

# Stéréotypes de genre

## Une ressource pour les professionnelles de l'information sportive

LUCIE SCHOCH

Maître assistante  
Institut des Sciences du Sport  
Université de Lausanne  
lucie.schoch@unil.ch



Le journalisme sportif est l'un des univers journalistiques les plus masculins, tant du point de vue de la présence des femmes dans la profession que de l'objet médiatisé. Certes, en Suisse romande – notre terrain d'enquête – les rubriques sportives de la presse quotidienne ont connu une féminisation depuis les années 2000. Notre étude montre que durant cette décennie, sept femmes journalistes y ont rejoint une pionnière pour représenter 13% des effectifs. Cette tendance s'inscrit dans un contexte de féminisation de l'ensemble du journalisme en Suisse, où on observe une nette progression du nombre de femmes depuis trois décennies. Au début des années 1980, les femmes représentaient 17% des journalistes en Suisse romande (Saxer & Schanne, 1981) ; en 2008 elles constituaient 36% des effectifs (Bonfadelli, Kell & Wyss, 2011). Pour autant, la moitié des quotidiens romands conservent une rédaction sportive exclusivement composée d'hommes. Le sport y demeure nettement la spécialité journalistique la plus masculine, tout comme aux Etats-Unis (Hardin & Shain, 2005; Salwen & Garrison, 1998), en France (Dargelos & Marchetti, 2000) ou aux Pays-Bas (Deuze, 2001; Knoppers & Elling, 2001).

Par ailleurs, les productions journalistiques s'intéressent surtout à l'univers sportif masculin. L'enquête Global Media Monitoring Project 2015 montre que seules 24% des figures citées dans les

### **Pour citer cet article, to quote this article, para citar este artigo :**

Lucie Schoch, « Stéréotypes de genre. Une ressource pour les professionnelles de l'information sportive », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 8, n°2 - 2019, 15 décembre - December 15 - 15 de dezembro.  
URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

articles de presse observés dans cette étude étaient des femmes et que de grandes disparités s'observaient en fonction des thématiques de l'article. Le rapport 2010 faisait le même constat et montrait une nette surreprésentation des hommes dans les rubriques sportives (Carvalho & Durrer, 2010). Ceci s'explique par une moindre attention accordée au sport féminin, mais aussi une faible présence des femmes dans les postes d'encadrement et de management des organisations sportives (Pfister & Sisjord, 2013). Les femmes journalistes de sport de la presse romande évoluent donc dans un milieu largement masculin, aussi bien au niveau de leur rubrique que dans leur travail de terrain où les sources sont majoritairement masculines.

C'est au regard de cette spécificité que cet article propose d'analyser le travail des femmes journalistes de sport de la presse suisse romande, en prenant comme angle d'attaque leurs interactions avec les sources lors de leur travail de collecte des informations, moment clef du processus de production des contenus journalistiques. Il s'agira d'en saisir les effets sur les données récoltées et les textes produits voire, en fonction de la reconnaissance de ces derniers auprès des supérieurs notamment, sur les positions professionnelles et les carrières de ces journalistes. Parce que les enjeux et problématiques des interactions des femmes journalistes varient selon le sexe de leur interlocuteur, nous nous intéressons uniquement à leurs interactions avec des sources masculines. Dans le sport, tout comme d'autres domaines comme la politique ou la guerre qui sont pensés comme « masculins » et qui restent globalement des bastions masculins des médias dans de nombreux pays (Damian-Gaillard, Frisque & Saitta, 2010), les réticences des sources à l'égard des femmes journalistes semblent encore importantes. Ces dernières ne sont plus confrontées aux mêmes difficultés que les pionnières qui rapportaient dans les années 1980 des attitudes condescendantes et des menaces physiques très sérieuses (Eberhard & Wallace, 1988). Néanmoins, des travaux plus récents montrent qu'elles continuent de faire face à des réticences, voire des formes plus ou moins graves de harcèlement sexuel de la part d'athlètes masculins ou de dirigeants qui sont incommodés par leur présence (Cann & Mohr, 2001) et n'aiment pas être jugés par une femme (Miloch, Smucker & Whisenant, 2005). Cela serait notamment le cas dans les sports de tradition masculine comme le football, le baseball ou le hockey sur glace (Schell & Rodriguez, 2000). Les femmes journalistes de sport ont le sentiment de devoir être particulièrement vigilantes quant à leurs attitudes, notamment pour éviter certains stéréotypes (séductrice, lesbienne) dont elles se sentent facilement affublées et de devoir négocier

diverses tensions (Hardin & Shain, 2006). Les vestiaires semblent être particulièrement cristalliseurs de tensions (Bruce, 2002), notamment parce qu'il y règne une hégémonie masculine marquée - faite de violence, de sexisme et d'homophobie - qui tend à exclure les femmes (Curry, 1991).

Toutefois, être une femme journaliste de sport peut aussi comporter certains avantages sur le terrain. Aux Etats-Unis, les rédactrices sont globalement privilégiées par les administrateurs sportifs qui déterminent le type et la durée d'accès aux sources (Miloch, Smucker & Whisenant, 2005). Les journalistes interviewées par Hardin et Shain (2006) considèrent qu'être une femme leur permet de recueillir de meilleures informations auprès des sources et de produire des *news* originales. Elles disent faire usage de leur féminité au profit de leur travail journalistique. Mais les auteures n'ont pas spécifiquement analysé les pratiques journalistiques de terrain de ces professionnelles. C'est ce que cette contribution se propose de faire, dans le contexte de la presse romande. Nous nous demanderons notamment si, à l'instar des femmes journalistes israéliennes observées par Lachover (2005), nos enquêtées mettent en œuvre des techniques particulières, se différenciant de celles de leurs collègues masculins, leur permettant par exemple de se saisir à leur avantage de stéréotypes de genre mobilisés par les sources (par exemple : « femme comme objet de séduction », la « femme faible » et « maternante » dans l'étude de Lachover), dont on questionnera l'existence dans l'univers sportif qui est historiquement un « fief de la virilité » (Dunning & Elias, 1994). Il s'agira également de se demander si ces éventuels rapports générés aux sources leur confèrent un certain (dés) avantage stratégique en matière de collecte de données auprès des acteurs sportifs (notamment en termes d'accès aux sources et de qualité des données recueillies), alors que le journalisme est un univers marqué par la concurrence entre médias mais aussi entre journalistes. S'ajoute à cela un accès aux sources de plus en plus contrôlé et difficile, dû à une professionnalisation de ces dernières et notamment un recours plus fréquent à des intermédiaires (agents, responsable de communication, etc.). Cette tendance varie néanmoins selon les sports et clubs, qui ont d'autant plus tendance à contrôler leur communication qu'ils possèdent des ressources économiques importantes, elles-mêmes étant très largement dépendantes de leur popularité et du niveau sportif (Montanola, Romeyer & Souanef, 2012). Néanmoins, les femmes sont la plupart du temps cantonnées à des sports secondaires sur le plan symbolique et elles suivent davantage le sport ré-

gional qu'international. Elles sont donc, dans une certaine mesure, préservées de ce contrôle croissant exercé par les sources à l'égard des médias.

Cet article s'appuie sur des observations, réalisées dans deux quotidiens romands, 24 heures et Le Temps. Il s'agit de quotidiens généralistes, la Suisse romande ne comptant aucun quotidien exclusivement sportif. D'une durée d'une semaine chacune, ces deux « immersions » dans les rubriques sportives de ces quotidiens généralistes nous ont permis de découvrir le métier de journaliste de sport, d'assister aux briefings de rédaction et d'accompagner certains rédacteurs sur le terrain. Ce fut le cas lors d'entraînements et de compétitions, dans deux sports de tradition masculine, le football et le hockey sur glace (ils s'agissait de journalistes hommes), et deux sports que l'on pourra qualifier de « mixte », l'athlétisme et le volley-ball (il s'agissait de journalistes femmes). Si les données recueillies par observation ont été précieuses, notamment pour se familiariser avec ce groupe professionnel qui nous était étranger, elles ne seront présentes qu'en filigrane dans nos analyses et ne seront pas directement mobilisées dans la présente contribution.

D'autre part, nous avons réalisé 25 entretiens biographiques approfondis (avec 12 femmes et 13 hommes). Notre population enquêtée correspond ainsi à environ 40% du groupe professionnel étudié. Nous avons interrogé les huit femmes qui travaillaient dans le journalisme sportif au sein de la presse suisse romande, une journaliste qui a travaillé pendant plusieurs années dans le journalisme sportif mais qui a changé de spécialité journalistique et deux anciennes journalistes qui sont sorties du métier depuis que nous les avons rencontrées. Nous avons également recueilli les témoignages de 13 journalistes hommes (un de chacune des rédactions romandes, à l'exception de l'une d'entre elles dont les journalistes sportifs ont refusé de nous rencontrer, invoquant un emploi du temps trop chargé). Ces derniers ne seront mobilisés qu'en miroir ou contre-point des données récoltées auprès des femmes journalistes sur lesquelles s'appuient principalement nos analyses<sup>1</sup>.

---

#### LES LOGIQUES DE LA FÉMINISATION DU JOURNALISME SPORTIF ROMAND

---

Si l'on veut appréhender les interactions des femmes journalistes de sport avec leurs sources, il nous faut au préalable saisir les ressorts de la féminisation de cette spécialité professionnelle dans la presse romande. L'entrée des femmes y est géné-

ralement le fait d'une décision des rédactions en chef. Confrontées à des contraintes économiques croissantes, ces dernières développent différentes stratégies marketing, dont la féminisation des rubriques sportives fait partie. La Suisse accuse un certain retard en matière d'égalité entre hommes et femmes dans le secteur de la vie professionnelle avec par exemple un fort taux d'emploi à temps partiel chez les femmes, le plafond de verre le plus marqué en Europe et des différences salariales importantes entre hommes et femmes<sup>2</sup>. Le bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes et ses entités cantonales produisent données et recommandations en la matière. Néanmoins, à l'exception des différences salariales et du harcèlement sexuel au travail, ces questions demeurent peu débattues publiquement et au niveau politique. Ainsi, si certaines entreprises ou institutions ont engagé des réflexions voire mesures pour favoriser une plus grande égalité des sexes<sup>3</sup>, ce n'est pas le cas dans le champ médiatique où il n'y a pas d'injonctions particulières à la diversité. Pour autant, lors d'échanges informels et notamment durant nos observations, plusieurs rédacteurs en chef se sont déclarés sensibles à cette question et à la nécessité d'un traitement plus équilibré de l'information sportive. Bien que l'effet du contexte d'entretien mené par une enquêtrice identifiée comme s'intéressant au genre mérite d'être questionné, il semble toutefois que la féminisation du journalisme sportif observée dans le cadre de notre étude puisse parfois reposer sur des enjeux éthiques. Des logiques plus politiques (pour la « bonne image » du titre) peuvent également être en jeu : la féminisation de ce bastion historique des médias est « dans l'air du temps », s'observe dans les médias étrangers et, par un jeu d'imitation de la concurrence étrangère et suisse, chaque rédaction romande a cherché à en féminiser ses rangs.

Cependant, c'est avant tout le souhait de développer un « regard féminin » sur le sport qui semble motiver ces recrutements féminins. Les femmes sont considérées par les rédactions en chef comme étant en mesure de proposer un journalisme sportif davantage centré sur l'émotionnel et les aspects humains, susceptible d'attirer de nouveaux lecteurs moins spécialistes de sport et notamment des lectrices. Ces attentes des rédacteurs en chefs sont clairement exprimées au moment de l'embauche des femmes journalistes comme en témoigne Aurélie en évoquant les conditions de son recrutement : « Et en fait, ce qu'ils voulaient c'était une femme. [...] Parce que j'allais apporter un autre regard. Un regard différent sur le sport. » Elles sont ensuite rappelées quotidiennement à travers des feedbacks positifs formulés à l'égard de leurs papiers humains et « décalés » ou d'autres échanges plus

informels et surtout l'attribution des sujets. Nous avons pu constater lors de nos observations que les rédacteurs en chef sollicitent en effet régulièrement leurs rédactrices pour des papiers « magazines »<sup>4</sup>, y compris sur les sports les plus réputés.

Le tirage des journaux payants en Suisse a reculé de près de 30% de 1995 à 2014 (Etude de TA-Swiss, 2017), entraînant la disparition de certains titres (comme l'*Hebdo* en 2017) ainsi que de nombreuses restructurations et licenciements dans différents titres romands : 31 postes supprimés par le groupe Tamedia à l'automne 2017 à la *Tribune de Genève* et *24 Heures* ; *L'Agefi*, quotidien économique, est passé de 51 collaborateurs à 32 depuis 2015 ; *Le Temps* a subi 10 licenciements en mars 2015. Ceci entraîne une fermeture du marché du travail dans le journalisme qui a incité plusieurs des femmes interviewées à accepter le poste proposé en Sport, même s'il ne correspondait pas à leurs ambitions. Car, si toutes avaient une vocation pour le journalisme, aucune n'avait une affection particulière pour la spécialité Sport, dans laquelle elles n'avaient, pour la plupart, jamais travaillé. Fanny explique par exemple : « *J'ai toujours voulu être journaliste, ça toujours, mais pas tellement dans le sport. À la base non. [...] Je pensais plutôt aller dans la politique que dans le sport à vrai dire donc... Je ne m'étais jamais dit que je voulais faire du journalisme sportif. C'est un peu par la force des choses.* »

En Suisse, il n'y a pas d'école de journalisme et l'apprentissage du métier de journaliste se fait essentiellement « sur le tas ». Pour obtenir sa carte de presse, il faut réaliser un stage de deux ans auprès d'un média tout en suivant une formation théorique au Centre de formation au journalisme et aux médias (d'environ 12 semaines). Le métier se professionnalise et la possession d'un master (le plus souvent en journalisme, communication, sciences politiques ou lettres) est aujourd'hui généralement nécessaire pour pouvoir décrocher un tel stage, y compris pour les journalistes de sport. Ce sont donc souvent les premières expériences professionnelles dans le journalisme (stages et piges) ainsi que les expériences personnelles, notamment sportives, qui orientent le profil des futurs journalistes.

Dans le cas des femmes, elles avaient presque toutes pratiqué du sport, certaines ayant fait de la compétition comme Mireille (tennis) ou Fanny (équitation) et même à haut niveau pour Camille (basketball) et Sylvie (volley-ball). Ce n'est cependant pas le cas de Kathy, qui ne s'intéressait au sport qu'en tant que spectatrice, ni d'Aurélie qui déclare : « *Je ne comprends rien du tout. Je ne suis jamais allée voir ni un match de foot ni un match de hockey. Non, moi je suis nulle en sport !* » En réalité, le compagnon d'Aurélie

est journaliste de sport et cette dernière est donc probablement plus avisée en matière de sport qu'elle ne l'affirme. Ce témoignage révèle que, comme Aurélie, les femmes revendiquent un profil de journalistes polyvalentes, mais non spécialistes du domaine du sport, qui repose sur un socle de compétences journalistiques reconnues dans l'ensemble de la profession, acquises à travers leurs études et leurs expériences souvent nombreuses et variées dans le journalisme (piges et stages). Une seule, Anna, pionnière dans le journalisme sportif qu'elle a intégré dans les années 1980, se distingue de ce profil (son parcours sera détaillé par la suite) et se rapproche de celui des journalistes hommes. Ces derniers, tout comme leurs homologues français (Souanef, 2013), semblent avoir trouvé dans le journalisme sportif une façon de vivre leur passion pour le sport. À l'exception de l'un d'entre eux (Romain), qui avait une formation en sciences politiques et visait plutôt un poste dans ce domaine, tous les journalistes hommes convoitaient la spécialité Sport par-dessus tout. Tout comme les journalistes hommes de la presse VTT analysés par Fraysse et Mennesson (2017), ils se considèrent davantage « spécialistes » passionnés par le sport que journalistes.

Ces modes d'entrée différenciés dans le métier affectent la répartition des tâches au sein des rubriques. L'expérience et l'expertise des hommes leur octroient un avantage sur leurs consœurs, à quoi s'ajoutent fréquemment une plus grande ancienneté et une « homosociabilité masculine » (Löfgren-Nilsson, 2010, p. 141) au sein des rubriques sportives. Ceci permet aux hommes de s'accaparer bien souvent les actualités « chaudes » (compte-rendu d'un match, cas de dopage, etc.) et les sports les plus réputés, particulièrement le football et le hockey sur glace. Les femmes s'occupent davantage des actualités « froides » (changement de règlement sportif, construction d'infrastructures sportives, etc.) et, comme évoqué précédemment, des sports secondaires sur le plan symbolique (la voile, la natation, le volleyball, etc.). Cette répartition sexuée des tâches au sein des rubriques sportives romandes fait écho à celle observée dans les rubriques « Politiques » de la presse française où les domaines pensés comme moins légitimes et plus « féminins » ont été confiés aux femmes, favorisant leur accès à ces services (Damian-Gaillard & Saitta, 2011).

---

#### DES JOURNALISTES POLYVALENTES DANS UN MONDE D'EXPERTS DU SPORT

---

Ces modes d'entrée spécifiques dans le métier de journaliste de sport impactent fortement les interactions des journalistes avec les sources. Dans leur travail

de terrain, les journalistes hommes prouvent qu'ils possèdent les attributs du « bon » journaliste de sport : ils démontrent leur passion et expertise sportive par leur manière de se présenter, le vocabulaire très spécifique qu'ils utilisent, leurs compétences analytiques et leur connaissance souvent encyclopédique sur le sport. Ceci semble jouer un rôle très important lors des interactions avec les sources. Camille en témoigne : « *Justement je pense que le mec, il viendrait et il dirait un truc super technique et lui dirait que ça fait vingt-cinq ans qu'il suit sa carrière, alors que moi, je vais plutôt faire une grosse blague pour déconner au début et après on se met à l'aise.* » La légitimité accordée par les sources aux hommes journalistes varie selon leur âge, la durée de leur présence sur le terrain sportif en tant que journaliste et leur réputation. Elle ne va donc pas de soi, mais il semble que le capital sportif des journalistes hommes et d'Anna rend leurs interactions avec les sources relativement fluides. Ils ont acquis ce dernier par leur intérêt et très bonne connaissance du sport, voire, pour certains, leur investissement dans ce milieu (en tant que sportif, entraîneur, bénévole, etc.). Ils en font la démonstration lorsqu'ils sont « sur le terrain » (passion sportive, vocabulaire spécifique, analyse pointue des performances et gestes sportifs, etc.), montrant par-là aux acteurs sportifs rencontrés qu'ils partagent les mêmes références.

Les premiers contacts des femmes journalistes avec les sources sportives, plus habituées à rencontrer des journalistes hommes, sont en revanche souvent marqués par une incertitude quant à leur identité professionnelle. Comme leurs homologues américaines (Kaufman, 2003), elles sont fréquemment perçues comme des groupies : « *J'avais ma carte de presse à la main, mais ils étaient persuadés que j'étais une groupie et que j'avais rien à faire là et que j'étais pas journaliste. Ca s'est hyper vexant.* » (Kathy) Trois de nos interlocutrices ont même été prises pour des fans alors qu'elles venaient interviewer un sportif munies d'un carnet et d'un stylo, dont ce dernier s'était saisi pour leur signer un autographe. Ensuite, du fait d'un manque de connaissances sportives avéré et/ou de préjugés genrés sur leur présumée incompétence professionnelle en matière de sport, les échanges des femmes journalistes avec les sources sont moins aisées que pour leurs confrères. Ceci est renforcé par le fait que, compte tenu de leur profil de journaliste polyvalente et des attentes des supérieurs à cet égard, les femmes ne peuvent – et ne veulent – pas faire preuve d'une expertise sportive à l'instar de leurs confrères masculins lorsqu'elles effectuent leurs interviews. Enfin, si les compétences d'une journaliste peuvent rapidement être mises en cause lorsqu'un acteur sportif est mécontent d'une publication, cela est rarement le cas des journalistes hommes, dont le statut d'expert est large-

ment reconnu (Bruce, 2000 fait le constat similaire aux Etats-Unis). Les femmes journalistes rencontrées ont ainsi souvent le sentiment de vivre une mise à l'épreuve, de la part des acteurs sportifs et du public, où aucun faux-pas n'est toléré : « *On doit prouver deux fois plus que les hommes, et surtout ne pas faire de gaffe. [...] En plus, comme on est peu, on est vite repérées et repérables. Si on fait une fois une faute, une erreur, un truc dans un papier, c'est trois fois plus retenu contre nous. On est vraiment sur la brèche tout le temps.* » (Kathy) Ces différents éléments révèlent les stéréotypes persistants des athlètes à l'égard des femmes.

Les femmes journalistes sont par ailleurs régulièrement confrontées à diverses formes de sexisme ordinaire de la part d'acteurs sportifs, qui peuvent prendre la forme d'attitudes condescendantes, mêlant souvent paternalisme et infantilisation : « *Souvent, les sportifs sont un peu condescendants, ils pensent "Ah, la petite qui me court après, ok, je vais être sympa avec elle".* » (Fanny) Ce sont aussi des remarques et blagues sexistes, s'approchant souvent de la fausse séduction : « *L'autre jour, un directeur sportif me disait : "Ah, mais vous avez une voix tellement charmante, n'hésitez pas à me rappeler !"* » (Mireille) Deux d'entre elles ont même été confrontées à du harcèlement sexuel. Ce fut le cas de Kathy lors d'un tournoi de tennis :

« *Le dimanche soir je vais aller manger mon dernier repas toute seule à l'hôtel. Je sais plus pourquoi j'étais toute seule. Et j'entends "Hello !". Je regarde. Il y avait ce joueur. [...] Il me demande si ça va. Je lui dis que nous les journalistes on doit rester une journée de plus. Et tu vois, il y avait la porte et un petit hall d'entrée. Et tu vois, on n'avait pas parlé plus et il est venu il a mis sa langue dans ma bouche : "Allez on a encore une demi-heure avant mon taxi, je sais que tu le veux autant que moi". Moi je lui ai dit qu'il était complètement malade, que non je suis journaliste, que j'ai un copain.* »

Les femmes journalistes exposées à ces formes de sexisme ordinaire y répondent en fonction de la perception qu'elles ont de la menace et des ressources personnelles et sociales dont elles estiment disposer. Toutefois, elles ont toutes tendance à minimiser le caractère discriminatoire de ces situations, à l'instar de Mireille, qui ne semble nullement s'offusquer des sportifs qui la draguent parfois : « *Parfois il y a des blagues un peu plus... C'est que parfois il y a certains athlètes qui vous draguent un petit peu, des choses comme ça, mais ça reste toujours très correct.* » (Mireille) Nous n'observons pas de réelle résistance auprès des femmes journa-

listes de sport, qui ne semblent pas particulièrement y voir un problème à résoudre ou à dénoncer. Sans être dans le déni, elles développent plutôt des stratégies de banalisation et d'euphémisation. Ces dernières s'expliquent par une certaine résignation de leur part, du fait qu'elles considèrent ces comportements sexistes et machistes comme faisant partie intégrante de leur travail, alors que le milieu sportif est machiste.

*« Athlétissima si tu passes deux jours à l'hôtel, après quand tu croises les athlètes dans la zone mixte ils se rappellent qu'il y avait une petite blonde et ils viendront plus facilement vers toi, ils vont moins lutter. Après tu joues du sourire... Y'en a plein qui espèrent autre chose aussi. Le monde sportif c'est quand même... Et donc si tu les remballes, ils sont capables de faire la gueule. Donc il faut apprendre à les remballer avec tact, avec un petit peu d'humour. Pas de manière agressive. » (Kathy)*

La préoccupation de ménager les acteurs sportifs, sous peine de perdre un contact est très présente chez les femmes journalistes et, comme le révèle le témoignage de Sandrine, ces dernières semblent considérer que cela fait partie de leurs contraintes professionnelles : *« Je crois que c'est vraiment le rapport de confiance qui s'établit avec les gens et voilà. Les aprioris tombent très vite. [...] Mais bon après, tu évolues dans un monde de mecs, donc faut pas non plus faire ta sainte-nitouche. »* (Sandrine) Enfin, les femmes journalistes considèrent aussi que ce type d'expériences négatives avec certaines sources est inhérent à la façon dont elles investissent le milieu sportif. Camille, expliquant la façon dont elle a choisi d'ignorer les sollicitations déplacées d'un athlète qui lui envoyait régulièrement des messages salaces par téléphone, avait conclu son récit de la sorte : *« Tu joues avec ce côté-là et faut l'assumer aussi. »* Loin de se présenter comme une victime, la journaliste semble indiquer qu'elle a pu contribuer à ce dérapage. Les femmes journalistes mobilisent en effet divers stéréotypes de genre dans leurs interactions avec les sources sportives, ce qui peut expliquer leur acceptation résignée du sexisme auquel elles sont quotidiennement confrontées.

---

#### MOBILISER LES STÉRÉOTYPES DE GENRE DÉPLOYÉS PAR LES SOURCES SPORTIVES...

---

Les journalistes interviewées considèrent que les acteurs sportifs rencontrés dans leur travail de terrain leur assignent fréquemment des rôles

stéréotypés. A l'instar des journalistes israéliennes observées par Lachover (2005), elles y voient là une source de pouvoir potentiel. Ainsi, loin de subir passivement ces situations, elles adoptent parfois des postures qui correspondent aux attentes de leurs interlocuteurs et en tirent profit pour pouvoir faire leur travail de manière efficace : *« Des fois ils sont condescendants, mais tu t'en fous, tu en joues. »* (Fanny) Kanter (1977) a identifié quatre stéréotypes qui pèsent sur les femmes au sein des entreprises : la femme comme objet sexuel ; la femme faible et naïve qui a besoin d'une aide masculine ; la femme maternante ; la femme « de fer » qui présente des traits masculins dans l'exercice de son métier. Dans notre étude, nous ne retrouvons que les deux premiers stéréotypes. Probablement du fait du relatif jeune âge des journalistes interviewées<sup>5</sup>, nous n'observons pas (contrairement à Lachover, 2005) celui de la « femme maternante ». Par ailleurs, parmi nos interviewées, Anna présente un profil particulier. Ancienne sportive de haut niveau, elle est une pionnière dans le journalisme sportif. Elle a un profil de journaliste spécialisé dans le sport et fait le métier de façon très similaire à ses confrères masculins et s'est imposée comme « one of the boys » (Van Zoonen, 1998). Cependant, si elle souffre du stigmate des femmes qui paraissent trop dures et ne sont pas assez féminines de la part de ses collègues, ce n'est pas le cas avec les sources qui la considèrent comme une « insider » de l'univers sportif et lui reconnaissent de fait des compétences sportives.

#### « La femme comme objet de séduction »

Les femmes journalistes interrogées ont le sentiment d'être facilement perçues comme objet de désir dans le milieu sportif très majoritairement masculin, où leur hétérosexualité semble de principe décrétee : *« Et t'as aussi ce côté, ben t'es une femme, donc eux, c'est bête à dire, mais c'est un peu des mecs, donc ça leur fait plaisir de te parler. »* (Camille) Certaines choisissent de « fermer la séduction » afin d'« empêcher un désir masculin de se développer de manière jugée inadéquate » (Buscatto, 2008). C'est le cas de Claire, qui a travaillé à ses débuts dans une rubrique sportive ne comprenant que deux journalistes et qui est par conséquent l'une des rares femmes journalistes à avoir couvert tous les sports, y compris le football et le hockey sur glace. Dans ces deux pratiques, elle a essuyé de nombreuses critiques sur la qualité de son travail de la part du public et du monde sportif qui l'ont beaucoup affectée : *« Et du coup ça m'a un peu découragée, et ça m'a peut-être aussi fait perdre un peu confiance en moi. Mais vraiment dans les commentaires, en journal du sport le matin, il n'y a pas de problèmes. Mais c'est vraiment*

quand j'étais dans les commentaires de foot. Moi je n'étais pas une sorte de pionnière qui avait envie de m'imposer et ça m'a vite déstabilisée, et après j'ai dit : "J'abandonne". » Cherchant à se protéger de ce type de remarque et à être irréprochable, Claire a mis en œuvre une « neutralisation du genre » (Laufer, 1982) dans son travail de terrain. Elle développe à cet effet une très grande vigilance dans ses attitudes et comportements auprès des acteurs sportifs, avec lesquels elle refuse d'engager tout rapport de séduction: « Oui, il faut rester professionnelle, parce que sinon c'est tout de suite " Celle-là elle cherche..." ». » Elle choisit également stratégiquement ses tenues vestimentaires : « Moi je suis toujours venue en pantalon à un match de foot, j'ai jamais mis une jupe alors que des fois j'en porte. Justement, j'ai plutôt fait le contraire. Il faut éviter, sinon on donne des armes à ceux qui ont envie de... »

Ses consœurs optent pour cette stratégie de « fermeture de la séduction » seulement quand la situation l'impose, notamment lorsque la source masculine dépasse les limites de ce qu'elles jugent acceptable : « Ah oui, tu t'adaptes un peu ! Tu sens un peu. Et si c'est cool, tu peux y aller en le tutoyant et poser tes questions. Et ça se fait de façon sympa. Mais parfois, tu sens que le mec il va un peu trop loin. Et là, moi je reste hyper carrée tu vois. » (Emilie) À l'instar des femmes journalistes américaines (Carmer, 1994), elles adaptent alors leurs comportements, présentation de soi et façon de parler à leur interlocuteur et au monde très masculin dans lequel elles évoluent : « Enfin c'est un peu inconscient, mais tu dois faire gaffe à comment tu es, tu ne peux pas commencer à faire je sais pas quoi, selon la personne avec qui tu es. » (Camille) Toutefois, ces femmes journalistes choisissent parfois d'utiliser leur capacité de séduction en vue d'obtenir des informations qui sortent des discours habituels et souvent consensuels d'après compétition. Elles n'ont pas parlé ouvertement de cette stratégie lors des entretiens, bien conscientes qu'elle peut paraître peu professionnelle et pourrait porter préjudice à leur réputation (ce qui soutient la démarche de Claire qui, soucieuse de se prémunir contre toute critique, n'opte pas pour cette stratégie). Mais malgré leur retenue, plusieurs ont indiqué que lorsqu'un interlocuteur masculin met en place un rapport de séduction, il leur arrive d'« entrer dans son jeu » afin de créer un contact privilégié et de favoriser l'échange d'informations. Kathy explique par exemple : « Mais, c'est clair que quand tu pars en camp, en déplacement avec une équipe de foot, t'as forcément des propositions. Si t'en avais pas, qu'est-ce que je serais monstre vexée, je pense, donc... Cette recherche... Moi j'adore ça. » Afin d'éviter toute réputation sulfureuse auprès des

acteurs sportifs, Kathy veille néanmoins à ne pas paraître trop aguicheuse et à garder autant que possible le contrôle des interactions : « Mais encore là, y'a des nets avantages et des nets inconvénients à être une fille. Et tout dépend de comment tu les utilises en fait. Etre charmante, mais pas que ça paraisse trop dans la drague. » En jouer un peu mais pas trop : tel est le fil tendu sur lequel les femmes journalistes s'engagent, comme le révèle également le témoignage de Fanny :

« Je pense qu'on a tendance, par exemple quand on tombe face à un bourru, à minauder un peu, à s'excuser et à jouer un peu sur ce côté-là. Mais pas plus. D'abord parce que ça finirait par te retomber sur la gueule et on ne viendrait plus te parler. Et puis il y a aussi une question de fierté. Tu ne vas pas les draguer non plus ! C'est toujours des rapports un peu... Il y a toujours cette distance. »

La protection de leur réputation professionnelle semble une préoccupation forte pour ces journalistes, bien conscientes des conséquences paradoxales qu'implique l'utilisation de la séduction dans leur travail de terrain : « Autant ouais, il faut jouer sur le côté séduction/féminin et puis d'une autre côté, il ne faut pas en faire de trop parce que tu es tout de suite cataloguée. » (Camille)

#### « La femme fragile et inoffensive »

Les femmes journalistes ont le sentiment que certains de leurs interlocuteurs ont tendance à les considérer comme fragiles, douces et inoffensives. Lorsque c'est le cas et qu'elles sentent que l'interaction s'y prête, certaines choisissent d'exploiter cette image stéréotypée de la femme pour solliciter des attitudes protectrices. Kathy en témoigne : « Des fois, j'aime bien jouer à la pouf, un petit peu à la fragile, à celle qui a peur. C'est un peu rigolo. » Leurs manières de se présenter et de se comporter suscitent des conduites de galanterie et d'égard liées au sexe féminin, qui, bien qu'étant des moyens de domination masculine (Boussard, Lorient & Caroly, 2007), peuvent être exploitées par les journalistes en leur faveur. Fanny constate ainsi :

« Parce que des fois ils osent moins dire "Je suis fatigué, casse-toi !" C'était à la Coupe du monde à Genève, on cherchait tout les deux, avec un collègue, qui a à peu près mon âge, enfin il fait peut-être un peu plus vieux, et puis on cherchait tous les deux à choper un athlète. Et on n'arrivait pas. Et au bout d'un moment j'y suis arrivée. Parce que je crois qu'au bout d'un moment il a pris pitié. Et mon collègue n'a pas réussi. »

La journaliste considère que c'est aussi un atout pour réussir à poser en premier ses questions dans la zone média à l'issue d'une manifestation sportive : « *J'étais en train de lui poser deux - trois questions et il avait fini de me répondre et un autre journaliste qui était à côté, on était deux ou trois, lui pose une question. Et le gars lui a fait "Mais tu lui as demandé si elle avait fini ?". Oui, ils sont assez rigolos. Un peu "Mais enfin ! Respect !".* » Cela permettrait également d'instaurer un dialogue de qualité avec les sources. Considérant le faible nombre de femmes dans le journalisme sportif, Sylvie estime ainsi que « *C'est le fait de ne pas être beaucoup et le fait d'avoir un contact différent avec les sportifs, que peut-être ça les rassure.[...] On doit leur paraître un peu plus sympathiques peut-être aussi.* »

Les interviewées cherchent à mettre en place des rapports de confiance avec les sportifs qui se sentiraient, en leur compagnie, moins sous la menace des critiques et des jugements des spécialistes masculins : « *Peut-être qu'on leur paraît moins menaçantes ; souvent le milieu sportif voit les journalistes comme des rapaces et là ils se disent peut-être : la nana, 1m60, elle a pas l'air bien dangereuse. Je pense qu'ils se méfient moins, qu'ils sont moins sur la défensive. [...]* Ils doivent se dire qu'on n'a pas l'air bien dangereuses. Je pense qu'ils se méfient un peu moins des fois. » (Fanny) Les corps sont au centre des interactions et, mentionnant sa petite taille, Fanny évoque son apparente vulnérabilité. Si celle-ci lui impose de prendre des précautions, de mettre en œuvre des techniques d'approche d'autrui avec une attention particulière (notamment pour choisir ou non d'engager un rapport basé sur la séduction), elle se révèle néanmoins profitable car elle contribue à mettre à l'aise les acteurs sportifs. Ceci permet aux femmes journalistes de les amener plus facilement sur un terrain davantage personnel : « *Je trouve que le contact sera plus simple, hyper facilement. [...]* Mais avec les mecs, il y a forcément un truc un peu, un peu de séduction, il y a quand même le rapport... Enfin, ils ne vont jamais se braquer. Il y a toujours des questions sur autre chose que leurs résultats sportifs que tu oses plus facilement. » (Emilie) Le jeune âge des femmes journalistes, qui crée un point commun avec les athlètes généralement jeunes, favorise également l'instauration de rapports conviviaux, propices au recueil d'informations qui se distinguent des témoignages sportifs ordinaires : « *Si ils voient arriver un type qui bosse là depuis vingt ans : "Ha, il va me poser telle question, pourquoi j'ai pas bien joué et tout". Et si moi j'arrive, il sait que je ne demande pas ça. [...]* Parce que je

*suis jeune. En même temps, souvent j'ai le même âge que ceux que j'interviewe, donc c'est assez cool.* » (Emilie) En revanche, les interviewées ont le sentiment que leur jeune âge, tout comme le fait qu'elles ne se présentent pas en tant qu'expertes sportives, tend à les faire paraître moins compétentes aux yeux de leurs interlocuteurs, ce qui les invite à une grande vigilance : « *Faut pas se laisser faire non plus... Si tu sens qu'ils sont un peu genre "Ah la gamine". Il faut quand même que tu aies le dessus. [...]* Ils peuvent un peu chercher à noyer le poisson et ils pensent que c'est un peu plus facile parce que t'es jeune et que tu es une femme. » (Emilie) A l'inverse, leurs confrères masculins, plus assurés de leur autorité puisqu'on reconnaît largement leur qualité d'experts sportifs, interagissent de façon relativement fluide avec les sources sportives. Partageant la même passion pour le sport, parlant le même langage et restant davantage sur un registre technico-sportif familier aux acteurs sportifs, les échanges entre journaliste et sources masculines sont plus conventionnels.

Ainsi, la mobilisation du stéréotype de la femme fragile et inoffensive fonctionne bien pour recueillir des informations que les femmes journalistes jugent originales et authentiques, parce qu'elles ne sont pas apparentées au genre viril, mais aussi parce qu'elles sont facilement considérées comme peu compétentes en matière de sport par les acteurs sportifs. Aux dires des interviewées, de fréquentes réflexions et plaisanteries dans l'univers sportif rappellent effectivement que le sport demeure un domaine masculin méconnu et incompris des femmes : « *Je pense que dans le milieu sportif, il y a beaucoup de gens qui pensent qu'une fille, elle ne va pas comprendre ce qu'on fait. On l'entend. On entend des remarques "Ouais c'est une gonzesse, elle comprend rien". On l'entend !* » (Sandrine) Déployant ce que Lachover nomme « *the help me tactic* » (2005 : 302), nos interlocutrices jouent parfois de ce supposé manque de connaissances sur le sport pour solliciter l'aide de leurs sources. Les entretiens regorgent d'anecdotes attestant de l'usage de cette technique. En voici un exemple : « *Et il y a deux ans, quand je suis allée voir la première compétition [de snowboard], moi le nom des figures, un 306, 720. Combien de fois il a tourné ? Ah bon, il a posé de ce côté-là ? [...]* Et il y avait un des snowboardeurs qui était là, c'était un Genevois et j'ai fait une interview de lui et il m'a vraiment pris par la main. » (Camille) Cette façon de se présenter amènerait les sources masculines à les guider et à leur donner moult explications et informations : « *Une fois, j'ai dû aller faire un match de basket, j'avais aucune idée. Alors à la fin, j'ai été vers l'entraîneur et je lui ai dit que je n'étais pas du tout*



*une spécialiste du basket et je lui ai demandé de m'expliquer ce qui s'est passé pendant le match. Et il m'a expliqué le match, avec des mots faciles. »* (Emilie)

Les femmes font surtout usage de cette tactique en début de carrière, cela pouvant s'avérer problématique en termes de crédibilité au bout de quelques années passées dans cette spécialité journalistique. En effet, s'il est compréhensible qu'un(e) nouveau journaliste ne maîtrise pas d'emblée toute sa matière et ne soit pas spécialiste de tous les sports, il est tout de même attendu de lui/d'elle une progressive maîtrise et connaissance des sports dont il/elle a la responsabilité. En outre, les rapports avec les sources s'affermis au fil du temps, facilitant les interactions et le recueil d'informations: « *Donc moi, je sais que mes interlocuteurs... Ils me le disent, ils se retrouvent dans ce que j'écris. [...] Je crois que c'est vraiment le rapport de confiance qui s'établit avec les gens et voilà. Les a priori tombent très vite. Ils sont là au début mais tombent vite parce que les gens voient qu'on fait du travail sérieux, ou pas.* » (Sandrine) Par ailleurs, les femmes journalistes n'emploient cette tactique que lorsque la situation s'y prête et ne porte pas atteinte à leur légitimité professionnelle :

*« Là aussi, je leur disais que je n'étais pas spécialiste. [...] Je leur disais clairement. Bon, pas à Roland Garros. Parce que ce sont des conférences de presse. Ou alors on demande une interview, mais là je n'allais pas dire à Martina Hingis par exemple que je n'étais pas spécialiste, mais que j'allais lui poser des questions. Donc là, je trichais. Je jouais à celle qui connaissait, et je posais mes questions. Mais autrement, je n'hésitais pas et je disais clairement que je n'étais pas spécialiste de sport. »* (Aurélien)

Elles adaptent leurs postures professionnelles au « cadre » de l'interaction (Goffman, 1973[1959]). Ce dernier se définit dès les premiers moments de la rencontre en fonction, premièrement, des caractéristiques de la source : son sexe<sup>6</sup>, son attitude, l'importance de ce contact pour la journaliste, le sport et le niveau sportif sont autant d'éléments déterminants. Les interactions sont d'autant plus faciles, et nécessitent d'autant moins de précautions pour les journalistes, que les sports sont moins médiatisés car les athlètes seraient plus enthousiastes à l'idée de rencontrer un professionnel de l'information. Lorraine en témoigne : « *Mais aussi je n'ai pas affaire à des pros, à des sportifs connus. C'est parfois tout juste des semi-pros. Mais ils ne sont jamais payés beaucoup. C'est des gens qui en général sont tout contents de nous voir arri-*

*ver, parce qu'on parle d'eux alors que souvent on les oublie un peu.* » Cette tendance n'est a priori pas genrée dans la mesure où les hommes journalistes en font aussi état. Pour autant, les femmes font face à de plus grandes tensions dans les sports fortement médiatisés, principalement le football et le hockey sur glace en Suisse, où la culture est particulièrement virile. Claire, l'une des rares femmes à avoir couvert ces sports<sup>7</sup>, considère : « *Moi, c'est vraiment par rapport à ces deux sports-là ce que je vous dis. Tout le reste, si je fais par rapport au basket, au volley ou d'autres, il n'y a pas de tels problèmes. Mais vraiment le foot et le hockey ce sont des bastions masculins. Et pour y rentrer dedans c'est encore difficile.* » Deuxièmement, les caractéristiques de la journaliste et notamment son apparence physique, son âge et sa réputation professionnelle influencent aussi les interactions. Les expériences sportives (passées) sont également déterminantes. Par exemple, lorsque Camille va couvrir du basket-ball (ce qui est assez rare car ce sport est peu médiatisé en Suisse), ses interlocuteurs peuvent facilement deviner à la façon dont elle s'exprime, et utilise par exemple le vocabulaire propre à ce sport, mais aussi au vu de sa grande taille, que cette dernière a pu pratiquer ce sport (en l'occurrence à haut niveau). Le fait d'être aisément perçue comme une *insider*, qui partage les codes et la culture de ce sport, facilite d'emblée les interactions avec les sources dans ce cas-là. Enfin, le contexte de l'échange est lui aussi décisif : le lieu (salle de presse, bord du terrain, domicile de la source, etc.), la présence ou non d'autres personnes (notamment de confrères), le temps à disposition, le type d'informations recherchées par la journaliste.

Conjuguant ces différents éléments qui définissent le « cadre » de leurs expériences avec les sources, la plupart des journalistes, comme Fanny et Emilie, jouent fréquemment des différents clichés qui pèsent sur les femmes. Mais d'autres semblent le faire plus occasionnellement et surtout quand elles sont amenées à couvrir des sports qu'elles connaissent peu. Sandrine, par exemple, couvre beaucoup la voile. Or, son mari étant navigateur, elle connaît bien ce milieu et y est également connue, ce qui peut expliquer qu'elle n'y mobilise pas dans ce cadre là de clichés associés à la féminité et particulièrement celui de la femme comme objet de séduction. Enfin, certaines affectionnent une technique particulière, comme Claire qui ne mobilise qu'occasionnellement celui de la femme fragile ou de Kathy qui joue uniquement et très souvent du cliché de Kathy comme objet de séduction. Dans ce deuxième cas, la socialisation sportive de la journaliste semble en partie expliquer cette pratique. La journaliste n'a que peu pratiqué

de sport et uniquement en loisir. Par contre, elle était une régulière consommatrice de spectacles sportifs. En tant que journaliste, elle est ainsi fortement enthousiasmée par la proximité avec les sportifs, dont elle admire les parcours et performances. C'est ce qui explique que cette journaliste se mette en scène plus aisément comme étant sous leur charme et qu'elle interagisse régulièrement sur le registre de la séduction. De ce fait, et bien que se déclarant favorable à la féminisation de la profession, Kathy voit l'arrivée de nouvelles femmes journalistes de sport comme une concurrence : « *C'est vrai j'aime bien être avec des mecs. [...] Bon il y en a quelque unes des nouvelles qui arrivent et tant mieux. Moi je suis vraiment favorable à ce qu'il y ait plus de femmes dans la profession. Bon pas trop, pas trop jolies et pas trop sympas !* »

Au final, les interactions entre les femmes journalistes et les sources masculines permettent en général à ces dernières de réactiver des codes ordinaires de la virilité et de réaffirmer les normes régissant la relation hétérosexuelle (Schütz, 2006), ce qui semble généralement favorable au bon déroulement des interviews et donc au travail de recueil de données et de production des informations sportives des femmes journalistes.

---

... POUR PROPOSER UN « AUTRE » CADRAGE  
DE L'INFORMATION SPORTIVE

---

Par les techniques interactionnelles qu'elles déploient, les femmes journalistes réussissent à accéder plus facilement aux sources masculines et à recueillir des informations plus personnelles et intimes. Les rapports sécurisants qu'elles mettent en place leur permettent d'amener les acteurs sportifs à s'exprimer sans ambages : « *Mais moi je trouve l'avantage énorme qu'il y a, c'est en interview un contre un, une personne contre une autre. Justement quand c'est des footballeurs ou comme ça. Ils s'ouvriront beaucoup plus, ils vont pas chaque fois prouver avec une espèce de virilité : " Non j'ai jamais eu peur". Il dira " J'ai flippé " ou bien "J'ai douté ". Bon non, il ne le dira pas d'entrée, c'est pour ça que c'est bien de parler longtemps à quelqu'un.* » (Kathy) Elles les conduisent sur un terrain privé, où ils font plus volontiers part de leurs affects : « *Mais je pense qu'ils ont plus tendance à se confier et à aller dans les sentiments, dans ce qu'ils ressentent.* » (Sylvie) C'est aussi l'avis de Mireille :

« *Et une autre chose, c'est vrai qu'en tant que femme, un athlète je suis persuadée qu'il va parler différemment s'il a une femme ou un*

*homme en face. Et ça je le remarque. [...] Ils vont beaucoup plus facilement laisser aller leurs faiblesses si ils sont face à une femme, ça j'en suis sûre. [...] Effectivement ils vont plus me parler de leurs soucis à côté, familiaux, des choses comme ça que directement leur match uniquement. Je pense qu'ils vont discuter différemment avec une journaliste femme qu'avec un journaliste homme. »*

Ceci leur permet de solliciter des registres personnels, presque intimes, lors de leur travail de terrain (« *Je vais peut-être plus leur parler, leur poser plus de questions sur eux, sur comment ils se sentent, sur leurs émotions, des trucs comme ça. Plutôt que si ils ont bien joué.* », Emilie) et de développer ensuite des angles non-strictement sportifs dans leurs articles : « *Mais moi le résultat pur de match m'intéresse moins, c'est pas tellement ça qui m'intéresse. Moi je vais plus faire du portrait. Moi je fais beaucoup de portraits. J'entre un peu plus dans le côté personnel.* » (Mireille)

A l'inverse de leurs confrères masculins et à l'exception d'Anna, qui privilégient des articles conventionnels proposant des analyses techniques et tactiques, en utilisant généralement un vocabulaire spécifique au sport, les femmes journalistes s'intéressent autant que possible au « *sportif qui est derrière le maillot* » (Kathy) et se détournent fréquemment de la performance sportive elle-même dans leurs articles. Leurs pratiques professionnelles sont assez proches de celles de leurs confrères de la presse VTT (Frayssé & Menneson, 2017) qui, présentant l'empathie comme une qualité des journalistes femmes, manifestent un intérêt pour la vie des champions hors du monde du vélo, et notamment en famille. Les journalistes romandes sont amenées à rédiger des articles classiques, en réalisant par exemple des comptes-rendus sportifs sur les sports mineurs dont elles ont la responsabilité. Mais elles préfèrent - et elles y sont encouragées par leur rédaction - porter leur regard sur les à-côtés des manifestations sportives en adoptant une écriture d'ambiance et en privilégiant des aspects « humains » (Schoch, 2013). D'autre part, elles privilégient volontiers une approche psychologique et un registre journalistique relativement intimiste, à l'image de Sandrine qui amène le skieur suisse Didier Cuche, à l'issue de l'une de ses victoires, à parler de la « *chimie qui se produit dans le sang, cette adrénaline qui rend les jambes molles avant le départ* »<sup>8</sup>.

C'est le déroulement des interactions avec les sources qui, en amont de la rédaction des articles, rend ces différences de traitement possibles. Elles sont pour une large part dues aux modes de recru-

tement des femmes journalistes, qui en tant que journalistes polyvalentes ne disposent pas toujours des connaissances sportives spécifiques nécessaires à la rédaction d'articles conventionnels. Ceci est renforcé par la répartition des tâches au sein des rubriques qui rend la maîtrise des multiples sports dont les femmes ont la responsabilité plus difficile. Enfin, les attentes des supérieurs à l'égard d'une écriture « féminine » pèsent sur les femmes journalistes, qui trouvent dans cette approche journalistique une façon de légitimer leur place au sein de leur rubrique. Mais ces dernières peuvent aussi s'expliquer par des différences de goût, sous l'effet de socialisation familiales, sportives et professionnelles différenciées. Aussi, tout comme Éric Daras (2004) l'a montré à travers son analyse de la presse magazine féminine, si la variable sexe reste fortement prescriptive, elle présente aussi « ses limites » et il convient de ne pas homogénéiser trop vite ni les pratiques professionnelles des femmes, ni leurs productions journalistiques.

---

#### LES AMBIGUÏTÉS DU RECOURS AU GENRE COMME RESSOURCE PROFESSIONNELLE

---

Face à des pratiques de terrain identifiées comme masculines, les femmes journalistes de sport romandes mobilisent la féminité et certains stéréotypes qui lui sont associés dans leurs interactions avec les sources. Journalistes polyvalentes, non expertes dans le domaine du sport, ce sont des contraintes de position qui les amènent à déployer de telles stratégies. Mais la mobilisation du genre comme ressource dans le travail de terrain relève aussi d'une « identité stratégique » pour la plupart (Collovard, 1988). En effet, plutôt que de la combattre, elles jouent de l'assignation et déploient des techniques interactionnelles leur permettant de tirer profit du fait d'être une femme. Emilie observe ainsi : « *En tout cas moi, ça me simplifie la vie d'être une fille dans ce milieu* ». Ces femmes considèrent, comme leurs consœurs américaines (Hardin & Shain, 2005), que ces tactiques « féminines » sont une manière de « rééquilibrer la balance » alors que le fait d'être une femme joue généralement plutôt en leur défaveur (en termes de crédibilité par rapport aux sources et au public notamment) : « *Mais peut-être que ça aide. Mais je pense qu'on est tellement désavantagées par d'autres côtés, alors tant mieux si ça aide pour ça. Voilà ! On est désavantagées par des a priori, "Une fille ça ne peut pas comprendre ce qu'on fait". Donc, par ailleurs, si on peut être avantagées. Voilà, si il y a un équilibre qui se fait...* » (Sandrine) Ceci leur permet de recueillir des informations qu'elles jugent sincères et authentiques

et de développer une approche « féminine » de l'information sportive dont la qualité est reconnue au sein de la profession. Elles transforment ainsi une position subalterne dans le service Sport en une pratique distinctive puisque l'écriture qu'elles développent est en conformité avec les attentes de la rédaction en chef et s'inscrit plus largement dans un contexte où les formes d'écriture « féminines » tendent à trouver une nouvelle légitimité (Neveu, 2000). Pour autant, ces femmes ne cherchent pas à modifier les rapports de pouvoir genrés au sein de leur rubrique. Elles y adoptent en effet une stratégie d'accompagnement de leurs confrères masculins, en proposant – par les angles et sujets choisis – un traitement de l'information sportive complémentaire au leur.

En revanche, Kathy semble davantage chercher à défier l'ordre établi au sein des rubriques Sport. Elle met ainsi en avant sa capacité à rédiger des articles conventionnels mais aussi, en tant que femme, des articles plus humains, moins purement sportifs : « *J'aime vraiment faire des choses plus insolites. Après il faut quand même faire des comptes-rendus pour ta crédibilité, pour montrer que tu piges quelque chose, mais les papiers sur des choses plus insolites, c'est vraiment plus sympa*. » Cette journaliste qui dit « *aime[r] le challenge : être une fille dans un monde de mec* » cherche à « retourner le stigmatisme de l'appartenance sexuée en emblème d'une innovation » journalistique (Naudier, 2001 reprenant Goffman). C'est ainsi qu'elle a proposé à son journal une nouvelle chronique très décalée :

« *Bon là j'ai aussi une chronique [...] où je peux faire des trucs complètement délire, où j'ai fait une espèce de "La minute blonde rencontre le monde du sport". Et ça c'est génial ! En fait, j'aimerais pouvoir ouvrir un peu plus le journalisme. J'aimerais qu'on les fasse rire, les lecteurs. "Voici la version officielle et voici la version off". Vraiment raconter des anecdotes, raconter des petites conneries qui sont marrantes.* »

En jouant de la sorte sur un registre conventionnel et un registre plus « girly », pour reprendre ses mots, Kathy prône l'avantage d'être une femme et de pouvoir porter à l'occasion un regard « féminin » sur le sport. Elle promeut ainsi un nouveau modèle d'excellence dans le journalisme sportif.

Au final, toutes femmes journalistes apprécient l'approche non conventionnelle du sport et de ses acteurs qu'elles mettent en œuvre. Ainsi, bien que la plupart avaient initialement vu leur poste dans le sport comme une porte d'entrée dans le

journalisme et n'avaient pas forcément imaginé y faire carrière, ces femmes se disent en fin de compte attachées à leur poste. Seules deux d'entre elles l'ont quitté (l'une pour une autre spécialité journalistique ; la seconde pour un métier dans la communication sportive), ce qui est d'autant plus remarquable que la spécialité occupe une position basse dans les hiérarchies professionnelles (Marchetti, 2002). Cependant, la mobilisation du genre comme ressource professionnelle se révèle ambivalente. Tout d'abord, exploiter certains stéréotypes associés à la féminité lors des interactions avec les sources masculines peut avoir pour contrepartie de renforcer ces derniers dans l'univers sportif. Les stratégies consistant à jouer à « celle qui a du charme » ou « celle qui n'y connaît rien au sport », bien qu'efficaces pour le recueil de données auprès des sportifs, n'en sont pas moins disqualifiantes sur le long terme. Elles contribuent à minorer les compétences journalistiques des femmes et nuisent à leur reconnaissance professionnelle dans l'univers sportif.

D'autre part, la mobilisation du genre comme ressource professionnelle stigmatise au sein du journalisme sportif. Pour s'adapter à cet univers de passionnés et d'experts sportifs, les femmes mobilisent leur féminité pour collecter des données auprès de leurs sources et adoptent ensuite une approche « humaine » dans leurs articles. À l'exception d'Anna et de Kathy, les femmes journalistes de sport se constituent des niches de travail et le regard « féminin » qu'elles portent sur le sport leur permet de déployer des compétences littéraires, en conformité avec les attentes de leur rédaction en chef. Mais ces nouvelles façons de faire du journalisme sportif – associées aux femmes – se situent à côté des normes de référence portées par les hommes journalistes et apparaissent comme secondaires au sein de la profession. Leurs confrères masculins adoptent en effet une vision plus experte sur le sport et en proposent un traitement plus conventionnel. Ils s'approprient le répertoire technique des sports et les femmes se retrouvent largement cantonnées à des développements périphériques perçus comme moins légitimes (Tabet, 1979). Les

hommes s'occupent largement du « monde des choses matérielles », là où leurs consœurs sont assignées à celui des « choses humaines » (Mauger & Poliak, 1998 : 8), ce qui contribue à hiérarchiser ces deux approches du sport. En outre, les femmes sont la plupart du temps cantonnées à des sports jugés mineurs, où un engagement moins passionné et une écriture « féminine » peuvent trouver leur place, ce qui n'est pas le cas dans les sports plus populaires où les quotidiens supposent que les lecteurs attendent un traitement classique fait de comptes-rendus technico-tactiques. Cette répartition des tâches au sein des rubriques sportives ne se fait pas de façon complémentaire, mais selon des rapports de force. Elle renforce l'assignation des femmes à des positions subalternes, qui limitent leur accession aux postes de pouvoir au sein des rédactions. Au moment de l'enquête, aucune rubrique sportive romande n'était ainsi dirigée par une femme et seule Anna était chef de rubrique adjointe. Le relativement plus jeune âge des femmes journalistes interviewées nous invite à une certaine prudence dans la mise en perspective de l'accès aux responsabilités des hommes et femmes journalistes de sport romands. Toutefois, on peut penser que la répartition des tâches au sein des rubriques sportives, qui encourage une conduite genrée des interactions avec les sources, n'y est pas étrangère. Au final, si la mobilisation du genre dans le travail de terrain est une ressource pour les femmes journalistes et leur permet de faire leur travail de façon efficace, elle n'est pour autant, pour la plupart, pas un moyen de contester ni de détourner les rôles professionnels genrés du journalisme sportif et elle tend au contraire à perpétuer la domination masculine au sein de cet espace professionnel.

Van Zoonen, L., 1998, « One of the Girls? Or the Changing Gender of Journalism », In C., Carter, G., Branston & A., Stuart (Eds.), *News, Gender and Power* (pp. 33–46), London: Routledge.

---

Réception de l'article le 9 janvier 2018

Acceptation le 26 novembre 2018

## NOTES

<sup>1</sup> Les entretiens portaient sur les trajectoires biographiques et professionnelles des journalistes, ainsi que sur leurs expériences du métier, tant au sein de la rédaction que dans leur travail de terrain. D'une durée moyenne de soixante-quatorze minutes, ils ont été enregistrés avec l'accord des enquêtées et retranscrits dans leur intégralité. Pour préserver l'anonymat, les noms des journalistes interviewés ont été changés et les indices permettant de les identifier, notamment le nom du quotidien pour lequel ils travaillent, ne seront pas mentionnés.

<sup>2</sup> En 2017, en Suisse, 6 femmes qui exercent une activité professionnelle sur 10 ont un emploi à temps partiel, contre seulement 1,7 hommes sur 10 (Office fédéral de la statistique, Enquête suisse sur la population active 2018) ; la Suisse occupe la dernière place du « Glass ceiling index » au niveau des pays européens en 2016 (The Economist); d'après les données publiées par le bureau fédéral de l'égalité, les femmes gagnent en moyenne 18% de moins que les hommes et 40% de cet écart restent non expliqués par des facteurs objectifs (<https://www.ebg.admin.ch/ebg/fr/home/themes/travail/plateforme-egalite-salariale.html>).

<sup>3</sup> Le projet « vision 50/50 » de l'Université de Lausanne vise par exemple une représentation équilibrée des sexes à tous les niveaux de postes académiques et notamment au rang professoral.

<sup>4</sup> Dans le journalisme suisse, un article « magazine » offre un traitement de l'information se rapprochant de celui de la presse magazine. Ne traitant souvent pas d'une actualité chaude, l'article a pour objectif de procurer un moment de lecture agréable en offrant un regard un peu plus large ou original sur le sport.

<sup>5</sup> Les femmes rencontrées avaient en moyenne 34 ans au moment de l'enquête.

<sup>6</sup> Les interlocutrices ont très peu parlé de leurs interactions avec les sources féminines. Cela peut s'expliquer par le fait qu'elles sont peu nombreuses, mais également parce qu'elles semblent se dérouler plus 'naturellement', plus facilement et qu'elles paraissent moins solliciter de stratégies particulières de leur part : « Je pense que le rapport femme / femme permet aussi d'aller dans des discussions plus perso, qu'elle sait que je vais comprendre certains trucs. » (Emilie)

<sup>7</sup> La répartition sexuée des pratiques sportives entre les journalistes d'une rubrique, en fonction des rôles sexués véhiculés par les sports, est plutôt la règle dans les rubriques sportives romandes et les pratiques masculines prestigieuses demeurent le fief des journalistes hommes (Auteur, 2011).

<sup>8</sup> « Le plaisir du beau geste », article du *Temps*, 13.02.09.

## BIBLIOGRAPHIE

Bonfadelli, H., Kell, G., & Wyss, V., 2011, « Journalists in Switzerland: Structure and Attitudes », In D., Weaver (Eds.), *The Global Journalist in the 21st Century*, New York: Routledge.

Boussard, V., Lorient, M., & Caroly, S., 2007, « Une féminisation sur fond de segmentation professionnelle genrée : le cas des policières en commissariat », *Sociologies pratiques*, 1(14), pp.75-88.

Bruce, T., 2002, « Supportive or Hostile? Teasing or Professional? Women Sportswriters Categorize Locker Room Interaction », *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 11(2), pp.49-76.

Buscatto, M., 2008, « Tenter, rentrer, rester : les trois défis des femmes instrumentalistes de jazz », *Travail, genre et sociétés*, 1(19), pp.87-108.

Cann, D., & Mohr, P., 2001, « Journalist and Source Gender in Australian Television News », *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(1), pp.162-174.

Carvalho, A., & Durrer, S., 2010, « Qui fait les nouvelles en Suisse ? Supplément au Projet mondial de monitoring des médias », Vaud: Bureau de l'égalité entre les hommes et les femmes.

Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C., 2004, *Women and Journalism*, Londres: Routledge.

Collovard, A., 1988, « Identité(s) stratégique(s) », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 73, pp.29-40.

Cramer, J., 1994, « Conversations With Women Sports Journalists », In P., Creedon (Eds.), *Women, Media and Sport* (pp. 159-180), Thousand Oaks: Sage.

Curry, T., 1991, « Fraternal Bonding in the Locker Room: a Profeminist Analysis of Talk About Competition

and Women », *Sociology of Sport Journal*, 8, pp.119-135.

Damian-Gaillard, B., & Saitta, E., 2011, « Processus de féminisation du journalisme politique et réorganisations professionnelles dans les quotidiens nationaux français », *Communication*, 28/2.

Damian-Gaillard, B., Frisque, C., & Saitta, E., (Eds.), 2010, *Le journalisme « au féminin » : assignations, interventions et stratégies*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Dargelos, B., & Marchetti, D., 2000, « Les professionnels de l'information sportive », *Regards sociologiques*, 20, pp.67-99.

Darras, É., 2004, « Les genres de la presse féminine. Éléments pour une sociologie politique de la presse féminine », In J.-B., Legavre (Eds.), *Presse écrite : objets délaissés* (pp. 271-288), Paris : L'Harmattan.

Deuze, M., 2001, *Journalists in the Netherlands: an Analysis of the People, the Issues and the (Inter)national Professional Environment*, Amsterdam: Aksant Publishing.

Djerf-Pierre, M., 2007, « The Gender of Journalism. The Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century », *Nordicom Review*, 28, pp.81-104.

Dunning, E., & Elias, N., 1994, *Sport et civilisation*, Paris: Fayard.

Eberhard, W., & Myers, M., 1998, « Beyond the Locker Room: Women in Sports on Major Daily Newspapers », *Journalism Quarterly*, 65, pp.595-599.

Frayse, M., & Mennesson, C., 2017, « Genre et pratiques journalistiques dans la presse VTT », *Travail, genre et sociétés*, 2(38), pp.133-150.

Goffman, E., 1973[1959], *La mise en scène de la vie quo-*

- tidienne. Tome 1 : La présentation de soi, Paris: Minuit.
- Hardin, M., & Shain, S., 2006, « Feeling Much Smaller Than You Know You Are: the Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists », *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), pp.322-338.
- Hardin, M., & Shain, S., 2005, « Strength in numbers? The Experiences and Attitudes of Women in Sports Media Careers », *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82, pp.804-819.
- Kanter, R., 1977, *Men and Women of the Corporation*, New York: Basic Books.
- Kaufman, M., 2003, « Covering Women's Sports: Fair Play ? », In A., Aamidor (Eds.), *Real Sports Reporting* (pp. 231-243), Bloomington : Indiana University Press.
- Knoppers, A., & Elling, A., 2001, « Sport and the media: Race and gender in the representation of athletes and events », In P., De Knopp, & A., Elling (Eds.), *Values and norms in sport: Critical reflections on the position and meanings of sport in society* (pp. 281-300), Aachen: Meyer & Meyer Sport.
- Lachover, E., 2005, « The gendered and sexualised relationship between Israeli women journalists and their male news sources », *Journalism*, 6(3), pp.291-311.
- Laufer, J., 1982, *La féminité neutralisée ? Les femmes cadres dans l'entreprise*, Paris: Flammarion.
- Marr, M., Wyss, V., Blum, R., & Bonfadelli, H., 2001, *Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse*, Konstanz : UVK Medien.
- Marchetti, D., 2002, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, 111, pp.22-55.
- Mauger, G., & Poliak, C. F., 1998, « Les usages sociaux de la lecture », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 123, pp.3-24.
- Miloch, K., Smucker, M., & Whisenant, W., 2005, « The Current State of Women Print Journalists: an Analysis of the Status and Careers of Females in Newspapers Sports Departments », *Public Organization Review: A Global Journal*, 5(3), pp.219-232.
- Montañola, S., Romeyer, H., & Souanef, K., 2012, « Journalistes et communicants : cohabitation « forcée » et co-construction de l'information sportive », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 13(1), pp.144-56.
- Naudier, D., 2001, « L'écriture-femme, une innovation esthétique emblématique », *Sociétés contemporaines*, 4(44), pp.57-73.
- Neveu, E., 2000, « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, 13(51), pp.179-212.
- Pfister, G., & Sisjord, M. K., 2013, *Gender and Sport: Changes and Challenges*, Munster: Waxmann.
- Saxer, U., & Schanne, M., 1981, « Journalismus als Beruf. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt », Cited by Marr, M., 2001, « Femmes journalistes – malgré les obstacles, leur nombre augmente », *Questions au féminin*, 1, pp.20-21.
- Schell, L., & Rodriguez, S., 2000, « Our Sporting Sister: How Male Hegemony Stratifies Women in Sport », *Women in Sport & Physical Activity Journal*, 9(1), pp.15-34.
- Schoch, L., 2017, « Ecriture et temps sous contraintes : la dynamique du genre dans le journalisme sportif », *Sociétés contemporaines*, 2(106), pp.73-97.
- Schoch, L., 2013, « “Feminine” writing: The effect of gender on the work of women sports journalists in Switzerland », *Media, Culture & Society*, 35(6), pp.713-728.
- Schütz, G., 2006, « Hôtesse d'accueil. Les attendus d'un « petit boulot » féminin pour classes moyennes », *Terrains & travaux*, 1(10), pp.137-156.
- Souanef, K., 2013, « Le journalisme sportif pris au jeu : Sociologie des principes de légitimité professionnelle », Thèse de doctorat, Paris : Université Paris-Dauphine.
- Tabet, P., 1979, « Les mains, les outils, les armes », *L'Homme*, 19(3-4), pp.5-61.
- Puppis, P., Schenk, M., & Hofstetter, B. (Eds.), 2017, *Etude “Medien und Meinungsmacht”*, Bern : Editions vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich.

**Stéréotypes de genre**

Une ressource pour les professionnelles de l'information sportive

**Gender stereotypes**

An occupational resource for sports news professionals

**Estereótipos de gênero**

Um recurso para as profissionais da informação esportiva

**Fr.** Cette étude s'intéresse aux interactions des femmes journalistes de sport de la presse romande avec leurs sources masculines. Les femmes journalistes de sport évoluent dans l'un des univers journalistiques les plus masculins, tant du point de vue de la présence des femmes dans la profession (13% seulement dans la presse romande malgré une récente féminisation) que de l'objet médiatisé. S'appuyant sur des observations réalisées dans deux quotidiens romands et 25 entretiens biographiques, l'étude montre que, face à des pratiques de terrain identifiées comme masculines, les femmes journalistes de sport mobilisent la féminité et certains stéréotypes qui lui sont associés dans leurs interactions avec les sources. Journalistes polyvalentes, non expertes dans le domaine du sport, ce sont des contraintes de position qui les amènent à déployer de telles stratégies. Mais la mobilisation du genre comme ressource dans le travail de terrain relève aussi d'une « identité stratégique » pour la plupart. Jouant de l'assignation, elles tirent profit du fait d'être une femme et parviennent à recueillir des informations qu'elles jugent sincères et authentiques et qui leur permettent de développer une approche « féminine » de l'information sportive dont la qualité est reconnue au sein de la profession. Néanmoins, bien rares sont les femmes journalistes qui parviennent à modifier les rapports de pouvoir genrés au sein de leur rubrique et la mobilisation du genre comme ressource professionnelle se révèle en outre ambivalente. Elle contribue à minorer les compétences journalistiques des femmes et nuit à leur reconnaissance professionnelle dans l'univers sportif ainsi qu'à leur carrière dans le journalisme.

**Mots-clés :** journalisme sportif, féminisation, stéréotypes de genre, interactions, ressource professionnelle.

**En.** This study focuses on the interactions of female sports journalists working in the Swiss-French daily press with their male sources. Female sports journalists work in one of the most male-dominated journalistic specialties, both in terms of the presence of women in the profession (only 13% in the French-speaking Swiss press, despite recent feminization) and in terms of media coverage. The study is based on observations of two daily newspapers and twenty-five biographical interviews, and demonstrates that, within this fieldwork identified as masculine, female sports journalists deploy femininity and stereotypes associated with it in their interactions with sources. Especially for non-disciplinary journalists (non-experts in the field of sports), vocational demands lead them to deploy such strategies. But mobilizing gender as a resource in their field work is also a "strategic identity" for most of them. In reversing the stereotype, they take advantage of being a woman and manage to gather information that they consider sincere and authentic and that allows them to develop a "feminine" approach to sports writing, whose quality is recognized within the profession. Nevertheless, very few women journalists manage to change the gendered power relations within their sector. Furthermore, the implementation

of gender as a professional resource is ambivalent in that it also contributes to the underestimation of women's journalistic skills and undermines their professional recognition in the world of sports as well as their career in journalism.

**Keywords:** sports journalism, feminization, gender stereotypes, interactions, professional resource.

**Pt.** Este estudo concentra-se nas interações de mulheres jornalistas de esporte da imprensa francesa com suas fontes masculinas. As mulheres jornalistas de esporte atuam em um dos universos jornalísticos mais masculinos, tanto do ponto de vista da presença de mulheres na profissão (13% somente na imprensa de língua francesa, apesar de uma recente feminização) quanto em termos de cobertura da mídia. Com base nas observações realizadas em dois diários franceses e em 25 entrevistas biográficas, o estudo mostra que, diante das práticas de campo identificadas como masculinas, as mulheres jornalistas de esporte mobilizam a feminilidade e certos estereótipos associados a elas em suas interações com as fontes. Jornalistas polivalentes, não especialistas no campo do esporte, são as restrições de posição que as levam a implementar essas estratégias. Mas a mobilização de gênero como um recurso no trabalho de campo também é uma « identidade estratégica » para a maioria delas. Ao desempenhar a tarefa, elas se beneficiam de ser uma mulher e conseguem coletar informações que consideram sinceras e autênticas e que lhes permitem desenvolver uma abordagem « feminina » das informações esportivas cuja qualidade é reconhecida dentro da profissão. No entanto, muito poucas mulheres jornalistas conseguem mudar as relações de poder de gênero dentro de suas rubricas e a mobilização de gênero como recurso profissional também é ambivalente. Contribui para subestimar as habilidades jornalísticas das mulheres e prejudica seu reconhecimento profissional no mundo do esporte e sua carreira no jornalismo.

**Palavras-chave:** jornalismo esportivo, feminização, estereótipos de gênero, interações, recurso profissional.

