

Introduction

« C'est une passion. C'est-à-dire que j'ai fait Sciences Po parce que je voulais faire le CFJ. Je voulais travailler dans le journalisme sportif. C'est un truc d'enfance parce que j'ai toujours adoré ça. Je fais ça avec extraordinairement de sérieux même si c'est totalement futile. Il faut le savoir. À côté de ce qui se passe en éco, en politique, je considère ça comme totalement futile mais à prendre au sérieux. C'est comme le cinéma, ça a de l'importance dans la vie des gens comme loisir. Il ne faut pas en faire ce que ça n'est pas. »

(Entretien avec Jean-Philippe, 50 ans, journaliste à *L'Équipe*, diplômé de Sciences Po Paris et du Centre de formation des journalistes, 2010.)

« Je conçois encore le journalisme comme un vrai partage. Quand je vais quelque part je ressens le besoin d'appeler les deux-trois personnes que j'aime bien, mon père... pour partager les moments que j'ai vécus [...] Il faut bien dire que dans la presse sportive, à 99 %, tu donnes le positif, tu donnes le bon côté des choses. Tu as quand même tendance à sublimer le truc. Ou, en tout cas, sans le sublimer, à en donner le bon aspect. »

(Entretien avec Jacques, 55 ans, journaliste à *L'Équipe*, titulaire du baccalauréat, 2010.)

Jean-Philippe, diplômé de prestigieuses écoles supérieures, et Jacques¹, entré dans le métier avec le baccalauréat, occupent de hautes fonctions au sein de la rédaction de *L'Équipe*, qui est devenue progressivement depuis la fin des années 1940 une institution du journalisme sportif et de la presse en France. Tous deux définissent le sport comme un spectacle dont ils auraient tendance, par passion, à faire la promotion. Leurs propos font écho à certains titres de « Une » de leur journal : « Fabuleux ! » « Géant ! », « Monumental ! », « Historique ! », « Magique ! ». Ils entrent également en résonance avec l'enthousiasme des commentateurs de télévision, particulièrement exacerbé lorsque les sportifs français sont en lice. Les vingt millions de téléspectateurs ayant suivi sur TF1 la finale de la Coupe du monde de football en 1998 ont ainsi entendu l'emballement de Thierry Roland, figure du commentaire sportif (radiophonique puis télévisé) :

1. L'anonymat est ici préservé, notamment en enlevant les noms propres et en changeant les prénoms des enquêtés. Il a été levé uniquement lorsque nous évoquons des journalistes particulièrement médiatisés, pour lesquels il serait vain de proposer un pseudonyme.

« Et c'est fini! L'équipe de France est championne du monde! Vous le croyez ça? L'équipe de France est championne du monde en battant le Brésil 3-0. Deux buts de Zidane, un but de Petit. Je crois qu'après avoir vu ça, on peut mourir tranquille! Enfin, le plus tard possible. Mais on peut. Ah! c'est superbe! Quel pied! Ah quel pied! Oh putain! Oh la la la la la! Oh! Oh c'est pas vrai! Oh c'est pas vrai! »

Selon le sens commun, le journalisme sportif serait caractérisé, entre autres, par la connivence et un engagement vulgaire. Il serait une spécialité impure en rupture avec les idéaux professionnels que constitueraient la distanciation et l'esprit critique². C'est ainsi que l'image sociale du supporter, du « beauf » populiste, sexiste et raciste est parfois accolée au journaliste sportif³. Ce livre entend déconstruire ces représentations à partir d'une sociologie des journalistes sportifs dont le but est de saisir, dans une démarche compréhensive, la pluralité des logiques qui déterminent ce groupe professionnel et ses pratiques.

D'une certaine manière, il s'agit de se demander s'ils sont des journalistes, littéralement, « sportifs », c'est-à-dire proches, symboliquement, et économiquement, de l'espace social dont ils traitent. Des journalistes qui (se) seraient « pris au jeu », et s'exposant alors à la critique, ou plutôt des journalistes « de sport » soucieux de leur « indépendance ». Cet ouvrage pose la question de leur autonomie et de leurs interdépendances, contribuant ainsi à l'analyse de la diversité de l'espace journalistique et des différentes formes de légitimité en son sein. Plus précisément, il s'agit d'étudier les journalistes sportifs en tant que groupe relativement autonome, différencié, avec sa propre histoire, caractérisé par les relations nouées avec les champs sportif et économique. Dans le même temps, il faut être attentif à déspecifier ces agents sociaux et à les situer dans un espace plus large, à savoir le champ journalistique en tant qu'espace structuré et structurant les pratiques et les représentations. Cette double focale lève le voile sur ces spécialistes⁴ pris dans des enjeux médiatiques, économiques (voire même politiques) majeurs, faisant fortement douter de la « futilité » de leur mission sociale.

Pour une histoire de la spécialité

Les sciences sociales nourrissent indirectement cette doxa qui fait du journalisme sportif un sous-journalisme. En effet, la sociologie du journalisme et des médias s'est désintéressée de cet objet de recherche⁵ privilégiant, pendant

2. Pour un exemple de dénonciation, voir GARCIA David, *La face cachée de L'Équipe*, Paris, Danger public, 2008.

3. Le service des Sports de France Télévisions, particulièrement exposé lors des grandes compétitions sportives, fait l'objet d'une surveillance particulière et de virulentes critiques par les sites internet effectuant de la veille médiatique. Voir par exemple, « JO 2016 : la contre-performance des commentateurs de France Télévisions », *LeMonde.fr*, publié le 9 août 2016, consulté le 23 octobre 2017.

4. Les institutions de recensement ne fournissent pas de chiffres par spécialités. D'après l'Union des journalistes de sport en France (UJSF) à laquelle adhèrent 3 100 journalistes, les spécialistes de sport seraient entre 3500 et 4000, soit environ 10 % de la population globale en 2010. 35 928 cartes de presse ont été distribuées en 2015 selon la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP).

5. Des travaux menés à la fin des années 1990 sur les transformations contemporaines du journalisme sportif font exception : MARCHETTI Dominique, « Le football saisi par les médias », *Sociétés et Représentations*, n° 7,

longtemps, l'étude de son « élite » professionnelle, incarnée notamment par le journalisme politique⁶. En optant pour une approche « par le bas⁷ », c'est-à-dire par un sous-espace *a priori* peu prestigieux, ce livre prolonge une tradition de travaux abordant le journalisme à partir de ses spécialités⁸. Cette « pensée par cas » est féconde pour accéder à la connaissance du général à condition de s'ancrer dans un cadre conceptuel et de confronter le cas en questions à des situations analogues⁹. C'est pourquoi nous prenons appui sur cette littérature pour réencastrer la spécialité dans l'univers professionnel et désingulariser le journalisme sportif en mettant en lumière les homologues avec d'autres microcosmes. Ces sous-champs spécialisés du journalisme, sont traversés par des logiques similaires (recherche du scoop, dépendance aux sources d'informations officielles, précarisation des conditions de travail, etc.), du fait de leur appartenance à un même espace professionnel, le champ journalistique, lui-même soumis à des pressions externes très fortes (économiques, politiques, etc.)¹⁰. La comparaison a cette vertu de rappeler une évidence : les journalistes sont structurellement dominés au regard des multiples contraintes qui pèsent sur eux (à des degrés variables selon leurs positions dans le champ : télévision/presse ; presse spécialisée/presse généraliste ; médias de grande diffusion/médias dits de référence, etc.)¹¹. Ce constat général ne doit cependant pas ignorer les particularismes locaux. De nombreux journalistes sportifs rencontrés, notamment les plus âgés, se sentent particulièrement disqualifiés au sein de la profession.

« Le journaliste sportif c'est un peu un sous-journaliste. Je ne pense pas que ça ait évolué ça [...] Mais la profession en elle-même, même en interne dans les canards, les journalistes de sport c'est un peu... Ici [ndla : *Le Parisien*], ils n'osent pas trop le dire car ils savent que les ventes sont souvent dues au sport. Mais c'est

1998, p. 309-331 ; DARGÈLOS Bertrand et MARCHETTI Dominique, « Les "professionnels" de l'information sportive. Entre exigences professionnelles et contraintes économiques », *Regards sociologiques*, n° 20, 2000, p. 67-87. On renvoie également aux travaux de Lucie Schoch interrogée avant tout les inégalités sexuées en Suisse : cf. par exemple SCHOCH Lucie, « La gestion des temps professionnels du journalisme. Le genre des rubriques sportives », *Sociétés contemporaines*, n° 106, 2017, p. 73-97. La littérature anglo-saxonne est beaucoup plus fournie du fait, notamment, de l'existence d'un grand nombre de lieux de publications spécifiques sur les médias et sur le sport. Voir parmi d'autres, ROWE David, *Sport, Culture and the Media. The Unholy Trinity*, Buckingham, Open University Press, 1999 ; BOYLE Raymond, *Sports Journalism. Context and Issues*, Los Angeles, Sage, 2010 (reprint).

6. Pour un aperçu de cette littérature, voir KACIAF Nicolas, *Les pages « Politique ». Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013, p. 13-27.
7. Pour un exemple portant sur les journalistes sociaux, voir LÉVÊQUE Sandrine, « Analyser la profession journalistique "par le bas". La professionnalisation journalistique à l'épreuve de la sociologie interactionniste des professions », in Jean-Baptiste LEGAVRE (dir.), *La presse écrite : objets délaissés*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 15-27.
8. Voir notamment DUVAL Julien, *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil, 2004 ; MARCHETTI Dominique, *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2010.
9. PASSERON Jean-Claude, « Penser par cas. Raisonner à partir de singularités », in Jean-Claude PASSERON et Jacques REVEL (dir.), *Penser par cas*, Paris, EHESS, 2005, p. 9-44.
10. MARCHETTI Dominique, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, n° 111, 2002, p. 22-55.
11. Pour un cas analogue FLOCCO Gaëtan, *Des dominants très dominés. Pourquoi les cadres acceptent leur servitude*, Paris, Raisons d'agir, 2015.

vrai qu'il y a une considération plus basse pour la profession, pour le journalisme sportif c'est sûr. » (Entretien, 2010.)

Ce témoignage prend encore plus de sens lorsqu'on rappelle la suppression en 2010 de la rubrique des Sports du journal *Le Monde*. Cette décision illustre les résistances à traiter du sport dans les médias de référence en France. Il participerait, au même titre que les faits-divers, au déclin et à la dépolitisation de l'information et nuirait, de ce fait, au capital symbolique du média. Il serait le « *toy department*¹² » au sein des rédactions. On peut aussi y voir un mépris de classe, un rejet d'une pratique de masse tardant à se diffuser en France¹³, encore trop éloignée de la culture légitime des classes dominantes¹⁴. Cette hiérarchie, instituée dès l'école¹⁵, placerait le sport, tout du moins les plus populaires d'entre eux, en bas de l'échelle des pratiques culturelles.

Sans nier ces classements sociaux¹⁶, il ne s'agit pas non plus de les reprendre *a priori* mais bien d'en étudier les fondements en faisant un détour par l'histoire¹⁷. C'est pourquoi la première partie de ce livre porte sur la genèse de cette spécialité¹⁸. Les associations catégorielles, et plus particulièrement l'Union syndicale des journalistes sportifs en France (USJSF), devenu l'UJSF¹⁹, constituent un terrain fécond pour observer le groupe et le travail de définition opéré par ses porte-parole²⁰. À partir de la fin des années 1950, les entrepreneurs du groupe, malgré l'hétérogénéité interne, exercent un certain contrôle sur les professionnels et ce jusque dans les années 1980 (et l'élargissement du groupe sous l'effet du développement des médias audiovisuels). Les dirigeants, occupant des positions dominantes dans le sous-espace professionnel, se constituent en groupe de pressions pour délimiter leur territoire (gestion des tribunes de presse, exclusion

12. ROWE David, « Sports journalism. Still the "toy department" of the news media? », *Journalism*, vol. 8, 2007, p. 385-405.

13. La relégation du sport est expliquée par des configurations nationales singulières produisant des hiérarchies différenciées. Elles sont, par exemple, à l'origine de la plus grande considération faite à la discipline dans le système scolaire américain ou de l'illégitimité du football en France en comparaison à l'Italie. Voir par exemple, ARCHAMBAULT Fabien, BEAUD Stéphane et GASPARINI Wiliam (dir.), *Le football des nations. Des terrains de jeu aux communautés imaginés*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2016.

14. BOURDIEU Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

15. Marginalisés au sein de leur espace de travail, les professeurs d'Éducation physique et sportive subissent régulièrement de la part des collègues, élèves et parents des « rappels ordinaires à l'ordre scolaire ». SÉBILEAU Arnaud, « Le monopole professoral en question. Le cas de l'éducation physique et sportive en France », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 188, 2011, p. 70-83.

16. De même, les médecins du sport sont disqualifiés dans leur espace professionnel. VIAUD Baptiste, « Panser les deux mondes : médecines et sports, entre principes hippocratiques et performances », thèse de sociologie sous la direction de Charles Suaud et Bruno Papin, université de Nantes, 2009.

17. BUTON François et MARIOT Nicolas, « Surmonter la distance. Ce que la socio-histoire doit aux sciences sociales », in François BUTON et Nicolas MARIOT (dir.), *Pratiques et méthodes de la socio-histoire*, Paris, Presses universitaires de France, 2009.

18. Dans cette même perspective, LÉVÊQUE Sandrine, *Les journalistes sociaux. Histoire et sociologie d'une spécialité journalistique*, Rennes, Presse universitaires de Rennes, 2000.

19. Pour des questions de lisibilité, nous conserverons l'acronyme USJSF.

20. La démarche employée s'inspire de Luc Boltanski lorsqu'il analyse le groupe des cadres à partir du « système des relations que (la catégorie) entretient aux autres groupes, mais aussi les trajectoires sociales des agents qui s'en réclament et les représentations qu'ils ont d'eux-mêmes et de leur appartenance sociale ». BOLTANSKI Luc, *Les cadres. La formation d'un groupe social*, Paris, Éditions de Minuit, 1982, p. 51.

des « non-professionnels »). Ces luttes s'accompagnent d'un discours de (re) valorisation de la spécialité et d'appartenance au monde du journalisme. Par exemple, le patronyme « Journalistes sportifs » est mis à distance pour privilégier celui de « Journalistes de sport » et se conformer (très) symboliquement aux revendications d'autonomie portées le Syndicat national des journalistes (SNJ) dans l'après-guerre²¹. Pourtant, les porte-parole, multipositionnés au sein des espaces sportif et médiatique, résistent dans le même temps à l'autonomisation et entretiennent stratégiquement une proximité. Ils préservent leurs intérêts en confortant les relations économiques et sociales nouées avec le monde sportif depuis la fin du XIX^e siècle. La devise de l'USJSF, inchangée encore aujourd'hui, est à cet égard éloquent : « Le journalisme sportif est un journalisme comme les autres, mais pas tout à fait comme les autres ».

Le travail de représentation des différentes associations catégorielles fonctionne comme une entreprise de définition et d'inculcation d'une culture commune, de normes collectives, de catégories de perception qui consolident et naturalisent les liens d'interdépendances²². Ce processus de construction spécifique, à rebours de celui du monde journalistique de l'après-guerre²³, engendre alors du « mimétisme institutionnel » et des « effets d'ornière²⁴ » qui pèsent sur le présent. Héritage du passé, l'économie médiatico-sportive, et les représentations symboliques qui la font tenir, déterminent grandement les logiques du journalisme sportif contemporain.

Penser l'emprise économique, éviter l'« économicisme »

À partir des années 1980-1990, l'avènement des chaînes de télévision privées et la diffusion du marketing dans la presse écrite restructurent l'espace médiatique français, cette nouvelle configuration bénéficiant à la diffusion du sport. Le champ journalistique, à mesure que son pôle commercial se renforce, consacre

21. RUELLAN Denis, *Les « pros » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1997.

22. Nous suivons Jérémie Nollet et Ivan Chupin qui, dans leur plaidoyer « pour une sociologie historique des interdépendances du journalisme à d'autres univers sociaux », écrivent que « pour comprendre le "poids" social des journalistes, et son évolution, il faudrait donc faire l'histoire des relations qui lient le journalisme à d'autres espaces sociaux, et de la manière dont elles jouent dans des pratiques professionnelles. En d'autres termes, il faudrait pouvoir reconstituer l'évolution des dépendances multiples et complexes dans lesquelles est pris le journaliste, ou plutôt chaque journaliste puisqu'à la variété du métier de journaliste évoquée plus haut correspond une variété des dépendances ». NOLLET Jérémie et CHUPIN Ivan, « Jalons pour une sociologie historique des interdépendances du journalisme à d'autres univers sociaux », in Ivan CHUPIN et Jérémie NOLLET (dir.), *Journalisme et dépendances*, Paris, L'Harmattan, 2006, p. 32-33.

23. Cet ouvrage rappelle à quel point le « journaliste désengagé » constitue un « mythe professionnel qui a trouvé écho dans les sciences sociales, pour lesquelles les processus de professionnalisation journalistique ont souvent été synonymes d'autonomisation et de dépolitisation ». LÉVÊQUE Sandrine, « Introduction », in Sandrine LÉVÊQUE et Denis RUELLAN (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2010, p. 11.

24. LAGROYE Jacques et OFFERLÉ Michel, « Débat en forme de conclusion et d'ouverture. Perspectives de la sociologie des institutions » (avec Vincent Dubois, Jean-Michel Eyméri-Douzans, Bastien François et Olivier Nay), in Jacques LAGROYE et Michel OFFERLÉ (dir.), *Sociologie de l'institution*, Paris, Belin, 2011, p. 293-326.

les producteurs de l'information sportive. Plutôt que d'écrire une histoire « populiste » de dominés devenus dominants, il faudrait plutôt y voir l'emprise d'un journalisme de marché fortement hétéronome, ajusté aux profits attendus par les médias de grande diffusion²⁵, c'est-à-dire un segment professionnel réglé par une raison économique réduisant largement le sport au football au nom de sa popularité. Surtout, le sport est médiatiquement simplifié à un spectacle et à son pendant, la compétition, de la même manière que le traitement de la politique reprend de plus en plus les codes du divertissement²⁶. Ainsi, cette efficacité commerciale du sport ne fait que consolider les liens historiques avec le monde sportif. Jacques Goddet, premier directeur (1946-1984) de *L'Équipe*, évoque lui-même dans ses mémoires cette loi fondamentale du journalisme sportif : « Servir le sport ? C'est commencer par servir notre cause, n'est-ce pas²⁷ ? » Instituée par les pionniers, la fabrique des champions et des « valeurs du sport » (éducation, intégration, cohésion nationale...) est un moyen de s'ajuster pragmatiquement aux attentes (supposées) du public pour mieux vendre. Plutôt que de prendre au sérieux les discours (médiatiques) apologétiques faisant exister des fonctions sociales du sport (par exemple, la France « black-blanc-beur » de 1998), il s'agit comme Pierre Bourdieu de poser la question : « au lieu de m'interroger sur l'existence d'"intérêts universels", je demanderai : qui a intérêt à l'universel²⁸ ? » En regardant de près les meilleures ventes de *L'Équipe*, il apparaît que « l'universel » est en partie commercial. Les sept meilleures ventes ont lieu le lendemain de matchs de l'équipe de France de football lors de compétitions internationales officielles. Huitième de ce palmarès, la victoire du boxeur français Marcel Cerdan lors du championnat du monde de 1948 rompt l'hégémonie du football tout en confirmant une règle dans ce milieu : le suivi(sme) des compétitions et la mise en scène du spectacle sont plus rentables que l'investigation et la révélation de la face cachée. Cette loi économique tacite a comme conséquence d'invisibiliser les effets pervers du néolibéralisme dans le domaine sportif : dopage, précarité de la grande majorité des sportifs de haut-niveau, commerce de joueurs dès leur plus âge, etc.²⁹.

La dépendance économique se caractérise par la très forte emprise exercée par le calendrier sportif sur la temporalité journalistique. Plus encore, elle s'institue dans des rapports commerciaux. Ceux-ci se sont noués dès la fin du XIX^e siècle lorsque des journaux organisent les premières compétitions sportives dans le but de faire de l'autopromotion, d'attirer les annonceurs, et de produire leur propre matière (par exemple, le quotidien sportif *L'Auto*, ancêtre de *L'Équipe*, créé, entre autres, le Tour de France cycliste en 1903). Le sport télévisé repose grandement

25. Pour des résultats similaires en dehors du cas français, voir ENGLISH Peter, « Mapping the sports journalism field: Bourdieu and broadsheet newrooms », *Journalism*, vol. 17, 2015, p. 1001-1017.

26. LE GRIGNOU Brigitte et NEVEU Erik, « Intimités publiques. Les dynamiques de la politique à la télévision », *Revue française de science politique*, n° 6, 1993, p. 940-969.

27. GODDET Jacques, *L'Équipée belle*, Paris, Robert Laffont, 1991, p. 227.

28. BOURDIEU Pierre, *Choses dites*, Paris, Éditions de Minuit, 1987, p. 198.

29. GASPARIINI Wiliam et KOEBEL Michel (dir.), « La double réalité du monde sportif », *Savoir/Agir*, n° 15, 2011.

sur cette même logique sous une autre forme, celle des contrats passés entre les grandes chaînes de télévision, s'offrant l'exclusivité de la retransmission des compétitions, et les institutions sportives. Cette relation, et les conflits d'intérêts qu'elle induit, explique les grandes tendances de la médiatisation du sport, à savoir la spectacularisation, la promotion d'un produit acheté chèrement, et la relégation à la marge des registres critiques sur le sport. Cette emprise du spectacle sportif sur le journalisme est beaucoup moins forte là où est les échanges commerciaux sont (quasi) inexistants, là où le sport est moins stratégique, à savoir dans la presse généraliste dite de référence. Par exemple, au *Monde*, le service Sports, souvent un simple passage dans la carrière au sein de la rédaction, est un lieu où le journalisme est, le plus souvent, pensé sur le mode de l'enquête. En opposition avec le traitement orthodoxe du sport tel qu'il est proposé dans les médias de grande diffusion, à commencer par *L'Équipe* (souvent cité comme un modèle-repoussoir), quelques journalistes du *Monde* sont en première ligne dans le dévoilement des cas de dopage, notamment dans le cyclisme à partir de la fin des années 1990, ou dans la révélation des cas récents de corruption à la Fédération internationale de football (FIFA). Il faut donc souligner la diversité des journalismes sportifs et l'existence de multiples stratégies de distinction déployées pour faire face au poids fonctionnel des médias commerciaux et plus encore de la télévision. S'attarder ainsi sur les principes généraux de différenciation et de domination (télévision/presse écrite, presse de grande diffusion/presse dite de référence, médias spécialisés/médias généralistes...) protège contre la tentation d'homogénéiser ce groupe et d'appréhender les journalistes tels des *homo oeconomicus* interchangeables aux dispositions strictement calculatrices³⁰. En effet, de nombreuses études sur les espaces de production de biens culturels empruntent ce « biais économiciste », ne voyant pas l'hétérogénéité des espaces sociaux, occultant « les régions du champ les plus fortement tournées vers la valorisation symbolique³¹ ». Une erreur d'autant plus fâcheuse que les pôles du journalisme – l'un composé par les médias de grande diffusion, « grand public », et l'autre par les médias dits de référence, à la recherche de la consécration professionnelle – sans remettre totalement en cause leur stabilité, tendent à se rapprocher³². Pour preuve, le 10 janvier 2015, quelques minutes après un match de football diffusé sur Canal Plus, Christophe Dugarry, ancien footballeur professionnel et consultant de la chaîne, déclare en direct sur le plateau d'un

30. CONVERT Bernard, DUCOURANT Hélène et ÉLOIRE Fabien, « Faire de la sociologie économique avec Pierre Bourdieu », *Revue française de socio-économie*, n° 13, 2014, p. 9-22.

31. DUVAL Julien, « Critique d'une analyse économique du cinéma », *Revue française de socio-économie*, n° 10, 2012, p. 137-153.

32. Dans son dernier ouvrage, synthèse de ses travaux, Patrick Champagne doute de la structuration duale du champ journalistique : « Pendant longtemps, il a existé une séparation entre cette grande presse populaire et la presse dite "sérieuse" qui venait principalement alimenter les débats publics. On peut se demander si cette opposition entre un journalisme de l'offre et un journalisme de la demande est encore pertinente aujourd'hui. Le poids croissant des médias audiovisuels dans la production de l'information dominante pourrait bien contribuer à faire sauter cette frontière entre ces deux types de presse et à modifier de ce fait la logique des débats publics ainsi que l'économie qui régit le marché des opinions. » CHAMPAGNE Patrick, *La double dépendance. Sur le journalisme*, Paris, Raisons d'agir, 2016, p. 89.

talk-show sportif : « C'était horrible! Honteux! Ce n'est pas possible de faire ça à domicile. Des matchs, on en gagne, on en perd, mais qu'au moins on prenne du plaisir! » Cette dénonciation de la médiocrité du spectacle pourrait paraître d'autant plus surprenante qu'elle survient sur une chaîne de télévision qui a investi 540 millions d'euros pour la période 2016-2020 afin d'obtenir l'exclusivité du championnat de France de football. Bien qu'elle puisse aussi s'expliquer par la spectacularisation de la télévision et des prises de positions, dans un contexte où les reprises sont autant de publicités, cette tendance critique, aussi générale que récente, met malgré tout à mal l'idée d'une censure économique écrasante.

Ces nouveaux registres d'intervention trouvent l'une de leurs origines dans la restructuration de l'espace médiatique. L'intensification de la compétition entre médias (arrivée de BeIn Sports, chaîne sportive en continu, dont les ressources économiques, issues du Qatar, dérèglent le marché des retransmissions sportives) engendre un recours massif aux consultants, en tant que stratégie de dépassement de la concurrence. Ces experts, relativement autonomes, déploient un ton plus irrévérencieux lors des directs, et autres émissions de débats se multipliant dans les médias de grande diffusion (RMC en a fait le cœur de son développement commercial depuis le début des années 2000). En lien avec l'arrivée de nouveaux profils journalistiques, ces changements révèlent des logiques de distinction et des rapports de forces entre médias.

Cet ouvrage analyse donc les recompositions du métier lui-même à partir des années 1980, et notamment la manière dont les médias audiovisuels transforment cet espace professionnel. Nous rendrons compte de la pluralité des modèles d'excellence, indiquant des degrés variables d'autonomie et des visions du métier parfois antagonistes. Sans aller jusqu'à cartographier l'ensemble de l'univers du journalisme sportif, dont les frontières sont contestées par le développement de l'information en ligne et le journalisme amateur opérant sur les blogs, il s'agit de cerner à grands traits ses propriétés pertinentes pour rendre intelligibles les modes de (re)production de l'information dominante, à commencer par celle sur le football, et sa contestation relative par des registres alternatifs.

Une sociologie du travail journalistique

Réfléchir aux conduites en réifiant la rationalité économique des agents sociaux empêcherait également de comprendre la multitude des contraintes qui détermine la production journalistique, dans et en dehors des salles de rédaction. Lorsque les journalistes de *L'Équipe* prononcent des sentences, que soit en rédigeant le compte rendu d'un match de football, ou en notant les joueurs, il faut y voir le pouvoir caractéristique du champ journalistique, à savoir de peser sur les autres espaces sociaux, en l'occurrence ici, un pouvoir symbolique de faire et de défaire les réputations, voire même de nuire à l'organisation interne du

sport professionnel³³. On peut penser ici à la révélation en « Une » de *L'Équipe*, en 2010, d'une insulte proférée par un joueur de l'équipe de France de football, Nicolas Anelka, à son entraîneur, Raymond Domenech, dans l'intimité du groupe sportif lors de la Coupe du monde. Ce titre, point de départ d'une crise moins sportive que politique, donnant lieu à l'intervention du président de la République³⁴, est symptomatique de changements majeurs. Ce type de choix éditoriaux est le produit des transformations des conditions de travail au sein des rédactions (« commandes » faites aux reporters, poids des normes imposées par le marketing, concurrence des médias en ligne, etc.) mais aussi, sur le terrain, dans les relations ordinaires aux sources les plus directes (joueurs, entraîneurs, dirigeants), caractérisées par une distance physique (montée des dispositifs d'évitement des journalistes) et parfois symbolique³⁵. Ce travail objective ces transformations en se plaçant au plus près des journalistes sportifs, c'est-à-dire en observant la manière dont les contextes de travail transforment le métier et les critères d'excellence. Les injonctions économiques et managériales au sein des rédactions, la rationalisation des activités au sein du monde sportif, ou encore la temporalité spécifique du calendrier sportif (un enchaînement permanent de compétitions à couvrir, souvent le soir dans des conditions d'urgence), constituent, parmi d'autres, des contraintes puissantes façonnant le travail. Les journalistes se les approprient en développant des routines quotidiennes dont la maîtrise est la marque d'un professionnalisme. Au-delà de cette « production de solutions pratiques qui règlent provisoirement ces contradictions³⁶ », l'enquête appréhende la rédaction comme un lieu très hiérarchisé où la définition de la légitimité n'est pas univoque. Les positions hautes sont occupées par des journalistes qui, sans se couper du monde sportif et des réalités économiques, présentent des profils divers, plus ou moins éloignés de la figure du journaliste-supporter.

La sociologie du journalisme sportif proposée ici peut donc se lire comme une sociologie de la production de l'information de grande diffusion. Produits par des agents sociaux important avec eux leur passé, les paroles et les mots sont le résultat de toute une fabrique sociale³⁷ : une tradition professionnelle, une économie spécifique historiquement constituée, mais aussi, et peut-être surtout, un espace de production avec ses propres règles (concurrence, recherche du scoop, etc.) et ses contraintes externes particulièrement fortes (emprise des champs économique et sportif). Ces logiques structurales se traduisent concrètement dans le travail

33. SOUANEF Karim, « Écrire sur les footballeurs d'un club professionnel. Contribution à l'analyse des logiques de production de l'information sportive », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 209, 2015, p. 72-85.

34. KACIAF Nicolas et LAGNEAU Éric, « Du vestiaire à la Une, de la Une au vestiaire. Sociologie de la mise en visibilité médiatique de l'affaire Anelka », *Politiques de communication*, n° 1, 2013, p. 209-240.

35. Nous verrons comment le clivage socio-culturel avec les « affreux, riches et méchants » footballeurs influe sur la production de l'information. BEAUD Stéphane, *Affreux, riches et méchants. Un autre regard sur les Bleus*, Paris, La Découverte, 2014.

36. BERTHAUT Jérôme, *La banlieue du « 20 heures »*. *Ethnographie d'un lieu commun journalistique*, Marseille, Agone, 2013, p. 17.

37. Pour aller plus loin sur ce point, NEVEU Erik, « L'apport de Pierre Bourdieu à l'analyse du discours. D'un cadre théorique à des recherches empiriques », *Mots. Les langages du politique*, n° 94, 2010, p. 191-198.

quotidien par une délimitation des possibilités journalistiques, tout en laissant la place, à la marge, à des pratiques subversives.

Étudier les socialisations antérieures pour expliquer le conformisme

Cette approche implique également de prendre en compte les trajectoires sociales des agents, et les représentations qui en découlent, tant elles sont des indicateurs de leurs investissements (différenciés) dans le travail. C'est ce qu'il illustre de manière exemplaire le cas de Vincent Duluc. Né en 1962 et formé sur le tas, il est considéré comme le meilleur spécialiste français du fait de sa position de « leader » de la rubrique Football à *L'Équipe*. Réputé auprès de ses pairs pour sa « plume » et son savoir encyclopédique du football, il participe en 2010 à la couverture de la Coupe du monde lors de laquelle le quotidien sportif titre à la « Une » une insulte d'un joueur de l'équipe de France de football³⁸, qui débouche sur une « affaire » inédite : une grève de l'entraînement des joueurs de l'équipe de France de football pour protester contre la presse et les dirigeants de la fédération suite au renvoi du joueur incriminé, une crise au sein de la Fédération française de football, des condamnations politiques du comportement des joueurs de l'équipe de France jugés indignes de représenter la France, une polémique autour du choix de la « Une » considéré comme racoleur et calqué sur les tabloïds britanniques. Quelques années plus tard, le journaliste revient sur cet épisode :

« J'ai mis très longtemps à m'en remettre. J'avais fait un bouquin cet été-là qui m'avait sans doute aidé à m'en remettre, *Le livre noir des Bleus*. Beaucoup de temps à m'en remettre. C'est une espèce de déflagration. Tu te dis : "c'est ça le foot quoi?" Ça touche le domaine dans lequel tu travailles depuis 20-30 ans. Tu te dis : "est-ce que tout ça a un sens?" Il y a un moment quand même où ça ne peut pas passer. On n'a pas le même rapport à l'objet que le mec qui fait de l'économie. Tu as un rapport affectif avec ce que tu traites, avec l'équipe de France de foot. D'abord parce que ça remonte à l'enfance. Tu as un rapport affectif à l'équipe de France. Qui n'est pas le même pour le journaliste économique avec les comptes du Crédit Agricole. C'est pas du même ordre. Donc forcément, tu es beaucoup plus touché. En dehors des deux trois premiers jours où tu es dans l'excitation de l'affaire : on va faire ci, on va faire ça, il y a une vraie adrénaline journalistique. Derrière, il te reste un grand vide. Oui ça a été compliqué. C'est un très mauvais souvenir. » (Entretien, 2016.)

Particulièrement reprise par les autres médias, signe de reconnaissance, la « Une », et ses retombées, ne sont pas pour autant vécues par Vincent Duluc sur le mode de l'accomplissement personnel alors qu'il serait possible d'y voir l'expression d'une indépendance sur le modèle des « affaires » politiques dévoilées par *Mediapart* ou *Le Monde*. Son discours rétrospectif s'explique en partie par sa trajectoire, qui ne le dispose pas à subvertir les schèmes classiques d'entendement journalistique. Dans son ouvrage publié en 2015, *Un printemps 76*, il livre des éléments sur les

38. Huit ans plus tard, Raymond Domenech, sélectionneur de l'équipe de France, visé par les mots du joueur, fragilise le scoop de *L'Équipe* : « Dans un vestiaire, on a des explications. Mais il n'a pas dit ce qui a été écrit dans les journaux, c'est une certitude. » (Canal Plus, dimanche 3 juin 2018.)

fondements intimes de son entrée dans la carrière. Il raconte à quel point il a été marqué par le football des années 1970 et « l'épopée des Verts » (l'équipe de Saint-Étienne). Si les règles médiatiques actuelles (recherche du sensationnel, dépassement de la concurrence, etc.) s'imposent avec force aux journalistes sportifs, comme en témoigne cette « Une », les visions du métier sont également déterminées par les expériences antérieures. Les socialisations (familiales) à la pratique sportive, et au sport médiatisé, fondent des croyances et l'adhésion à l'illusio sportif en tant que « fait d'être pris au jeu, d'être pris par le jeu, de croire que le jeu en vaut la chandelle³⁹ ». D'un point de vue théorique, ce livre entend donc restituer « la double vérité du travail⁴⁰ » en se situant entre un « objectivisme positiviste⁴¹ » focalisé sur les conditions matérielles d'exercice, et un « subjectivisme phénoménologique » trop porté sur les « identités⁴² ». Si les contraintes de travail pèsent très lourd dans la production de l'information, l'importance des logiques vocationnelles⁴³ n'est pas à négliger. Ne subissant pas totalement leur rôle⁴⁴, de très nombreux journalistes sont socialement disposés à se soumettre à la raison économique, à supporter l'organisation du travail, à s'ajuster aux attentes (supposées) du public, à souscrire à la règle du jeu dominante, à savoir la mise en scène du spectacle sportif. Un conformisme dont ils tirent, à prix fort, un profit symbolique : vivre de leur passion (sportive), sur un mode hédoniste, au sein de ce que l'on pourrait appeler un « univers de consolation⁴⁵ ». S'exposant à la contestation de leur légitimité, ils participent, en acceptant l'hétéronomie, à leur enfermement dans une position symboliquement dominée⁴⁶ de journalistes « sportifs » perpétuant un ordre sportif qui n'est autre qu'un ordre social inégalitaire⁴⁷.

Une agrégation d'enquêtes

Ces analyses reposent sur une enquête de terrain qui a emprunté des chemins variés. La partie socio-historique s'appuie principalement sur les archives des

39. BOURDIEU Pierre, *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Seuil, 1994, p. 151.

40. BOURDIEU Pierre, « La double vérité du travail », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 114, 1996, p. 89-90.

41. SAPIRO Gisèle, « "Je n'ai jamais appris à écrire". Les conditions de formation de la vocation d'écrivain », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 168, 2007, p. 12-33.

42. Extrait d'une thèse de science politique, ce livre s'inspire des orientations de la sociologie de l'institution(nalisation), pan de la discipline valorisant la socio-histoire pour étudier à la fois la construction des institutions, au sens anthropologique du terme, l'emprise qu'elles exercent sur les individus, mais aussi le rapport que ces derniers entretiennent à elles. Pour aller plus loin, LAGROYE Jacques, « L'institution en pratiques », *Revue suisse de science politique*, n° 8, 2002, p. 114-128.

43. Voir RASERA Frédéric, *Des footballeurs au travail. Au cœur d'un club professionnel*, Marseille, Agone, 2016.

44. LAGROYE Jacques, « On ne subit pas son rôle. Entretien avec Jacques Lagroye », *Politix*, n° 38, 1997, p. 7-17.

45. POLIAK Claude-Fossé, *Aux frontières du champ littéraire. Sociologie des écrivains amateurs*, Paris, Economica, 2006.

46. Pour un cas similaire en dehors du journalisme, BOIS Géraldine, « Le consentement à la domination littéraire. Degrés et diversité de ses formes chez les écrivains "les moins reconnus" de l'univers littéraire », *Tracés. Revue de sciences humaines*, n° 14, 2008, p. 55-76.

47. FLEURIEL Sébastien et SCHOTTÉ Manuel, *Sportifs en danger. La condition des travailleurs sportifs*, Paris, Éditions du Croquant, 2008.

associations professionnelles. Malgré la pauvreté des fonds conservés, les archives de l'Association des journalistes sportifs (1905-2008), groupement mutualiste et instance de socialisation, et celles du Syndicat de la presse sportive et touristique (1921-1958), toutes conservées aux Archives du monde du travail à Roubaix, apportent des éléments sur la confusion des mondes (sportif et médiatique) aux prémices du métier. Le fonds d'archives de l'Union syndicale des journalistes sportifs de France (1958 à aujourd'hui), conservé au siège à Paris, est lui beaucoup plus fourni. Outre les échanges épistolaires, la totalité de la collection du bulletin interne de l'association *Le journaliste de sport* entre 1958 et 2004 a été exploitée. Cet outil de communication offre deux grands ensembles d'informations. Premièrement, les procès-verbaux des comités directeurs du bureau renseignent sur l'équilibre des forces et les lignes de clivages, permettant de retracer les trajectoires des porte-parole qui s'opposent au sein de l'association, de restituer les conceptions divergentes du métier entre, par exemple, les promoteurs du spectacle sportif et une presse de gauche plus politisée. Deuxièmement, le bulletin restitue les principaux enjeux pour quelques entrepreneurs parvenus à exercer un monopole de représentation. Ainsi se donne à voir le travail contingent de définition d'une identité commune et les luttes corporatistes pour pérenniser la spécialité et son domaine d'intervention. Ces documents sont confrontés à des récits d'histoire orale recueillis lors d'entretiens avec des militants de la première heure. Ces archives associatives livrent également des informations précieuses sur les transformations des conditions de travail des journalistes jusqu'au milieu des années 2000.

Ce terrain historique s'est accompagné d'une enquête ethnographique au sein de deux rédactions centrales dans la production de l'information sportive, *L'Équipe* et *Le Parisien*. Ces lieux donnent accès et à la compréhension des principes concrets bordant l'activité. De la conférence de rédaction à la tribune de presse, en passant par les moments de sociabilité (matches de football entre collègues, pause déjeuner), s'observent le déploiement des routines professionnelles, les appropriations des attentes institutionnelles, les ajustements face aux changements de l'environnement (dans et en dehors du média). La rédaction, lieu par excellence de fixation des normes, est appréhendée comme un espace social hiérarchisé, traversé par des conflits internes (chefs/reporters, spécialistes de football/autres sports, direction de la rédaction/service des Sports, hommes/femmes...) transcendant les individus pour révéler des modèles journalistiques concurrents au sein de ces collectifs localisés. Partant du principe que la production de l'information est collective et que le journaliste en est de plus en plus dépossédé, des entretiens ont été réalisés, au sein des deux médias, avec des membres de la direction de la rédaction et du service marketing.

Pour des raisons de construction d'objet et d'opportunité, l'enquête n'a pas été hors de la presse écrite bien que les autres types de médias soient particulièrement influents, notamment quelques chaînes de télévision et stations de radios. Pour autant, ces médias sont au centre du propos lorsqu'il s'agit de mesurer, à partir de données de seconde main (données d'économie du sport, rapports du CSA,

articles de presse...), le développement du sport télévisé, facteur de reconfiguration du journalisme sportif et d'émergence de nouveaux profils dominants (commentateurs, consultants).

Le dispositif d'enquêtes prévoyait initialement de se limiter à ses deux terrains principaux (archives et salles de rédaction). Il s'est élargi lorsque nous avons appris le lancement à la rentrée 2009 d'un master « Journalisme sportif » au sein de l'École supérieure de journalisme de Paris. Convaincu que la sociologie est plus un « travail artisanal⁴⁸ » qu'une science positive réductible à un protocole calibré, nous avons ouvert les portes de cette école pour questionner la reproduction du métier. Cette immersion au sein d'une école dont la stratégie d'établissement repose sur une offre destinée aux segments professionnels jugés porteurs en termes d'emploi (presse féminine, journalisme sportif) s'est accompagnée d'une étude analogue à l'Institut pratique de journalisme de Paris, école prestigieuse traditionnellement encline à former à la spécialité. En se penchant sur les profils des étudiants cooptés, sur les dispositifs pédagogiques au regard de la structure de l'espace des écoles (publics/privées, reconnues/non reconnues par la profession), il s'agissait de renforcer notre analyse de la fabrique du journalisme sportif en relativisant la relation trop systématique entre passage par les écoles et renouvellement/anoblissement des pratiques⁴⁹.

L'entretien (N = 75) fut un mode routinier de recueil de données sur ces différents terrains (USJSF, *Le Parisien*, *L'Équipe*, écoles journalisme). Aussi, nous avons utilisé cette méthode dans d'autres régions de ce sous-espace professionnel, avec des journalistes du *Monde*, de *Libération*, du *Figaro*, et de médias spécialisés plus confidentiels (*So Foot*, *Les Cahiers du football*), pour objectiver leurs positions et leurs prises de position, en les reliant à leurs trajectoires.

Plan de l'ouvrage

Le livre se décline en trois parties. La première, socio-historique, commence par une réécriture critique de la genèse du sport pour interroger l'invention du journalisme sportif et ses « premiers temps », pour mettre en évidence le rôle de ces « hommes doubles⁵⁰ », parmi les premiers promoteurs du sport moderne et acteurs du monde de la presse. L'enjeu est de situer leurs engagements multiples dès la fin du XIX^e siècle, et leurs rapports différenciés à un monde du sport dont certains défendent l'amateurisme, au nom d'un engagement politique, pendant que d'autres encouragent sa professionnalisation au nom de leurs propres intérêts économiques. La démonstration s'appuie ensuite sur l'étude des associations

48. BEAUD Stéphane, « La sociologie française au milieu du gué », *SociologieS*, mis en ligne le 27 janvier 2012, consulté le 5 juillet 2015.

49. Certaines données exploitées dans la deuxième partie sont extraites d'une enquête conduite avec Samuel BOURON. BOURON Samuel et SOUANEF Karim, « Trajectoires sociales et entrées dans la carrière de journaliste sportif », in Cyrille ROUGIER, Adrien PEGOURDIE, Sophie ORANGE et Stéphane CHANTEGROS (dir.), *La fabrique biographique*, Limoges, Presses universitaires de Limoges, 2012, p. 91-108.

50. CHARLE Christophe, « Le temps des hommes doubles », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 39, 1992, p. 73-85.

professionnelles pour rendre compte du travail de représentation opéré par les porte-parole pour faire tenir ces deux formes d'engagement, donnant une forme et un sens à cette spécialité dans une lutte où se confrontent des visions du sport, du journalisme, et, au-delà, du social.

La deuxième partie interroge la division du travail journalistique à partir des années 1980 et la manière dont l'économie du sport télévisé durcit les liens d'interdépendances tout autant qu'elle reconfigure l'univers de production journalistique et ses rapports de force. Cette domination de la télévision fait émerger de nouveaux modèles d'excellence et des stratégies de distinction pour faire face à la concurrence accrue. L'élargissement de l'espace de production, associé à l'arrivée de nouveaux profils, souvent plus dotés en capitaux culturels, contribuent à la diversification des contenus. Malgré tout, la confrontation de ces différents modèles journalistiques donne à voir une prévalence du pôle commercial, ce dernier étant par ailleurs conforté par la façon dont se reproduit le métier dans les écoles de journalisme.

En se rapprochant au plus près des pratiques professionnelles, la troisième partie montre à quel point le travail de production de l'information de grande diffusion est soumis à une organisation stricte et à des attentes institutionnelles de plus en plus fortes faisant advenir le journalisme de marché. Ces injonctions hiérarchiques et la division du travail au sein du collectif pour gérer le calendrier sportif convertissent l'information en un produit standardisé. Dessaisis au sein même du média, les journalistes sont, sur le terrain, l'objet d'évitements de la part des institutions sportives les plus professionnalisées et médiatisées. En objectivant le réseau des contraintes qui enserré les journalistes, on peut comprendre ce qu'est la « bonne » information, l'excellence professionnelle et les profils de ceux qui l'incarnent.

Cet ouvrage souligne ainsi combien la spécialité et la production de l'information sportive sont le produit d'alliances stratégiques historiquement situées (co-construction d'une économie du sport médiatisé), d'affinités objectives, tout autant que subjectives, de rapports de force avec le monde sportif, mais aussi de luttes quotidiennes au sein même du monde journalistique (dans la rédaction, dans l'entreprise, entre médias). Le journalisme sportif, nonobstant les expressions d'autonomie et l'hétérogénéité des pratiques, est l'histoire d'une soumission aux règles en vigueur dans l'espace médiatique à savoir la spectacularisation des enjeux et de l'information, d'une « dépendance consentie » à l'égard du monde sportif. La professionnalisation du journalisme sportif n'est pas l'histoire d'une autonomisation mais bien celle de la légitimation d'un journalisme de marché, archétype du journalisme contemporain.