

Féminisation du journalisme sportif : le cas de la presse quotidienne romande

Lucie SCHOCH

Maître d'enseignement et de
recherche suppléante
Université de Lausanne
Faculté des SSP - ISSUL
lucie.schoch@unil.ch

Résumé

Cet article interroge les effets de l'accroissement de la présence des femmes journalistes au sein des rubriques sportives de la presse quotidienne romande depuis les années 2000. S'appuyant sur 25 entretiens, des observations participantes et l'analyse d'un corpus d'articles de presse, il montre que les femmes journalistes ont tendance à produire des articles originaux qui se démarquent des conventions professionnelles auxquelles adhèrent la majorité de leurs confrères masculins. Elles développent une approche « humaine » et psychologisante de l'information sportive, qui se démarque du traitement habituel privilégiant davantage les faits et une analyse technico-sportive. Ce style « féminin », qui renouvelle l'offre journalistique au sein de la presse sportive, résulte d'une imbrication de mécanismes structurels (mode de recrutement, division du travail, reconnaissance des compétences) et interactionnels (avec les collègues et responsables éditoriaux) auxquels s'ajoutent des effets du goût et d'éléments biographiques propres à chaque journaliste.

Si la profession de journaliste a connu un accroissement de la présence des femmes durant ces trois dernières décennies dans la majorité des pays occidentaux (Chambers, Steiner & Fleming, 2004 ; Gallagher, 2001 ; Neveu, 2000 ; Van Zoonen, 1994),

certaines spécialités journalistiques historiquement construites comme masculines ont tendance à demeurer des bastions masculins. C'est le cas du journalisme sportif qui est la spécialité journalistique la plus masculine dans la presse française (Dargelos & Marchetti, 2000), américaine (Hardin & Shain, 2005) ou hollandaise (Knoppers & Elling, 2001). La Suisse romande, terrain de notre enquête, n'est pas différente à cet égard : le nombre de femmes parmi les journalistes est passé de 17 % au début des années 1980 (Saxer & Schanne, 1981) à 36 % en 2008 (Bonfadelli & al., 2011) ; mais les femmes ne représentent, à l'automne 2011, que 13 % des effectifs des rubriques sportives des quotidiens romands, dont la moitié demeurent exclusivement masculines.

Néanmoins, on observe depuis les années 2000 une augmentation significative du nombre de femmes au sein des rubriques sportives de la presse romande ; sept rédactrices y ont rejoint une pionnière investie depuis les années 1980. Interrogeant les modalités de cet accroissement de la présence des femmes, nous avons montré que leur recrutement est généralement le fait d'une décision des rédactions en chef (Schoch & Ohl, 2011). Ces dernières envisagent les hommes et les femmes comme étant prédisposés à des formes différenciées de traitement de l'information. Les femmes sont supposées apporter un regard original sur le sport, centré sur l'émotionnel et les aspects humains, pouvant potentiellement attirer de nouveaux publics moins spécialistes de sport. Ce présupposé motive très largement le recrutement de femmes journalistes de sport, bien que des logiques politiques (pour la « bonne image » du titre) et éthique (pour encourager la présence des femmes en vue d'un traitement plus équilibré de l'information) entrent également parfois en jeu.

L'objectif de notre contribution – qui se base à la fois sur une analyse du groupe professionnel des journalistes de sport (par des observations et entretiens) et une analyse de contenus journalistiques (analyse quantitative et qualitative) – est de questionner les effets de la féminisation des rédactions sportives romandes sur les contenus produits. Sans nous intéresser prioritairement aux modes d'organisation du travail au sein des rédactions sportives, aux rapports de domination et processus de ségrégation qui y sont à l'œuvre (auxquels nous avons déjà consacré plusieurs publications : Schoch & Ohl, 2011 ; Schoch & Ohl, sous presse), cet article propose d'analyser si ce récent changement dans la composition du groupe professionnel des journalistes de sport entraîne un renouveau dans les articles proposés aux lecteurs comme l'escomptent les rédactions en chef lorsqu'elles embauchent des femmes journalistes.

En veillant à déconstruire la vision essentialiste qui sous-tend le recrutement de femmes journalistes de sport – qui supposerait que les femmes et les hommes auraient naturellement tendance à avoir un autre « regard » et une autre façon de traiter l'information sportive – nous analyserons si les manières d'écrire, de sélectionner et de traiter l'information sportive des femmes sont différentes de celles de leurs confrères masculins. Dans quel(s) sens ? Dans quelle mesure ? Il s'agira de mettre à jour les logiques qui sous-tendent les modes de traitement de l'information qu'hommes et femmes journalistes de sport romands mettent en œuvre, dont nous questionnerons la diversité et les ambivalences. Pour cela, nous lierons de façon dynamique la sociographie des journalistes, leurs positions dans le journalisme sportif, leurs pratiques professionnelles et leurs productions journalistiques.

Les deux premières parties de l'article montreront qu'un style « féminin » s'observe au sein de la presse sportive romande tant, d'une part, dans la sélection des informations sportives que, d'autre part, dans leur traitement. La vision quelque peu uniforme des différences genrées dans l'écriture sportive exposées dans ce premier temps de l'article sera relativisée dans la dernière partie du texte qui s'attache à montrer que l'écriture « féminine » développée par les femmes journalistes s'explique par de multiples facteurs entrecroisés, révélant l'enchevêtrement de la construction sociale du genre au sein des rédactions sportives.

Aspects méthodologiques

Nos analyses reposent premièrement sur des données relatives au travail de production des informations sportives par les journalistes. Elles ont été recueillies, d'une part, par des observations participantes au sein des rubriques sportives de deux quotidiens romands (24 Heures et Le Temps) et, d'autre part, par des entretiens semi-directifs (réalisés de janvier 2008 à mars 2009). Notre échantillon compte 25 journalistes de sport (12 femmes, 13 hommes), ce qui correspond à environ 40 % de la population enquêtée. Nous avons interviewé 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, deux anciennes journalistes de sport qui sont sorties du métier depuis que nous les avons rencontrées et une pigiste régulière. La quasi-totalité des chefs de rubrique des 14 quotidiens romands ont également été interviewés (un seul a refusé de nous accorder une entrevue). Les entretiens portaient sur les trajectoires professionnelles des journalistes,

ainsi que sur leurs expériences du métier, tant au sein de la rédaction que lors de leur travail de terrain.

Deuxièmement, notre étude se base sur l'analyse d'un corpus de 4 817 articles de presse signés¹, publiés pendant une période d'environ six mois (du 5 janvier au 20 juin 2009) par quatre quotidiens romands représentatifs de la diversité de la presse quotidienne romande² (*Le Matin* et *La Liberté* ainsi que les deux quotidiens où nous avons réalisé des observations participantes : *24 Heures* et *Le Temps*). Nous avons mené une analyse quantitative de ce corpus à l'aide d'un logiciel de traitement statistique. Elle a permis d'établir les « profils journalistiques » des rédacteurs sportifs. Ces derniers révèlent les types d'information sportive traités par les différents journalistes – sport(s), type(s) d'actualité, etc. – et la manière dont ils les traitent : genres journalistiques (compte-rendu, portrait, enquête, etc.), vocabulaire employé, etc. Certains articles particulièrement caractéristiques du style des journalistes ont été analysés qualitativement³ ; prenant en considération la syntaxe, les jeux de langage, les types de lexique et les éventuels choix scéniques, nous avons mis en œuvre une analyse sociologique du discours (Esquenazi, 2002).

Résultats

Une sélection genrée de l'information sportive

Les hommes et les femmes journalistes de sport romands⁴ ne traitent globalement pas les mêmes informations sportives. Comme l'illustre le tableau ci-dessous, parmi l'ensemble des articles sportifs publiés par les quatre quotidiens analysés, 73,4 % sont consacrés à sept sports « majeurs », dont la plupart sont très largement masculins : le football, le hockey sur glace – qui sont nettement privilégiés par les quotidiens avec respectivement 22 % et 20 % des articles du corpus – le ski alpin, le tennis, le basketball, les sports automobiles et le cyclisme.

Les productions des hommes journalistes portent prioritairement sur ces sept sports (84 % de leurs articles – voir graphique ci-dessous) qui sont les plus prestigieux, les plus lus et les plus déterminants des ventes au numéro. Être en charge de ces sports⁵, et particulièrement du football ou du hockey sur glace, est le placement le plus rentable qui soit dans la perspective d'une accession aux postes de pouvoir dans le journalisme.

En revanche, comme cela a également été observé dans le cas de la presse française (Delorme & Raul, 2010), les femmes journalistes romandes – à l'exemption d'Anna, la pionnière, qui affiche un profil

particulier que nous présenterons par la suite – traitent davantage de sports « secondaires » (auxquels sont respectivement consacrés entre 2,5 % et 1 % des articles du corpus). Ce sont également des sports plus féminisés : 18 % de leurs articles sont par exemple consacrés au volley-ball et 9 % à la voile (seulement 1 % des productions des hommes sont consacrées à chacun de ces sports). En excluant les productions d'Anna, seuls 1 % des articles de football sont écrits par des femmes et 0,7 % des articles de hockey sur glace (cela correspond respectivement à 4 % et 3 % des productions globales des femmes journalistes du corpus).

Les sports les plus réputés constituent donc une part plus importante du travail des hommes que de celui des femmes. Ces dernières n'en sont toutefois pas exclues et plusieurs d'entre elles sont par exemple investies dans le ski alpin et le cyclisme (respectivement 17 % et 10 % des productions « féminines » du corpus). Elles sont également amenées à couvrir épisodiquement certains sports majeurs, notamment le football et le hockey sur glace, lorsqu'elles doivent remplacer un collègue ou intervenir pour éviter à leur rubrique de faire appel à un pigiste. En outre, considérées comme ayant des qualités d'écriture propices à une écriture de presse type magazine, elles sont parfois sollicitées par leur rédaction en chef pour rédiger des papiers « magazines⁶ » ou des enquêtes sur ces sports.

Par contre, elles ne réalisent quasiment pas de comptes-rendus technico-tactiques, qui sont les productions journalistiques les plus prestigieuses et qui exigent un prix symbolique très fort de leur part. Ainsi, Mireille a par exemple été dépêchée deux mois avant la Coupe du monde de football 2010 en Afrique du Sud, pays hôte de l'événement, pour réaliser une série de reportages sur la situation économique et sociale du pays, les conditions de construction des stades, etc.⁷ Le choix d'envoyer « une » journaliste, non spécialiste de football, pour cette mission est d'autant plus significatif qu'il a été approuvé par les six quotidiens que Mireille a représentés lors de ce déplacement. En revanche, la Coupe du monde proprement dite n'a été couverte que par des journalistes hommes au sein de la presse romande.

Cette ségrégation horizontale au sein des rubriques sportives résulte d'une part d'une auto-affectation des femmes, qui ont des affinités avec les sports mixtes et féminins, ce qui peut résulter de dispositions féminines socialement construites. Elle découle aussi d'une assignation des rédactions en chef, sur la base de stéréotypes de genre, qui ont tendance à confier les sports de tradition masculine aux hommes et les sports mixtes ou plus féminins aux femmes.

Parlant des enjeux qui entourent les sous-spécialisations des journalistes de sa rubrique, Fanny dit par exemple : « *Typiquement l'équitation c'est un sport très pratiqué par des femmes, donc là aussi : si c'est une femme qui parle de patinage ou de gymnastique, je pense qu'il y a moins de problèmes. Mais si c'est une femme qui fait un papier sur le foot, c'est une autre histoire !* » (Fanny, secrétaire d'une rédaction sportive). Cependant, la répartition des sous-spécialités entre les journalistes d'une rubrique est bien souvent du ressort du chef de rubrique. Or, tous les chefs et chefs adjoints des rubriques sportives romandes sont des hommes (à l'exception d'Anna, qui est chef-adjointe de sa rubrique) et l'occupation des postes de pouvoir au sein des rédactions sportives permet aux hommes de se réserver les pratiques sportives les plus convoitées et d'assigner les femmes aux sports secondaires.

Enfin, le témoignage des femmes journalistes indique qu'une forme de violence symbolique s'exerce sur elles : « *C'est un truc [le football et le hockey sur glace] qui m'intéresse, mais je ne me serais pas lancée là-dedans parce qu'il y a deux spécialistes qui sont très très forts* » (Émilie, journaliste de sport). Cette forme de « violence douce, insensible, invisible pour ses victimes » (Bourdieu, 1998, p. 1) amène la plupart des femmes journalistes à renoncer d'elles-mêmes à la partie « noble » de la profession, afin d'éviter d'entrer en concurrence avec leurs confrères.

Si la majorité des femmes journalistes choisit d'être « *one of the girls* » (Van Zoonen, 1998) au sein de leur rubrique sportive, en rejetant les normes journalistiques dominantes portées par les hommes, ce n'est néanmoins pas le cas d'Anna. Pionnière du journalisme sportif romand, qu'elle a intégré dès les années 1980, Anna est une ancienne hockeyste de haut niveau et a connu une « socialisation inversée » (Menesson, 2004). Elle a mobilisé ses expériences sportives, qui lui assurent une certaine reconnaissance tant vis-à-vis de ses confrères que des sources sportives, et est parvenue à se spécialiser dans le hockey sur glace. Elle développe un style journalistique très proche de celui des hommes journalistes que nous allons décrire dans la partie suivante. Adoptant les pratiques masculines et entrant en concurrence avec ses collègues masculins, Anna est « *one of the boys* » (Van Zoonen, 1998) et est parfois stigmatisée au sein de la profession parce qu'elle ne répond pas aux attentes associées au sexe féminin.

Un traitement genré de l'information sportive

Les normes professionnelles du journalisme sportif sont définies et maintenues par les hommes, depuis longtemps investis dans la profession et très largement majoritaires (Schoch & Ohl, sous presse).

Selon ces dernières, un « bon » article sportif doit observer quatre critères. Premièrement, il doit comprendre une analyse technique et tactique : l'approche, relativement factuelle, a pour objectif de faire connaître au lecteur le déroulement de la rencontre, l'évolution du score, les actions clés du match, les sanctions données par l'arbitre, les blessés, etc. L'usage d'un vocabulaire technique et spécifique au journalisme sportif est généralement requis : « *Nos collègues qui assurent la relecture des articles, ils viennent souvent nous dire qu'ils ne comprennent pas ce qu'on écrit, mais que c'est certainement un terme sportif* » (Frédéric, journaliste de sport). Deuxièmement, en tant qu'expert sportif, le journaliste doit commenter l'événement sportif, c'est-à-dire, prendre position, évaluer, juger la (contre)-performance. Michel explique ainsi : « *On est dans un journal qui se déclare « sans commentaire ». Alors dans le sport, c'est toujours compliqué. Parce que si tu vois un match, dans l'article que tu écris, tu détailles et tu dois prendre position, c'est obligatoire* » (Michel, chef de rubrique).

Troisièmement, un article de sport gagne en valeur s'il prouve la présence du journaliste sur le terrain. Considérée comme l'essence même du métier, cette dernière permet au journaliste de prendre part à l'événement sportif, de se mêler aux acteurs sportifs et de partager les moments d'après match : « *Tu dois sentir l'odeur de la saucisse grillée du stand de saucisses. Tu dois sentir la pelouse grasse. Tu dois voir la fumée des torches, tu dois entendre. C'est complexe. C'est un tout* » (Michel, chef de rubrique).

Elle permet également au journaliste de réaliser des interviews dont les extraits, au-delà de la mise en scène de sa présence sur place, apportent une plus-value à l'article. Enfin, un « bon » article sportif doit comporter des traces de la passion sportive du journaliste. Cette dernière fait classiquement partie des exigences du métier (Schoch & Ohl, sous presse) car elle garantit l'excellente connaissance du sport du journaliste et la rédaction d'articles sportifs solides et qui rendent compte des émotions du terrain comme en témoigne Henri : « *Il faut être passionné. Moi je crois qu'on ne peut pas faire un compte-rendu si on n'est pas passionné d'un sport* » (Henri, chef de rubrique).

Le compte-rendu est le type d'article qui permet le mieux de mettre en œuvre ces quatre principes. Il est ainsi considéré dans la profession comme le genre journalistique possédant la plus grande valeur et est privilégié par les hommes journalistes – tout comme Anna⁸ – qui consacrent 44,2 % de leurs articles à ce genre journalistique (voir graphique suivant). Voici l'exemple d'un « bon » compte-rendu de hockey sur glace au regard de ces normes professionnelles :

Ce compte-rendu, globalement descriptif, offre une analyse technique de la rencontre (premier critère) qui s'adresse manifestement

à un lecteur averti : il décrit de façon factuelle les buts et occasions manquées, donne des indications temporelles sur le déroulement des actions, etc. Cette analyse technico-sportive est associée à un commentaire de la rencontre (second critère).

Se positionnant en tant d'expert, le journaliste juge la prestation du Lausanne Hockey Club médiocre et condamne l'indiscipline des joueurs (« *laborieux parcours* », « *péniblement réussi* », « *spectacle avare en émotions* » laissant trop de place à « *l'improvisation* », etc.) ; la dimension critique de l'article est telle qu'on pourrait en oublier que le club a remporté la rencontre.

Recourant à des extraits d'interviews qui lui permettent de prouver sa présence lors la rencontre (troisième critère), le journaliste exprime désarroi et inquiétude face à l'équipe du Lausanne Hockey Club et manifeste un attachement quasi passionnel au club (quatrième critère) ; ceci permet également au journaliste de mobiliser un sentiment d'identité régionale auprès du lecteur – le Lausanne Hockey Club étant l'un des deux principaux clubs sportifs de la région de diffusion du *24 Heures* » et de renforcer les liens de ce dernier avec le journal (Schoch & Ohl, 2009).

Le compte-rendu sportif constitue une plus petite partie du travail des femmes journalistes (25,6 % de leurs articles). Elles semblent privilégier d'autres types d'articles, notamment le portrait (20 % de leurs productions) et les enquêtes (17 % de leurs productions, alors que leurs confrères masculins ne consacrent que 6 % de leurs articles à ce type de papier).

De plus, les femmes utilisent moins d'approches technicistes, qu'elles semblent peu apprécier, et dont elles critiquent parfois l'emploi par leurs confrères : « *Mais quand il écrivait, c'était quand même un tel fait tant de mètres en tant de minutes. Hyper technique !* » (Aurélië, ancienne journaliste de sport). Elles préfèrent développer des narrations ou adopter un style scientifique⁹ :

Les types d'articles et d'approches adoptés par les femmes journalistes, plus propices au développement d'angles non strictement sportifs, illustrent leur non-adhésion au style de référence plébiscité par leurs confrères masculins. Animées d'une vocation pour le journalisme, elles sont entrées dans le domaine du sport en profitant d'un recrutement favorable aux femmes mais sans avoir d'attrait pour cette spécialité journalistique, dans laquelle elles n'avaient pour la plupart jamais travaillé auparavant¹⁰. Nos analyses révèlent que, fortement inspirées par leur parcours universitaire et professionnel au sein du journalisme non sportif¹¹, elles n'adhèrent pas aux normes spécifiques de ce domaine journalistique. Elles proposent un style moins « sportivo-centré » que leurs confrères masculins qui revendiquent une

vocation pour le journalisme sportif et n'ont généralement travaillé que dans ce domaine journalistique. Deux principales caractéristiques distinguent leur style des normes habituelles du journalisme sportif.

Premièrement, la performance sportive – en tant que telle – n'est pas l'élément central de la majorité des articles rédigés par les femmes qui privilégient davantage les aspects « humains » et manifestent un goût évident pour les *soft news*. Elles disent apprécier écrire des articles sur « *tout ce que tu peux faire autour du sport, mais qui n'est pas directement lié au match en question. Ça peut être de l'interview, du portrait. N'importe quoi, mais qui n'est pas directement lié à l'événement* » (Émilie, journaliste de sport). Adoptant bien souvent un regard ethnographique, elles vont à la rencontre des sportifs et veillent à « *parler de l'humain derrière le maillot, parler de la personne* » (Kathy, ancienne journaliste de sport). Voici par exemple le début d'un article rédigé par Aurélie : « *Il est venu à Genève en conduisant lui-même son camion. Il repartira de la même manière, en toute simplicité. Lui, c'est Trevor Coyle, le vainqueur du Grand Prix Coupe du monde¹²...* » À la différence de leurs confrères masculins, qui s'intéressent prioritairement aux *hard news*, ces femmes journalistes mettent volontiers en œuvre des reportages anodins qui leur permettent d'aller à la rencontre de gens ordinaires. Dans le cadre des championnats du monde de hockey sur glace 2009, qui se sont tenus en Suisse, Léa a par exemple consacré un article aux Lettons venus supporter leur équipe nationale¹³. Tout en portant son attention sur le fort enjeu identitaire national qui se joue dans la participation de la Lettonie, libérée du joug soviétique depuis une vingtaine d'années, à ces mondiaux, la journaliste amène le lecteur à découvrir progressivement un peu de la vie des personnages : « *On évoque l'envie d'être près des montagnes, dans ce pays incroyable, comme le souligne Aija, qui se lève à sept heures tous les matins pour les contempler au loin. La pudeur taira en réalité un voyage qui coûte les yeux de la tête.* » Citant leurs prénoms – « *Aija* », « *Juris* », « *Kaspars* », « *Armands* » – et leurs occupations – « *neurochirurgien, directeur d'un hôpital* », « *directeur de banque* », « *mère de famille* » – elle décrit ses interlocuteurs avec minutie et rend compte de nombreux détails qui permettent au lecteur de se les représenter : « *Casquette de capitaine, robe grenat à galons décollée sur des jambes nues et des mules vermeilles, un rouge à lèvres outrageusement rouge, cette mère de famille de 29 ans suit l'équipe depuis 10 ans avec son mari.* » À l'image de cet article, les femmes journalistes développent, quand elles le peuvent, un journalisme en « tranches de vie », proche des gens ordinaires, et mettent en œuvre des récits. Elles consacrent nombre de leurs articles aux à-côtés des manifestations sportives et

rarement à la performance sportive elle-même. Cette manière de faire du journalisme sportif se rapproche à bien des égards de la mouvance du *New Journalism* américain (Wolfe, 1996¹⁴).

Deuxièmement, les femmes journalistes mobilisent fréquemment une approche psychologisante (10 % de leurs articles¹⁵) et un registre journalistique relativement intimiste dans leurs articles. Ceci les amène à faire preuve d'originalité dans leurs pratiques journalistiques et à mobiliser parfois des techniques utilisées en psychologie comme l'interprétation de dessin : « *Par exemple pour le Vendée Globe, avec les navigateurs qui faisaient le tour du monde, [...] je leur ai demandé de me peindre la mer [...] Certains m'ont peint une mer complètement torturée, qui avait un ciel noir et tout, et ça correspondait en fait à leur caractère. Et d'autres m'ont peint une mer beaucoup plus calme, douce. Et c'était assez drôle, parce qu'avec leurs dessins, j'ai pu décrire leur caractère et état d'esprit* » (Aurélie, ancienne journaliste de sport). Cette approche psychologisante du journalisme sportif s'observe particulièrement dans les interviews menées par les femmes journalistes. En effet, selon les normes professionnelles, une interview doit être clairement ciblée et les questions concises, précises et directes. Voici un extrait d'une interview de Pius-David Kuonen, membre du comité de la fédération suisse de hockey sur glace, réalisée par un journaliste homme qui répond à ces standards¹⁶ :

« - **Pius-David, le peuple réclame la tête de Krueger. Allez-vous écouter le peuple ?**

- J'ai effectivement entendu les réactions émotionnelles des fans à la PostFinance Arena. Mais je ne suis pas du genre à agir dans la précipitation. De plus, n'oubliez pas que le nouveau comité ne sera nommé que le 29 mai. Jusqu'à cette date, nous n'avons aucune compétence pour prendre une quelconque décision.

- **Alors imaginons que nous sommes le 30 mai...**

- La première mission sera de prendre connaissance de toutes les données relatives au contrat du sélectionneur national. La deuxième sera de convoquer Ralph Krueger.

- **Pour le virer ?**

- Non, simplement pour m'entretenir avec lui sur des éléments techniques qui m'ont semblé bizarres pendant ces championnats du monde.

- **Lesquels ?**

- Je ne vous le dirai pas avant d'en avoir parlé avec Krueger. »

Sans détour et avec insistante, le journaliste oriente l'ensemble de ses questions vers un but précis : connaître l'avenir du responsable technique de l'équipe suisse de hockey sur glace. À l'opposé, les

femmes journalistes envisagent leurs interviews comme des moments de rencontre et ont tendance à poser des questions relativement ouvertes, orientées sur le vécu de l'athlète et qui laissent à ce dernier la possibilité de s'exprimer. L'interview du skieur suisse Didier Cuche menée par Sandrine, dont voici un extrait, est relativement typique¹⁷ :

« – **Vous répétez souvent que vous skiez sur le fil du rasoir.**

– On a beau maîtriser, on n'est pas à l'abri d'une faute qui fait tout basculer en une fraction de seconde. Je ne suis pas du genre à vouloir être à 120 %. Car à 100 %, on est déjà loin dans la prise de risque et à 101 %, c'est la chute. À cause d'une faute de carre ou d'un excès de confiance. Mais nous-mêmes, en skiant, nous n'avons plus conscience d'être si proches de la limite.

– **Et les gens ne s'en rendent pas compte...**

– Avec l'évolution du ski, les pistes sont de mieux en mieux préparées, les athlètes font des manches aseptisées, sans mouvement, sans faute. Alors le public ne peut pas se rendre compte qu'ils sont sur le fil du rasoir. Et c'est quand quelqu'un part à la chute que les gens prennent conscience de la vitesse et des risques. Le public ne réalise pas non plus que, lorsque l'on parle de glace, c'est vraiment de la glace. On pourrait presque descendre en patin.

– **Faut-il un petit grain de folie pour faire de la descente ?**

– Je ne sais pas s'il faut un grain de folie, mais il faut aimer ça d'entrée de jeu. Une direction qui se prend dès l'entame d'une carrière.

– **Et pourquoi aimez-vous ça ?**

– À cause de cette chimie qui se produit dans le sang, cette adrénaline qui rend les jambes molles avant le départ. Ce moment où il faut psychologiquement se mettre dans sa course, se redonner confiance afin de ne plus avoir les pattes en coton au moment de s'élancer. »

Ne s'intéressant pas directement à la performance du skieur, à ses résultats durant la saison ni à sa préparation, Sandrine questionne le sportif sur son vécu intérieur et ce qui fait sa force psychologique. Là où le style de référence voudrait une interview axée sur les aspects purement sportifs et techniques de la prestation du skieur, la journaliste préfère donner un axe psychologique à son entretien. Cette non-adhésion aux critères établis par les hommes amène Michel à considérer que « Sandrine, elle ne fait pas souvent d'interviews par exemple. Parce qu'elle est dans une rubrique d'imprécises. Elle va discuter avec les gens, de thèmes, de sport. Mais des questions-réponses, elle en fait peu. Mais ça, tu dois savoir le faire, tu dois savoir analyser un match » (Michel, chef de rubrique d'un autre quotidien que celui pour lequel travaille Sandrine). Effectuant un rappel à l'ordre des normes professionnelles, Michel

estime que les questions posées par Sandrine sont insuffisamment orientées sur des éléments techniques et ne servent pas l'analyse de la performance, si bien qu'il considère que la journaliste ne réalise pas de « vraies » interviews sportives.

On repère donc une écriture « féminine » – au sens d'une écriture développée par la majorité des femmes et qui se distingue de celle de la majorité des hommes – au sein du journalisme sportif de la presse quotidienne romande. Elle se manifeste tant dans la sélection des informations que dans la manière de les traiter. Les femmes journalistes apparaissent ainsi comme des « outsiders » au sein du journalisme sportif (Hardin & Shain, 2006, p. 323), tant du point de vue de leur genre que du point de vue des normes et valeurs professionnelles auxquelles elles adhèrent. Néanmoins, les femmes journalistes doivent faire face à des spécificités économiques, organisationnelles et éditoriales qui sont propres à chacune de leur rédaction. De plus, leurs contraintes de travail (rapports aux sources, directives particulières), spatiales (longueur de l'article) ou temporelles (temps à disposition) peuvent, selon les postes qu'elles occupent, varier et les contraindre, plus ou moins fréquemment, à développer un style plus traditionnel. Les façons dont ces femmes pratiquent le journalisme sportif et traitent l'information sont nombreuses et le style « féminin » observé n'est donc ni systématique, ni uniforme.

Une posture professionnelle construite entre contraintes et ressources

Le traitement non conventionnel de l'information sportive proposé par les femmes journalistes de sport romandes est le fruit de multiples mécanismes. Premièrement, il s'inscrit dans des relations de pouvoir au sein des rédactions sportives : développer un style non conventionnel permet aux femmes journalistes d'acquiescer une légitimité en faisant la preuve de ce qu'elles peuvent apporter en tant que femmes à leur rubrique sportive, tout en évitant d'entrer en concurrence avec leurs confrères. Le témoignage d'Émilie est relativement explicite : « *Ils savent que je ne viens pas marcher sur leurs plate-bandes. Je viens faire du « magazine ». Je peux faire occasionnellement un truc sur le foot, le hockey, mais ça ne va pas leur « bouffer » leur job à eux* » (Émilie, journaliste de sport). Néanmoins, si les articles produits par les femmes permettent d'élargir l'offre de leur rubrique et éventuellement d'attirer de nouveaux lecteurs moins spécialistes de sport, ils demeurent de moindre valeur que les articles conventionnels rédigés essentiellement par leurs

confrères masculins. Ces derniers contrôlent la hiérarchisation des sujets jugés dignes d'intérêt et les façons de les traiter selon des normes très éloignées de celles auxquelles adhèrent la plupart des femmes. L'approche sportivo-centrée de l'information sportive est la forme la plus valorisée au sein du journalisme sportif et le style développé par les femmes – fait de portraits, d'interviews, d'angles plus « humains » – est relégué à un rang plus mineur, ce qui limite leur reconnaissance professionnelle, interne et externe, et compromet leur progression dans la hiérarchie professionnelle.

Deuxièmement, l'écriture « féminine » repérée au sein de la presse romande est le fruit des modes de recrutement et de la répartition des tâches au sein des rubriques sportives. Avant tout journalistes et non pas spécialistes de sport, ces femmes ne possèdent pas toujours les connaissances spécifiques nécessaires à la rédaction de comptes-rendus conventionnels, ce qui les pousse à s'intéresser à ce qui dépasse le simple spectacle sportif. Aurélie explique : « *La voile il n'y avait personne. Et on [...] m'a demandé si je pouvais la faire. [...] Mais la voile c'était super compliqué. Parce qu'il y a beaucoup de vocabulaire technique, de choses à savoir. C'est dur la voile. Et je me suis dit que comme on m'avait proposé d'avoir un autre regard, je me suis dit ok, je fais la voile, mais je ne vais pas parler de technique, je vais parler des gens, je vais poser des questions aux gens, je vais les décrire eux* » (Aurélie, ancienne journaliste de sport). Être en charge de sports secondaires, où les comptes-rendus purement sportifs sont moins attendus du lecteur, ou traiter de *soft news* facilite cette prise de distance par rapport aux normes professionnelles. C'est donc aussi dans une stratégie de survie que ces femmes mobilisent des connaissances et compétences professionnelles plus générales, moins spécifiques au journalisme sportif, expliquant leur approche moins strictement sportive. Néanmoins, le recours à des manières non conventionnelles de faire du journalisme sportif peut renvoyer à des logiques différentes : si l'utilisation de l'interview permet parfois de compenser des lacunes, elle peut aussi – selon les journalistes et les situations – être mobilisée pour créer un style nouveau, donner la parole aux acteurs et être le plus proche possible de l'interviewé. Le style journalistique observé auprès des femmes journalistes peut donc renvoyer à des pratiques différentes, aux sens divergents.

Troisièmement, le style non traditionnel développé par les femmes journalistes résulte des positions contraignantes qu'elles occupent au sein des organisations. La majorité d'entre elles savent qu'elles doivent leur embauche en grande partie au fait qu'elles sont des femmes et que leur rédaction souhaitait donner une place à une écriture plus « féminine ». Cette attente pèse indéniablement sur leur choix des

sujets et la manière de les traiter comme en atteste le témoignage d'Aurélie : « *Le seul truc que je me disais, c'est que peut-être ils ont apprécié ce que j'écrivais, ma manière d'écrire et ils veulent la garder. Je me disais qu'ils devaient penser : « Il y a cette place au sport et elle est peut-être capable de s'en sortir »* » (Aurélie, ancienne journaliste de sport). L'instrumentalisation de dispositions présumées « féminines » par les responsables éditoriaux – particulièrement orchestrée au moment des engagements – pèse sur les pratiques journalistiques des femmes et semble dans une certaine mesure intériorisée comme telle par ces dernières. Invoquant régulièrement un instinct et un ressenti spécifiquement féminins, les femmes journalistes ont en effet tendance à revendiquer leur approche du journalisme sportif comme relevant d'une « nature féminine », d'un rapport spécifiquement « féminin » au monde qu'elles exploiteraient au profit de leur travail journalistique.

Enfin, le goût des femmes journalistes infléchit également leurs pratiques journalistiques comme en témoigne Émilie : « *Ils [ses rédacteurs en chef] voulaient de l'ambiance, je faisais de l'ambiance. Mais j'essayais toujours de mettre des trucs un peu personnels aussi. Parce que de dire qu'hier a eu lieu cette course et tel et tel a gagné et lui il est arrivé deuxième, etc. Ça ne m'intéressait pas* » (Émilie, journaliste de sport). Des différences de socialisation – familiale, sportive et professionnelle – peuvent, en partie, expliquer des différences de goût et de sensibilité entre hommes et femmes journalistes (Bourdieu & Saint Martin, 1976) qui pèsent sur la sélection et le traitement des informations sportives. Ainsi, si tous les journalistes interviewés possèdent une culture sportive incorporée, liée à leur propre pratique sportive, seuls les hommes partagent des expériences de socialisation entre pairs, liées à leur culture de spectateurs, voire supporters, sportifs. Mireille, qui a une grande expérience du sport de compétition, considère que son propre vécu sportif lui permet d'apporter un certain relief à ses articles, alors que ses collègues masculins, plus influencés par leur vécu de spectateur, seraient plus enclins à ponctuer leurs articles de détails encyclopédiques sur le sport : « *Les hommes que j'ai pu voir sont beaucoup plus à ressortir des statistiques, les années, les noms et tout. Et ça à mon avis, ce sont des gens typiquement qui n'ont jamais fait de sport eux-mêmes par le passé, qui n'ont pas un vécu de sportif. Parce qu'ils ne savent pas ce que c'est que d'être à 40-0 en balle de match face un gars qui est moins classé que vous. Ils ne savent pas ce que ça veut dire d'être dans ce ressenti. Ils n'ont pas le sentiment de sportif* » (Mireille, journaliste de sport). Les socialisations sportives peuvent donc également expliquer des différences de traitement journalistique entre hommes et femmes.

Conclusion

Les articles produits par les femmes journalistes de sport romandes se distinguent des valeurs et conventions professionnelles à l'œuvre dans le journalisme sportif. À l'exception d'Anna, une pionnière qui se conduit comme « *one of the boys* » et fait son métier de la même manière que ses collègues masculins, les femmes journalistes couvrent essentiellement des sports de seconde importance et manifestent un intérêt pour des actualités habituellement considérées comme « froides ».

Elles développent une approche « humaine » et psychologisante, qui se démarque du traitement habituel de l'information sportive privilégiant davantage les faits et une analyse technico-sportive. Ces différences dans les productions journalistiques de la majorité des hommes et des femmes résultent d'une combinaison complexe de mécanismes imbriqués à un niveau structurel – les modes de recrutement, la division du travail, la reconnaissance des compétences – et à un niveau interindividuel – dans les interactions avec les collègues de rubrique et les responsables éditoriaux – où entrent en jeu des effets du goût et d'éléments biographiques propres à chaque journaliste.

Les rapports de genre, qui contribuent à la construction de normes masculines et féminines différenciées et hiérarchisées au sein des rédactions sportives, entrent en jeu dans la négociation des rôles professionnels des femmes journalistes ; ils sont un élément déterminant des rapports au travail au sein des rubriques sportives et jouent un rôle essentiel dans l'écriture mise en œuvre par les femmes journalistes. S'inscrivant dans ces multiples mécanismes, les pratiques journalistiques des femmes entrées dans le journalisme sportif depuis les années 2000 conduisent à la production d'articles originaux, qui se démarquent du style habituel. L'information sportive a tendance à y être traitée comme une « autre » information et la féminisation de la profession entraîne un renouvellement de l'offre journalistique au sein de la presse romande ■

Notes

1. Les articles non signés, repris des agences de presse, n'ont pas été pris en compte.
2. La Suisse compte trois langues officielles, autour desquelles s'organisent trois espaces médiatiques régionaux, et n'a pas de médias nationaux à proprement parler. Ceci contribue à sa remarquable diversité médiatique et lui permet d'être le pays européen comptant le plus de quotidiens payants (14) par millions d'habitants (REMP, 2008). Les quatorze quotidiens romands résistent assez bien à un processus de concentration. Ils sont, à l'exception de deux d'entre eux (*Le Matin* et *Le Temps*), régionaux et

adoptent une ligne éditoriale régionale et/ou locale sans coloration politique affirmée. Il n'existe aucun quotidien exclusivement sportif.

3. Ces articles ont été repérés lors du codage.
4. Les catégories de sexe hommes et femmes ne sont pas homogènes. Comme nous l'avons montré dans de précédents travaux (particulièrement Schoch & Ohl, 2011), les femmes journalistes s'investissent dans leur métier de différentes manières et inventent leur manière de faire du journalisme sportif en fonction de leur parcours, compétences professionnelles, collègues, interactions professionnelles, etc. Néanmoins, elles tendent globalement toutes à se détacher des normes professionnelles. De la même manière, si les pratiques journalistiques des hommes ne sont pas uniformes et évoluent, une large majorité d'entre eux suivent les normes professionnelles de cette spécialité journalistique, qu'ils contribuent à définir et maintenir. Aussi, par commodité et parce que l'objectif de notre article est de questionner les effets de la féminisation sur les productions journalistiques, nous aurons tendance à désigner « les hommes journalistes » et « les femmes journalistes » sans nécessairement distinguer leurs pratiques ou productions.
5. Chaque journaliste est spécialisé dans un ou plusieurs sport(s) en fonction de la charge de travail exigée par ce(s) sport(s) (celle-ci dépend tant du volume d'actualités liées à ces sports que de l'importance accordée par les quotidiens à ces sports).
6. Dans le journalisme suisse, un article « magazine » offre un traitement de l'information se rapprochant de celui de la presse magazine. Le thème de l'article n'est pas lié à une actualité chaude et l'objectif de l'article, généralement relativement long, est de procurer un moment de lecture agréable. L'angle est large et original et permet au journaliste de traiter l'information de façon « colorée ».
7. Voici les titres de quelques-uns de ses articles: « *Le prix de la sueur des travailleurs* » (01.04.2010) ; « *L'utopie du toit gratuit fait long feu* » (04.04.2010) ; « *Le Mondial peine à se vendre* » (07.04.2010) ; « *Heureux de la situation actuelle* » (08.04.2010) ; « *Apartheid : et maintenant ?* » (18.05.2010).
8. 53 % des articles d'Anna sont des comptes-rendus sportifs. En outre, nous observons que la journaliste adopte un vocabulaire technique dans 30 % de ses textes (ce qui est très proche de la tendance observée auprès de ses confrères masculins – 37 % – et supérieur à celle observée auprès des autres femmes journalistes – 20 % – et qu'elle fait très rarement référence à des thématiques telles que la psychologie, l'économie ou l'histoire (7 % de ses textes) alors que ses confrères masculins et coneurs le font respectivement dans 15 % et 50 % de leurs articles. En fait, la journaliste suit scrupuleusement les normes professionnelles et manifeste même une forme de sur-conformisme, également observé auprès des femmes ingénieurs (Marry, 2004) et des femmes en politique (Achin, 2005). Ceci montre la nécessité pour Anna de faire oublier son état de femme, quand bien même elle a été socialisée au sein de la culture sportive de référence (par ses expériences sportives et au sein de la profession).
9. Les différences de productions entre hommes et femmes sont très significatives puisque le test du khi2 indique que p=0 % avec un risque d'erreur de 5 % pour les deux tableaux croisés ici présentés.
10. Pour obtenir le statut de journaliste professionnel en Suisse, il faut réaliser un stage de deux ans auprès d'un média tout en suivant une formation théorique. Une professionnalisation du métier s'observe et la possession d'un master (le plus souvent en journalisme, communication, sciences politiques ou lettres) est aujourd'hui générale-

ment nécessaire pour pouvoir décrocher un tel stage, y compris pour les journalistes de sport. Ces derniers ont des trajectoires scolaires similaires à celles des journalistes des autres rubriques et très rares sont les cas de reconversion dans le journalisme sportif d'anciens acteurs du monde sportif.

11. Toutes les interviewées avaient réalisé des piges et stages dans diverses spécialités journalistiques (notamment : Culture, Société, Locale et Région) avant l'obtention de leur poste en sport. Par ailleurs, elles possèdent un niveau de formation légèrement supérieur à celui des hommes (cette tendance s'observe dans l'ensemble de la profession). Néanmoins l'augmentation générale du niveau de diplôme dans le journalisme romand peut en partie expliquer ces écarts alors que les femmes journalistes de sport sont relativement plus jeunes que leurs confrères masculins.
12. Article intitulé « Trevor Coyle gagne le Grand Prix Coupe du monde de Genève », publié par *Le Temps* le 14 décembre 2008.
13. Article intitulé « Ces Lettons gentiment bruyants » publié par *Le Temps* le 2 mai 2009.
14. Nos observations rejoignent celles de Neveu (2000) dans le cas de la presse française.
15. Les liens thématiques (politique, économique, éthique/droit sportif, psychologique, historique et sociologique) mobilisés par les journalistes dans leurs articles ont été analysés lors de l'étude quantitative du corpus. 10 % des articles rédigés par les femmes journalistes (à l'exception des productions d'Anna) présentent un angle psychologique.
16. Article intitulé « Je vais convoquer Krueger » publié par *Le Matin* le 5 mai 2009.
17. Article intitulé « Le plaisir du beau geste technique » publié par *Le Temps* le 13 février 2009.

Références bibliographiques

- ACHIN Catherine (2005), « Un «métier d'hommes»? Les représentations du métier de député à l'épreuve de sa féminisation », *Revue française de science politique*, vol. 55, n°3, p. 477-499.
- BONFADELLI Heinz, KEEL Guido & VINZENZ WYSS (2011), « Journalists in Switzerland : Structure and Attitudes », dans WEAVER David (dir.) *The Global Journalist in the 21st Century*, New York : Routledge, p. 320-330.
- BOURDIEU Pierre (1998), *La domination masculine*, Paris, Seuil, p. 142.
- BOURDIEU Pierre & MONIQUE SAINT-MARTIN (1976), « Anatomie du goût », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 5, n°2, p. 18-43.
- CHAMBERS Déborah, STEINER Linda & CAROLE FLEMING (2004), *Women and journalism*, Londres, Routledge, 288 p.
- DARGELOS Bertrand & DOMINIQUE MARCHETTI (2000), « Les professionnels de l'information sportive », *Regards sociologiques*, n° 20, p. 67-87.
- DELORME Nicolas & PAULINE RAUL (2010), « Place et production journalistique des femmes dans les départements sportifs des quotidiens français », dans DAMIAN-GAILLARD Béatrice, FRISQUE Cégolène & Eugénie SAITTA (dir.), *Le journalisme au féminin : assignations, inventions et stratégies*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 169-191.

- ESQUENAZI Jean-Pierre (2002), *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 184 p.
- GALLAGHER Margaret (2001), *Gender setting: new agendas for media monitoring and advocacy*, Londres, Zed Books, 216 p.
- HARDIN Marie & STACIE SHAIN (2005), « Strength in numbers? The experiences and attitudes of women in sports media careers », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, n°82, p. 804-819.
- HARDIN Marie & STACIE SHAIN (2006), « Feeling much smaller than you know you are: the fragmented professional identity of female sports journalists », *Critical studies in media communication*, vol. 23, n°4, p. 322-338.
- KNOPPERS Annelies & AGNES ELLING (2001), « Sport and the media: race and gender in the representation of athletes and events », dans DE KNOPP Paul & AGNES ELLING (dir.), *Values and norms in sport: critical reflections on the position and meanings of sport in society*, Aachen, Meyer & Meyer Sport, p. 281-300.
- MARRY Catherine (2004), *Les femmes ingénieurs, une révolution respectueuse ?*, Paris, Belin, 288 p.
- MENNESSON Christine (2004), « Les processus de construction et de modification des dispositions des femmes investies dans des sports «masculins» », dans *Dispositions et pratiques sportives. Recherches et débats actuels en sociologie du sport*, Paris, L'Harmattan, p. 37-53.
- NEVEU Éric (2000), « Le genre du journalisme : Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, vol. 13, n°51, p. 179-212.
- REMP (Association for Research & Studies on Publicity Media) (2008), MA Strategy Consumer (<http://www.remp.ch>).
- SAXER Ulrich & MICHAEL SCHANNE (1981), « Journalismus als Beruf. Eine Untersuchung der Arbeitssituation von Journalisten in den Kantonen Zürich und Waadt », cité par MARR Mirko (2003), « Femmes journalistes - malgré les obstacles, leur nombre augmente », *Questions au féminin*, n°1, p. 20-21.
- SCHOCH Lucie & FABIEN OHL (sous presse), « Des vocations professionnelles contrastées dans le journalisme sportif : l'ajustement du travail des femmes aux passions sportives masculines », *Travail, Genre et Sociétés*.
- SCHOCH Lucie & FABIEN OHL (2011), « Women Sports Journalists: Between Assignment and Negotiation of Roles, the Swiss Case », *Sociology of Sport Journal*, vol. 28, n°2, p. 189-209.
- SCHOCH Lucie & FABIEN OHL (2009), « Le traitement médiatique du football : regards croisés sur la rencontre France-Suisse de la Coupe du monde 2006 », dans BANCEL Nicolas, DAVID Thomas & FABIEN OHL (dir.), *Le football en Suisse : enjeux sociaux et symboliques d'un spectacle universel*, Neuchâtel, CIES, p. 99-122.
- VAN ZOONEN Liesbet (1994), *Feminist media studies*, Londres, Sage, 208 p.
- VAN ZOONEN Liesbet (1998), « One of the girls? Or the changing gender of journalism », dans CARTER Cynthia, BRANSTON Gill & STUART ALLAN (dir.), *News, gender and power*, London, Routledge, p. 33-46.
- WOLFE Tom (1996), *The New Journalism*, Londres, Picador, 432 p.