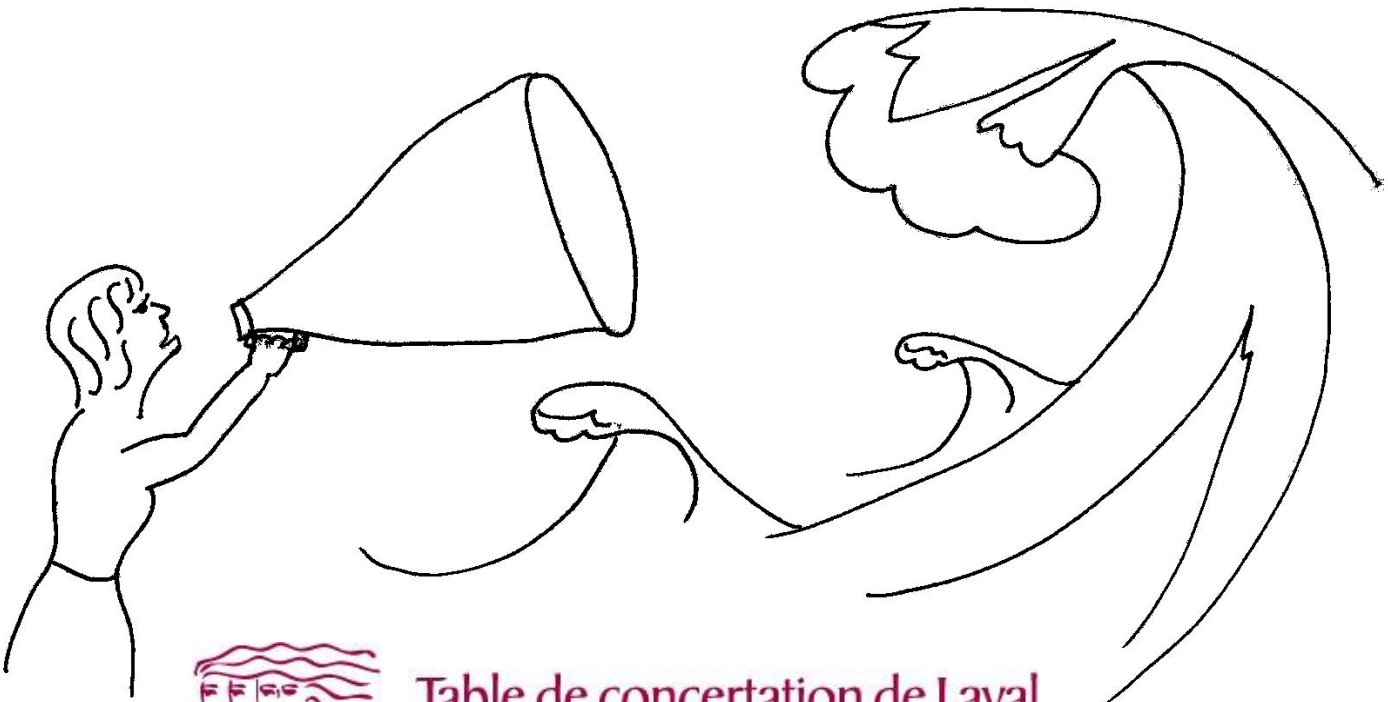


Table de concertation de Laval
en condition féminine

Agir ensemble, prendre sa place !

Réimpression en 2008
Citation suggérée :
Table de concertation de Laval en condition féminine, 2005. *Paroles féministes, controns le ressac ! Réponses au discours anti-féministe*, Laval, 38 pages.

Deuxième édition - *Paroles féministes, controns le ressac ! Réponses au discours anti-féministe*

Participation à la révision du contenu
Chantal Arseneault, Maison L'Esther
Eva Leblond, TCLCF
Lorraine Rochon, Conseil du statut de la femme
Marie-Eve Surprenant, TCLCF

Illustrations
Francine Bélanger

Impression
L'Exemplaire

La TCLCF permet, sans autorisation particulière, l'utilisation du contenu du présent document à des fins privées, éducatives et non commerciales à la condition de bien indiquer la source des images et des textes. Toute autre utilisation ou reproduction, sous quelque forme que ce soit, dont le téléchargement, la publication, la reproduction, la diffusion sur Internet ou l'utilisation à des fins publiques ou commerciales est interdite à moins d'avoir obtenu l'autorisation écrite préalable de la TCLCF.

Première édition - *Argumentaire féministe pour une meilleure prise de parole*
Recherche et rédaction
Marie-Josée Béchard

PAROLES FEMINISTES, CONTRONS LE RESSAC !
REPONSES AU DISCOURS ANTI-FEMINISTE
© Table de concertation de Laval en condition féminine
1450, boul. Pie-X, local 203
Laval (Québec) H7V 3C1
Téléphone : 450-682-8739
Télécopieur : 450-682-9057
Courriel : tclcf@bellnet.ca
Site Web: www.tclcf.qc.ca
Dépôt légal–2005. Bibliothèque nationale du Québec ; Bibliothèque nationale du Canada

Préface

Francine Descarries
Professeure, Département de sociologie
Directrice de l'Alliance de recherche IREF/Relais-femmes
sur le mouvement des femmes
UQAM

C'est avec grand plaisir que je salue l'initiative de la Table de concertation de Laval en condition féminine (TCLCF). La publication de *Paroles féministes, controns le ressac ! Réponses au discours anti-féministe* répond à un besoin précis et arrive à point nommé. Le document que nous propose la TCLCF permettra à un grand nombre d'entre nous de mieux repérer les arguments anti-féministes et de mieux s'outiller pour les contrer.

Mais, c'est parce que la réalisation de ce document révèle que plusieurs femmes - et des jeunes femmes en l'occurrence - sont encore capables de s'indigner et refusent de se taire, de céder au chantage des « émotions » et de prendre la parole - ici je dirais la plume - sur leur propre terrain, soit celui du féminisme et de l'intervention, que je suis touchée que la TCLCF m'ait associée à son projet. Et je suis d'autant touchée, que je reconnais parmi ces nouvelles leaders du mouvement des femmes certaines de mes étudiantes, preuve évidente que nous avons eu raison au cours des ans de considérer que la mise sur pied de programmes en études féministes dans nos universités était aussi un acte de militance.

Faut-il le souligner, l'anti-féminisme, aussi loin que l'on puisse en retrouver la trace, a été un compagnon constant de l'histoire du mouvement des femmes et la courbe de ses manifestations a sans l'ombre d'un doute suivi celle des avancées de la lutte des femmes.

Déjà Virginia Wolfe remarquait en 1929 dans son magnifique ouvrage *Une chambre à soi,* qu'aux temps charnières du mouvement des femmes correspondaient une histoire des manifestations fortes de l'opposition des hommes à l'émancipation des femmes. L'historienne Michèle Perrot[1] reprenait récemment cette idée en soulignant: « Aux moment forts d'un féminisme conquérant répondent des bouffées d'anti-féminisme crispé ». En tel cas, il faudrait voir dans la mouvance anti-féministe actuelle une preuve du dynamisme du mouvement des femmes et du féminisme.

L'anti-féminisme, au sens littéral du terme, désigne les attitudes, discours et pratiques hostiles au féminisme et constitue l'espace de « retranchement » du sexisme et de la misogynie. Dans le contexte actuel, à l'instar des rédactrices du présent document, je désignerais donc comme anti-féminisme les discours et les pratiques qui, sans nécessairement utiliser des termes « apocalyptiques », ou recourir à des visions d'horreur ou à des préceptes moraux d'un autre âge, s'opposent, implicitement ou explicitement aux projets portés par le féminisme et aux avancées des femmes dans les différents domaines de la vie sociale. Ces avancées vers l'égalité étant perçues comme menaçantes pour un ordre social dont l'équilibre a été depuis toujours fondé sur la hiérarchie sexuelle et la domination masculine.

Aujourd'hui, et le document en fait la preuve, l'anti-féminisme se découvre sous de multiples facettes et ne peut être caractérisé ni comme un phénomène coordonné, ni comme une conspiration généralisée ou légitimée dans les discours officiels; ce qui ne le rend pas moins pernicieux pour autant. En fait, comme le soulignait déjà Susan Faludi dans *Backlash*, c'est possiblement cette absence de coordination, la variété des messages et les différentes formes qu'il revêt qui le rendent justement plus difficile à déceler et possiblement plus efficace. Aujourd'hui, comment s'exprime donc cet anti-féminisme diffus mais suffisamment diffusé et écouté pour constituer un « antidote » pernicieux au féminisme? Quelles formes et formules prend-il ? Mais surtout comment doit-on se positionner par rapport à celui-ci, comment y réagir et mettre en valeurs notre message féministe ? Ce sont ces questions auxquelles *Paroles féministes, controns le ressac!* apportent d'intéressants éléments de réponse.

---

[1] Perrot, Michelle (1999). « Préface » dans Christine BARD (dir.), Un Siècle d'antiféminisme, Paris, Fayard : p. 8

Tables des matières

Introduction 3

Contexte et impacts du ressac anti-féministe 4

Le féminisme, toujours d'actualité! 9

Repérer les arguments anti-féministes et les contrer 12

- La discrimination des hommes 12
- La société matriarcale 13
- La recherche de l'égalité symétrique 14
- L'atteinte de l'égalité 15
- L'échec scolaire des garçons 16
- La féminisation de la société 17
- Le suicide 18
- La violence 19
- La garde des enfants 20

Déjouer les stratégies anti-féministes 21

Communication féministe et place publique 24

Conclusion 34

Bibliographie 35

Introduction

L'ampleur que prend le discours anti-féministe et l'écho qu'il reçoit dans les médias inquiètent les femmes et celles qui travaillent en première instance pour leur avancement. Après un grand bond, non seulement les avancées des femmes apparaissent maintenant plus difficiles, puisque dans bien des domaines un plafond de verre semble s'être dressé, mais avec le discours anti-féministe qui se répand la menace de reculs est détectable.

Dans ce contexte où l'on observe une montée des discours anti-féministes et une tendance à la symétrisation des problèmes hommes-femmes, la Table de concertation de Laval en condition féminine (TCLCF) a conçu un guide de réponses éclaires pour permettre aux femmes de rétablir les faits en matière de féminisme et de condition féminine. À la base, cet outil a été créé pour les membres de la TCLCF, mais l'engouement qu'il a soulevé chez celles-ci a confirmé la nécessité de le rendre accessible à toutes. Étant avant tout un document destiné à l'usage interne, ce guide conserve une vocation de document de base qui se doit d'être bonifié. Il n'a donc nullement la prétention d'être ni exhaustif, ni immuable. Ainsi, *Paroles féministes, controns le ressac! Réponses au discours anti-féministe*, prépare le terrain à d'autres documents susceptibles d'outiller les féministes pour contrer le ressac actuel et appelle toutes les lectrices à participer à l'évolution de ce travail collectif. La TCLCF invite donc toutes les femmes à s'approprier ce document et à lui faire part de leurs commentaires, expériences et réponses féministes. Vous trouverez à la fin de ce guide un espace où inscrire les arguments anti-féministes et les réponses féministes que vous proposez.

« Paroles féministes, controns le ressac! Réponses au discours anti-féministe » est un outil d'information et de sensibilisation qui présente, d'une part, l'argumentaire anti-féministe et, d'autre part, l'analyse féministe qui peut en être faite. Ce guide de référence vous permettra de repérer les discours sexistes, d'identifier les stratégies des anti-féministes, ainsi que de développer un argumentaire et des stratégies de communication efficaces pour les contrer. Vous serez donc en mesure de déconstruire les arguments des anti-féministes, mais aussi d'élaborer des stratégies qui vous permettront de mieux faire passer vos messages.

Contexte et impacts du ressac anti-féministe

Chaque mouvement d'émancipation (féministe, contre le racisme, pour les droits des gais et des lesbiennes, etc.) a entraîné une réaction automatique de ressac, c'est-à-dire le développement d'un discours réfractaire en faveur du statu quo. Depuis les années 1990, au Québec comme ailleurs, ce ressac s'accentue. Les discours anti-féministes érodent le travail élaboré par les femmes et les féministes depuis plus de trois décennies tout en revalorisant des rapports traditionnels entre les hommes et les femmes.

Le discours anti-féministe prend naissance dans la crainte de la perte de pouvoir tant dans la sphère publique que privée. Cette crainte est fondée puisqu'on ne peut atteindre l'égalité sans que les possédants acceptent de partager le pouvoir et c'est justement l'acceptation de cette perte qui est difficile à concevoir pour plusieurs, et qui est à l'origine de l'anti-féminisme.

À cela s'ajoute la montée de politiques néo-libérales, des idées conservatrices ainsi que des intégrismes moraux et religieux qui mettent l'accent sur les libertés individuelles au détriment des droits sociaux. Dans ce contexte, l'impact des luttes féministes est amoindri.

Les discours anti-féministes

Anti-féminisme : définition

Les anti-féministes s'opposent aux changements, particulièrement à ceux apportés par le mouvement féministe (les droits juridiques, l'autodétermination du corps, etc.). Leur discours est basé sur des prémisses essentialistes qui expliquent les inégalités et les différences d'attitudes et de comportements entre les hommes et les femmes à partir de la nature et du déterminisme biologique plutôt que par la socialisation. Cette vision reconduit le modèle ménagère/pourvoyeur et valorise le couple hétérosexuel. Aussi, les idées véhiculées dans les discours anti-féministes suggèrent que l'égalité serait atteinte, que les femmes auraient obtenu trop de droits et que la société bafouerait ceux des hommes.

Dans l'ensemble des discours anti-féministes, une particularité nord-américaine, mais aussi en émergence en Europe, se note : certains hommes revendiquent une parole masculine ou paternelle. Les groupes d'hommes anti-féministes s'intéressent particulièrement aux thèmes suivants : l'échec scolaire des garçons, la paternité et le suicide. Leur façon d'aborder les conditions de vie des hommes est modulée selon leur position. Leurs discours peuvent être situés sur une échelle qui va de modérée à extrémiste. Tout comme différents courants cohabitent dans l'anti-féminisme (du conservatisme à l'intégrisme), une diversité de discours existe chez les groupes d'hommes.

Une partie du discours anti-féministe est axée sur les souffrances que vivent les hommes. Il est souvent celui d'hommes publics, scolarisés ou de spécialistes, membres ou non de groupes d'hommes. Ces hommes représentent la voix des modérés. Leurs discours tissent généralement des liens entre les problèmes que vivent des hommes (crise identitaire, perte de la garde de leur enfant, etc.) et les transformations suscitées par le féminisme, sans nécessairement remettre en question les avancées du mouvement des femmes.

Les discours classifiés comme extrémistes ont généralement comme point central la question de la victimisation des hommes. Certains groupes concentrent leurs efforts sur la dénonciation de situations qu'ils jugent injustes. Par exemple, selon eux, les hommes seraient victimes du système juridique qui exerce des pratiques discriminatoires envers les hommes et, en particulier, lors de l'attribution de la garde des enfants. Ils prétendent que le féminisme est à l'origine des problèmes que vivent de façon plus accentuée certains hommes et garçons (le suicide et le décrochage scolaire, par exemple).

Si les discours de certains groupes extrémistes, particulièrement présents sur Internet, sont très souvent haineux et démagogiques, les discours, en apparence plus modérés, des spécialistes, donnent à l'ensemble des revendications et des arguments de ces anti-féministes une crédibilité aux yeux du public. De plus, les analyses de spécialistes alimentent les groupes plus radicaux. Ainsi, ces deux types de discours, modérés et extrémistes, valorisent les valeurs conservatrices et les rôles sexuels stéréotypés traditionnels.

Anti-féminisme ou masculinisme?

Les hommes qui ont une vision conservatrice des rôles sociaux de sexe sont souvent définis par le terme masculinistes. Nous préférons les désigner sous l'appellation anti-féministe pour les distinguer des hommes (les pro-féministes) qui sont en faveur de l'égalité et qui reconnaissent la discrimination systémique persistante. De plus, le terme masculinisme établit une fausse comparaison avec le féminisme qui laisse à penser que les tenants de ces idéologies luttent pour l'égalité entre les sexes (les féministes se préoccupant des questions touchant les femmes, les masculinistes, des questions touchant les hommes) et qu'il s'agit d'un mouvement social, alors que seulement quelques groupes composés de peu d'individus sont actifs.

C'est ainsi que les groupes d'hommes anti-féministes disent parler au nom des hommes ou des pères, alors qu'ils ne représentent qu'une partie des hommes et des pères : les conservateurs. Ils ne forment pas un mouvement social, c'est-à-dire un mouvement qui vise l'amélioration des conditions de vie d'un groupe discriminé (les femmes, les travailleurs, les noirs, etc.) et faisant avancer les débats sociaux. Ils ne peuvent être, en ce sens, comparés au mouvement des femmes. Les groupes d'hommes anti-féministes sont généralement contre les droits des femmes et des minorités et sont souvent homophobes.

Quelques caractéristiques des discours anti-féministes

La démagogie

Beaucoup d'anti-féministes sont des démagogues, c'est-à-dire qu'ils utilisent des données citées hors contexte pour justifier leurs positions. Ils présentent des cas selon un seul point de vue et en font des généralités aucunement documentées. Contrer les propos démagogiques est une tâche fastidieuse à accomplir. Plusieurs chercheuses féministes refusent de tenir compte des données émises par les groupes d'hommes anti-féministes, car pour elles, cela ne peut constituer une base de débat acceptable.

Les anti-féministes mystifient souvent leurs interlocutrices et leurs interlocuteurs en faisant aussi appel aux émotions. Ils utilisent des thèmes qui rejoignent certaines parties de la population dans leur identité parentale ou sociale. Les individus se sentent touchés par leurs propos et adhèrent à leurs explications des phénomènes.

La recherche de la crédibilité

Les groupes d'hommes anti-féministes recherchent la crédibilité en imitant les groupes de femmes dans leur argumentaire, comme s'il y avait symétrie dans les rapports de pouvoir entre les femmes et les hommes. Les hommes à la tête de ces groupes se définissent en tant qu'intervenants en condition masculine, comme si les problèmes de décrochage scolaire, de suicide, d'obtention de garde d'enfants, et autres relevaient d'une discrimination systémique envers les garçons et les hommes. Ils cherchent aussi à se faire du crédit par le lobby auprès des éluEs, dans les ministères et organismes gouvernementaux, ainsi qu'auprès de certains chercheurs qui leur tendent l'oreille.

La simplicité

Les discours des anti-féministes, et particulièrement ceux des groupes d'hommes, sont simples. L'argumentation se divise en deux parties. Dans un premier temps, les souffrances des hommes sont décrites. Dans un second temps, la cause de celles-ci est identifiée : généralement, il s'agit des femmes ou des féministes. Par exemple, selon certains groupes d'hommes anti-féministes, les hommes vivent une crise identitaire masculine sans précédent depuis quelques années. Le mouvement féministe serait responsable du désarroi des hommes, puisqu'il a changé les rapports entre les femmes et les hommes. Il n'y a pas nécessairement de lien entre les deux parties de l'argumentation : il s'agit d'un amalgame d'idées.

La propagation des discours anti-féministes

Les discours anti-féministes trouvent écho tant dans les médias, auprès du gouvernement que chez une grande partie de la population. L'intérêt accordé au discours antiféministe viendrait de la nouveauté de l'hypothèse avancée (c'est-à-dire, le féminisme) pour expliquer des situations que vivent les hommes et les garçons (le désarroi des hommes, le suicide, le décrochage scolaire, etc.).

Les groupes

La réflexion sur la paternité initiée à l'intérieur de certains groupes d'hommes est à la base d'un discours anti-féministe. Par exemple, certains prônent la présence des pères auprès de leurs enfants sans les responsabilités que le rôle de parent implique. Les femmes continuent donc d'être considérées comme les principales responsables de l'espace domestique et de la famille.

Le lobby

Les anti-féministes ont un écho dans les différents paliers de gouvernement. Le lobby est une pratique qu'ils connaissent bien et ils semblent avoir les fonds nécessaires pour arriver à leurs fins. Leurs revendications influencent le gouvernement et lui donnent des arguments pour justifier l'abandon de ses responsabilités dans le dossier de la condition féminine. Dans ce contexte, la non-intervention est valorisée et se traduit notamment par une volonté d'abolition des programmes et des structures jugés superflus, ce qui nuit aux groupes de défense des droits des femmes. Par le fait même, beaucoup d'acquis des femmes sont remis en question.

Les médias

Le féminisme est souvent perçu par les médias et dans la population en général comme désuet. La perception que l'égalité entre les sexes serait atteinte justifierait la fin de la lutte féministe. Ce mythe de « l'égalité-déjà-là » (Delphy citée par Reed, 2004), véhiculé par certains spécialistes et par les médias, appuie aussi le discours des groupes d'hommes anti-féministes. Le mythe de « l'égalité-déjà-là » est un thème présent depuis plus de vingt ans dans le discours anti-féministe au Québec. Les revendications du mouvement des femmes ont donc peu d'échos dans le monde médiatique. De plus, lorsqu'il est en question, le sujet est souvent noyé au travers d'une quantité de critiques des fondements, des avancées et de la pertinence du féminisme.

Afin que les revendications féministes soient entendues et, particulièrement, dans le contexte actuel de la montée de l'anti-féminisme, il est nécessaire :

- de cerner le discours antiféministe et de trouver des arguments pour le contrer;
- de définir une ligne directrice et des objectifs à notre message féministe;
- d'apprendre quelques stratégies de communication;
- de diffuser notre message dans les lieux de pouvoir et d'influence.

Le féminisme, toujours d'actualité!

Qu'est-ce que le féminisme ?

Avant de définir ce terme qui suscite tant de controverses et revêt de nombreuses épithètes, rappelons que le mouvement féministe milite d'abord et avant tout pour l'amélioration des droits et des conditions de vie des femmes dans la société. Certes, plusieurs définitions du féminisme existent. Cependant, peu d'entre elles font référence à la dimension systémique dont sont victimes les femmes. Parce qu'elle met en lumière le système patriarcal qui perpétue l'oppression des femmes, nous avons retenu la définition suivante : « être féministe, c'est croire d'abord et avant tout en l'égalité des femmes et des hommes et agir individuellement et collectivement pour que cesse toute situation de discrimination basée sur la division et la hiérarchisation des sexes. » (Descarries, 2003**)**.

La société patriarcale divise les femmes et les hommes en groupes opposés et hiérarchise ces groupes, c'est-à-dire qu'un ordre et une valeur leur sont attribués. Le groupe des hommes se situe dans le haut de la hiérarchie et le groupe des femmes, dans le bas. La division des sexes réfère aussi à la division sexuelle du travail qui assigne les hommes et les femmes dans des sphères distinctes et hiérarchisées.

Le modèle traditionnel femme-ménagère/homme-pourvoyeur illustre bien cette division : l'espace privé et domestique étant attribué aux femmes, tandis que la sphère publique et politique sont réservées aux hommes, ces dernières revêtant par le fait même plus de prestige. Ces processus de division et de hiérarchisation des sexes, permettent la reproduction des inégalités que subissent les femmes.

Quels sont nos objectifs ?

Le mouvement féministe recherche l'égalité, l'équité et la justice sociale pour toutes et tous. Dans la société, les hommes étant en position de domination économique, sociale et politique, l'amélioration des conditions de vie des femmes est donc visée. L'atteinte de cet objectif d'égalité entre les sexes implique la reconnaissance de la réalité des femmes et la poursuite d'actions qui mèneront à une véritable égalité et équité entre les femmes et les hommes, tant dans les sphères publiques que privées.

Le féminisme s'attaque aux inégalités que vivent les femmes afin qu'elles puissent jouir des meilleures conditions de vie qui permettront à chacune de s'épanouir dans les différentes sphères de leur vie (travail, famille, couple, vie personnelle, etc.). Certains thèmes sont abordés plus régulièrement lorsqu'il est question de condition féminine, car ils s'inscrivent au cœur de la vie de la majorité des femmes, dont :

- la famille (conciliation travail/famille, maternité, etc.), puisque les tâches domestiques, l'éducation des enfants et les soins aux parents vieillissants sont encore majoritairement assumés par les femmes;
- le revenu et la pauvreté, puisque les femmes gagnent seulement 70 % du revenu des hommes et qu'une grande partie de la population féminine vit dans la pauvreté (CSF, 2004);
- la violence, puisque qu'elle est toujours présente (violence conjugale, harcèlement, intimidation, abus, agressions, viol, mutilations, etc.);
- le travail, puisque de nombreuses femmes vivent dans des conditions de travail précaires (elles sont nombreuses à occuper un emploi atypique ou à vivre une situation de faible revenu);
- la double discrimination, puisque plusieurs femmes sont discriminées sur la base de leur sexe, mais aussi de leur âge, de leurs origines ethniques, de leur condition sociale, de leur orientation sexuelle; ces discriminations se font sentir lorsqu'elles désirent acquérir un logement, lorsqu'elles postulent pour un emploi, lorsqu'elles veulent faire reconnaître leurs droits;
- La participation à la sphère politique, puisque la représentation des femmes aux différents paliers de gouvernement stagne depuis quelques années à 30%.

Quel est notre message ?

Le mouvement féministe désire démontrer que, pour arriver à l'égalité, toute société doit promouvoir :

- l'égalité de droits et de faits;
- un accès équitable aux ressources économiques, politiques, culturelles et sociales.

Les principaux enjeux du féminisme sont:

- éliminer les stéréotypes sexuels et la violence faite aux femmes;
- promouvoir l'égalité économique entre les femmes et les hommes;
- favoriser des rapports plus égalitaires au sein de la famille;
- augmenter la représentation des femmes dans les lieux de pouvoir;
- éliminer la pauvreté.

Une des façons de contrer le discours anti-féministe est de démontrer les fruits du féminisme sur la société dans son ensemble. Le féminisme a contribué :

- à la construction d'une société plus égalitaire, plus juste et à la valorisation des valeurs humanistes (la solidarité, le partage, l'entraide, etc.);
- à la diversité des modèles et des rôles sexuels pour les femmes et les hommes;
- à la construction de rapports de couple plus égaux, basés sur le dialogue et le respect mutuel;
- à l'amélioration des conditions de travail (en exigeant des mesures de conciliation travail-famille, en développant des modes de gestion démocratiques/féministes, etc.)

Ensemble, par la collaboration de toutes et de tous, la construction d'un monde meilleur devient possible!

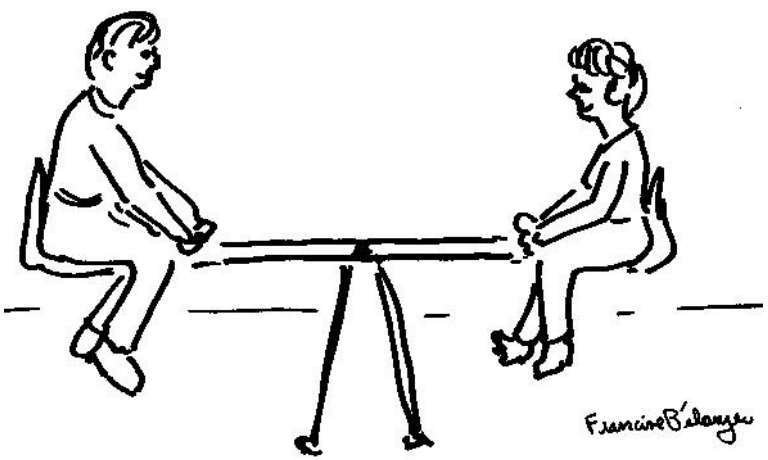
Repérer les arguments anti-féministes et les contrer

Il est nécessaire de contrer le discours des anti-féministes puisqu'il met en péril les acquis des luttes féministes et propage des idées fausses sur les conditions de vie des femmes et sur les rapports hommes/femmes. Vous trouverez dans cette section quelques-uns des arguments des anti-féministes, ainsi que des pistes de réponses pour rétablir les faits.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
1 LA DISCRIMINATION DES HOMMES Les hommes sont discriminés sur la base de leur sexe.	• Se définir comme victimes dans une société où les hommes blancs, de classe moyenne et hétérosexuels dominent socialement, économiquement et politiquement est une stratégie afin de faire taire les revendications des groupes contestant le statu quo. • Les hommes peuvent être discriminés en tant que membre d'une classe opprimée (par exemple, la race, l'orientation sexuelle, l'âge, etc.) et non en tant que classe de sexe i.e. « les hommes ». • En tant qu'individus de sexe masculin, ils ne vivent pas de discrimination systémique, c'est-à-dire que les problèmes qu'ils vivent ne sont pas le fait de rapports sociaux de sexe inégaux ou de rapports de pouvoir.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
2 LA SOCIÉTÉ MATRIARCALE Les féministes dominent et les femmes imposent leur pouvoir dans les différentes sphères de la société. Nous vivons dans un matriarcat. Les femmes détiennent le pouvoir dans la sphère privée**.** Les femmes ne sont pas opprimées : elles ne vivent que peu ou pas de situation inégalitaire.	• Malgré les avancées des trente dernières années, les femmes continuent d'être désavantagées aux plans politique, social, économique, culturel de même que dans la sphère privée. Par exemple, 61% du temps consacré quotidiennement au travail domestique est fourni par les femmes et est non rémunéré (Moisan citée par Brossard, 2004). • La politique et l'économie, leviers essentiels du pouvoir, sont encore contrôlées par les hommes. Ce sont des hommes qui sont à la tête d'institutions telles que l'OTAN, le FMI, l'OMC, la Banque mondiale et l'ONU. On ne retrouve aucune femme parmi les dirigeant du G8 et le Québec tout comme le Canada n'ont jamais eu de femme élue à la tête de leur gouvernement. • Les femmes occupent majoritairement les mêmes secteurs d'activités qu'autrefois soit la santé, l'éducation et le communautaire. Ces postes sont, pour la plupart, moins bien rémunérés et présentent des conditions d'emploi plus précaires que les postes davantage occupés par des hommes. • Lorsqu'un groupe dominé refuse d'être victime, le groupe dominant ressent le besoin de contre-attaquer pour préserver sa position dominante.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
3 LA RECHERCHE DE L'ÉGALITÉ SYMÉTRIQUE Les hommes désirent l'égalité avec les femmes : « nous voulons que tout soit partagé de façon égale (ressources, programmes, services, etc.) ».	• Ici la négation totale ou l'incompréhension de ce qu'est la discrimination systémique est évidente; on place sur un même niveau les problèmes que vivent des hommes de façon plus accentuée (le suicide et le décrochage scolaire, par exemple, qui sont des problèmes sociaux) avec la discrimination systémique vécue par les femmes. • Une incohérence existe dans le discours des anti-féministes entre leur demande pour l'égalité et la situation de dominance sociale des hommes. Cet argument est une tactique qui vise à abattre l'opposition en détournant les revendications féministes. • Leur concept d'égalité est fallacieux : il repose sur la « juste » redistribution entre les deux sexes des ressources existantes sans tenir compte que les hommes et les femmes n'occupent pas une place semblable dans la société.



Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
4 L'ATTEINTE DE L'ÉGALITÉ L'égalité est atteinte. Le féminisme n'est plus nécessaire.	L'égalité est loin d'être atteinte : • Les femmes gagnent 65% du revenu des hommes. • 30,4 % de femmes seulement siègent à l'Assemblée nationale. • 65% du travail domestique est fait par les femmes. • Les femmes forment 60% de la population pauvres au Québec (Brossard, 2004). • Les anti-féministes se basent souvent sur des témoignages personnels lorsqu'ils avancent que l'égalité est atteinte. C'est une façon d'occulter la discrimination systémique dont toutes les femmes sont victimes et d'opposer l'expérience individuelle et l'oppression collective.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
5 L'ÉCHEC SCOLAIRE DES GARÇONS Les garçons échouent plus souvent que les filles. L'école serait conçue pour les filles. Le système scolaire valoriserait des attitudes et des valeurs féminines, ce qui nuirait à la réussite des garçons.	• Le taux de décrochage scolaire chez les garçons a toujours été plus élevé que celui des filles. Depuis 1970, le taux de décrochage chez les garçons est à la baisse : il était de 49% en 1940, alors qu'il était de 22% en 1997 (Moisan, 2005 : 58). • L'écart entre le décrochage chez les garçons et celui chez les filles est dû à la baisse massive du décrochage scolaire chez les filles et non pas à l'augmentation de celui-ci chez les garçons. • Les garçons sans diplôme ont plus de chances d'accéder à des emplois bien rémunérés que les filles sans diplôme. • Malgré le taux de décrochage plus élevé chez les garçons, la proportion de femmes à entrer sur le marché du travail est plus faible que celle observée chez les garçons. • Même si les femmes complètent leurs études dans une plus grande proportion que les garçons, celles-ci occupent des emplois traditionnellement féminins, notamment dans les milieux de la santé et de l'éducation, moins bien rémunérés et aux conditions plus précaires. • Les conséquences du décrochage scolaire sont plus marquées chez les femmes que chez les hommes. Ainsi, une femme qui abandonne ses études sera sans emploi pendant 23,2 ans, principalement dû à la grossesse. Un homme, dans la même situation, sera 6,6 ans sans emploi (Conseil canadien de développement social cité par Brossard, 2004).

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
6 LA FÉMINISATION DE LA SOCIÉTÉ La société se féminise dû à la présence de plus en plus grande de femmes dans la sphère publique. La principale conséquence est la féminisation des garçons. Les attitudes masculines sont dévalorisées : virilité, agressivité, besoin de bouger, etc. surtout à l'école.	• Selon la Classification des professions (CNP), 67% des métiers sont traditionnellement masculins. Les femmes dans ces milieux doivent se conformer aux standards (masculins) ou performer plus que leurs collègues de sexe masculin afin de démontrer leurs compétences. • Les professions dans lesquelles se retrouvent une majorité de femmes (soins infirmiers, secrétariat, etc.) sont généralement sous-payées et peu valorisées. • Les lieux anciennement dominés par les hommes et nouvellement investis par les femmes (le droit et la médecine, par exemple) sont désertés par les hommes et perdent de leur prestige. • Le système scolaire, originalement conçu pour et par des hommes, n'a pas été modifié lorsque les femmes ont pu accéder aux études. • Les jeunes filles ont autant besoin de bouger, de courir, de dépenser leur énergie et de jouer (ce qui est le propre de l'enfance) que les jeunes garçons à l'école.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
7 LE SUICIDE Le taux de suicide chez les hommes est alarmant. Les transformations sociales suscitées par le féminisme sont la cause du désarroi des hommes qui les pousse au suicide.	• Le taux plus élevé de suicide chez les hommes est relié à l'utilisation de moyens plus létaux (armes à feu, pendaison, etc.). • Les taux de tentatives de suicide sont plus élevés chez les femmes que chez les hommes. • L'écart observé entre les taux de suicide des hommes et des femmes existe depuis les années 1950, i.e. avant les grandes transformations suscitées par le féminisme. • Le taux de détresse psychologique est souvent plus élevé chez les femmes : à Laval, par exemple, le taux est de 25,1% chez les femmes et de 21,5 % chez les hommes (CSF, 2004). • Les hauts taux de suicide chez les hommes sont beaucoup le fait des autochtones et homosexuels et ne sont donc pas reliés au féminisme.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
8 LA VIOLENCE Les violences masculine et féminine sont des problématiques comparables et sont aussi répandues l'une que l'autre. Il n'existe peu ou pas de ressources pour les hommes victimes de violence. S'il y avait plus de ressources pour les hommes, des situations de violence pourraient être évitées.	• La violence conjugale dont sont victimes les femmes est le reflet de l'oppression collective des femmes. Dans la société patriarcale, les rapports entre les hommes et les femmes sont marqués par la violence qui constitue un moyen pour les hommes de contrôler, manipuler ou dominer les femmes. • Dans 9 cas sur 10, la violence conjugale est le fait d'un homme (Statistique Canada cité par Brossard, 2004). • Les ressources mises en place pour les femmes victimes de violence visent, entre autres, à assurer la protection de celles-ci contre leur agresseur. De ce fait, la mise en place de ressources pour les hommes violents ne doit pas être faite au détriment de la protection des femmes victimes de violence. • Ce sont des groupes informels qui ont mis sur pied les ressources en hébergement pour les femmes victimes de violence conjugale : l'initiative reste donc aux hommes pour la création de ressources concernant les hommes vivant une situation semblable. • Les ressources en place pour hommes violents sont utilisées par des hommes qui ont déjà commis leurs méfaits et qui y sont souvent par obligation de la cour.

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**
9 LA GARDE DES ENFANTS Les hommes sont victimes du système juridique qui exerce des pratiques discriminatoires envers eux et en particulier lors de l'attribution de la garde des enfants. Les féministes détruisent la famille et dépossèdent les hommes de leur rôle parental (de pourvoyeur).	• Dans 78% des cas de divorce ou de séparation, on assiste à une entente hors cours entre les deux conjoints en ce qui a trait à la garde des enfants (Émond citée par Brossard, 2004). • Il convient de procéder à la garde partagée lorsque les deux parents sont adéquats et qu'ils sont respectivement prêts à prendre leurs responsabilités. • Ce ne sont pas tous les pères qui désirent avoir la garde de leurs enfants. • Pour certains hommes reconnus coupables de violence conjugale, l'argument de la garde partagée représente un moyen de garder une mainmise sur leur ex-conjointe. Ainsi, une garde partagée systématique, comme le réclament certains groupes d'hommes, serait nuisible pour les femmes victimes de violence**.** • Dans la décision liée à la garde des enfants, les intérêts des enfants doivent prédominés et non les droits des pères comme le préconisent certains groupes de pères qui militent en faveur du droit des pères. • Le féminisme a permis aux hommes de se rapprocher de leurs enfants par, entre autres, la déconstruction des rôles traditionnels (Descarries et Corbeil, 1994). • Les féministes désirent la reconnaissance de toutes les formes de famille (monoparentale, recomposée, ayant des parents de même sexe, etc.) et un partage équitable des responsabilités familiales et domestiques entre les parents.

Déjouer les stratégies anti-féministes

Le mouvement des femmes est aux prises depuis quelques temps avec des stratégies anti-féministes qui viennent miner le travail colossal des féministes en plus de mettre en péril certains acquis si durement obtenus. Souvent l'oeuvre de groupes masculinistes, les stratégies anti-féministes ont une tribune sur la place publique et trouvent preneur chez un bon nombre d'individus. Afin de les repérer pour mieux les déjouer, voici en quoi consistent ces stratégies anti-féministes, d'une part, et comment elles peuvent être contrées par la réponse féministe, d'autre part. La vigilance est de mise!

Stratégies anti-féministes

Dépolitiser les revendications féministes

De par leur contenu, les discours anti-féministes nuisent à l'avancement des femmes en agissant comme suit:

- ils symétrisent la situation des femmes par rapport à celle des hommes;
- ils dépolitisent les revendications du mouvement féministe en opposant l'individuel au collectif;
- ils réduisent la légitimité des revendications du mouvement des femmes québécois en comparant nos conditions de vie à celles qui prévalent dans les pays où les avancées des femmes sont moins grandes;
- ils évacuent l'analyse des rapports de pouvoir de sexe.

Détourner le sens des actions

Les anti-féministes se servent des événements organisés par les féministes pour en détourner le sens. Par exemple, ils profitent du 8 mars pour montrer les femmes sous un jour négatif ou pour parler du désarroi des hommes. Ils tentent de miner des activités (tables rondes, débats, journées d'échanges, etc.) en intervenant de façon hors contexte. Les anti-féministes reprennent la rhétorique des féministes, mais en utilisant de façon fallacieuse les notions de droit, d'égalité et de discrimination.

Désinformer la société

La désinformation opérée par les anti-féministes prend deux formes : par l'utilisation de fausses informations et de statistiques erronées, ainsi que par la généralisation, soit la réduction du mouvement des femmes. Le mythe de « l'égalité-déjà-là » est aussi une forme de désinformation véhiculé dans certains médias.

Diviser la société

Diviser pour mieux régner est une règle qu'applique les anti-féministes. Ils tentent de séparer les femmes des hommes, les féministes des non-féministes, les féministes des pro-féministes, etc. Ils désolidarisent la société.

Miner la crédibilité du féminisme

Les anti-féministes tentent de miner la crédibilité des féministes qui évoluent dans l'espace public. Par exemple, certains hommes pro-féministes sont décrits comme des traîtres, des hommes roses, des hommes mous, etc. Féministes et pro-féministes sont parfois intimidéEs, harceléEs et victimes d'attaques personnelles.

Le féminisme est discrédité lorsqu'il est associé à des régimes politiques ou à des positions socialement réprouvées : le totalitarisme, l'intégrisme, etc. La composition de termes comme « vaginocratie », « féminazie » et « féministan » (en référence à l'Afghanistan) s'inscrit dans cette stratégie par les anti-féministes.

La réponse féministe

Les stratégies des anti-féministes sont bien présentes et nuisent considérablement au mouvement des femmes. Les anti-féministes placent souvent les féministes en mode défensif, ce qui a pour effet de bâillonner ces dernières. Cette situation de défensive ne permet pas aux féministes de promouvoir leur point de vue et de faire valoir leurs arguments. Mettre à jour les stratégies de désinformation et de détournement mises de l'avant par les anti-féministes permet aux féministes de demeurer vigilantes.

Une fois ces stratégies identifiées, il importe de recentrer le débat sur les fondements du féminisme et ses luttes. Les féministes doivent démontrer qu'il reste toujours des discriminations systémiques basées sur le sexe. Quand on constate que les femmes sont encore victimes de discrimination et d'inégalités, et que la majorité des institutions, tant canadiennes qu'internationales, sont toujours gouvernées par des hommes, il apparaît essentiel de réagir au discours anti-féministe.

Parmi les actions pouvant être mises de l'avant, l'éducation populaire demeure primordiale. Ainsi, faire connaître les fondements du féminisme, son historique et ses revendications, tout en réitérant sa pertinence, encore aujourd'hui, permet de remettre les pendules à l'heure en matière de condition féminine. Aussi, continuer à initier des actions collectives pour dénoncer les injustices faites aux femmes contribue à développer et maintenir la solidarité entre les femmes. Le mouvement des femmes a tout intérêt à être pro-actif, créatif, voire subversif. Les parties suivantes vous aideront dans vos communications féministes

Communication féministe et place publique

Plusieurs stratégies permettent d'avoir un meilleur écho dans les médias, au gouvernement ou dans les lieux de décision. Les stratégies présentées ci-dessous vous offrent des pistes d'action afin de faire passer votre message de façon efficace dans différents lieux d'influence.

Stratégie 1 La présence

Une présence aux événements où les thèmes vous préoccupant sont abordés (une table ronde, une commission d'enquête, une réunion, etc.) ou lors de moments plus informels (un 5 à 7 ou une soirée) permet d'atteindre plusieurs objectifs :

- communiquer votre message;
- être visible;
- sensibiliser vos collègues ou certaines personnes influentes à vos préoccupations;
- créer un réseau de solidarité.

Si vous ne défendez pas les dossiers qui vous préoccupent, si vous ne faites pas entendre votre voix, d'autres prendront en charge ces dossiers. Leurs propositions n'iront pas nécessairement dans le sens que vous espérez.

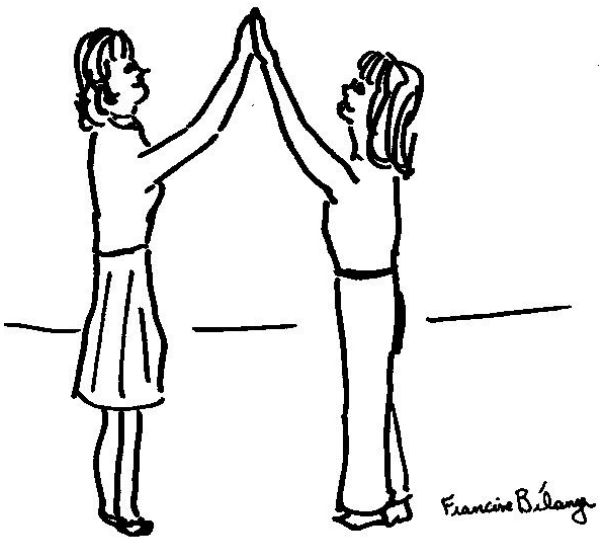
Les médias sont souvent à la recherche d'information ou à la recherche d'invitéEs pour leurs émissions ou leurs entrevues. N'hésitez pas à vous faire inviter ou à répondre aux invitations des journalistes : il s'agit d'un excellent moyen pour diffuser votre message. Le gouvernement offre la possibilité aux citoyenNEs, ainsi qu'aux organismes de s'exprimer sur différents sujets d'actualité lors de commissions d'enquête : il s'agit d'une autre occasion pour diffuser vos revendications.

Lors de soirées ou de 5 à 7**,** la présence ne peut être que de quelques heures : le temps que vous rencontriez les personnes dont vous recherchez l'appui.

Les hommes généralement n'hésitent pas à donner leur opinion, même lorsqu'ils ne sont pas spécialistes des questions abordées. Beaucoup de femmes manquent de confiance dans les mêmes situations. Il n'est pas toujours nécessaire de maîtriser l'ensemble d'un dossier afin de proposer des pistes de réflexion ou de solutions : prenez connaissance des thèmes, des enjeux ou des questionnements et servez-vous de votre sens critique.

Stratégie 2 La reconnaissance des alliées

La reconnaissance des alliéEs est un atout incontestable : ces personnes, en s'associant à vos revendications, peuvent appuyer ou promouvoir votre message.



Dans le monde médiatique, des alliéEs sont présentEs un peu partout : l'identification des journalistes qui traitent des dossiers en condition féminine permet d'établir une liste de contacts possibles. Notez-y les secteurs couverts par les journalistes et les politicienNEs, leur sensibilité et leurs intérêts. Certains organismes ont déjà une liste de contacts, une information qu'ils pourraient partager avec vous. La création d'un réseau de solidarité avec d'autres organismes prend alors tout son sens. Un autre type de réseau est aussi très utile : un réseau interne. Créer des liens particuliers avec ses collègues ou avec ses membres est une action nécessaire et, particulièrement, lorsque des dossiers importants doivent être débattus : plus vous aurez d'appuis, plus les chances que votre point de vue fasse consensus augmentent.

Au gouvernement, le Conseil du Statut de la femme est évidemment un organisme où il est possible de trouver une oreille attentive à toutes les questions touchant les inégalités vécues par les femmes. Les répondantes en condition féminine dans certains ministères et organismes peuvent aussi être de bonnes alliées.

Stratégie 3 La connaissance du milieu

Une bonne connaissance du milieu visé par votre message est une autre action stratégique. Il est nécessaire de cibler la bonne personne à qui envoyer votre information **(**la reconnaissance des alliées potentielles prend ici son importance**)** ainsi que des règles internes de chaque domaine.

Dans les médias, il est nécessaire, afin que votre communiqué de presse paraisse dans les temps voulus, de connaître les rudiments du milieu journalistique : la date de tombée des articles, les spécialités des journalistes, leurs noms, leurs responsabilités, etc.

Aussi, être stratégique c'est:

- privilégier les éditions du week-end et du lundi. Il y a peu de nouvelles politiques à diffuser ces journées, les journalistes recherchent alors souvent un sujet d'article;
- utiliser les pages de forum et d'idées dans les journaux au lieu de faire parvenir un communiqué de presse. Ces sections ne sont pas souvent utilisées par les groupes et les femmes. Pourtant, ce sont des lieux de diffusion d'information importants;
- parler directement au journaliste concerné (et si possible, choisir unE alliéE) afin de l'avertir de l'envoi d'un communiqué de presse. Il y a ainsi moins de chances que votre communiqué se retrouve dans la poubelle, les journaux étant inondés de ceux-ci.

Le milieu politique a aussi ses règles. Les noms des attachés de presse des ministres est primordial, tout autant que la connaissance du fonctionnement du gouvernement : l'adoption d'une loi, la mise en place d'une commission, la hiérarchie entre les ministres, etc. Présentement, les gouvernements ne font pas la même analyse de la situation socio-économique que les groupes communautaires. Le néo-libéralisme des gouvernements les conduit à la privatisation et aux coupures dans les structures adressées à des clientèles. Il faut donc, dans ce cadre, prouver la présence de besoins réels.

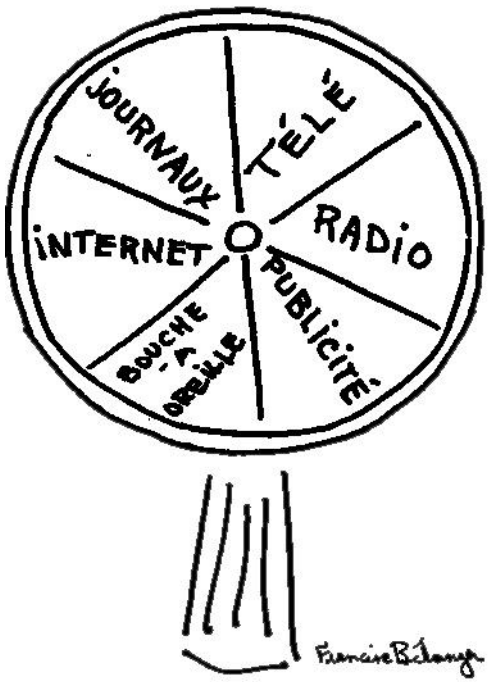
Stratégie 4 Un message choc et clair

Les messages doivent êtres simples, clairs et courts : résumez l'idée directrice de votre message en une phrase. L'utilisation d'images est à valoriser, car cela marque plus facilement les interlocutrices/interlocuteurs. Votre message doit être adapté en fonction du contexte, des objectifs et de l'auditoire visés. Il est plus facile d'atteindre ses buts en visant un objet à la fois. Une bonne campagne de sensibilisation diffusera une même information à travers 7 ou 8 médiums différents.

Ainsi, être stratégique, c'est :

- donner un axe de communication précis. L'axe de communication représente le positionnement de l'organisation et conditionne la façon dont doivent être construits et véhiculés les messages;
- tenir compte des débats dans la société lorsque vous désirez diffuser votre message. En faisant une revue de presse, par exemple, vous vous assurez que d'autres nouvelles ne minimisent pas la portée de votre message ou que vous profitez du développement d'un débat social pour diffuser votre message.

Dans le cas des médias, il est nécessaire de miser sur la nouveauté du message. Autant dans le milieu politique, dans les instances décisionnelles que dans le milieu journalistique, l'actualité du sujet est primordial.



Stratégies pour des interlocuteurs privilégiés

Les médias

Stratégie 5 Le choix de son média

Il faut cibler le média selon l'objectif de votre message. Il n'est pas toujours pertinent de viser la diffusion de votre message par les médias nationaux. Souvent, les hebdomadaires locaux sont plus appropriés.

Stratégie 6 Adapter son message

Les nouvelles sont sélectionnées selon certains critères. Votre message doit être adapté à ces critères, même si vous n'êtes pas en accord avec ceux-ci. Plus votre message répond à ces normes, plus vos chances d'être retenue et que votre nouvelle soit publiée telle quelle augmentent.

Critères de sélection :

- l'aspect de nouveauté prime souvent aux dépens de la réalité sociale;
- l'intérêt humain ou l'intérêt public doit ressortir de votre message, c'est-à-dire que votre message doit rejoindre une grande partie de la population;
- l'auto-identification de la population à la nouvelle est importante. Il est nécessaire de vulgariser votre message (par exemple, le patriarcat n'est pas une réalité pour la majorité des gens);
- la présence de personnes connues socialement est significative pour les journalistes;
- votre message doit être court. Vous devez faire passer vos revendications et votre information en 30 secondes. Il faut parler « en clips », c'est-à-dire utiliser des images et des phrases succinctes.

C'est ainsi que les enjeux du féminisme moins connus deviennent intéressants pour les médias. De plus, les médias privilégient les nouvelles politiques. Il faut donc positionner nos revendications en d'autres termes que sociaux.

Stratégie 7 La disponibilité

Les porte-parole doivent être disponibles dans le cadre de relations avec les médias. Les journalistes ont des dates de tombée pour leurs articles : ils ne peuvent attendre plusieurs jours le retour d'un appel.

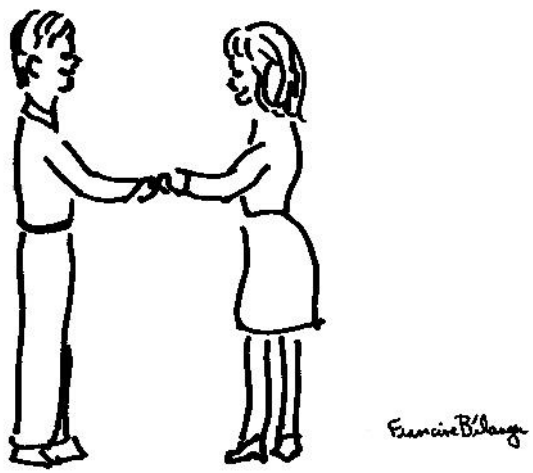
Les personnes qui portent les revendications d'un organisme ou d'une association doivent être articulées. Une formation en communication peut être utile afin d'outiller cette personne, mais surtout, elle doit être informée, bien préparée à répondre aux questions possibles, avoir sous la main une ligne de presse ou les documents récents de l'organisme qu'elle représente.

Le gouvernement
Stratégie 8 L'utilisation des structures et des lois

Les gouvernements successifs depuis plusieurs décennies ont mis en place des lois, des normes et des structures qui visent le bien commun de la population. Par exemple, la Commission des droits de la personne reconnaît l'existence de la discrimination systémique envers les femmes. Il est possible d'utiliser ces lois pour demander l'établissement de certains services, puisque le gouvernement doit faire appliquer, selon ses propres orientations, certaines règles d'équité et d'égalité. En centrant son discours sur la prévention, le bien commun, les droits fondamentaux et leur application et en utilisant les services et organismes en place, il est possible de faire entendre vos revendications.

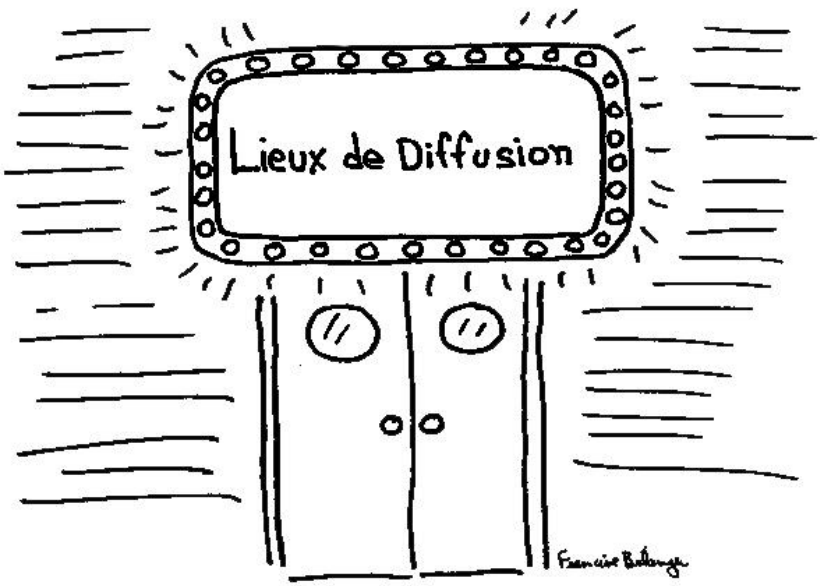
Stratégie 9 Le lobby

Le gouvernement est censé être à l'écoute des besoins de l'ensemble de ces citoyenNEs, mais dans les faits, il écoute surtout celles et ceux qui se font entendre haut et fort : les groupes de pression. Il s'agit donc de faire des pressions auprès des éluEs et de poser des actions qui permettront à l'ensemble de la population de connaître nos revendications.



1 La conférence de presse

Lors de l'annonce de votre conférence de presse, il est préférable de ne pas faire parvenir la pochette de presse (contenant le communiqué de compte-rendu et différents documents produits par le groupe que vous représentez) aux journalistes. Ceux-ci ne doivent pas disposer de trop d'information, car il ne sera plus nécessaire d'assister à votre conférence de presse et se faisant, votre message ne sera pas nécessairement entendu de la façon désirée. Vous pouvez aussi vous assurer de la présence de certains journalistes à votre conférence de presse en leur téléphonant directement.



Il est important d'être à l'affût des annonces d'autres conférences de presse, afin de ne pas entrer en compétition avec celles-ci. Les journalistes n'assistant qu'à un certain nombre de conférences de presse, ils devront choisir. Il est possible aussi d'utiliser les conférences de presse des autres à son profit. Vous pouvez installer, près de l'endroit où se tient l'événement, une table d'information sur laquelle tomberont les journalistes à la sortie de la conférence de presse. Les conférences de presse sont toutefois peu médiatisées.

Le communiqué d'annonce

Il doit être succinct, tout en donnant assez d'information afin de susciter l'intérêt des journalistes. Envoyez-le un ou deux jours avant votre conférence de presse.

Le communiqué de compte-rendu

Il est remis lors de la conférence de presse. Il est plus long que le communiqué d'annonce et circonstancié. Le titre est accrocheur, le message est clair et concis, le texte vulgarisé (sans acronymes) et accessible à toutes et à tous. Il se termine par une signature comprenant le nom et le logo de l'organisme ainsi que le nom et les coordonnées de la représentante de celui-ci.

Un bon communiqué de presse débute par la présentation des informations essentielles, puis poursuit avec les informations secondaires et se termine par les arguments. En répondant aux cinq questions, qui (et combien), quoi, où et quand, vous répondez habituellement à toutes les questions. Vous terminez votre communiqué de compte rendu en donnant des informations sur l'organisme que vous représentez.

2 L'entrevue téléphonique

L'entrevue téléphonique est souvent une expérience déstabilisante, car il n'y a aucune référence visuelle de notre interlocutrice/interlocuteur. Le comportement non-verbal ne peut alors servir de guide dans la conversation. Cette situation comporte ses avantages et ses inconvénients. Ainsi, l'accent est mis sur le contenu du message, mais les expressions et comportements non-verbaux ne peuvent pas soutenir votre discours. Aussi, il faut faire attention à la familiarité. L'entrevue téléphonique, de par la distance entre les individus, conduit les personnes interrogées à être moins méfiantes envers les journalistes.

Quelques conseils :

- assurez-vous d'être seule dans la pièce lors de l'entrevue;
- bloquez temporairement l'accès à votre bureau afin d'être certaine de ne pas être dérangée;
- coupez les sonneries de téléphone des autres lignes.

3 Les lignes ouvertes

Les lignes ouvertes, même si ce type d'intervention médiatique est souvent ardu, apportent une grande visibilité, car une partie importante de la population écoute et participe à ces émissions radiophoniques. Le message doit être adapté selon le public ciblé. Face à la confrontation, ne vous laissez pas déstabiliser. Démontrez que vous prenez en compte les préoccupations de votre interlocuteur tout en revenant par la suite à votre position et à vos revendications. En tout temps, gardez en tête l'idée centrale que vous désirez diffuser et revenez toujours à celle-ci.

4 L'entrevue télévisée

Il est primordial de bien préparer votre porte-parole avant la tenue de l'entrevue. Faites des mises en situation avec la porte-parole en lui posant toutes les questions les plus tordues ou farfelues. Pratiquer à voix haute permet aussi de cibler les phrases qui accrochent, les idées difficiles à formuler, etc. L'idée derrière la préparation de l'entrevue est le développement de réflexes qui permettront à la porte-parole d'assurer la transmission du point de vue de l'organisme qu'elle représente, quelle que soit la situation.

N'oubliez pas de :

- garder en tête le message que vous désirez diffuser lors de l'entrevue;
- maximiser le temps mis à votre disposition;
- guider votre interlocuteur : prenez votre place.

5 Le débat télévisé

Les stratégies concernant l'entrevue télévisée sont aussi pertinentes dans ce cas-ci. Une grande connaissance de la position adverse est nécessaire. Vous pourrez ainsi plus facilement contre-argumenter et relever les lacunes de l'argumentation de vos opposantEs. Informez-vous de l'historique de la personne qui défend cet organisme (ses actions, ses publications, sa réputation, etc.) ainsi que de ses positions vis-à-vis les thèmes qui seront abordés lors du débat.

6 La réunion

Il est primordial que vous vous accordiez du crédit : vous avez des compétences qui valent bien celles des autres. Prenez votre place et ne vous laissez pas intimider par les comportements d'indifférence que vos collègues peuvent afficher. Si la situation s'envenime, vous pouvez exiger le respect : certains actes d'impolitesse, de condescendance ou de mépris n'ont pas à être acceptés.

Vous pouvez être stratégiques dans vos actions en :

- constituant un réseau d'alliéEs qui sera formé d'individus partageant vos idées;
- faisant du lobby afin de s'assurer de l'appui de certains de vos collègues. Prenez le temps de leur téléphoner, invitez-les à dîner, etc.

Lors des réunions :

- arrivez détendues;
- placez-vous de façon stratégique afin de voir vos alliéEs dans la salle;
- renforcez les arguments de vos alliéEs;
- donnez-vous le droit à l'erreur.

7 La commission d'enquête

La commission d'enquête ou parlementaire, par consultation publique, est une occasion pour le gouvernement de prendre le pouls de la population. La participation à ces évènements par le dépôt d'un avis est importante pour donner le point de vue féministe. À partir des mémoires déposés, les commissaires formulent des observations, des recommandations ou des conclusions à l'Assemblée nationale. Quelques groupes sont sélectionnés pour présenter et défendre leurs revendications devant la commission d'enquête. Si votre groupe est choisi, environ une semaine avant la tenue des audiences publiques, vous recevrez un avis écrit vous demandant de confirmer votre présence.

Un mémoire contient généralement trois parties : la présentation de l'auteurE, l'exposé général et le résumé (nécessaire seulement pour les documents de plus de 10 pages). Le mémoire est envoyé au ou à la secrétaire de la commission.

Conclusion

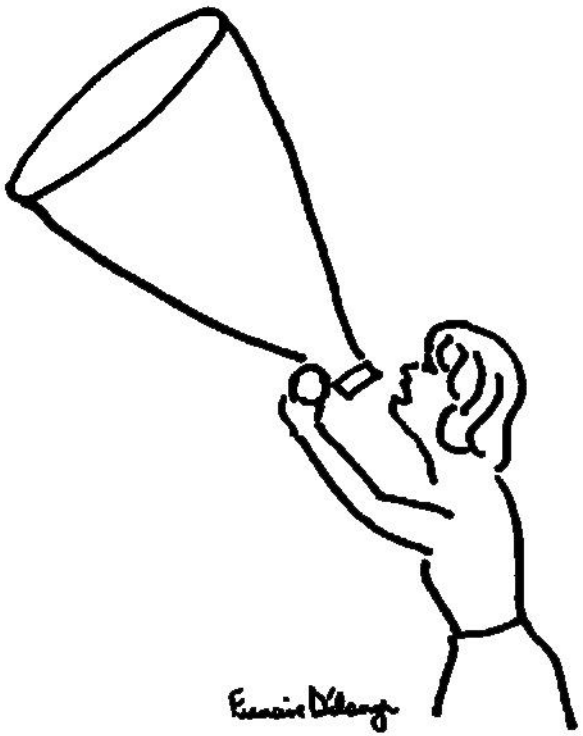
L'anti-féminisme a toujours été présent mais plus récemment, cette idéologie s'est infiltrée insidieusement dans le discours des gouvernements, des médias et de la population en général. Elle va de pair avec l'individualisme. Dans ce contexte, le féminisme reste porteur de sens et de projet social.

Il faut donc :

- continuer de sensibiliser la société aux inégalités qui persistent. Il est important que les femmes prennent plus de place dans les instances décisionnelles et les lieux de pouvoir et que la cause féministe soit défendue et valorisée en ces lieux;

- continuer de développer des réseaux de solidarité avec les femmes de toutes les régions, de tous les pays, de toutes les conditions ainsi qu'avec les hommes intéressés à lutter pour une société plus égalitaire;

- continuer de lutter, de s'indigner contre les situations injustes et demeurer convaincues que nous avons le pouvoir de changer le monde.



Bibliographie

Asselin, Michèle (FFQ), Lyne Boissinot (R des centres de femmes du Québec), Francine Faubert (FQOCQ) et Lise Rousseau (FAFMRQ). 2005. « Libre opinion: La machine à broyer les solidarités... », *Le Devoir,* 11 février.

ARIR, Concert'Action, Fédération des femmes du Québec, Table des groupes de femmes de Montréal. 2004. *Féminisme et médias : y a-t-il un espace pour nos revendications ?*. Séminaire tenu les 3 et 4 novembre, Montréal, UQAM.

Béchard, Marie-Josée. 2002. « Le mouvement des hommes des États-Unis au Québec » dans Marie-Josée Béchard, Annie Martin et Pierre-Olivier Sénéchal, dir. *L'union fait la force : mouvements et associations dans le temps et l'espace. Actes du deuxième colloque multidisciplinaire de l'Association étudiante des cycles supérieurs en histoire de l'Université du Québec à Montréal, le 15 février 2001*, avec la collaboration de Joanne Burgess, Montréal, AÉCSH-UQAM. P. 46-61.

Bouchard, Pierrette. 2004. « Analyse politique de contexte : pourquoi une nouvelle politique d'égalité », Communication présentée dans le cadre la *Journée préparatoire à la Commission parlementaire portant sur le concept d'égalité et la politique en condition féminine organisée par* le comité femmes et développement régional de la CRÉ de Montréal et la FFQ, 25 mai.

Bouchard, Pierrette. 2003. « La stratégie masculiniste, une offensive contre le féminisme conférence donnée le 26 février 2003, à l'Université Laval, lors d'une Table ronde s'inscrivant dans les activités de la Journée internationale des femmes ». <http://sisyphe.org/article.php3?id_article=329 mardi 1er avril 2003>, 1er avril 2003 (2004).

Brossard, Louise. 2004. « Fiche 5: Condition masculine et inégalités sociales des femmes » dans *Journée préparatoire à la Commission parlementaire portant sur le concept d'égalité et la politique en condition féminine*. Montréal, Fédération des femmes du Québec/comité Femmes et développement régional de la Conférence des élus de Montréal. 38 p.

Cauchy, Clairandrée. 2005. « La révolte des pères ». *La vie en Rose,* numéro hors série 2005. Montréal, Les Éditions du remue-ménage, p. 114-116.

Conseil du statut de la femme. *Les conditions de vie des femmes de la région de Laval : faits saillants du recensement 2001*. CSF, 2004. 58 p.

Descarries, Francine. 2004. « L'enjeu de l'égalité », Communication présentée dans le cadre la *Journée préparatoire à la Commission parlementaire portant sur le concept d'égalité et la politique en condition féminine organisée par* le comité femmes et développement régional de la CRÉ de Montréal et la FFQ, 25 mai.

Descarries, Francine, 2002 « Un féminisme aux multiples voix, un mouvement en actes : le féminisme québécois ». *Labrys*, 1-2 (juillet-décembre).

Descarries, Francine et Christine CORBEIL. 1994. « Entre discours et pratiques : l'évolution de la pensée féministe sur la maternité depuis 1960 », Nouvelles questions féministes, Paris, Vol 15, no 1, p. 69-93.

Dupuis-Déri, Francis. 2005. « Nous sommes tous masculinistes… ». *La vie en Rose,* numéro hors série 2005. Montréal, Les Éditions du remue-ménage, p. 117.

Moisan, Lise. 2005. « Femmes, à vos tableaux! ». *La vie en Rose,* numéro hors série 2005. Montréal, Les Éditions du remue-ménage, p. 58-61.

Morris, Marika. 2002. « La violence faite aux femmes et aux jeunes filles ». Feuillet d'information publié par l'ICREF, <http://www.criaw-icref.ca/indexFrame_f.htm> (2002).

Reed, Judith. 2004. *Le mouvement des femmes et la presse au Québec : Messages et revendications autour du 8 mars. Faits saillants*. Rapport de recherche, recherche dirigée par Francine Descarries, en collaboration avec Concert'Action Femmes Estrie et la Fédération des femmes du Québec, Montréal, ARIR/UQAM. 13 p.

À vos plumes!

À vous maintenant de repérer les discours anti-féministes et d'y répondre!

Arguments anti-féministes	**Réponses féministes**

Postface

Déjà plus 1500 exemplaires de *Paroles féministes, controns le ressac !* distribués et que dire de plus si ce n'est que le mouvement des femmes au Québec semble bien décidé à poursuivre ses luttes afin d'en arriver à une réelle égalité entre les femmes et les hommes. Par-dessus tout, l'engouement suscité par *Paroles féministes, controns le ressac !,* nous a permis d'observer qu'il existe un fort consensus autour de l'importance de nous réapproprier le pouvoir en tant que militantes, certes, mais surtout en tant que femmes.

Formation

Ce désir de réappropriation a amené la TCLCF à produire une formation du même nom que l'outil, *Paroles féministes !*. Alliant théorie et pratique, cette formation se veut à la fois un lieu d'apprentissage et d'échange, mais aussi un lieu de validation de nos compétences. Parmi les thématiques abordées au cours de la formation, on retrouve:

- ♀ L'anti-féminisme d'hier à aujourd'hui
- ♀ Les discours et arguments anti-féministes actuels
- ♀ Les enjeux en matière de condition féminine
- ♀ Les stratégies de communication

Pour plus de renseignements, contacter la TCLCF au (450) 682-8739.