

De la difficulté d'être journaliste de sport

Jean-François DIANA

Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication
Université de Lorraine
Centre de recherche sur les médiations (EA 3476)
jean-francois.diana@univ-lorraine.fr

Résumé

En tant que genre, le journalisme de sport s'impose par sa visibilité performante dans l'espace médiatique (chaînes thématiques de télévision, titres de journaux et magazines, dispositifs radiophoniques et sites spécialisés). Cette étude propose de discuter, à la fois, de la spécificité de sa pratique et de la responsabilité de ces professionnels de l'information, globalement conditionnés par la spectaculatisation intrinsèque du phénomène sportif que le modèle télévisuel a progressivement façonné. La perspective critique assumée se fonde sur la place instable du sport dans la société française, entre nécessité de loisirs et divertissement. Si le choix pour cette spécialité résulte d'une passion exacerbée, il ne peut faire l'économie des contraintes institutionnelles et idéologiques propres à la profession en général. Le journalisme de sport éprouve par ailleurs sa résistance vis-à-vis des fonctions fondamentales du journalisme : la distance, la vérité, l'authenticité, l'éthique et l'impartialité.

Au cours d'un débat organisé en 1996¹, Jean-François Renault, ancien rédacteur en chef de *L'Équipe* et membre historique de l'USJSF², rappelait que les journalistes de sport rassemblaient plus de la moitié des professionnels. Selon les chiffres du syndicat datant d'octobre 2012, ils sont près de 2 500 à être encartés. Fort de ces statistiques, cette spécialité de passion constitue au fil des ans « une sorte de sismographe de la profession » et ce, à plusieurs niveaux : la formation académique (la majorité n'est pas issue des

13 écoles accréditées, mais de parcours diversifiés) ; la tendance à la paupérisation (nombre croissant de pigistes, de stagiaires et de situations précaires) ; l'échelle de rémunération (qui se calcule en fonction des supports médiatiques, entre 1 400 et 2 100 € bruts pour un débutant en presse écrite) ; l'émergence d'une nouvelle génération influencée principalement par les médias audiovisuels (télévisions et radios) ; enfin, la présence accentuée de consultants, d'anciens acteurs du monde sportif associés aux journalistes et dont le statut n'est pas clairement identifié par le grand public. En quelques années, notamment depuis la privatisation des chaînes de télévision dont l'arrivée de Canal+ (1984), l'émergence des thématiques – jusqu'à la dernière offensive de beIn Sport (2012) – et les sites internet, le nombre de personnes participant à la construction de l'information sportive s'est encore accru et enrichi. Il faut noter également la progression salutaire de la féminisation et des minorités visibles, reflets d'un pays comptant plus de 30 millions de pratiquants.

Plébiscités par l'opinion publique, le sport et son expression journalistique peinent paradoxalement à atteindre la légitimité acquise par les autres genres (politique, culture, économie, société, etc.). Sans doute, et malgré sa dimension évidente d'attractivité et d'universalité, paie-t-il une représentation bien ancrée en France, selon laquelle le sport reste sur le plan des disciplines les plus académiques, un « *impensé* ³ ». Le regretté sociologue Paul Yonnet parle même avec provocation de « *franche hostilité, [de] réservoir à préjugés [prêt à servir] : opium d'un pauvre peuple manipulé par les médias qui l'abrutirait de pain et de jeu, le sport-spectacle représenterait un approfondissement de l'aliénation des individus soumis aux entreprises marchandes et détournés des véritables enjeux* » (2004)⁴. Au mieux, est-il perçu comme un « *fond d'écran [...]* un continuum visuel, un paysage » (Huitorel, 2005, p. 14), ou encore « *un élément important du design culturel [...] un état d'esprit, un mode de formation du lien social* » (Erhenberg, 1991). De nos jours, ces critiques de principe doivent être certainement modérées tant chaque événement sportif offre le prétexte à des débats – savants ou non – qui occupent l'espace médiatique, et auxquels sont conviés nombre d'intellectuels et de personnalités publiques extérieures au sport. À l'exemple de la politique, le sport est un champ qui invite aux prises de paroles passionnées oscillant entre l'argumentation de la parole raisonnée et la tentation de la palabre.

Une des spécificités du journaliste de sport est sa difficulté à s'émanciper de son champ. Ce qui peut apparaître de prime abord comme un atout important – la profonde connaissance du terrain et de ses

acteurs – entrave en partie l'indépendance de l'investigation lorsqu'elle est nécessaire. Ses qualités de spectateur, parfois d'admirateur, ne favorisent pas le *biais* nécessaire à la récolte d'informations et dérivent d'un certain idéal de la profession hantée par le mythe de la *transparence de l'information*, qui résulterait des fonctions de distance, d'authenticité, d'éthique, d'impartialité et de stratégie. Au-delà de ces qualités générales *intentionnelles*, l'une des caractéristiques actuelles du journalisme de sport est surtout de s'installer dans son genre par un goût exacerbé et exclusif, laquelle révèle que l'expérience immédiate et esthétique des écrans est davantage vocationnelle que le ressenti du terrain labouré par l'histoire. Éclairés par des entretiens menés avec des professionnels et des analyses de dispositifs médiatiques, l'objet de l'analyse souhaite donc discuter de la posture du journaliste de sport qui, fragile tout autant que complexe, conditionne sa pratique de l'information⁵.

Hors du sport, point de salut !

À l'instar d'autres pays latins, la France compte un quotidien spécifiquement dédié au sport (trois en Italie, un au Portugal et deux en Espagne)⁶, reflétant par là même que cette zone de l'Europe assimile ce phénomène à de la distraction de masse. Cette conception du monde du sport évoque la perception qu'en élabore Bernard Jeu à propos de l'affirmation d'une contre-société « *projetant un idéal qui vient de la société mais que la société se révèle précisément incapable de réaliser elle-même* » (1973, p. 391-392).

Selon cette tradition opposée à la logique anglaise qui assimile, pour sa part, le sport à de la culture globale, en France, *le traitement journalistique du sport résiste majoritairement aux éclairages que pourraient apporter des angles politiques ou sociaux*. Hormis des titres comme *Desports*, *So Foot*, *Attitude Rugby* ou *Les Cahiers du football*, la plupart des dispositifs médiatiques ne s'éloignent que très rarement des récits élaborés de compétitions, au premier rang desquels *L'Équipe* et le très soigné *Midi Olympique*. Si *Le Monde*, référence journalistique, a lui aussi choisi de consacrer à la question un supplément hebdomadaire, *sport&forme*, et un autre spécifique aux derniers Jeux Olympiques à Londres, le traitement en est davantage sociétal, conforme à son orientation institutionnelle. Ce dernier cahier pouvait en particulier compter sur les contributions de passionnés de sport tels Marc Roche (expert en institutions financières), François Bégaudeau (écrivain et cinéaste), Sébastien Hervieu (journaliste indépendant), Mustapha

Kessous (passé de la rubrique société à la rédaction des sports), etc.

Suivant cet exemple, et plus largement en considérant la place importante que la presse quotidienne et les grilles de programmes télévisuels consacrent au phénomène, le champ médiatique dans son ensemble vise à s'afficher comme cet *autre* organe de proximité avec le sport. Ainsi, « les affaires » comme il est d'usage de les nommer – les paris truqués, la corruption, le dopage, etc. – offrent-elles l'occasion à des dispositifs d'informations générales de produire des Unes, des dossiers, des reportages et des débats, et de resituer le sport au cœur des affaires sociales. Au cours de l'été 2012, l'affaire Lance Armstrong a été ainsi largement relayée. À l'exemple de *Libération* du 25 août qui traita le sujet dans les pages « Événement », inaugurées par l'éditorial de Vincent Giret : « *Étincelle* ». Il y mobilisait certes une rhétorique sévère : « *disgrâce. Totale, définitive [...] Personne n'était dupe [...]* ». Les journalistes Sylvain Mouillard et Fabrice Rousselot (« *Lance Armstrong chute à son Tour* ») se chargeaient de la mise en contexte par une approche historique et chronologique des faits (les doutes, les témoignages des coureurs, les références à la presse américaine, dont *Sports Illustrated* très tôt critique vis-à-vis du champion). Enfin, Gregory Schneider, libéré des pages « Sports » du quotidien, dressait un portrait au vitriol en soulignant l'arrogance et l'agressivité du personnage. *Le Parisien* du même jour titrait de son côté : « *Armstrong, un parfum d'aveu* », en privilégiant un angle plus descriptif et distancié. Enfin, le *Journal Du Dimanche* du lendemain a consacré deux pages hors rubrique Sport. L'analyse de Mickaël Caron relevait moins de l'information que de la confirmation : « *Armstrong, tout le monde savait* ». Les mots étaient forts et engageants : « *un jour, on ne lira plus son nom au palmarès du Tour de France [...] sa domination entre 1999 et 2005 trop écrasante pour être honnête.* »

Ces différents angles – tous à charge – agencent avec complexité un retour sur les performances sportives, l'ambition politique de l'ancien cycliste (Armstrong visait le poste de gouverneur du Texas) et les perspectives sociétales que cette affaire pourrait produire. La condamnation d'Armstrong par l'ensemble des médias rappelle que le sport est le reflet équivoque d'une époque et d'un moment donnés. Ici, le cycliste américain, vilipendé pour dopage, donc tricherie ; là, et selon un logique identique, les joueurs de l'équipe de France de football, critiqués pour comportements déviants, donc délinquants. Hormis de rares points de vue dissonants, il est donc remarquable de constater que les journalistes argumentent, selon une certaine logique, sur l'idée que le sportif doit se distinguer du citoyen ordinaire par des valeurs morales supérieures, à l'exemple d'autres secteurs visibles de la société, telles la politique (affaires Cahuzac et Guéant) et l'économie (affaire Tapie).

La polyphonie des opinions contre la vérité

À l'exception de ces affaires ponctuelles, riches en ramifications et promptes à la globalisation – rappelons à cet égard la célèbre controverse publique provoquée par les Unes de *L'Équipe* lors de la coupe du monde de football en 2010⁷ –, le succès des médias de sport est avant tout tributaire des résultats positifs des athlètes français et de la beauté des images qui magnifient les exploits agrégeant un large public qui dépasse le cadre des amateurs⁸. Le baromètre des équipes de France de football, de rugby et plus encore de basket et de handball est assez saisissant, ces deux dernières occupant le terrain médiatique uniquement lors de compétitions hautement symboliques comme les Jeux Olympiques. Il s'agit donc pour les journalistes non seulement de mettre en récit le sport, mais aussi de privilégier un discours institutionnel qui célèbre la performance du média lui-même. Il n'est donc pas surprenant que la polémique comme les résultats priment sur l'analyse en tant que telle d'un événement. La norme télévisuelle impose cette surdétermination de la forme des discours sur les contenus. D'abord vecteur de clichés, la puissance de l'image déplace sémantiquement la notion même d'information en relation. Dire ou écrire ce qui est déjà perçu par le plus grand nombre transforme la fonction des journalistes « *au mieux [en] animateurs, voire [en] bateleurs* » dénonçait Jean-François Renault.

À l'été 2012, le traitement par les médias français des deux derniers événements majeurs que sont le championnat d'Europe des nations de football en Ukraine et en Pologne et les Jeux Olympiques de Londres ont confirmé ces fortes tendances. La localisation privilégiée du journaliste (dans le stade comme dans les vestiaires au cœur des événements) et l'importance du rôle imputé aux consultants (« *L'omniprésence des experts*⁹ » offrent certes une qualité d'observation (être partout et en même temps), en d'autres termes revendiquent un point d'origine et une finalité plus qu'un point de départ au traitement de l'information – dont nous verrons plus bas qu'il détermine la fonction d'impartialité.

À cet égard, l'hypothèse de Daniel Cornu à propos de la vérité en journalisme s'exerce à plein pour cette spécialité. Le chercheur pose la tension de deux pôles entre « *la relation des faits et l'expression des opinions* » (2004, p. 108). Le traitement du sport se caractérise généralement par une polyphonie des commentaires selon un équilibre que nous qualifierons de *renversé*. Légitimé par la réussite de sa trajectoire professionnelle, le consultant, désormais constitutif de la construction de l'information sportive, élargit son champ d'intervention en endossant plusieurs rôles dont celui de chroniqueur (Emmanuel Petit à l'Équipe TV, Jérôme

Alonso à Stade 2, Christophe Dugarry à Canal+, etc.), de billettistes (Yannick Noah au *Monde*, Laure Manaudou au *Journal du Dimanche*, Bob Tahri au *Républicain lorrain*, etc.). À l'occasion des Jeux Olympiques, plus traditionnellement, *L'Équipe* ouvrait ses colonnes à d'anciens médaillés français (Brice Guyart pour l'escrime, Patrice Delaveau pour l'équitation, etc.). Pour certains, la valeur ajoutée est incontestable pour traduire la complexité d'un événement sportif. Citons Stéphane Diagana, consultant pour l'athlétisme sur France Télévisions, qui se distingue par une précision de la parole non forcée mais sollicitée par son partenaire-journaliste.

News as conversation ?

Cependant, la logique narrative, si elle s'inscrit dans la tradition du journalisme de sport – depuis l'esthétique littéraire du Tour 1924 par Albert Londres –, encourage indubitablement le débat sur l'éthique¹⁰. Sans doute faut-il chercher plus profondément cette habitude dès la naissance de la presse sportive au tournant du 19^e et du 20^e siècle qui, comme l'a écrit Paul Dietschy, « *ne se contente pas de narrer la légende du sport, elle l'invente de toutes pièces à l'image du Tour de France, la créature du quotidien L'Auto à partir de 1903* » (2013, p. 214). Selon la proposition de Gilles Gauthier (2004), l'information sportive n'échappe pas à l'évidence qu'elle est « *un construit social* » qui maintient l'écart entre le traitement journalistique et la réalité des événements, et qui par essence, donne un résultat altéré, lequel devient la norme. Faire vivre un événement avec emphase n'est pas forcément le transfigurer (l'école Canal+ et l'ère des « *journalistes-gueulards* » inaugurée en 1984), c'est le transmettre ou tout du moins en offrir une représentation enrichie par des effets de style, et nous ajouterions, du talent créatif. Chacun se souvient des commentaires, chargés d'émotion, de Jacques Vendroux, directeur du service des sports de *Radio France*, qui, la voix brisée par le 3^e but qui consolida la victoire de l'équipe de France sur le Brésil en finale de la coupe du monde de football 1998, s'exclama : « *Ça y est, c'est fait ! C'est arrivé ! C'est officiel ! Il ne peut plus rien nous arriver ! La France est championne du monde !* » Il s'agit là d'un témoignage qui visait à provoquer une extase simultanée à des millions de Français.

Or, l'inauguration de la chaîne thématique beIn Sport à l'occasion de l'Euro 2012, en relançant la férocité de la guerre sur les droits de diffusion des événements sportifs entre les télévisions, a placé la joute verbale sur le seul plan institutionnel : occupation efficace du terrain et multiplication des dispositifs de débats¹¹. *Versé par la palabre* (produire du discours), *le journalisme de sport résiste à la parole raisonnée* (engager

un point de vue et l'analyser). Ainsi, l'ensemble des discours était habité par l'importance de la localisation sans que la valeur ajoutée au traitement de l'information soit perceptible : « *sur beIn Sport, vous allez découvrir [...] beIn Sport va vous faire vivre [...]* ». Ce à quoi Canal+ répondait en argumentant sur l'avantage de l'expérience. Le sport télévisuel semble se résumer aujourd'hui à une bataille de slogans : « *Ton cœur battra au rythme du sport* » (beIn Sport) / « *Le meilleur du football* » (Canal+).

Cet exemple démontre, si besoin en était, que la qualité principale d'un journaliste de sport est sa capacité à mettre l'événement en relation durable et profonde avec le public. « *Vous aimez le sport ? [...] c'est un dimanche de bonheur qui vous est proposé.* » Ainsi, s'ouvrait, sur un ton exalté, l'édition matinale du journal de France Inter du 1^{er} février 2009. Un peu plus tard, le journaliste de Canal+ promettait « *une journée de folie* » durant laquelle se succédèrent les retransmissions télévisées d'événements majeurs tels la finale de tennis de l'Open d'Australie, le slalom de Garmisch, l'arrivée du Vendée Globe, la finale du championnat du monde de hand-ball entre la France et la Croatie, et le derby du Rhône entre les clubs de football de Lyon et de Saint-Etienne. Enfin, la presse écrite n'était pas en reste, puisque *L'Équipe* du jour titrait en Une : « *Tous à vos postes !* », usant d'une métaphore qui élargit le public de sport, des tribunes aux écrans (téléspectateurs, internautes, téléphonie mobile).

Sublimé par une programmation médiatique *ad nauseum*, le spectacle sportif démultiplie les plaisirs – la distraction évoquée en amont – par une explosion de vibrations visuelles et sonores transmises au plus grand nombre, spécialistes ou non. Notons à cet endroit que la fonction d'observateur, qu'Alain Cornu pose comme condition à « *la prétention première à l'objectivité [...] l'identification et le recoupement des sources, le recul par rapport aux intérêts de ces mêmes sources, la vérification des éléments constitutifs de l'information, [viser] à l'exactitude des faits rapportés* » (2004, p. 109), se limite à l'exhibition de « l'être-là (le journaliste) », puis « d'être-avec (le public) ».

Cependant, il serait juste de modérer cette critique par l'argument qu'il est difficile d'engager l'analyse d'un événement qui se déroule simultanément. Ce n'est pourtant pas impossible de commenter un match de football et « *de situer les faits, de décrire les enchaînements et de rechercher [les] causes, de [le] présenter dans [sa] cohérence* » (Cornu, 2004, p. 109). Encore faut-il préparer le direct en mobilisant des références attestées qui vont au-delà des limites du terrain de jeu. Ce qui ne semble pas être d'un usage répandu. D'ailleurs, la conscience professionnelle de

la voix la plus célèbre du football, Thierry Roland, n'était pas discutée lorsqu'il affirmait arriver au stade très peu avant le début de la rencontre, « *les mains dans les poches [sic]* », misant sur l'émotion communicative qu'il suscitait. Ainsi, les commentaires des matchs de la coupe du monde de football en Argentine (1978) n'ont-ils pas (ou très peu) évoqué la dictature du général Videla ! Le constat est identique pour d'une part, l'Euro dont une partie des matchs se déroulaient en Ukraine, – pays qui pose le problème de la démocratie –, et d'autre part, la Coupe des Confédérations 2013 qui préfigure la Coupe du Monde de football dans un Brésil en crise profonde. À l'inverse, les manifestations parfois violentes d'opposants chiïtes au moment du Grand Prix de Formule un du Bahreïn 2012 étaient signalées lors des essais par les journalistes d'Eurosport, mais tus lors de la diffusion de la course sur TF1.

Sortir du sport

Il est aussi important de reconnaître que la proximité populaire recherchée par le journaliste de sport s'est modifiée avec le modèle prôné par Charles Biétry. La richesse de son parcours est emblématique de la modernité de la pratique. Homme de terrain, il fut grand reporter à l'AFP (1966-1984), puis directeur des sports à Canal+ (1984-1998), France Télévision (1999-2001), directeur éditorial à L'Équipe TV (2011), et enfin vice-président en charge des programmes des deux chaînes de beIN Sport (2012). Il occupa également des responsabilités sportives : Président du Paris Saint-Germain (de juillet à décembre 1998) pour la plus illustre. Il est aujourd'hui pressenti pour devenir consultant auprès de Nasser al-Khelaïfi, actuel président du PSG. Il préconisait une approche opposée à l'« *empirisme naïf* » (Schudson, 1978) qui écarte la véracité et l'exactitude au profit du ressenti immédiat. Il ne s'agit pas uniquement de prétendre à la vérité (laquelle ?), mais de placer le commentaire comme pure information au sens où la contextualisation fonde la liberté d'interprétation et donc de création. Occulter le contexte politique (Ukraine) ou social (Brésil) est sans conteste une faute journalistique.

Ainsi, l'ancien footballeur argentin Jorge Valdano, connu pour sa curiosité intellectuelle, affirmait dans un entretien accordé à *So Foot* (juillet-août 2012) que « *quelqu'un qui ne connaît que le football ne connaît rien au football* ». Sans doute peut-on diriger ce grief à la fois vers la plupart des consultants et certains journalistes de sport hyperspécialisés dans une discipline donnée. En l'occurrence, outre la conscience professionnelle indiscutable et une connaissance profonde du terrain, la force du journaliste de sport n'est pas de se trouver au centre des

événements, mais d'en sortir. D'une certaine façon, la vérité n'est pas à l'origine (une source), elle en est le résultat (ce que le public est en mesure de fabriquer à partir de ce qui lui est transmis). Dès lors qu'elles sont commentées, traitées et diffusées, les technologies numériques performantes et les statistiques sont autant de moyens modernes qui permettent d'atteindre la justesse, c'est-à-dire de s'approcher au plus près de la conformité de ce que produit l'événement. Par exemple, les données fournies par la société Sport Universal Process commandées depuis 2008 pour les directs de Canal+ sont aussi prisées par les plus grands clubs de football.

De la nécessité impérieuse de traverser les genres journalistiques

À l'évidence, les contraintes du journalisme de sport peinent à résister au prisme des démonstrations de Daniel Cornu (2004, 2009), et à remplir les fonctions fondamentales d'objectivité, d'impartialité et d'authenticité. Certes, nous pouvons lui reconnaître cette quasi parfaite culture du terrain et de ses acteurs, mais dans un même temps regretter son désintérêt pour d'autres domaines de sa spécialité. Le journalisme de sport possède donc une spécificité bien affichée. Il est habité par une passion exacerbée qui s'entend, qui se voit et parfois, qui se lit. Il exprime avec brio le plaisir « d'être là », l'euphorie d'investir le terrain et le bonheur narcissique de participer aux événements. En ce sens, il reflète moins l'évolution propre au métier de journaliste que l'esprit d'une époque où le sport occupe une place de plus en plus centrale, et où la quête de gratifications est importante. L'hypervisibilité qu'il génère est sans doute l'une des raisons majeures de son succès « *auprès des publics étudiants* » (Derèze, 2011, p. 11).

Selon les cas, envié ou méprisé par d'autres genres de la profession, le journalisme de sport s'est installé profondément dans la société civile. Il y est intégré et survalorisé, en conséquence, urgent à penser avec distance. L'hyperspécialisation et la proximité en sont d'autres symptômes (une discipline, un club et pour les plus radicaux une relation intime avec un athlète), alors que le journalisme raisonné préconise de traverser les genres. Dans tous les cas, il est à constater une exclusivité jalouse du champ sportif et un empêchement, – ou un renoncement –, à s'en extraire. C'est aujourd'hui un milieu fermé. Or, si l'on se réfère aux conseils exprimés en son temps par Jacques Marchand, il s'agit avant tout d'exercer son métier de journaliste au sens large. « *Il n'y a pas de journalistes de cinéma, de théâtre, de faits divers [...] et de journalistes sportifs.*

Il y a simplement des journalistes qui ont leur spécialité. »

« Cette appellation *journaliste sportif* a eu un caractère un peu péjoratif », disait déjà Jean Eskenazi en 1951¹². Pourtant, de grandes figures légendaires comme Robert Parienté, Jean Hatzfeld, Antoine Blondin, Jean Cormier, Henri Garcia, Denis Lalanne, Serge Loupien, Olivier Merlin, Jacques Verdier se sont nourris du contexte de leur époque pour interpréter la réalité d'événements sportifs. Sans doute, et comme le critique d'art Jean-Philippe Domecq (1994) l'a démontré, existe-t-il des disciplines qui résistent plus ou moins au style littéraire, à l'inverse du cyclisme et de la boxe, pourvoyeurs de mythes et de légendes. Aujourd'hui, nous pouvons également citer Pierre-Louis Basse (*Séville 82. France-Allemagne : le match du siècle, 19 secondes 83 centièmes*), Lionel Froissard (*Les boxeurs finissent mal... en général*), auteurs d'excellents romans sportifs. Mais pour ces rares cas, combien renoncent à sortir du territoire de ce qu'ils imaginent être leur possession ?

La distance si problématique à maintenir est un impératif au traitement de l'information, qui vaut autant pour la politique que pour le sport. Elle conditionne notamment l'impartialité, notion qui apparaît étrangère au traitement journalistique du sport. Ainsi, en Italie, les articles de *La Gazzetta dello Sport* et de *Tuttosport* assument le « supporteurisme » en qualifiant les équipes nationales d'*I nostri ragazzi*. De même pour les fameux commentaires orientés de Thierry Roland (football) ou de Patrick Montel (athlétisme) – et émouvants, faut-il l'admettre – qui ont fait école. C'est oublier, comme le rappelle Daniel Cornu, que « *l'impartialité [...] commande de juger sans parti pris* », et que fort de cette intention, « *le journaliste est légitimé à faire valoir son point de vue, à émettre un jugement de valeur* » (2004, p. 111). Lequel est proposé à la validation d'un public estimé capable de se l'approprier, de vibrer et de le prolonger par des discussions rationnelles.

Forger un style

L'autre limite tient au niveau de langage mobilisé. En effet, la qualité de la position – immergée dans l'action – n'induit pas forcément une qualité d'écriture ou de parole. De la même manière, une visibilité excellente – les 25 caméras pour les grandes rencontres de football, l'équipe composée de journalistes, de consultants et d'assesseurs aux statistiques – ne suppose pas une lisibilité susceptible d'être transmise avec exactitude. En d'autres termes, et hormis les exemples cités en amont, les « fines plumes », ceux qui « travaillent la langue », selon l'expression de l'écrivain Philippe Djian, sont rares dans le journalisme de sport¹³.

Le journaliste de sport dans sa majorité résiste au beau style et à l'esthétique. Cela s'explique notamment par une observation fine de la sociologie du métier, et rappelée par Gérard Derèze (2011). Pourquoi les candidats aux formations en journalisme sont-ils de plus en plus nombreux à choisir d'emblée l'exclusivité sportive avant de penser à embrasser la profession dans sa généralité¹⁴ ? Quels sont les parcours empruntés, qu'ils soient académiques ou non ?

Ce resserrement du champ des compétences focalise principalement sur la séduction que génère la représentation préalable que ces jeunes étudiants se font de la fonction : l'attractivité est indéniable et se comprend comme un repli narcissique qui célèbre l'expression du ressenti personnel comme qualité première du journaliste de sport. Sans être polémique, insistons sur le fait que le sport si populaire soit-il, s'adresse à un public hétérogène et surtout actif qui collabore à la construction de l'information.

Or, pour analyser et approcher une certaine justesse, il est nécessaire tout autant de maîtriser les outils de mise en forme que de mobiliser des références extérieures qu'un tunnel de spécialisation empêche de rencontrer. Pour aller plus en avant, ajoutons que la force du journaliste de sport serait de penser contre soi : son attachement identitaire à une équipe, à un athlète, voire à son institution quand cela était possible, etc. C'est l'une des tâches que s'était évertué à engager la direction de *L'Équipe* suite aux remous occasionnés par l'affaire Aimé Jacquet en 1998¹⁵.

En 2000, un groupe de travail composé d'universitaires – dont certains collaborent à cette revue – et de journalistes étaient chargés de réfléchir à une charte rédactionnelle pour le quotidien. Parmi les articles retenus, d'une part les missions : « *Décrypter et donner du sens à l'actualité sportive, du simple jeu aux enjeux les plus complexes, au nom de notre expertise et de notre spécificité journalistique et en toute indépendance vis-à-vis des pouvoirs, qu'ils soient politiques, économique ou sportifs* », et d'autre part, les devoirs rédactionnels suivants : « *Raconter le sport [...] Disséquer les faits et les gestes sportifs [...] Mener un travail d'investigation et réfléchir sur l'évolution du sport [...] Donner du souffle à l'exploit sportif* ».

Une passion mal étreinte

Pour terminer, de quoi s'agit-il dans cette étude sinon de proposer de réunir les conditions pour exercer le métier de journaliste de sport avec une liberté, un plaisir et une subjectivité assumée (distance, style, impartialité, justesse et créativité). Si l'individualisme est un trait essentiel de l'information spectacle – être et devenir fameux –, il se réalise pleinement en s'extrayant de la représentation préalable de ce que les acteurs eux-mêmes

s'en font. C'est avant tout une question de tradition. Jean-François Renault affirmait qu'« *un Anglais va au théâtre et au football, un Français non* ». C'est sans doute moins tranché aujourd'hui. Cependant, La France, pour prendre ce cas précis, est en retard d'une culture en ne parvenant pas à prendre au sérieux le sport au même titre que la politique ou les arts. Hormis des exemples comme *Desports*, *So Foot* ou *Les Cahiers du football* où l'on lit « *le sentiment commun selon lequel des actes éminemment personnels, subjectifs et libres sont possibles* » (Lemieux, 2010), l'exercice de la profession est contraint par des mécaniques de déterminations et d'interdépendances qui pressent au conformisme. Celui-ci étant moins flagrant dans la presse écrite – le monopole de *L'Équipe* oblige –, que dans les médias audiovisuels. En effet, les dispositifs radiophoniques de multiplex lors des journées de championnat de France de football sont identiques, quelle que soit la station, de même pour la similarité des réalisations télévisuelles illustrées par les transferts de compétences d'une chaîne à une autre (Canal+ et beIn Sport, tant pour les journalistes que pour les réalisateurs).

Dans le champ des médias, les journalistes de sport agiraient donc comme des « flibustiers ». Le « *principe de ductilité* » défendu par Benoît Grevisse (2011) correspond à cette faculté de s'adapter (l'appropriation rapide du champ du sport déjà familiarisé par une consommation intense) et d'éprouver la limite (de l'étirement sans rupture avec l'éthique du métier tant dans les comportements, les liens ambigus avec les institutions que dans la proximité avec les sujets traités). En effet, l'expérimentation journalistique de sport requalifie en permanence les pratiques globales et conservatrices toujours en cours dans les rubriques légitimées. Il n'est donc pas surprenant que le service des sports occupe une place à part dans toute rédaction. Il ne s'agit pas là comme nous pouvons l'imaginer d'un « retour des barbares » habités par l'idée de casser avec violence les codes existants, mais davantage de les inventer en fonction des mouvements du terrain et d'y instaurer de nouveaux cadres flexibles. Rappelons que le direct est constitutif du journalisme de sport, mêlant des commentaires tant sur la technique de mise en forme (la fascination technologique) que la mise en circulation de l'information.

Le journalisme de sport se caractérise donc par une grande adaptabilité, et une recherche de lien profond avec le public. Ainsi, l'enjeu fondamental que sont la fiabilité de l'information fondée sur l'enquête et le recoupement des sources ne s'adapte pas forcément à la temporalité du journaliste de sport. Selon la typologie de Daniel Cornu (2009), ses rôles pencheraient davantage vers l'interprétation qu'il incarne de sa visibilité et la narration qui place le sport dans la

complexité excessive de l'exhibition technologique. Rappporter des faits en cours de constitution est la qualité première du journalisme de sport tel qu'il est célébré par l'opinion publique.

Au final, et malgré les apparences d'expérimentations et d'inventions permanentes, le journalisme de sport reste un flot de conservatisme qui résiste au changement et participe à provoquer un certain désenchantement progressif de l'opinion publique pour le sport. Cependant, cette étude vise aussi à réfléchir à un angle optimiste qui militerait pour que le sport invite à un journalisme de « l'entrebâillement [ou du] scintillement [de] la mise en scène d'une apparition-disparition [et ne privilégierait pas seulement] les lieux brûlants de l'anecdote [où] l'idéologie et l'imaginaire pénètrent à grands flots » (Barthes, 1973, p.19-25) ■

Notes

1. « Le sport : phénomène de société », *Humanisme*, n° 231, décembre 1996.
2. Union syndicale des journalistes sportifs français créée en 1958. À cette époque, les journalistes de sport étaient moins bien rémunérés que leurs confrères d'autres spécialités.
3. Le terme est emprunté à Michel Caillat, *Libération* du 9 septembre 2003.
4. Lire également « une production du sacré hors de la religion », *Le Nouvel Observateur*, octobre/novembre 2005.
5. Le 12 avril 2006, la création radiophonique de France Culture, *Le Service des Sports* posait la question : *Qu'est-ce qu'un journaliste de sport ?* Autour du producteur Xavier de la Porte, le débat rassemblait les universitaires Cyril Lemieux et Fabien Wille, ainsi que les journalistes Marc Vermont (*France Télévision*), Pierre Ballester, Éric Maitrot, Stéphane Mandard (*Le Monde*) et Pierre Peyronnet.
6. Ce sont pour la France (*L'Équipe*), pour l'Italie (*Gazzetta dello Sport*, *Tuttosport*, *Corriere dello Sport-Stadio*), pour l'Espagne (*Marca* et *As*), enfin pour le Portugal (*A Bola*).
7. Sur trois jours, les Unes de *L'Équipe* ont suscité un vif débat au sein même de la profession et dans l'opinion publique à propos du traitement journalistique de l'altercation « de vestiaire » entre le sélectionneur Raymond Domenech et le joueur Nicolas Anelka. Des titres provocateurs : « *Va te faire enculer, fils de pute* » (19 juin), « *Surréaliste* » (20 juin) et « *la France en car !* » (21 juin).
8. En 2006, les bons résultats de l'équipe de France de football lors de la coupe du monde en Allemagne a rassemblé 2,4 millions de lecteurs de *L'Équipe*. Le quotidien devient, durant cette période, le quotidien le plus lu en France.
9. Voir le supplément média du *Monde* (6-7 juin 2010).
10. En dehors de toute revendication morale ou hypermorale auquel le monde du sport est excessivement associé.
11. Les dispositifs de débats se sont multipliés ces dernières années (Canal+, Eurosport, beIn Sport, L'EquipeTV, RMC, Europe1, RTL, etc.). Voir notre contribution à l'analyse de ce phénomène (Diana, 2007).

12. « *La chronique sportive et son importance sur la diffusion d'un journal* », conférence donnée le 24 novembre 1951 au siège de *La Meuse*, Liège (Belgique).
13. À *L'Équipe*, un article doit passer par 7 niveaux de relecture et de correction avant d'être publié.
14. Selon une approche identique, les mémoires de *master* en information et communication saisissant le traitement médiatique ou journalistique du sport sont rarement satisfaisants. Les lacunes en histoire ou en culture sont importantes.
15. Lire l'ouvrage de Vincent Duluc, 2008, *L'affaire Jacquet*, Paris, Éditions Prolongations.

Références bibliographiques

- BARTHES Roland (1973), *Le plaisir du texte*, Paris, Éditions du Seuil, 105 p.
- CORNU Daniel (2004), « Les mots de la vérité », Lille, *Les Cahiers du journalisme*, n°13, printemps, p. 108-115
- CORNU Daniel (2009), *Journalisme et vérité, l'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, Genève, Labor et Fides, coll. « Le champ éthique », n°27, 510 p.
- DERÈZE Gérard (2011), *Méthodes empiriques en recherche en communication*, Bruxelles, Éditions De Boeck Université, 256 p.
- DIANA Jean-François (2007), « Expertise d'un dispositif télévisuel de paroles de sport: Tant de Paroles (Eurosport France) », *Mots. Les langages du politique*, n°84, p. 23-34.
- DIETSCHY Paul (2013), « Raconter la guerre, faire renaître le sport : les dilemmes de la presse sportive pendant la Grande Guerre », dans DIANA Jean-François (dir.), *Spectacles sportifs, dispositifs d'écritures*, PUN - Éditions universitaires de Lorraine, 358 p.
- DOMECQ Jean-Philippe (1994), *Ce que nous dit la vitesse*, Paris, Quai Voltaire, 148 p.
- EHRENBERG Alain (1991), *Le Culte de la performance*, Paris, Calmann-Lévy, 323 p.
- GAUTHIER Gilles (2004), « Journalisme et réalité : l'argument constructiviste », *Communication et langages*, n°139, p. 17-25.
- GREVISSE Benoît (2010), *Déontologie du journalisme. Enjeux éthiques et identités professionnelles*, Bruxelles, Éditions De Boeck Université, 296 p.
- HEBDING Rémy (1994), « Réflexions d'un praticien. À propos du livre de Daniel Cornu », *Autres Temps. Cahiers d'éthique sociale et politique*, n°44, p. 16-19.
- HUITOREL Jean-Marc (2005), *La Beauté du geste. L'art contemporain et le sport*, Paris, Éditions du Regard, 250 p.
- JEU Bernard (1973), « La contre-société sportive et ses contradictions », *Esprit*, n°10, p. 385-396.
- LEMIEUX Cyril (dir.) (2010), *La subjectivité journalistique. Onze leçons sur le rôle de l'individualité dans la production de l'information*, Paris, Éditions de l'EHESS, 315 p.
- SCHUDSON Michael (1978), *Discovering The News. A Social History Of American Newspapers*, New York, Basic Books, 228 p.
- YONET Paul (2004), *Huit leçons sur le sport*, Paris, Gallimard, 250 p.