

L'apport des femmes au renouvellement des pratiques professionnelles : le cas des journalistes

Armande Saint-Jean

Volume 13, Number 2, 2000

Communications

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/058097ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/058097ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue Recherches féministes

ISSN

0838-4479 (print)

1705-9240 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Saint-Jean, A. (2000). L'apport des femmes au renouvellement des pratiques professionnelles : le cas des journalistes. *Recherches féministes*, 13(2), 77–93. <https://doi.org/10.7202/058097ar>

Article abstract

The purpose of this article is to demonstrate how the increased proportion of women within the ranks of journalists has had a radical effect on the renewal of professional practices. Relying on her own research data, as well as other recent surveys, the author attempts to show how this influence, far from being only a cosmetic or superficial change, has determined many aspects of the evolution of the journalistic profession. A number of elements related to what is called a major change, occurring presently in journalism, can be related to the behavior or the claims many women journalists have held in recent years.

L'apport des femmes au renouvellement des pratiques professionnelles : Le cas des journalistes

ARMANDE SAINT-JEAN

 n s'entend en général sur le fait que le journalisme a profondément changé au cours des trois dernières décennies. Jadis métier artisanal pratiqué par des scribes qui tenaient tantôt du polémiste audacieux, tantôt de l'obscur tâcheron, le journalisme a depuis lors accédé, aux yeux de plusieurs, au statut de profession. Ceux et celles qui le pratiquent ont élargi les rôles et le mandat du journalisme dans la société; ces personnes ont aussi redéfini la mission qu'elles se donnent et fait éclater les cloisons qui les séparaient jadis des autres spécialistes des communications, comme les relationnistes, les publicitaires ainsi que les animatrices et les animateurs. Il arrive même que les journalistes soient associés aujourd'hui non seulement à des porte-voix propagandistes de toute espèce mais aussi à des amuseurs publics ou à des vedettes. Bref, leur statut a changé, de même que les valeurs qui sous-tendent les pratiques professionnelles.

De la même façon, l'information, entendue au sens de l'institution inscrite au centre de l'activité démocratique de la société, a profondément changé également. Les transformations les plus visibles touchent d'abord le contenu des nouvelles transmises, devenues au fil des ans plus complexes, plus diversifiées et surtout davantage imprégnées des activités de relations publiques et de marketing, tant commercial et institutionnel que politique. Les formats qu'emprunte l'information ont également beaucoup évolué. Sous l'influence de la télévision, par exemple, on tend à favoriser davantage les approches spectaculaires et les événements dramatiques; les nouvelles sont énoncées à travers des messages brefs, un langage imagé, des formules-chocs. Les modes de collecte et de transmission des données ont considérablement évolué, bouleversant les contraintes de temps et d'espace; l'instantanéité et le direct font désormais loi.

L'arrivée des femmes

L'un des changements les plus subtils et des plus déterminants qui soit survenu dans cette profession est sans contredit l'arrivée des femmes qui s'est opérée de manière tout à fait graduelle à partir des années 60. On sait que, entrées jadis par la porte très étroite des pages dites féminines, plusieurs femmes ont accédé peu à peu, au cours des dernières décennies, à la plupart des autres secteurs de l'information, de la politique aux sports, de l'économie à l'éditorial. Extrêmement minoritaires dans les

années 50 et 60, les femmes ont grossi graduellement la proportion des effectifs qu'elles occupent, au point de représenter aujourd'hui près du tiers des journalistes : au Québec, elles comptent pour 28 % des journalistes, tous médias confondus; à la radio et à la télévision seulement, la proportion des femmes atteint 35 % du personnel d'information¹.

Le profil démographique des journalistes québécoises laisse voir que ces femmes sont jeunes et scolarisées et que plusieurs n'ont pas d'enfant. Selon nos données d'enquête, environ les deux tiers ont moins de 40 ans : 18 % sont âgées de 20 à 29 ans, 43 %, de 30 à 39 ans. Les femmes journalistes sont plus scolarisées que la moyenne de la population : 77 % de nos répondantes sont titulaires d'un diplôme universitaire (alors que la moyenne s'établit à 10 % pour l'ensemble des Canadiennes). Au point de vue des compétences linguistiques, les journalistes québécoises sont souvent bilingues : 62 % parlent le français et l'anglais; 25 % d'entre elles maîtrisent une troisième langue, l'espagnol par exemple.

Sur le plan de leur vie privée, la moitié des femmes journalistes vivent en couple et une sur trois se présente comme célibataire. Plus de la moitié, soit 53 % au moment de notre enquête, n'ont pas d'enfant, ce qui les situe également au-dessus de la moyenne canadienne. Ces deux caractéristiques les différencient de leurs collègues masculins, qui vivent en couple dans les deux tiers des cas et sont pères dans une proportion de 59 %. Parmi les femmes journalistes qui ont des enfants, 41 % en ont seulement une ou un et 43 % en ont deux. Au moment des grossesses, plusieurs interrompent momentanément leur vie professionnelle et la durée de leur absence est de 9,6 mois.

En moyenne, nos répondantes avaient onze ans d'expérience en 1995 : 51 % comptaient moins de 10 ans d'expérience et 37 %, de 10 à 20 ans. Les deux tiers d'entre elles travaillent à temps plein. Près de la moitié gagnent des salaires élevés, soit au-delà de la tranche des 40 000 à 50 000 \$ par an.

L'impact du changement

La dimension la plus significative du changement réside sans doute dans l'insertion des femmes elles-mêmes : les femmes journalistes constituent à présent l'essentiel de la relève au sein de leur profession. Non seulement elles sont proportionnellement plus importantes qu'elles ne l'ont jamais été dans les rangs des journalistes, mais elles constituent la majorité des nouveaux effectifs recrutés au cours des dernières dix années². On peut donc dire que la nouvelle génération montante de

1. Ces données sont tirées d'une vaste enquête menée auprès des journalistes québécois en 1995 et 1996. Au-delà de 300 femmes et autant d'hommes journalistes ont répondu à un questionnaire destiné à dresser leur profil démographique et à préciser leurs attitudes professionnelles, leur motivation et leurs ambitions. Voir Saint-Jean (1995 et 1997) ainsi que Saint-Jean et Labarre (1995). Nos données correspondent en gros à celles qui ont été obtenues par d'autres chercheurs, notamment Pritchard et Sauvageau (1999).

2. Cette conclusion provient, entre autres, de l'interprétation de nos données : en effet, 58 % de nos répondantes affirment avoir dix ans et moins d'expérience, alors que cette proportion atteint seulement 42 % chez nos répondants.

journalistes, celles et ceux à qui l'avenir de la profession appartient en quelque sorte, se trouve être également la génération qui subit le plus l'influence de la présence des femmes de toute l'histoire du journalisme québécois.

Quel impact l'accroissement du nombre de femmes dans les rangs des journalistes a-t-il sur les pratiques professionnelles? Quelles conséquences entraîne cette diversification au sein d'une profession considérée comme une chasse gardée masculine depuis plusieurs siècles? Nombre d'auteures et d'auteurs ont soutenu, dans des publications récentes, qu'il n'y avait aucune différence entre les hommes et les femmes journalistes, la socialisation et la formation contribuant à niveler toute forme de différenciation (voir, entre autres, Weaver et Wilhoit (1992) et Van Zoonen (1994)). L'hypothèse qui sous-tend nos recherches s'inspirait d'autres études, effectuées notamment en Suède et en Allemagne (Melin 1994; Loffgren-Nillson 1994), dont les résultats mettent en doute une telle affirmation.

Au-delà des impressions livrées parfois à l'emporte-pièce et des débats trop superficiels sur la question, il importe de distinguer clairement les modalités propres à ce changement, de repérer les domaines où l'évolution s'est fait sentir, d'analyser au-delà des apparences ce qui relève des modes et ce qui, au contraire, constitue des tendances lourdes.

L'objectif poursuivi ici est de démontrer que, conjointement avec d'autres facteurs significatifs, la présence accrue des femmes au sein de la profession journalistique a eu pour effet de modifier en profondeur les pratiques professionnelles. En s'appuyant sur les données de nos propres recherches, ainsi que sur d'autres études récentes, nous tenterons de montrer que l'influence exercée par les femmes dépasse largement les simples données démographiques ou les aménagements cosmétiques et qu'au contraire elle est déterminante dans l'évolution fondamentale d'une profession en pleine mutation. Tout au moins ces données indiquent que des changements importants dans la pratique du journalisme coïncident de manière révélatrice avec l'augmentation du nombre de femmes journalistes et avec l'ouverture sur des propositions véhiculées par le mouvement des femmes et le féminisme.

Dépasser le paradoxe

Une des plus grandes difficultés qui se pose quand on tente d'évaluer l'impact de la présence des femmes et leur influence sur la pratique du journalisme réside dans la résistance que manifestent souvent les journalistes mêmes, tant les femmes que les hommes, à relever et à analyser les différences entre les sexes au sein de leur profession.

On peut voir dans cet acharnement à nier les différences et les spécificités respectives, tant chez les journalistes que chez certains chercheurs, une façon de masquer les menaces qui découleraient d'une telle différenciation. Si l'on s'en tient strictement au fait que les femmes et les hommes partagent les mêmes idéaux professionnels, les mêmes visions du métier, les mêmes ambitions, on peut mieux, par la suite, nier que les femmes exercent une influence particulière ou encore que l'aug-

mentation des effectifs féminins ait eu un impact sur les transformations que connaît la profession.

On rencontre très souvent des femmes journalistes, la plupart du temps bien connues, qui non seulement refusent de revendiquer toute forme de spécificité ou, encore moins, de se réclamer du féminisme, mais qui s'appliquent à se définir uniquement selon les mêmes critères que leurs collègues masculins. Ces femmes vont parfois jusqu'à se définir « comme des hommes », en ce qu'elles tendent à se conformer à un profil professionnel essentiellement masculin et à qualifier leur réussite en fonction de cet unique référent. Dans leurs commentaires sur les pratiques professionnelles, elles semblent soutenir les mêmes prémisses, préconiser les mêmes attitudes et répéter les mêmes comportements, et elles font même preuve, dans certains cas, d'une orthodoxie excessive. On peut expliquer de tels comportements en partie par la difficulté qu'éprouvent toujours les femmes à se faire accepter et respecter au sein d'une profession qui a si longtemps constitué un bastion réservé aux hommes³.

En outre, il est probable que plusieurs femmes résistent à la tentation de présenter leur vision des choses, ou encore de dénoncer les injustices ou les iniquités dont elles sont témoins, de peur de compromettre leurs chances d'avancement ou de subir des représailles au travail.

Dans le métadiscours qu'elles entretiennent sur leur profession, les femmes journalistes manifestent donc un certain nombre de contradictions qu'il importera sans doute, un jour, de circonscrire précisément afin de mieux les clarifier et de réfuter les arguments bancals. Qu'elles le nient ou non, les femmes journalistes continuent d'évoluer dans un monde masculin où elles se sont immiscées avec brio, certes, mais au prix d'une immense détermination et avec beaucoup de compétence. Leur succès est tel que plusieurs d'entre elles occupent désormais des places enviables, y compris, pour certaines, au sein des directions de l'information.

Toutefois, quand on les interroge de manière anonyme, comme je l'ai fait lors d'un vaste sondage effectué en 1995 et 1996, auquel ont répondu au-delà de 600 journalistes du Québec, dont la moitié étaient des femmes, on constate de légères différences entre hommes et femmes dans les perceptions du rôle, de la mission, des valeurs et des idéaux associés au journalisme. On observe aussi des différences notoires en ce qui a trait aux aspects plus directement liés aux conditions de travail, comme le harcèlement, la discrimination, la conciliation travail-famille.

Même si l'augmentation proportionnelle et numérique des femmes au sein de la profession journalistique demeure relativement faible et lente, compte tenu des espoirs que nourrissaient plusieurs féministes dès le début des années 70, nos résul-

3. Un des indices que la profession journalistique tient encore et toujours à une image masculine nous est fournie par la publicité que font les grands réseaux québécois de télévision. Quand Radio-Canada présente son équipe choisie pour renouveler l'information, ce sont des hommes qui la composent (Stéphane Bureau, Jean-François Lépine et Bernard Derome); on ignore Michèle Viroly, Céline Galipeau et toutes les présentatrices de RDI. Quand TVA fait la publicité de ses téléjournaux, elle mise sur Simon Durivage et Pierre Bruneau en laissant dans l'ombre une Sophie Thibault pourtant indispensable ou une Esther Bégin, présentatrice attirée à LCN. On peut en déduire qu'au Québec on résiste encore relativement à la vague de « vedettisation » des femmes journalistes qui a balayé la France et les États-Unis au cours des dernières décennies.

tats indiquent que leur présence accrue entraîne des conséquences tout à fait remarquables. En effet, l'augmentation du nombre de femmes journalistes s'est répercutée autant sur le contenu de l'information elle-même que sur la pratique professionnelle en tant que telle.

Interrogés à propos du changement, les journalistes qui ont participé à nos recherches, tant les hommes que les femmes, ont mis en évidence plusieurs aspects où, à leur avis, se manifeste l'influence des femmes au sein de la profession. Leurs commentaires seraient évidemment trop longs à reproduire dans le cadre du présent article; nous nous contenterons, pour résumer, d'exposer les perceptions de ces différents changements en les ramenant à trois grands paramètres : le contenu, les pratiques et les valeurs, ainsi que l'indique le tableau 1.

TABLEAU 1	Perceptions exprimées par les répondantes et les répondants quant aux différents changements entraînés par la présence accrue des femmes en journalisme*
Contenu	• Nouvelles préoccupations — nouveaux sujets : ouverture sur la sphère privée et la famille; intérêt pour la santé, l'éducation, la psychologie des rapports humains, la qualité de vie; tous sujets qualifiés de « mous » par rapport aux préoccupations traditionnelles masculines, évidemment qualifiées de « dures » (politiques, économie, sports). Sorte de dévoilement de la face cachée de la lune !
Pratique professionnelle	• Explosion d'un marché croissant de publications destinées à des femmes, faites par et pour des femmes • Approches renouvelées de la confrontation à la coopération; intimité; valorisation de l'émotion • Insertion du « Je » sujet, empreint de subjectivité dans le reportage; personnalisation des textes et des genres; augmentation des textes d'opinion (chroniques, critiques) et des genres axés sur le dialogue, le témoignage (récits, portraits) ou le service (tribunes téléphoniques, conseils de consommation) par opposition aux genres traditionnels plus rigides (nouvelle ou dépêche, éditorial pontifiant)
Valeurs	• Vision de la profession : retour aux idéaux, classiques et fondamentaux; redéfinition du rôle et de la mission; importance accordée aux fonctions d'intermédiaire, de vulgarisation, de médiation, de mise en contexte de l'actualité et d'éducation du public; plus grande valorisation de l'engagement (comme journaliste) envers le changement social, pour la défense de causes sociales, etc.

* Données tirées des enquêtes effectuées en 1995 et 1996 par Saint-Jean (1995 et 1997).

Une révolution ou un nouveau paradigme ?

Il est clair que si l'information, entendue à la fois au sens d'une institution sociale et d'un produit commercial, a tant changé, la pratique professionnelle qui en est la base a, elle aussi, considérablement évolué. Les études portant particulièrement sur ces aspects sont relativement rares au Québec, même si l'on se plaît parfois, dans certains milieux, à clamer haut et fort que le journalisme est en pleine révolution.

Révolution ? Le terme implique un changement radical, brusque, global. Les spécialistes de la recherche et de la théorie dans le domaine s'entendent généralement pour reconnaître qu'en journalisme les changements surviennent graduellement, les transformations s'opèrent au fil du temps, même si des « crises » ponctuent cette évolution de temps à autre.

Il est donc difficile de dire que le journalisme a subi une révolution au cours des dernières décennies. Toutefois, commencent à poindre des voix de plus en plus nombreuses qui signalent que l'accumulation des changements observés au cours des 10, 20 ou 30 dernières années est si importante que l'on est peut-être en train d'assister à une mutation en profondeur à la fois de l'information (comme institution) et du journalisme (en tant que pratique professionnelle). Ce qui apparaît clairement à quiconque s'intéresse à l'éthique de ce secteur d'activité professionnelle, c'est que la position partagée par les journalistes ainsi que par leurs patronnes et patrons et par les propriétaires de médias a tellement évolué que l'on est en présence d'une redéfinition radicale des paramètres qui tracent le profil de la profession, tant les rôles et la mission de celles et ceux qui l'exercent que les mandats que se donnent les médias, leur justification sociale et leur raison d'être⁴.

Par ailleurs, des chercheurs de l'Université Laval (Charron et De Bonville 1997), empruntant à l'approche kuhnienne, avancent qu'il se produit actuellement un changement de *paradigme* : après le journalisme d'opinion, qui régnait au XVIII^e siècle, et le journalisme d'information qui lui a succédé, on connaîtrait maintenant le journalisme de *communication*, « c'est-à-dire une nouvelle manière d'être journaliste, de penser et pratiquer le journalisme » (1997 : 52).

Or ce qui amène ces auteurs à reconnaître un nouveau « paradigme » journalistique réside essentiellement dans une série de transformations qui surgissent à travers des « pratiques déviantes », de plus en plus fréquentes, acceptées et, par conséquent, répandues. Ces nouvelles pratiques ont pour effet de remettre en question la norme antérieure, laquelle, dans certains cas, était même canonique, et d'instaurer un état de fait tel que « la conception traditionnelle du journalisme cesse d'être acceptable » (Charron et De Bonville 1997 : 63) au point qu'elles deviennent peu à peu de nouvelles normes. Parmi ces transformations, Charron et De Bonville distinguent

4. Voir à ce sujet la recherche effectuée par l'auteure sur l'évolution de l'éthique des journalistes au Québec depuis 1960 (Saint-Jean 1993).

TABLEAU 2	Principaux indices d'un « changement de paradigme » en journalisme, selon Charron et De Bonville (1997)
Facteurs économiques	• Expansion de l'industrie des médias • Importance dominante de l'exigence de rentabilité • Exacerbation de la concurrence • Transformation du public « destinataire » de citoyen à consommateur
Facteurs technologiques	• Mise au point de nouveaux modes de transmission et de communication : télédistribution, satellites, multimédia, inforoute, etc. • Introduction de degrés différents d'instantanéité et d'interactivité • Engouement pour le direct
Facteurs culturels	• Notion d'information élargie et plus complexe • Transformation du statut de journaliste : est désormais à la fois expert-critique ou experte-critique et capable de vulgarisation • Instauration d'un rapport d'égalité quant aux sources, notamment les autorités politiques • Rapprochement par rapport au public : abolition de la distanciation d'autorité et d'inégalité • Publics de plus en plus ciblés, donc morcelés et spécialisés

plusieurs éléments (tableau 2) que l'on peut, aux fins de la synthèse, rattacher à trois grands ordres de facteurs : économique, technologique et culturel⁵.

Dans leur description du nouveau « paradigme » du journalisme de communication, Charron et De Bonville (1997) s'attachent à un certain nombre de paramètres dont ils décrivent l'évolution. Parmi ceux-ci se trouvent : la remise en cause du concept d'objectivité et la valorisation de la subjectivité; la « privatisation » du discours médiatique, soit l'intérêt pour la sphère privée et le recours à un langage familier et quotidien, proche de la conversation; une façon plus sédentaire de pratiquer le métier (que celle du ou de la reporter de terrain du type aventurier); une interaction entre journaliste et public basée davantage sur l'intersubjectivité (par opposition à la position d'autorité déléguée par la prétendue objectivité); l'accentuation de la fonction phatique de l'acte journalistique, à travers des liens plus étroits avec le public, des rap-

5. Aux fins du présent article, le tableau 2 permet de résumer et de regrouper les principaux arguments de Charron et De Bonville (1997) à l'appui de leur postulat quant à l'existence d'un « nouveau paradigme » en journalisme.

ports égalitaires, une proximité accrue et un investissement personnel; et, enfin, la redéfinition du public, considéré désormais comme sujet réel, c'est-à-dire composé de personnes privées, de « vraies » personnes.

On peut bien entendu expliquer ces nouveaux phénomènes à l'aide de grilles sociopolitiques, linguistiques ou autres et les associer principalement à l'accroissement de la concurrence, par exemple, ou à l'impact de nouvelles technologies. Toutefois, une lecture féministe de la réalité nous amène à postuler que l'apparition de ces différentes dimensions dans les nouvelles pratiques journalistiques se trouve, dans plusieurs cas, directement liée à la présence accrue des femmes au sein de la profession et à l'influence qu'elles y exercent depuis une vingtaine d'années environ. Nous les commenterons donc plus en détail.

L'influence des femmes sur le changement

L'objectivité vs la subjectivité

Prenons d'abord la remise en cause du concept d'objectivité. Si elle remonte à fort longtemps au sein de la profession journalistique, la critique de l'objectivité a pris une dimension beaucoup plus percutante à partir du moment où les femmes en ont fait un cheval de bataille important, il y a deux décennies approximativement. Lors d'un colloque resté célèbre dans les annales de la profession au Québec, les femmes journalistes clamaient en chœur, à la suite d'une Lise Payette convaincante, que l'objectivité n'était rien d'autre qu'un piège tendu par les hommes (1983 : 10) : « Le journalisme des femmes demande de l'honnêteté c'est sûr, de l'impartialité, c'est évident, de l'objectivité, c'est un piège ».

D'autres féministes par la suite, dont Colette Beauchamp (1987), ont bien décrit le carcan que les médias tentaient d'installer afin de masquer ou de maquiller la réalité, en particulier celle des femmes, en se drapant hypocritement dans les voiles de l'objectivité (1987 : 148–149) :

Parce qu'il est une création masculine, le concept d'Objectivité est donc partial en ce qui concerne les femmes; en outre il est faux [...] Ce que l'Objectivité ne tolère pas, c'est la vision des femmes, leur perception des événements, leur façon de faire [...] La pensée et la production des femmes peuvent être cachées au plus grand nombre : il suffit que la presse ne les diffuse pas.

Pour exprimer cette réalité, à partir de leur expérience et en ne niant pas leur spécificité de genre, plusieurs femmes journalistes ont dû intégrer une part de subjectivité à leur pratique professionnelle, jugeant cette « déviance » aussi légitime que nécessaire. Comme l'explique Colette Beauchamp, les femmes « ont inventé des termes pour décrire la réalité qu'elles nommaient (sexisme, harcèlement sexuel, biophilie, par exemple); elles se sont approprié des concepts et en ont redéfini le sens : le privé est politique » (1987 : 149).

Cette tendance a fait boule de neige, en partie parce qu'elle permettait de faire sauter des exigences rigides faussement associées à la rigueur. Plusieurs journalistes ont compris qu'il était possible de cultiver l'impartialité, l'honnêteté et l'équité dans l'exercice de leur métier, sans s'astreindre systématiquement à une neutralité de façade ou à un équilibre artificiel entre positions prétendument opposées.

La privatisation

Il en est de même, quoique de manière encore plus subtile et tacite, de ce que l'on place sous le vocable de « privatisation », que Charron et De Bonville définissent comme l'élargissement des préoccupations des médias, assorti d'une simplification du discours journalistique. En somme, ce qui est signifié ici n'est rien d'autre que l'ouverture de l'information à toute cette face cachée de la réalité qui se nomme la « sphère privée ». À partir de 1970, cette « tension entre le public et le privé » (Charron et De Bonville 1997 : 76) entraîne l'obligation pour les médias d'ouvrir la couverture à des champs jusque-là délaissés par l'information et qui sont associés non pas à la vie collective, sociale et politique mais plutôt à la vie privée des gens, comme « la vie familiale, les loisirs, les « hobbies », les « sorties », le « magasinage », « les finances personnelles » et le « jardinage » (Charron et De Bonville 1997 : 77). Force est de constater que sur le plan idéologique on note qu'il revient aux féministes radicales d'avoir claironné, à partir des années 70, que « le privé est politique ».

Doit-on s'étonner que ce soit les femmes qui, s'insérant dans les rangs de la profession journalistique, transposent dans leur univers professionnel leurs préoccupations privées et sociales, en rapport avec les services de garde, les activités familiales, les tâches domestiques, les besoins des enfants et les intérêts des parents ?

Dans leurs commentaires en réponse à notre enquête⁶, les trois quarts des répondantes ont affirmé que les femmes journalistes jouent un rôle particulier et indispensable dans la profession; plusieurs soulignent qu'elles apportent un équilibre ou un enrichissement en raison de leur sensibilité particulière. La grande majorité des journalistes considèrent que l'impact le plus significatif de l'accroissement du nombre de femmes dans la profession se traduit par une plus grande variété des sujets abordés et des angles de traitement (tableau 3). L'élargissement des expériences constitue le troisième élément associé au changement.

À propos de la plus grande variété des sujets, qui coïnciderait avec l'augmentation des effectifs féminins, les « nouveaux » domaines cités le plus fréquemment par les répondantes et les répondants rejoignent précisément cette sphère privée invoquée plus haut, notamment la santé, l'éducation, la consommation, la pauvreté, la vie familiale, la délinquance.

6. Ces résultats inédits sont tirés de Saint-Jean (1997). À noter qu'en réponse à la même question les hommes formulent davantage d'opinions contraires selon lesquelles les femmes ne joueraient aucun rôle particulier dans la profession.

TABEAU 3

Opinions des répondantes et des répondants quant à leur perception des changements provoqués par l'accroissement du nombre de femmes dans la profession*

Opinions	Femmes (%)	Hommes (%)
• Plus grande variété de sujets abordés	77	50
• Plus grande diversité des angles de traitement	72	52
• Élargissement des expériences	70	50
• Préoccupation éthique plus poussée	48	19
• Amélioration du style d'écriture et du niveau de langue	44	20
• Degré plus élevé de professionnalisme	43	21

* Sur une échelle de 1 à 5, les personnes interrogées devaient coter une série de douze propositions. Les pourcentages indiquent les taux de réponse complétés pour les échelons 5 et 4 dans les cas des six indices jugés les plus significatifs.

La sédentarisation

On ne s'étonnera guère non plus de constater que, dès qu'elles commencent à constituer une proportion un peu significative des effectifs journalistiques, les femmes se mettent à se préoccuper ouvertement, et parfois à revendiquer collectivement à cet égard, des horaires, des quarts de travail, de l'organisation des tâches et de toutes les autres considérations périphériques qui ont une incidence sur leur capacité de réconcilier les obligations liées au travail et celles de la vie familiale.

Depuis 1981, on a entendu souvent des femmes journalistes dénoncer le fait que plusieurs de leurs collègues masculins se réfugiaient derrière le prétexte facile des longues heures de travail pour échapper aux corvées domestiques ou se défilier à l'heure des devoirs, du souper et du bain des enfants. Elles ne voulaient pas d'une profession transformée en « sacerdoce », où il serait impossible de concilier les deux pôles de leur vie⁷.

Bien entendu, l'augmentation du nombre de femmes dans les rangs de la profession journalistique s'effectue à une période où, là où elles existent, les conventions collectives ont réussi à établir des conditions de travail fort avantageuses dans les

7. Voir à ce sujet l'éloquent témoignage de Marie-Agnès Tellier dans *Fédération professionnelle des journalistes du Québec* (1983 : 23-24 et 54-56).

entreprises de presse. C'est aussi une époque où le travail autonome, appelé « la pige », qui s'effectue de préférence à domicile, est fortement valorisé et, jusqu'à un certain point, facilité. Ces différents facteurs, auxquels s'ajoute l'inévitable dimension des technologies électroniques (Internet, banques de données numériques, télétransmission, etc.), contribuent à imprimer au journalisme un virage décisif : l'ère des grands reporters courant le vaste monde à la manière de Tintin entre au musée du mythe ou, au mieux, devient le fait de quelques exceptions. Les journalistes, hommes ou femmes, travaillent désormais davantage à leur bureau, avec des outils comme l'ordinateur, le télécopieur ou le téléphone cellulaire. Elles et ils respectent la plupart du temps des horaires aussi fixes que ceux des fonctionnaires. Encore récemment, en février 2000, la revue des journalistes⁸, *Le 30*, publiait un dossier thématique sur les difficultés liées à la parentalité pour les journalistes, tant hommes que femmes, où sont mentionnées diverses situations et les contraintes qui les accompagnent.

On peut donc affirmer qu'à certains égards la sédentarisation des journalistes est associée aux besoins particuliers d'une partie de celles-ci et de ceux-ci, soit les personnes qui ont des obligations familiales qu'elles souhaitent concilier avec leur profession. Elle est bien révolue l'époque où les journalistes ressemblaient à des individus complètement détachés de toute contingence matérielle et de toute dimension affective et familiale.

La proximité vs l'autorité

La valorisation de la fonction phatique dans l'acte journalistique constitue une des dimensions les plus remarquables de ce nouveau type de journalisme dit de « communication ». En effet, Charron et De Bonville observent que « l'inégalité de rapport inhérent à la fonction de magistère [dans les autres types de journalisme, c'est-à-dire d'opinion ou d'information] s'estompe au profit de la communication » (1997 : 81). Dès lors qu'il ou elle mise sur un lien de confiance différent avec le public, chaque journaliste doit répondre à une obligation formelle : « il faut établir et maintenir le contact, créer un lieu et le faire durer » (1997 : 81).

Cette connexion intensifiée s'établit du reste à l'aide d'un langage plus simplifié qu'ampoulé, plus près du vocabulaire quotidien de la masse que du jargon spécialisé des élites. En clair, cette valorisation de la fonction phatique ne peut se concevoir en dehors d'un investissement émotif accru de la part de la personne qui n'est plus un simple « messenger » anonyme mais plutôt un intermédiaire humainement engagé.

On se souviendra qu'à l'époque, somme toute pas si lointaine, où l'on tentait de protéger la profession contre l'« invasion » des femmes, on invoquait l'argument de leur sensibilité et de leur émotivité que l'on qualifiait alors d'incompatibles avec la rigueur et l'objectivité requises par le journalisme. Ironiquement, ce qui servait d'argument pour rejeter les femmes est devenu un élément significatif associé à l'évolution de la profession ! La capacité de ressentir de l'émotion est considérée désormais

8. « Métro, marmots, boulot. Une vie de fou ! », *Le 30*, 24, 2, février : 15-23.

comme un atout, surtout si l'on peut en même temps la transmettre en utilisant un type de langage que l'on dit plus familier, davantage ancré dans le quotidien ou ressemblant à la conversation.

Interrogées quant à la spécificité de leur différence par rapport à leurs collègues masculins, les répondantes à notre enquête de 1995 affirmaient, dans des proportions élevées, que les trois principaux indices de cette différence dans l'approche de l'information étaient précisément l'engagement émotif, la valorisation de la dimension humaine de même que l'intérêt pour les sujets marginaux⁹.

Dans divers témoignages qu'elles ont rendu au fil des ans, dans les colloques ou les revues de journalisme, les femmes journalistes ont souvent tenu à souligner le fait qu'elles refusaient de se définir comme des autorités dans quelque domaine que ce soit, et elles insistent sur leur volonté d'établir des rapports égalitaires tant avec leurs sources qu'avec leur public. Cette façon différente de concevoir les rapports avec le public et leur propension avouée à accepter davantage que les hommes ce qu'elles appellent l'« engagement émotif » et la « valorisation de la dimension humaine » constituent des indices du fait que les femmes journalistes contribuent à modeler des pratiques professionnelles où elles impriment des manières de penser et de faire jusqu'à interdites ou honnies et se trouvent ainsi à opérer une réconciliation inédite entre raison et émotion, entre objectivité et subjectivité.

Le statut et l'identité sociale

L'identité et le statut social des journalistes sont souvent associés aux rôles que celles-ci et ceux-ci remplissent dans la collectivité. Le prestige dont est investie la profession correspond directement au pouvoir exercé dans la société. Ce sont là des éléments qu'il est difficile de chiffrer, sinon en les comparant aux autres professions. Toutefois, ainsi que l'indique notre enquête, même si les hommes et les femmes journalistes semblent accorder à peu près la même importance aux aspects du pouvoir, de l'influence, du prestige et de la popularité dont bénéficie leur profession, on note certaines différences dans la définition des rôles qui, à leurs yeux, sont impartis aux médias d'information dans la société.

Ainsi, dans l'évaluation de l'importance accordée aux diverses **fonctions des médias**, les hommes et les femmes procèdent à des classements très similaires; dans les deux groupes, on considère que les fonctions les plus importantes sont de rapporter les faits, d'expliquer l'actualité, d'enquêter et de vulgariser. Même constat en

9. En réponse à la question : *Dans quelle mesure estimez-vous votre approche de l'information différente de celle de vos collègues masculins?*, 13 indicateurs étaient suggérés, pour être cotés sur une échelle de 1 à 5. Les taux de réponse les plus élevés chez les femmes, regroupant les échelons 5 et 4, touchent dans l'ordre les éléments suivants : valorisation de la dimension humaine : 32 %; engagement motif : 29,5%; et intérêt pour les sujets marginaux : 28 %. On note que les répondants masculins ont coté beaucoup plus faiblement chacun des indices proposés, signifiant ainsi qu'ils ne considèrent pas comme significatives les différences de sexe, du moins pas autant que leurs collègues féminines.

ce qui touche les **valeurs** que devraient démontrer les journalistes ainsi que le **rôle social** qu'ils et elles se donnent personnellement. Tant les hommes que les femmes estiment que les principales qualités sont l'honnêteté, la rigueur, le professionnalisme, la curiosité et l'indépendance et que leur premier rôle, à leur avis, est celui de courroie de transmission.

Toutefois, quand on regarde attentivement l'importance accordée à ces différents indicateurs selon les taux de réponse, de légères différences apparaissent à trois égards et elles font ressortir ceci : 1) une plus forte proportion de répondantes favorisent pour les médias les **missions d'éducation et de critique**, par rapport aux répondants; 2) les répondantes apprécient davantage des valeurs de **conscience sociale, d'engagement** et de **sensibilité** pour les journalistes, alors que leurs collègues masculins favorisent plus souvent l'indépendance; 3) quand elles précisent leur vision de leurs responsabilités de journalistes envers la société, les femmes se voient plutôt comme des **agentes de changement**, alors qu'une proportion plus importante de leurs collègues masculins se définissent surtout comme des témoins neutres.

Des différences d'opinions encore plus marquées apparaissent concernant d'autres questions. Quand on les interroge sur leurs sources de **motivation** pour devenir journalistes, même si les deux groupes mettent en tête de liste les trois mêmes facteurs, soit le caractère stimulant du travail, leur intérêt pour l'information et la liberté d'action, les femmes indiquent beaucoup plus clairement que les hommes qu'elles sont attirées par la possibilité de **s'exprimer**, de diffuser de nouvelles idées et d'**attirer l'attention sur des injustices sociales**.

Ainsi, les femmes ont tendance à appuyer davantage sur la responsabilité sociale des médias; elles se définissent comme des **agentes de changement** dans une proportion plus élevée que les hommes; enfin, plus que leurs collègues masculins, elles attribuent à leur secteur professionnel la responsabilité de dénoncer les injustices, de contextualiser et d'expliquer l'actualité ainsi que d'analyser les problèmes complexes et elles investissent les médias de la mission de jouer un rôle actif dans l'amélioration du statut des femmes¹⁰.

À cet égard, les résultats de nos recherches, effectuées tant au Québec qu'au Canada, ont été corroborés par ceux d'une enquête fort semblable qu'ont menée David Pritchard et Florian Sauvageau (1999), à peu près en même temps, auprès de journalistes québécois et canadiens et qui les amène également à conclure que les femmes accordent « une place considérablement plus importante que [...] leurs homologues masculins aux aspects communautaires du journalisme, comme la possibilité d'aider les gens [...] et celle d'améliorer le milieu de vie communautaire » (1999 : 50). De la même façon, indiquent-ils, les femmes journalistes « ont une perception un peu plus égalitaire, plus englobante de leurs publics » que leurs collègues masculins (1999 : 52).

10. On peut trouver les données statistiques détaillées sur toutes ces questions dans les rapports de recherche de l'auteure, inscrits dans la bibliographie.

TABEAU 4

Opinions des répondantes et des répondants quant aux fonctions, aux valeurs, aux rôles sociaux et aux sources de motivation des journalistes*

Fonctions	Femmes (%)	Hommes (%)
• Rapporter les faits	95	97
• Expliquer l'actualité	97	94
• Fouiller, enquêter	97	93
• Vulgariser	93	90
• Contextualiser l'actualité	91	82
• Dénoncer les injustices	86	81
Valeurs	Femmes (%)	Hommes (%)
• Honnêteté	100	99
• Rigueur	99	99
• Professionnalisme	99	96
• Curiosité	99	96
• Indépendance	92	93
• Conscience sociale	91	81
• Sensibilité	88	73
Rôles sociaux	Femmes (%)	Hommes (%)
• Courroie de transmission	59	54
• Agents ou agentes de changement	55	42
• Témoin neutre	40	49
Sources de motivation	Femmes (%)	Hommes (%)
• Emploi stimulant	96	97
• Intérêt pour l'information	93	91
• Liberté d'action	77	72
• Désir de s'exprimer	71	68
• Diffusion de nouvelles idées	66	46
• Horaire différent du « 9 à 5 »	54	52
• Dénonciation des injustices sociales	51	43

* Sur une échelle de 1 à 5, les personnes interrogées devaient coter une série de douze propositions. Les pourcentages indiquent les taux de réponse compilés pour les échelons 5 et 4 dans le cas des six indices jugés les plus significatifs.

Conclusion

Un consensus certain règne entre les spécialistes de la recherche et de la théorie en matière d'information et les professionnels et professionnelles des médias : tous et toutes s'accordent pour reconnaître que le journalisme traverse ces années-ci une

profonde mutation. Même si les approches pour caractériser ce changement varient d'une personne à l'autre, de même que la lorgnette à travers laquelle on apprivoise de nouvelles réalités professionnelles, il n'en demeure pas moins qu'un accord assez large s'établit sur le fait que cette profession ne ressemble plus guère à ce qu'elle était il y a un quart ou un demi-siècle, et qu'en outre elle ne sera plus jamais pareille à ce qu'elle était jadis.

Par ailleurs, il subsiste encore une relative ambiguïté qui sépare la réalité, telle qu'on peut l'observer ou la vivre à travers l'expérience, et le discours que portent sur leur vie professionnelle les premières intéressées elles-mêmes. Pourtant, de nombreux indices pointent dans la même direction, qu'il faudra sans doute un jour reconnaître et admettre : les changements profonds qui marquent le journalisme actuellement sont, en partie tout au moins, imputables à l'influence qu'exercent les femmes, dont le nombre s'est accru de façon importante au cours des dix ou vingt dernières années.

Loin de constituer des aménagements cosmétiques ou de simples modifications démographiques, l'insertion graduelle des femmes dans tous les secteurs et à tous les niveaux des appareils de production de l'information entraîne des changements remarquables et irréversibles. Certes, de nombreux facteurs doivent également être pris en considération dans l'évolution de la profession journalistique : la hausse du niveau de scolarité, l'ouverture sur les influences américaines dans les quotidiens et à la télévision, la concentration de propriété des médias, l'augmentation phénoménale de la concurrence notamment. Toutefois, il n'est pas peu ironique de constater que certains changements observés, comme la critique de la traditionnelle objectivité, longtemps définie comme un rempart de la rigueur et de la droiture, de même que la valorisation de l'émotion, puisent précisément aux sources des reproches que l'on adressait jadis aux femmes journalistes et que l'on brandissait pour leur bloquer la route. Pourtant, cette profession représente un juste miroir de la société dans son ensemble : si les hommes y occupent encore le haut du pavé, la relève est désormais constituée de femmes qui ont autant à dire, sinon plus, que leurs collègues masculins, dans ce que sera l'avenir de leur profession.

Il reste aux chercheurs et aux chercheuses à poursuivre le travail d'investigation de manière à clarifier certaines des ambiguïtés qui subsistent et qui permettent trop souvent de tirer des conclusions hâtives ou mal fondées quant à l'influence réelle des femmes. Il sera utile également de vérifier, dans quelques années, la trajectoire qu'auront poursuivies ces jeunes recrues féminines, partagées entre leur ambition de gravir les échelons hiérarchiques de leur profession et leur souci d'équilibrer les nombreux aspects de leur vie de femme, d'amoureuse, de mère. On devra enfin s'appliquer à vérifier si l'influence qu'exercent les femmes journalistes se répercute aussi dans l'évolution de la position éthique qu'occupent les professionnelles et les professionnels de ce secteur.

RÉFÉRENCES

BEAUCHAMP, Colette

1987 *Le silence des médias*. Montréal, Les Éditions du remue-ménage.

CHARRON, Jean, et Jean DE BONVILLE

1997 « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication* 17, 2 : 51-97.

FÉDÉRATION PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES DU QUÉBEC

1983 *Thérèse, Janette, Hélène et les autres ou... la face cachée de l'information*. Bilan du colloque Les femmes et l'information, Montréal, Fédération professionnelle des journalistes du Québec.

LÖFFGREN-NILLSON, Monica

1994 « Journalism, Gender and Newsroom Climate », Communication présentée au Congrès de l'International Association for Mass Communication Research (IAMCR) à Séoul, en Corée, en juillet, Göteborg, Department of Journalism, Media and Communication, University of Göteborg.

MELIN, Margaret

1994 « Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists », Communication présentée au Congrès de l'International Association for Mass Communication Research (IAMCR) à Séoul, en Corée, en juillet, Göteborg, Department of Journalism, Media and Communication, University of Göteborg.

PAYETTE, Lise

1983 « L'objectivité des hommes, c'est un piège... », in Fédération professionnelle des journalistes du Québec (dir.), *Thérèse, Janette, Hélène et les autres ou... la face cachée de l'information*, bilan du colloque « Les femmes et l'information », 1981-1982. Montréal, Fédération professionnelle des journalistes du Québec : 7-10.

PRITCHARD, David, et Florian SAUVAGEAU

1999 *Les journalistes canadiens. Un portrait de fin de siècle*. Québec, Les Presses de l'Université Laval.

ROBINSON, Gertrude J., et Armande SAINT-JEAN

1998a « Canadian Women Journalists : The «Other Half» of the Equation », in David H. Weaver (dir.), *The Global Journalist. News People around the World*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press : 351-372.

1998b *Les femmes journalistes au Canada : une progression depuis les années 1970. Sommaire des résultats*. Montréal et Sherbrooke, Université McGill et Université de Sherbrooke.

- 1994 *Women's Participation in the Canadian News Media : Progress since the 1970s. Phase I Report.* Montréal et Sherbrooke, Université McGill et Université de Sherbrooke.

SAINT-JEAN, Armande

- 1997 *Enquête sur les valeurs et les attitudes professionnelles des journalistes du Québec. Synthèse comparée hommes-femmes.* Rapport de recherche. Sherbrooke, Université de Sherbrooke.
- 1995 *La progression et l'impact de la présence des femmes journalistes dans les médias du Québec depuis 1974.* Rapport de recherche. Sherbrooke, Université de Sherbrooke.
- 1993 *L'évolution de l'éthique journalistique au Québec de 1960 à 1990.* Thèse de doctorat. Montréal, Communications, Université McGill.

SAINT-JEAN, Armande, et Isabelle LABARRE

- 1995 « Un premier portrait des femmes journalistes québécoises », *Le 30*, 19, 10, novembre : 12-16.

WEAVER, David, et Cleveland WILHOIT

- 1992 *The American Journalist : A Portrait of US News People and their Work.* 2^e éd. Bloomington, Indiana University Press.

ZOONEN, Liesbet Van

- 1994 *Feminist Media Studies.* Londres, Sage Publications.