



**HAL**  
open science

# Préface : les économies de la production médiatique du football professionnel

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. Préface : les économies de la production médiatique du football professionnel. Presses universitaires de Rennes. Karim Souanef, Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée, 2019, 978-2-7535-978-2-7535-7689-6. halshs-02379887

**HAL Id: halshs-02379887**

**<https://shs.hal.science/halshs-02379887>**

Submitted on 25 Nov 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## Préface

Les économies de la production médiatique du football professionnel

Dominique Marchetti

S'il faut recommander l'ouvrage de Karim Souanef, c'est non seulement pour sa clarté, qui permettra je l'espère de dépasser un public de lecteurs issus du seul microcosme de la recherche et de l'enseignement, mais c'est aussi et surtout parce qu'il permet de découvrir sous plusieurs aspects un univers professionnel méconnu, celui des producteurs de l'information sportive grand public. En effet, en dépit de leur importance économique, sociale et politique, les enjeux de la médiatisation du sport dans sa forme professionnelle, et surtout du football en tant que spectacle dont il est principalement question ici, demeurent un objet de recherche peu traité. L'actualité sportive est vue, tout du moins en France, comme beaucoup d'autres pratiques de divertissement populaires (les séries télévisées ou la presse *people*) – donc considérées comme « vulgaires » -, c'est-à-dire un objet illégitime dans l'univers académique des sciences sociales. Celui-ci ne favorise ni la reconnaissance de ses pairs ni la captation de contrats de recherche. En effet, l'étude du champ journalistique ne va pas sans souvent susciter la condescendance dans les discours des chercheurs, enseignants-chercheurs ou les spécialistes de la critique normative du journalisme. Ils croient connaître cet espace parce qu'ils lisent, écoutent et regardent les médias ou s'appuient sur quelques expériences personnelles. Seules les fractions les plus dominantes de l'espace journalistique - certaines formes de critique culturelle ou le journalisme politique - peuvent éventuellement attirer l'attention académique mais force est de constater que l'information n'est souvent pas considérée comme un bien culturel digne d'intérêt. C'est d'autant plus vrai quand celle-ci porte sur l'actualité sportive, ses principaux producteurs étant d'ailleurs souvent considérés comme ils le disent eux-mêmes à Karim Souanef comme des « sous-journalistes ».

S'agissant de l'étude du football professionnel, elle est perçue comme encore plus illégitime. Ce spectacle ne serait, d'une part, qu'un jeu dépourvu d'intérêt suscitant des « passions » sans raison, un simple objet de manipulation des foules, le mépris de classe étant en effet omniprésent quand il s'agit d'aborder ce sport populaire (par la composition sociale de ses pratiquants et/ou de ses lecteurs, auditeurs, téléspectateurs « passifs ») qui n'est bien souvent réduit qu'à ses avatars supposés (la violence des supporters, le business, les « affaires » judiciaires, etc.). D'autre part, ce divertissement ne va pas non plus sans provoquer des commentaires, des avis souvent tranchés au nom d'une connaissance pratique du football lui-même ou de sa consommation via les médias. En rupture avec ces discours critiques, mais aussi glorifiants, la force du livre de Karim Souanef est donc d'oser prendre ce jeu (c'est-à-dire ses enjeux) apparemment futile et sa médiatisation au sérieux, l'auteur mettant sa propre passion au service d'une analyse scientifique de la production de ce divertissement.

Si cet ouvrage mérite une lecture attentive, c'est également parce qu'il repose sur une recherche de terrain solide de longue durée, c'est-à-dire loin des enquêtes rapides et calibrées pour publier plusieurs articles dans des revues ou des analyses de corpus de presse sans contextualisation. La qualité du travail de terrain, qui est présenté sobrement et sans

narcissisme en introduction, repose tout d'abord sur la double connaissance que possède l'auteur. En effet, Karim Souanef est non seulement un lecteur attentif des rubriques et des presses sportives mais il a aussi une pratique à un haut-niveau du football, qui a été parfois décisive dans l'accès à certains terrains et le déroulement de son enquête. Ensuite, il a acquis et développé des dispositions d'enquêteur en sciences sociales, comme en témoigne son habileté à travailler aussi bien par entretiens, observations ethnographiques et sur des fonds d'archives. De même, ces choix de points d'entrées sur l'objet se sont avérés particulièrement judicieux, qu'il s'agisse des associations professionnelles de journalistes sportifs, de deux écoles de journalisme laissant une large place à l'enseignement de l'information sportive ou encore des deux rédactions centrales de ce sous-espace de production de l'information en France, celles du *Parisien* et de *L'Équipe*. Si cette recherche a été complétée par des rencontres avec des journalistes de presse écrite appartenant à d'autres titres généralistes (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*) ou spécialisés (*So Foot* et *Les Cahiers du football*), le travail de Karim Souanef au *Parisien* comme à *L'Équipe* apparaît inédit. En effet, malgré leur diffusion et de leur poids dans la production de l'information en France, ces deux quotidiens n'avaient pas été jusqu'à présent réellement enquêtés.

Enfin, le mérite de ce travail est, me semble-t-il, de donner des grilles de lecture nouvelles sur les conditions de production de l'« actualité », notamment les transformations du champ journalistique – essentiellement la presse écrite nationale - et de ses rapports avec les univers sociaux qu'ils « couvrent », et plus largement sur celle des divertissements populaires. J'ai retenu quelques-unes d'entre elles sans prétendre bien évidemment être exhaustif.

L'ouvrage montre comment les journalistes sportifs sont pris dans un double jeu, ce qui ne signifie pas qu'ils en sont totalement dépendants. Ils sont conjointement, d'un côté, des agents objectifs de la coproduction du football dans sa forme professionnelle, partageant très largement l'*illusio* de cet espace et participant à ses représentations, ses hiérarchisations, etc. Leur position est *mutatis mutandis* homologue à celle des critiques littéraires ou cinématographiques ou encore des journalistes économiques par exemple. D'un autre côté, leur activité s'inscrit aussi et surtout dans le champ professionnel de la production de l'« actualité » qui obéit à ses logiques propres. Ce n'est pas un hasard si les journalistes sportifs qui se sentent comme des poissons dans l'eau dans ces deux univers ont des trajectoires attestant à la fois d'une pratique du sport qu'ils couvrent et d'une socialisation très précoce pour sa consommation « passive » à travers les médias. Ils connaissent les règles du jeu en quelque sorte et leur histoire. D'un point de vue sociologique, cela signifie que Karim Souanef cherche ici, même si le pari est risqué parce qu'il est ambitieux, à analyser conjointement sur un temps long les transformations de l'espace des sports en France, tout particulièrement du football, celles de l'espace journalistique ainsi que les relations que ces deux univers entretiennent.

En effet, l'ouvrage souligne en premier lieu que les journalistes sportifs font partie du fonctionnement même de l'économie (au sens large) du spectacle sportif. Ceux-ci ont été d'emblée des agents actifs dans la coproduction à la fois symbolique et économique du spectacle sportif comme divertissement, c'est-à-dire non seulement dans son organisation matérielle mais aussi dans ses représentations. C'est ainsi que Karim Souanef montre l'émergence progressive et concomitante à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> et du début du XX<sup>e</sup> siècle

d'un groupe de reporters spécialisés et des premières entreprises du sport-spectacle moderne en France. Les agents qu'il décrit sont souvent engagés conjointement dans le journalisme et dans les instances sportives amatrices, puis progressivement professionnelles. Ce volet historique apporte un nouveau regard par rapport à la littérature existante dans la mesure où il montre la forte contribution des médias à l'expansion du mouvement sportif moderne. Le travail de l'auteur souligne également que les journalistes sportifs partagent une vision dominante commune positive de la « passion sportive » et du « spectacle ». S'appuyant sur des archives de l'USJSF, une recherche documentaire sur les établissements de formation au journalisme et des entretiens, Karim Souanef explique en effet les raisons de cette célébration du sport-spectacle. Enfin, les journalistes sportifs ou ceux qui sont en voie de l'être sont souvent des pratiquants (ou d'anciens pratiquants) du sport qu'ils couvrent et possèdent par conséquent une connaissance pratique, ce qui est rarement le cas dans d'autres sous-champs spécialisés du journalisme en France.

L'ouvrage rappelle aussi et surtout que les économies (non plus au sens symbolique mais plus restreint du terme) de ces deux secteurs d'activité sont fortement liées, tout en montrant que les enjeux commerciaux contemporains sont sans commune mesure avec ceux des périodes précédentes. L'hétéronomie de ces deux univers est donc principalement instituée via ces logiques économiques. L'explosion de l'offre des sports les plus populaires dans les médias audiovisuels eux-mêmes en plein développement depuis le début des années 1980, tout particulièrement celui du football à la télévision, a renforcé ces interdépendances économiques à travers les logiques de marchandisation du sport, notamment l'inflation des droits de retransmission des événements à la télévision qui financent largement les clubs et les fédérations, le bouleversement de la répartition par postes des recettes des clubs de football ou encore le développement exponentiel du sponsoring.

En second lieu, le sport, plus particulièrement du football, parce qu'il est générateur d'audience et de rentrées publicitaires, est central dans l'économie de certains médias généralistes et spécialisés. L'un des apports originaux du travail présenté ici est d'expliquer que les sports les plus diffusés deviennent, à la manière des manifestations de rue décrites par Patrick Champagne, dans leur traitement (commentaires et images) de plus en plus un spectacle fait avant tout pour la télévision et moins pour les spectateurs présents dans les stades. L'analyse de Karim Souanef sur « l'effet Canal Plus » l'illustre bien. Il conclut à « la légitimation d'un journalisme de marché dans l'ensemble de l'espace médiatique », qui renvoie à la professionnalisation et la commercialisation croissante des sports les plus visibles, notamment le football, et du journalisme de grande diffusion.

Mais là encore, au-delà de ces enjeux économiques, la médiatisation du football est révélatrice des enjeux professionnels qui se jouent à travers elle. En s'appuyant sur un travail archivistique et quelques entretiens réalisés avec des figures historiques du journalisme sportif français, Karim Souanef décrit par exemple la manière dont, à partir de 1905 jusqu'à la fin des années 1980, les représentants des associations professionnelles construisent non sans conflit cette spécialité. Il s'agit de professionnaliser leurs activités tout en continuant à être partie prenante du sport-spectacle. Ce processus passe par deux voies : d'un côté, la volonté de revaloriser une spécialité basse dans les hiérarchies sociales et professionnelles - l'obtention de meilleures conditions salariales par rapport aux rubriques jugées plus prestigieuses, d'un statut spécifique (« reporter sportif » en 1959), un discours prônant « un

journalisme comme les autres » - ; de l'autre, la détention du monopole de l'accès aux tribunes de presse des événements sportifs pour lutter contre certaines pratiques des patrons de presse ou d'entreprises de spectacles sportifs et pour améliorer leurs conditions de travail.

On retrouve également le poids de ces enjeux internes dans l'étude des pratiques concrètes des journalistes de sport à travers l'étude ethnographique, là aussi inédite, du quotidien populaire *Le Parisien*. Karim Souanef analyse comment l'activité de ces professionnels de l'information sportive est très fortement hiérarchisée selon les zones géographiques, les disciplines sportives et à l'intérieur même des disciplines entre les épreuves et les équipes. Ainsi, le football (notamment l'Équipe de France et surtout ici le Paris Saint-Germain sur lequel travaillent six journalistes) est ultra-privilegié et fournit la matière la plus concurrentielle. Karim Souanef insiste également sur ce que signifie travailler dans l'urgence (par exemple à travers le récit concret de la production d'articles), pour un public très large et dans un univers de forte concurrence, analysant les techniques d'écriture, les mécanismes de collecte des informations, la division du travail journalistique, les différents principes de légitimité (écriture, connaissance du domaine, carnet d'adresses, etc.) ou encore le poids des formats.

L'auteur décrit également la reconfiguration de la place du quotidien *L'Équipe* dans l'espace du journalisme de sport entre 1956 et 2013. Il rappelle la contribution des dirigeants du journal dans la création d'événements sportifs, par exemple de l'épreuve reine du football européen, leur objectif visant notamment à favoriser les ventes du quotidien en milieu de semaine trop concentrées autour du week-end. Karim Souanef décrit ensuite, à partir de la fin des années 1980, comment la position quasi-monopolistique du quotidien sportif est concurrencée par le poids croissant des grandes chaînes de télévision, l'apparition d'un nouveau concurrent, la nouvelle offre d'information sportive des quotidiens généralistes puis, dans les années 2000 qui marquent le début de la crise de ses ventes, par l'arrivée des chaînes d'information en continu et l'émergence des sites internet. Le renforcement des logiques commerciales se traduit par exemple dans le fonctionnement du journal (poids du management, centralisation croissante des décisions éditoriales avec une réduction de l'autonomie des services), dans l'espace accordé aux différents sports (ce journal omnisport devenant de plus en plus le journal de quelques grands sports populaires et essentiellement du football) ou encore dans le traitement de plus en plus dicté par une logique de « coups ». Karim Souanef explique que ces transformations ne sont bien évidemment pas vécues de la même manière selon les journalistes. Il propose une analyse de « l'affaire Festina » dans le Tour de France et de l'« affaire Jacquet » dans le football, dont il ressort que, malgré des signes d'autonomisation à l'égard du monde du sport-spectacle, *L'Équipe* privilégie de manière forte dans son traitement une vision quasi-exclusivement positive du seul spectacle sportif et de la « passion du sport ».

Enfin, l'un des intérêts de ce livre est de montrer précisément comment une fraction des journalistes sportifs essaient de conquérir des marges d'autonomie relative face à deux phénomènes liés aux enjeux commerciaux, qui les dépossèdent en partie de la production de l'information sur le football professionnel : le contrôle de plus en plus fort de la communication des instances (clubs, fédérations, etc.) et des agents de cette production (joueurs, entraîneurs et leurs agents notamment) qui restreignent l'accès aux journalistes et produisent leurs propres informations ou images à travers leurs médias institutionnels ou

l'usage croissant des réseaux sociaux ; la montée de la parole d'autres experts du football, dont les consultants qui sont souvent d'anciens joueurs. Karim Souanef décrit minutieusement les stratégies de contournement des journalistes sportifs, celles-ci allant des notes portées sur les joueurs lors des matches, en passant par un traitement moins strictement sportif du football au profit de problématiques économiques, politiques, sociales, etc. ou d'une couverture proche du faits-divers ou des magazines people.

Ces quelques lignes ne suffisent bien évidemment pas, d'une part, à exprimer tout l'intérêt que j'ai pris à lire cet ouvrage et, d'autre part, depuis que je connais son auteur et travaille avec lui depuis un an et demi, à apprécier ses qualités. Autrement dit, cette préface est simplement une invitation à le lire. Son écriture sobre, sans jargon, et sa volonté d'exposer ses matériaux de terrain sont au service d'une démonstration très utile pour tout lecteur qui s'intéresse non seulement à la production de l'information contemporaine (notamment sportive) mais plus largement aux transformations des divertissements grand public à travers l'exemple du football dans sa dimension professionnelle et marchande.