
Les journalistes sportifs sont-ils des sous-journalistes ? Enquête auprès des journalistes sportifs belges francophones

Auteur : Liégeois, Marine

Promoteur(s) : Leloup, David

Faculté : Faculté de Philosophie et Lettres

Diplôme : Master en journalisme, à finalité spécialisée en investigation multimédia

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/21832>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

Université de Liège
Faculté de Philosophie et Lettres
Département Médias, Culture et Communication

LES JOURNALISTES SPORTIFS SONT-ILS DES SOUS-JOURNALISTES ?

Enquête auprès des journalistes sportifs belges francophones

Mémoire présenté par Marine Liégeois en
vue de l'obtention du grade de Master
en journalisme, à finalité spécialisée
en investigation multimédia

Année académique 2023/2024

REMERCIEMENTS

À **David Leloup**, mon promoteur, pour avoir accepté de m'épauler et de me soutenir dans ce travail éreintant. Pour ses conseils, sa patience et ses relectures attentives. Pour nos nombreuses discussions qui n'ont cessé de me nourrir intellectuellement.

À **Christine Servais** et à **Olivier Daelen**, mes deux lecteurs, pour le temps qu'ils consacreront à ce mémoire. J'ose espérer que vous prendrez du plaisir à la lecture de ces pages, comme j'ai pu en prendre lors de la rédaction de celles-ci.

Aux **27 interlocuteurs** et aux **512 répondants**, sans qui ce mémoire n'aurait jamais pu voir le jour.

À **Marc Vanesse**, pour sa confiance des débuts, pour sa main tendue à une étudiante sans cesse en proie aux doutes, pour sa gentillesse, pour son honnêteté. Pour avoir grandement contribué à la réussite de mon parcours universitaire, au détour d'une discussion dans un bureau ou dans un café. Pour avoir toujours cru en moi, pour m'avoir donné l'impulsion de poursuivre et surtout de croire en mes rêves. Merci de m'avoir permis de déployer mes ailes. À **Boris Krywicki**, avec qui j'ai eu la chance de discuter (et de travailler) à plusieurs reprises, pour sa bienveillance. Au **corps professoral** et aux **secrétaires** de département, pour leurs enseignements, pour leur transmission de savoirs, pour leur aide à tout instant. À mes **compagnons de route universitaires**, qui se reconnaîtront dans ces lignes. Je suis heureuse de vous avoir rencontrés.

À **Maryse et Vincent**, mes parents, pour leur soutien indéfectible. Pour avoir soutenu mes états d'âme, mes sursauts de colère, mes épuisements nocturnes. À ma maman, pour ses relectures multiples de mes travaux universitaires, pour la confiance qu'elle me témoigne jour après jour. À mon papa, pour nos nombreuses sorties sportives et nos éclats de rire qui m'ont aidée à garder le cap. À **Manon**, ma sœur, pour l'exemple qu'elle m'a fourni en réussissant quelques années plus tôt ses études. Pour m'avoir transmis sa détermination et sa force de caractère. À **Fanny, Hélène, David**, mes cousines et mon cousin, supports éternels dans ce parcours. Pour m'avoir encouragée sans relâche et m'avoir remise sur le droit chemin quand c'était nécessaire.

À **Chris**, tu sais déjà tout. Merci d'avoir été là et d'avoir rendu cette année plus apaisante.

INTRODUCTION

Vous les avez déjà certainement vus à la télévision, entendus à la radio, lus dans un journal papier ou aperçus au détour d'une navigation sur le Web. Décrits comme le quatrième pouvoir, ils vous informent, vous accompagnent et vous épaulent afin de mieux comprendre et décoder le monde du sport. Leurs voix vous guident à travers les événements, leurs mots capturent l'essence de l'instant et leurs images vous transportent au cœur de l'action. Eux, ce sont les journalistes sportifs. En 2022, un peu plus de 25 % des Belges ont assisté au moins une fois à un événement sportif¹. Ce quart significatif révèle la fascination de la population belge pour les spectacles sportifs et, par extension, l'importance des journalistes qui les couvrent et qui les traitent. J'ai toujours rêvé de faire partie de leur rang. Saisie par une passion dévorante, j'ai embrassé mon besoin viscéral de suivre le moindre match de football, de rugby, de tennis. Cette nécessité de ne rien manquer. J'ai toujours eu l'ambition de toucher du doigt ce métier. Pourtant, j'ai été rattrapée par la réalité, celle qui gomme l'idéalisation de la profession que vous vous étiez créée. Ces remarques discrètes entendues au détour de l'une ou l'autre discussion...

Les bruits de couloir fusent. Les critiques se multiplient. À en croire différentes observations scientifiques et académiques (**chapitre 1**), le journalisme sportif serait une discipline secondaire, moins sérieuse que d'autres formes de journalisme. Lui et ses acteurs souffriraient d'une dévalorisation perceptible. Une dévalorisation justifiable, d'après certains, par l'objet traité, le sport, mais aussi par le rôle des journalistes sportifs, qui oscilleraient entre la connivence et l'impartialité. Ces professionnels souhaiteraient atteindre une objectivité apparente, mais n'y parviendraient pas dans la pratique. Une des raisons serait à trouver du côté de la face émotionnelle engendrée par le commentaire de la pratique sportive. Une autre du côté de l'économie qui surplombe et s'emmêle davantage au champ journalistique et à ses sous-champs, dont ferait partie le journalisme sportif. Ces facteurs altéreraient la capacité du journaliste sportif à enquêter sur son milieu.

Toutes ces observations se justifient-elles vraiment ? Les compétences et l'expertise nécessaires pour être un bon journaliste sportif ne sont-elles pas tout aussi exigeantes et importantes que chez un autre journaliste ? Comment les journalistes sportifs eux-mêmes perçoivent-ils leur

¹ Statbel (2024, 24 juillet). 25 % des Belges ont assisté au moins une fois à un événement sportif en 2022. *Statbel*. <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/25-des-belges-ont-assiste-au-moins-une-fois-un-evenement-sportif-en-2022>

profession ? Cette distinction ne repose-t-elle pas sur des clichés et une méconnaissance du métier ? Nous avons souhaité développer plus en profondeur cette problématique, en posant l'interrogation suivante, volontairement provocatrice : les journalistes sportifs sont-ils des sous-journalistes ? Même si la formule peut paraître crue au premier abord, pour éviter d'emblée toute confusion, précisons ce que nous entendons par le terme de « sous-journalistes ». Par sous-journalistes, nous signifions des journalistes qui ne seraient pas capables d'exercer correctement leur métier. Ils ne se verraient dès lors pas accorder la même légitimité que les autres journalistes. En cause, des valeurs fondamentales du journalisme qui ne seraient pas du tout respectées : l'équité, l'éthique, l'objectivité, l'impartialité, l'intégrité, la distance, le service de l'intérêt public, la rigueur, l'exactitude et la vérité (Diana, 2013 : 34 ; Bernier, 2004 : 219). En somme, des manquements qui contribueraient aux yeux du grand public à ne pas considérer ces journalistes comme fiables, et à les déprécier pour ce qu'ils sont.

Ce questionnement constitue le cœur de notre réflexion. Pour y répondre, nous avons usé d'une méthodologie à double portée : qualitative et quantitative (**chapitre 2**). Nous avons adopté le parti-pris de nous entretenir avec des journalistes sportifs belges francophones, mais aussi de sonder le grand public pour observer si les stéréotypes à l'égard de ces professionnels se vérifiaient. Auprès des professionnels, nous avons tenté de comprendre leur perception de leur métier, les défis qu'ils rencontrent, et comment ils se positionnent par rapport à l'ensemble du paysage journalistique (**chapitre 4**). Quant aux sondés, nous avons souhaité évaluer leurs perceptions des journalistes sportifs (**chapitre 3**). En confrontant les perceptions qu'a le grand public des journalistes sportifs avec celles qu'ont ces derniers d'eux-mêmes, notre enquête a pour but d'éclairer les coulisses peu connues d'un métier qui continue de faire rêver – à tort ou à raison – les nouvelles générations de journalistes (**chapitre 5**). Cette recherche vise également à mieux saisir comment les idéaux journalistiques d'indépendance, de distance critique et d'impartialité peuvent s'incarner dans un champ – celui du sport business – qui exerce à leur égard de nombreuses contraintes.

PRÉAMBULE : LES VALEURS CARDINALES DU JOURNALISME

Afin de pouvoir affirmer ou infirmer que les journalistes sportifs sont des « sous-journalistes », il convient avant toute chose de clarifier les valeurs déontologiques centrales, inhérentes à tout bon journaliste, évoquées et explicitées par Marc-François Bernier, docteur en science politique et professeur en journalisme et en communication à l'Université d'Ottawa (Canada). Ces valeurs seront abordées dans notre travail de manière explicite ou implicite au travers des différents chapitres. Elles guideront notre réflexion et nous permettront d'évaluer au mieux si les journalistes sportifs se conforment aux standards du journalisme. Dans l'affirmative, l'étiquette de « sous-journalistes » ne pourra pas, *in fine*, leur être apposée.

Éthique	« En général, le journaliste n'a pas trop de mal à adopter une conduite respectueuse des règles déontologiques qui soient en même temps compatibles avec les principales valeurs de sa profession : intérêt public, liberté, vérité, équité, rigueur, etc. Dans de tels cas, le questionnement éthique n'est pas nécessaire, bien qu'il ne soit jamais superflu en principe. Les choses se corsent cependant lorsque se présente une situation suscitant un conflit de valeurs, par exemple quand un journaliste se demande s'il doit dire toute la vérité au risque de menacer la vie de quelqu'un ; quand il se demande s'il doit accorder l'anonymat à une source qui se livre à une attaque en règle contre une personnalité quelconque, celle-ci ne pouvant connaître qui lui en veut ainsi et quels avantages cette personne en retire, etc. ; quand il a l'occasion de tirer un profit personnel d'une information qu'il est seul à détenir, etc. On devine que la réflexion éthique tiendra compte de valeurs professionnels, humanistes et individuelles. Dans certains cas, le journaliste devra décider s'il adopte une conduite professionnelle qui le privera d'une gratification personnelle au profit de l'intérêt public. S'il opte pour les gratifications personnelles, il pourra difficilement nier ce fait au terme d'un raisonnement qui aura mis au jour aussi bien les valeurs en jeu que l'importance qu'il accorde à chacune d'elles » (Bernier, 2004 : 128).
Équité	« L'équité met en jeu trois dimensions importantes du journalisme qui se produisent également en trois temps. Il y a en premier lieu une <i>équité procédurale</i> qui concerne les méthodes de collecte d'information, lesquelles doivent être transparentes et justes, sauf dans des cas extrêmes que le journaliste a toujours le devoir de justifier [...]. Vient ensuite l'équité dans le traitement des informations diffusées, laquelle s'impose dans la sélection des informations pertinentes afin de ne pas causer un préjudice injustifié aux gens mis en cause, d'une part, et permettre au public de se faire une opinion adéquate des faits, des événements et des gens dont il a été question, d'autre part. Troisièmement, l'équité journalistique se manifeste par le <i>devoir de suite</i> , c'est-à-dire par le suivi accordé aux sujets et aux événements ayant fait l'objet d'une couverture médiatique significative, surtout lorsque cette couverture a pu susciter des doutes quant à l'intégrité, l'honnêteté ou la réputation d'individus, de groupes ou

	<p>d'associations diverses. C'est pourquoi il est permis de dire que l'équité se vit en trois temps : collecte de l'information dans un premier temps, traitement de l'information en vue de sa diffusion dans un deuxième temps, et suivi de l'information pour informer le public des développements survenus dans un troisième temps » (Bernier, 2004 : 220).</p>
<p>Intégrité et distance</p>	<p>« L'intégrité journalistique repose largement sur l'absence de conflits de loyautés, et même sur l'absence d'apparence de tels conflits. [...] Quel est l'élément central de tout conflit d'intérêts, que celui-ci soit manifeste ou apparent ? On peut dire qu'il s'agit d'une situation où la diffusion impartiale d'informations défavoriserait ou risquerait de défavoriser les intérêts personnels du journaliste en cause, que ceux-ci soient financiers ou non financiers (idéologie, parents, amis). Le journaliste doit alors choisir quels intérêts privilégier entre ceux du public qu'il est censé servir ou ses propres intérêts (ou ceux de son entourage) » (Bernier, 2004 : 315).</p> <p>« Une forme insidieuse de conflit d'intérêts surgit quand les journalistes deviennent identifiés à leurs sources d'information au point qu'ils commencent à penser et à avoir les mêmes réactions qu'elles. Ils perdent du même coup leur impartialité et deviennent vulnérables aux manipulations, quand ils ne sont pas carrément les porte-parole de leurs sources (Rivers et Mathews, 1988 : 94). Cela est encore plus plausible chez les journalistes qui sont affectés à un secteur bien précis de l'information (équipe sportive, parlement, hôtel de ville, faits divers, etc.) » (Bernier, 2004 : 348).</p>
<p>Objectivité et impartialité</p>	<p>« On s'entend généralement pour concevoir l'objectivité comme une interdiction faite au journaliste de biaiser ses comptes rendus en fonction de ses préjugés, de ses croyances, de ses convictions, etc. On lui demande de laisser ces considérations de côté, de les exclure de son travail de diffuseur d'informations, bien qu'elles soient souvent utiles dans le travail de collecte des informations, ne serait-ce que pour discuter avec les sources d'information afin de découvrir ce qu'elles veulent cacher ou de relever leurs incohérences. Au moment de livrer les fruits de son travail, le journaliste doit y aller de comptes rendus dits objectifs. Il ne doit pas prendre parti, mais présenter au public les éléments qui permettront à celui-ci de prendre parti. En ce sens, le journaliste est davantage impartial qu'objectif » (Bernier, 2004 : 312).</p> <p>« [...] Quoi que l'objectivité soit impossible à atteindre, à moins d'en atténuer largement l'acceptation, cette convention journalistique, puisqu'elle en est une, n'exige pas moins que le journaliste se limite aux faits et aux opinions des autres dans ses comptes rendus. On le veut impartial, c'est-à-dire qu'il ne prenne pas parti et qu'en outre il divulgue ses sources pour assurer qu'il n'est pas l'auteur des énoncés ou l'acteur des faits relatés » (Bernier, 2004 : 313).</p>
<p>Rigueur et exactitude</p>	<p>« Les notions de rigueur et d'exactitude sont étroitement associées à la vérité, dont elles sont en quelque sorte les conditions nécessaires. Dire le vrai exige rigueur et exactitude. Généralement, l'exactitude fait référence à des erreurs que l'on pourrait qualifier d'<i>objectives</i>, tandis que la notion de rigueur réfère à des erreurs d'interprétation ou de raisonnement plutôt considérées comme des erreurs <i>subjectives</i>. [...] Rigueur et exactitude sont également des caractéristiques associées</p>

	à la démarche intellectuelle du journaliste, nécessaire à la qualité des opérations logiques, des raisonnements et des interprétations qui fondent leurs jugements et dictent leurs comportements professionnels » (Bernier, 2004 : 189).
Service de l'intérêt public	« L'un des premiers devoirs des journalistes est de diffuser une information qui serve l'intérêt public. [...] Premièrement, le caractère d'intérêt public d'une information ne fait pas obligation de traitement journalistique. En effet, les journalistes et les médias ne sont pas tenus de traiter tous les sujets d'intérêt public, le choix relevant d'une liberté éditoriale reconnue de longue date. En principe, le pluralisme médiatique devrait permettre la présence d'un large éventail dans le traitement des thèmes d'intérêt public, en fonction des missions que se donnent les médias et des publics qu'ils cherchent à fidéliser. [...] Deuxièmement, le fait qu'un sujet ou qu'un thème soit d'intérêt public ne justifie pas qu'on puisse en traiter sans égard aux autres normes professionnelles du journalisme. En fait, si tel était le cas, les codes et guides déontologiques ne comporteraient qu'un seul article fondé sur l'intérêt public. Or, il en va tout autrement, puisque les règles de l'art reconnues imposent d'autres devoirs professionnels que traduisent les normes déontologiques dérivées des principes éthiques de vérité, de rigueur et d'exactitude, d'équité, d'impartialité et d'intégrité du journaliste et de l'information qu'il diffuse » (Bernier, 2004 : 139, 142).
Vérité	« Depuis toujours, journalisme et vérité sont indissociables. La recherche et la diffusion d'informations véridiques d'intérêt public constituent l'une des règles déontologiques récurrentes en journalisme. [...] Il n'est pas question d'exiger que le journaliste possède une connaissance totale et véridique d'une réalité globale, ce qui serait incompatible avec les contraintes du métier (temps et espace) et surtout, incompatible avec la finitude humaine. Cependant, il est exigé du journaliste qu'il communique correctement, sans parti pris inavoué, de façon compréhensible, rigoureuse, équitable et honnête les fragments de vérité auxquels il aura eu accès au terme d'entrevues, de recherches documentées, de rencontres fortuites et de vérifications rigoureuses » (Bernier, 2004 : 165, 172).

CHAPITRE 1 : APPROCHE THÉORIQUE DU JOURNALISME SPORTIF

« Le sport est le média le plus puissant du XXI^e siècle » (Lucien Boyer, *Le Figaro*, 28 juin 2001)

Qu'est-ce qu'un journaliste sportif ?² Pour le sociologue de sport québécois, Normand Bourgeois (Université de Laval), « D'aucuns répondent qu'il est un acteur irrationnel, un étonnant mélange d'incompétences et d'hystérie, qui produit un discours univoque, banal et sans importance » (Bourgeois, 1989 : 149). Spécialiste de l'institutionnalisation du journalisme (Université de Lille), Karim Souanef fait surgir le même schéma de pensée, expliquant que « 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 critique. C'est ainsi que l'image sociale du supporter, du "beauf", populiste, sexiste et raciste est parfois accolée au journaliste sportif » (Souanef, 2017 : 16).

Les journalistes sportifs sont très souvent décrits comme des fans ou des « *sycophants* »³ (Boyle et al., 2010 : 249). Comme l'explique le sociologue des journalistes et des médias (CNRS), Dominique Marchetti, « [...] Ils ne seraient plus des journalistes, mais des porte-parole de l'espace social dont ils parlent » (Marchetti, 2002 : 30). Contre cette vision teintée de négativisme à l'encontre de la profession, Gérard Derèze, professeur à l'École de journalisme de Louvain (UCL), propose d'envisager le journaliste sportif davantage comme « [Ce] professionnel d'un type un peu particulier, un peu marginal, parfois dédaigné comme la matière qu'il traite et pour laquelle il se passionne toujours, mais souvent envié parce qu'il mène une vie active dans un milieu jamais sclérosé, parce qu'il voyage beaucoup, parce qu'il est à la fois un informateur, un reporter et un critique » (Derèze, 1993 : 52).

En dépit de son inscription parmi les composantes majeures du journalisme contemporain mondial, plusieurs chercheurs mettent au jour la dépréciation du journalisme sportif. Journaliste de sport et professeur d'université australien (*University of Sunshine Coast*), Peter English fait valoir que le journalisme sportif n'est pas considéré comme une forme de journalisme détentric

² Précisons d'emblée que dans ce travail, nous emploierons les deux groupes nominaux « journaliste sportif » et « journaliste de sport » comme des synonymes, ainsi que « journalisme sportif » et « journalisme de sport ».

³ Des « lèche-bottes ».

de hauts niveaux de capital, en comparaison avec d'autres formes plus pures de journalisme « sérieux » (English, 2016 : 1001). Même si le sport constitue une part importante des journaux et des pages d'accueil des médias, il est souvent négligé pour son caractère anecdotique. Chercheur spécialisé dans les médias et les sports (*Western Sydney University*), David Rowe pose le même constat : *“Sports journalists and others, both in agreement and protest, often refer to the jibe that sports journalism is ‘the toy department of the news media’ – that is, in a place dedicated to fun and frivolity, rather than the serious function of the fourth estate”*⁴ (Rowe, 2007: 385).

Cette situation de péjoration ne touche pas uniquement le journalisme sportif. D'autres pans du journalisme, comme celui du journalisme vidéoludique, semblent aussi concernés. « En dépit d'une volonté des chercheurs de se pencher sur leurs particularités, ces deux secteurs [le secteur du journalisme sportif et le secteur du journalisme vidéoludique] sont la plupart du temps davantage étudiés comme des curiosités, des espaces secondaires où les valeurs déontologiques seraient par défaut différentes ou moindres que celles des acteurs primaires du champ, dominé symboliquement par les “généralistes” et/ou les “investigateurs” » (Krywicky, 2021 : 140).

1.1. Le sport comme objet populaire : une légitimité difficile à acquérir

La dévalorisation du journalisme sportif est-elle à mettre en lien avec l'objet traité, à savoir le sport comme émanation des rapports sociaux ? Dans le numéro « Sport et subjectivations », la psychanalyste Laeticia Petit l'affirme : « Le sport est depuis toujours un organisateur de masse [...] un analyseur à l'interface du social, du politique et de l'individuel ; en témoigne la place qu'il occupe aussi bien à la télévision que dans les journaux » (Petit, 2014 : 307-308). Un postulat que confirme Fabian Wille, professeur spécialisé dans la problématique « sport-médias » (Université de Lille 2) : « Le sport est, par construction sociale, le lieu symbolique de concrétisation de ces idéaux d'une juste compétition entre égaux : il apparaît alors comme une réponse à la question du vivre ensemble et, tout à la fois, comme un terrain où émergent les problèmes (question des violences, du racisme dans les stades, de l'homophobie, des discriminations liées au genre ou au handicap) qui contrarient cette vision angélique » (Wille, 2015 : 160).

⁴ « Les journalistes sportifs et d'autres, à la fois d'accord et de protestation, font souvent référence à la moquerie selon laquelle le journalisme sportif est le “département jouet des médias d'information” – c'est-à-dire un lieu dédié au plaisir et à la frivolité, plutôt qu'aux fonctions sérieuses du quatrième pouvoir ».

Pour exemple, la Coupe du Monde 2018 de football a rassemblé pas moins de 3,5 milliards de téléspectateurs tandis que les Jeux Olympiques d'hiver de Pékin 2022 ont attiré 2 milliards de curieux⁵. Le sport incarne des valeurs positives dans lesquelles peut se retrouver son public.

« L'idée communément admise est que la pratique sportive, de compétition ou non, est porteuse de liberté, d'égalité, de fraternité, d'universalité, de solidarité, mais aussi d'épanouissement individuel et d'esprit d'entreprise. Le sport célèbre la jeunesse, le courage, la générosité, la loyauté, l'acte gratuit, etc. Il fait la part belle au rêve, à la réussite sociale. Le sport se veut fête, beauté, harmonie. Le sport en général et le mythe du champion en particulier sont un puissant moyen d'identification et de gratification des individus et des groupes sociaux » (Dorvillé, 2002 : 26).

Ce caractère populaire (et populiste) contribuerait-il à l'anéantissement des formes de légitimation de la profession ? C'est ce penchant que Marchetti met en exergue : « Parce que le sport, notamment dans ses formes les plus populaires, n'est pas considéré comme un objet noble, les journalistes sportifs ont toujours été un peu "à part", traitant d'un "genre mineur", à l'opposé des valeurs cardinales (indépendance, revendication de l'autonomie, esprit critique, information sérieuse, etc.) qui fonderaient le "bon" journalisme » (Marchetti, 2002 : 78). Le sociologue français, Paul Yonnet, parle même, pour exprimer ce manque de reconnaissance à l'égard du sport, 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 » (Derèze et al., 2015 : 10).

Le sport serait perçu comme un « fond d'écran [...] un continuum visuel, un paysage » (Huitorel, 2005 : 14). En bref, ce serait sa nature qui en influencerait sa perception. Une nature avant tout associée à une dimension ludique, selon le maître de conférences, Igor Martinache (Université de Paris-Nanterre) : « Objet de dédain pour les uns, de passion pour les autres, le sport est généralement considéré comme un simple divertissement, tout juste bon à délasser les corps ou les esprits durant les moments d'oisiveté. Et, en dépit de l'existence d'un ministère et d'une administration dédiés, sa dimension politique fait l'objet d'un déni persistant, souvent entretenu par ceux qui l'organisent » (Martinache, 2000 : 4).

Quant au caractère politique dont pourrait se saisir le sport, l'actualité nous prouve que les instances sportives préfèrent le balayer d'un revers de main. À l'approche des deux tours des élections législatives en France – qui ont eu lieu du 30 juin au 7 juillet 2024 – plusieurs joueurs

⁵ Gaudiaut, T. (2022, 28 novembre). La Coupe du monde, l'événement sportif le plus regardé de la planète. *Statista Daily Data*. <https://fr.statista.com/infographie/28825/comparaison-audience-tv-coupe-du-monde-football-avec-autres-%20evenements-sportifs-jeux-olympiques/>

de l'équipe française de football ont affirmé leur position politique, avant que la Fédération Française de Football ne communique à ce sujet, rappelant sa neutralité ainsi que celle de l'équipe : « Très attachée à la liberté d'expression et à la citoyenneté, la Fédération Française de Football s'associe au nécessaire appel à aller voter, exigence démocratique. Elle souhaite également que soit comprise et respectée par tous sa neutralité en tant qu'institution, ainsi que celle de la sélection nationale dont elle a la responsabilité. Il convient à ce titre d'éviter toute forme de pression et utilisation politique de l'Équipe de France »⁶. Pourtant, en coulisses, sport et politique sont intimement liés (attribution du Mondial au Qatar, loges au Standard de Liège, boycott des JO de 1936, etc.).

Responsable du master 2 journalisme et médias numériques à l'Université de Lorraine, Jean-François Diana porte son attention sur l'aspect de légèreté qui s'accolle systématiquement au sport, et de pair au journalisme qui s'y consacre. Pour lui, cette vision se justifie par un système de représentations hiérarchisé, soit « des systèmes de connaissances qu'un sujet mobilise face à une question ou à une thématique, que celle-ci ait fait l'objet d'un enseignement ou pas » (Reuter, 2013 : 191). « 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 [...], selon laquelle le sport reste sur le plan des disciplines les plus académiques, un "impensé" » (Diana, 2013 : 35).

Souanef insiste sur cette difficulté prégnante du sport à asseoir sa légitimité, expliquant que l'actualité sportive est vue « comme beaucoup d'autres pratiques de divertissement populaires (les séries télévisées ou la presse people) – donc considérés 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 » (Souanef, 2017 : 9). Marchetti constate que les journalistes de sport sont eux-mêmes conscients de cette place « en toile de fond » de la matière qu'ils traitent : « Bien que les journalistes sportifs soient relativement nombreux et que les rubriques sportives se soient considérablement développées, le journalisme sportif occupe une position notoirement dominée dans l'espace journalistique, dont l'évidence s'exprime souvent dans les discours des journalistes sportifs eux-mêmes » (Marchetti, 1998 : 313).

⁶ FFF (2024, 15 juin). Communiqué de la FFF. *FFF*. <https://www.fff.fr/article/12711-communique-de-la-fff.html>

Il est important de constater que le degré de légitimité des journalistes sportifs semblerait aussi dépendre étroitement du support de diffusion de l'information sportive, la reconnaissance différant fortement entre la presse écrite et la presse télévisuelle. « Les journalistes de la presse écrite nationale peuvent être prédominants sous le rapport de la légitimité professionnelle, c'est-à-dire qu'ils sont souvent considérés par leurs confrères comme plus prestigieux que ceux de la télévision, parfois traités avec mépris comme des "marchands de soupe", certains allant jusqu'à leur refuser le titre de journaliste. À l'inverse, la légitimité externe des journalistes de télévision est beaucoup plus forte auprès du public – qui les connaît et les reconnaît – et des sportifs » (Marchetti, 1998 : 314-315).

Pour autant, même si la reconnaissance des journalistes sportifs reste bancal à plus d'un titre dans les espaces professionnel et académique, leur importance dans la légitimation de leur objet demeure indispensable d'après Wille, puisque « même s'ils [les journalistes de sport] ont peine à s'imposer comme de réels professionnels de l'information, on assiste à une posture assumée de cette catégorie de journalistes spécialisés en tant qu'acteurs volontaires, en charge de la légitimation du sport et de sa préservation, défenseurs de ses vertus, d'un sport favorisant l'intégration, l'épanouissement, la santé ou encore constituant un outil de lutte contre les discriminations » (Wille, 2015 : 160).

Le sport est souvent (si pas constamment) relayé au dernier rang dans l'organisation de l'actualité des rédactions. Daniel Riolo, journaliste sportif franco-italien, s'avise de cette position, expliquant que « Longtemps, le sport, et le football en particulier, n'ont jamais fait la Une de l'actualité. Ce n'était pas un enjeu en termes d'informations. On raconte une histoire, une épopée et ceux qui le font le mieux deviennent des écrivains célèbres tels Antoine Blondin ou l'un des pères spirituels de la profession, Albert Londres. Le sport et le football n'entrent jamais dans la catégorie des sujets de société dits "importants" » (Riolo, 2010 : 98).

Cet objet est pourtant loin d'être anecdotique, puisque le sport occupe une place grandissante dans la production de l'information des médias généralistes et spécialisés. Selon Marchetti, « il est devenu un enjeu majeur dans les champs économique, politique et journalistique » (Marchetti, 2002 : 66). Nul doute qu'il a une place dans nos vies quotidiennes, puisque « le spectacle sportif structure désormais l'existence des êtres humains. Il ne leur demeure pas extérieur. Il n'est pas une anodine consommation de divertissement. Nul ne peut y échapper. Nul sur la terre n'a plus la liberté d'ignorer qui est Michaël Schumacher, qui est Lance

Armstrong, qui est Zinedine Zidane. Dans le moindre bistrot, autour du café à l'heure de la pause dans les entreprises, en fin de repas dans les familles, les conversations roulent désormais obsessionnellement sur le sport » (Redeker, 2010 : 95).

Au vu de cette importance croissante accordée au sport, Marc Perelman, professeur émérite des Universités en esthétique, propose d'envisager le sport non plus sous l'éclairage des projecteurs médiatiques, mais de l'analyser comme un média, un « système d'informations unique » (Perelman, 2010 : 198) : « Le sport participe d'une synchronisation globale du temps, d'une mondialisation des rythmes sociopolitiques selon ses propres tempo et cadence. Il est directement associé à un mode de production médiatique dont la matrice est constituée par l'image. Le sport possède un temps à lui, rythmé par la chute des records, fondé sur leur supposée constante progression et donné à voir par un système mondialisé de l'image » (Perelman, 2010 : 198).

Dès lors, il apparaît particulièrement pertinent d'envisager le journaliste sportif comme objet d'étude à la fois digne d'intérêt et représentatif des constructions sociales et discursives autour de son objet.

1.2. Le sport comme spectacle et événement : une économie spécifique

« Pas de télé – pas de sponsor, pas de sponsor – pas d'argent, pas d'argent – pas de champions – pas de télé » (Maitrot, 1995 : 305). Cette citation d'Éric Maitrot, ancien journaliste sportif français, explicite notablement les forces et contraintes qui pèsent sur la profession de journaliste au XXI^e siècle. Plus qu'une activité physique, le sport s'est métamorphosé, devenant un véritable marché qui « transforme la passion en bénéfices et les fans en consommateurs ou actionnaires » (Popescu-Jourdy, 2009 : 18). Les relations économiques étroites entre sport et médias ne sont plus à démontrer quand on sait qu'en France, les médias sont devenus, par le truchement des droits de diffusion audiovisuelle, « La principale source de financement du sport professionnel à partir des années 1980 » (Popescu-Jourdy, 2009 : 21). Cette relation symbiotique traduit une « Convergence d'intérêts définie à partir des gisements d'audience, des gains financiers, de la promotion, de la publicité et du *sponsoring* » (Popescu-Jourdy, 2009 : 19). C'est d'autant plus vrai si nous jetons un coup d'œil aux revenus annuels issus des droits

TV dans les championnats européens de football⁷ : les recettes issues des droits TV constituent une manne financière importante pour les équipes professionnelles. La présence du sport fait partie intégrante de la stratégie commerciale des rédactions, car « [...] Certaines spécialités, relativement basses sous le rapport de la réputation professionnelle, comme le sport ou les faits divers peuvent être stratégiques, parce qu’elles contribuent fortement aux recettes (diffusion, publicité, petites annonces) d’un média considéré (une radio périphérique, un quotidien régional, etc.) parce qu’elles visent un large public ou des publics jugés stratégiques (les individus à fort pouvoir d’achat, les “jeunes”, etc.) » (Marchetti, 2002 : 32).

Certains chercheurs s’interrogent d’ailleurs sur cette articulation entre la logique sportive et la logique marchande. Ce rapport de forces soulève de fortes interrogations éthiques, puisque comme l’explique Souanef, « Le sport dans les médias audiovisuels se caractérise par une double contrainte économique : l’une lie contractuellement certaines chaînes de télévision aux institutions sportives, l’autre est imposée par les verdicts d’audience. La structure de l’économie du sport télévisé, associée aux principes de consécration journalistique en vigueur au sein de ce média, ont des effets directs sur la médiatisation du sport » (Souanef, 2017 : 67).

William Gasparini, sociologue spécialisé dans l’étude du sport et de ses organisations dans la société contemporaine, et Michel Koebel, responsable du master « Sport et aménagement des territoires » (Université de Strasbourg), s’interrogent sur cette prégnance économique de plus en plus forte qui s’immisce dans le fondement-même du microcosme sportif et le modifie de façon profonde.

« [...] Le modèle sportif qui tend à s’imposer progressivement est d’abord fondé sur l’assujettissement plus direct du sport à la raison économique : s’éloignant des principes de l’éducation populaire, les organisations sportives (clubs, associations de loisirs, dispositifs sportifs municipaux) se transforment en services qu’elles doivent rendre aux usagers-consommateurs alors que dans le même temps, sous l’effet de la privatisation des télévisions et de l’émergence du sponsoring sportif, le sport spectacle (notamment le football) s’aligne sur le modèle néolibéral dominant en Europe » (Gasparini, Koebel, 2011 : 9).

C’est alors que surgit logiquement la question de l’interdépendance des médias vis-à-vis des « spectacles sportifs » dont ils ont acheté les droits de diffusion. Comme dans le cas du cinéma, la critique se montre « de plus en plus difficile à tenir » (Marchetti, 2002 : 77). Aux yeux des instances sportives, « les médias constituent pour elles un support commercial pour attirer des investisseurs, des commanditaires et, de plus en plus, pour vendre des produits dérivés »

⁷ Gaudiaut, T. (2022, 5 août). Football : le grand écart des droits TV en Europe. *Statista Daily Data*. <https://fr.statista.com/infographie/24103/montant-des-droits-tv-domestiques-ligue-1-et-grands-championnats-europeens/#:~:text=Pour%20l'exercice%202021%2F2022,les%20chiffres%20de%20Football%20Benchmark>

(Marchetti, 2002 : 76). Les médias ont-ils perdu leur rôle premier : celui de servir l'intérêt public en toute impartialité, aussi relative soit-elle ? Pour l'animateur radio québécois, Mario Grenier, « l'interférence entre la publicité et l'information est en partie responsable de la baisse de la confiance envers les médias. Jadis qualifiés de chiens de garde de la démocratie, les journalistes sont maintenant perçus comme les employés(es) d'une entreprise comme une autre qui ne tient qu'à sauvegarder ses intérêts. Si, pour survivre, les médias doivent se vendre au plus offrant, quelle crédibilité leur restera-t-il ? » (Grenier, 1997 : 33).

Dans une même philosophie, Benjamin Parrot, depuis lors devenu directeur général délégué du Racing Club de Lens, s'intéresse à cette relation ambiguë qui unit les instances sportives et les médias, tout en émettant des réserves quant au caractère sain de ce type de liaison étant donné que « Cette hybridation des statuts est symptomatique de deux envies réciproques : celle du média de se rapprocher au plus près du club, d'épouser ses valeurs et son public et de bénéficier des informations qui gravitent en son cœur et celle du club d'attirer dans ses filets une instance censée pouvoir se montrer critique voire vindicative... et dont la vocation de transmission d'information lui permettra de fédérer, voire de passer des messages. Mais ce système ne menace-t-il pas l'indépendance du média et, *in fine*, celle de ses journalistes ? » (Parrot, 2014 : 87).

Aux yeux de Wille, cette proximité apparente entre les médias et le milieu sportif reste problématique et interroge la responsabilité de ceux dont on parle comme du quatrième pouvoir.

« Les productions des journalistes ne peuvent donc que venir bousculer ou, au contraire, conforter des discours sociaux qui leur préexistent. Or, les liens organiques existant entre la presse, le milieu sportif, le monde économique et politique interrogent la faisabilité de la construction de cette responsabilité. Les stratégies d'audience, d'intérêt suscitées par la médiatisation ou les présupposés concernant les attentes du lecteur incitent à la démesure et à l'affrontement symbolique peu propice à une vision apaisée de l'engagement sportif et peu enclin à bousculer une parole normalisée à propos du sport » (Wille, 2015 : 160).

Si l'indépendance des médias dans les milieux sportifs reste parmi les sujets qui portent à discussion, Alexandre Obœuf, docteur en sciences sociales (Université Paris-Descartes – Sorbonne), reconnaît pour autant que les médias et les sports sont *in situ* indissociables, vu que « Le retentissement social d'un sport, sa popularité, tient en grande partie à son degré de médiatisation. En parvenant à se faire une place sur cette scène jalouée, l'heureux élu bénéficie d'une double opportunité. À l'espoir de récolter de précieuses recettes favorisant son essor s'ajoute la perspective de recruter de nouveaux passionnés. Les enjeux économiques sont manifestes » (Obœuf, 2015 : 22-23).

L'origine de cette relation à double sens réside d'ailleurs du côté des médias, du fait que « Le journalisme de sport est pris dans l'engrenage d'une évolution du sport qu'il a lui-même actionné, en favorisant et en exploitant la frénésie de sa médiatisation et de sa commercialisation. Il est pris aussi dans l'engrenage de l'évolution des techniques de la communication moderne. Il subit enfin l'évolution d'une société civile à laquelle il participe » (Marchand, 2002 : 164-165).

Le lien noué entre ces deux entités ne date pas d'hier. Pour exemple, le Tour de France fut créé en 1903, à l'initiative de Henri Desgrange, rédacteur en chef du journal sportif *L'Auto*. Depuis toujours, les journalistes ont joué un rôle dans l'économie 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 » (Souanef, 2017 : 11). Marchetti clarifie cet apport mutuel, expliquant que « Les sports les plus populaires ont contribué au développement de certains médias (presse sportive et populaire, puis ensuite radio et télévision) et ceux-ci ont participé à la diffusion des pratiques et au succès de nombreuses disciplines sportives. À l'inverse, le développement du sport-spectacle a permis d'attirer un large volume de publicité (notamment dans le secteur de l'automobile pour les médias généralistes) et de lecteurs, d'auditeurs et de téléspectateurs (l'audience de certains médias est parfois fortement liée aux résultats sportifs) » (Marchetti, 2002 : 75).

Médias et sports participent ainsi conjointement à la construction de l'information sportive, chaque partie y décelant un intérêt propre, laissant le spectateur comme une sorte de « victime » d'un mécanisme à plus grande échelle qui le supplante et qu'il ne peut pas contrôler, bien qu'il puisse y réagir.

« Désormais, si le sport n'est possible que par les médias, les médias sont de leur côté phagocytés par le sport, colonisés par l'amplitude du territoire sportif et du temps quotidien qui lui est associé. À l'ère des médias de masse et du sport de masse, le sport et les médias sont donc sortis de leur strict champ respectif pour engendrer, dans un mouvement devenu commun, une puissance d'adhésion inouïe, irrésistible, capable de capter et d'orienter en un court moment la conscience de multitudes immenses en la modelant à une vision du monde et en tant que nouvelle vision du monde » (Perelman, 2010 : 187-188).

Pour exemple, le football prend la première place sur le podium des sports les plus suivis à l'échelle mondiale⁸, bien conscient des leviers à actionner pour faire raisonner son aura de

⁸ Le cricket et le basketball occupent respectivement la seconde et la troisième place. RédactionBe (2023, 28 septembre). Sport : quelles sont les disciplines les plus suivies dans le monde ? *Be*. <https://www.be.com/mode/sport-queelles-sont-les-disciplines-les-plus-suivies-dans-le-monde-219503.html>

prestige. « Le média devient avant tout un promoteur. Innovations technologiques, fabrications de vedettes grâce à des méthodes empruntées au monde du cinéma. La télévision fait du contenu, le joueur devient une star, augmente sa notoriété et ainsi sa valeur marchande » (Riolo, 2010 : 95).

1.3. Le journaliste sportif : un journaliste spécialisé ?

Journaliste français et ancien directeur de la rédaction *L'Équipe*, Jérôme Bureau définit le journaliste de sport comme « le journaliste normal », c'est-à-dire comme quelqu'un qui « Fait de l'investigation, cherche de l'information, raconte ce qui se passe et va essayer de théâtraliser l'acte sportif » (Bureau et al., 1987 : 207). Rien ne semble à première vue pouvoir le dissocier des autres journalistes. Pourtant, Marchetti tend à distinguer deux pôles dans le champ du journalisme : celui des journalistes « généralistes » et celui des journalistes « spécialisés », classant les journalistes sportifs dans la seconde catégorie. Comme il le fait savoir, « le champ journalistique est de plus en plus hétérogène, notamment du fait du développement sans précédent de l'information spécialisée, et il n'entretient évidemment pas les mêmes relations avec les différents espaces sociaux dont il rapporte les activités » (Marchetti, 2002 : 24).

Qu'entend l'auteur par journalistes « spécialisés » ? Existe-t-il des éléments remarquables qui peuvent distinguer ces derniers des journalistes « généralistes » ? L'enseignante et chercheuse Sameh Chabbeh (Université Lumière Lyon 2) s'interroge : « Les journalistes spécialisés sont-ils d'abord des spécialistes voire des “experts” dans un domaine, qui deviennent ensuite des journalistes ? Ou bien deviennent-ils des journalistes par passion de ce métier et par intérêt particulier pour une thématique précise ? » (Chabbeh, 2012 : 30). Les trois sociologues français Érik Neveu, Rémy Rieffel et Denis Ruellan, quant à eux, remettent en doute l'existence de traits caractéristiques qui permettraient de catégoriser des journalistes en tant que journalistes « spécialisés ». Selon eux, tout journaliste est naturellement spécialisé : « Et si la notion de journalisme spécialisé était un bête pléonasme ? Et s'il n'était de journaliste que spécialisé ? Cette spécialisation peut être fonctionnelle, par exemple chez les secrétaires de rédaction ou les sub-editors britanniques dont le gros du travail est de reprendre, réécrire, normaliser les textes de leurs collègues. Elle peut aussi, et plus visiblement, être thématique (religion, sports, bourse, etc.). Mais elle ne peut pas ne pas être » (Neveu et al., 2002 : 11).

Une opinion à mettre en parallèle avec celle de l'académicien Michel Petit (Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis) qui postule que le domaine spécialisé renvoie à « tout secteur de la

société constitué autour et en vue de l'exercice d'une activité principale qui, par sa nature, sa finalité et ses modalités particulières ainsi que par les compétences particulières qu'elle met en jeu chez ses acteurs, définit la place reconnaissable de ce secteur au sein de la société et d'un ensemble de ses autres secteurs et détermine sa composition et son organisation spécifiques » (Petit, 2010 : 9).

Cette arrivée sur le marché médiatique de journalistes dits « spécialisés » se justifierait par des médias qui couvrent de plus en plus d'activités de la vie sociale qui n'existaient pas sous cette forme auparavant ou qui n'étaient pas ou peu couvertes, par une « connaissance des dossiers » qui fonde la « crédibilité » des journalistes et par le développement de l'information service ou de l'information pratique (Marchetti, 2002 : 29). Néanmoins, « L'idée développée par les journalistes les plus généralistes est que les journalistes n'ont pas besoin de connaître *a priori* la matière dont ils traitent, et que les compétences primordiales sont les techniques journalistiques (disponibilité, débrouillardise, rapidité, culot, capacité à être le premier, indépendance à l'égard des sources, etc.) » (Marchetti, 2002 : 30). Selon les journalistes généralistes, « les "spécialistes" auraient donc une vision étroite, partielle, partielle ou trop technique, c'est-à-dire seraient davantage enclins à souligner la continuité plutôt que les nouveautés spectaculaires » (Marchetti, 2002 : 30).

Compte tenu de ces différentes observations, en termes de réception, quelle est la meilleure disposition pour satisfaire des récepteurs aux intérêts divergents et pluriels ? Le journaliste québécois et ancien rédacteur en chef au *Devoir* et au *Jour*, Laurent Laplante, explique qu'aucune réponse univoque ne peut être apportée : « L'intérêt public est-il mieux servi par des journalistes spécialisés ou par des journalistes capables de vulgariser la nouvelle quel qu'en soit le domaine ? Le problème, c'est que la réponse fluctue selon le moment où l'on se trouve, le média dont il est question, la formation reçue, etc. » (Laplante, 1992 : 81).

1.4. Le champ et les sous-champs du journalisme : *quid* du journalisme sportif ?

Sous l'impulsion du sociologue français Pierre Bourdieu, la sociologie s'est longuement intéressée à développer la notion de « champ » pour concourir à une meilleure compréhension de notre société. Le champ se définit comme « un microcosme social relativement autonome à l'intérieur du macrocosme social. Chaque champ (politique, religieux, médical, journalistique,

universitaire, juridique, footballistique...) est régi par des règles qui lui sont propres et se caractérise par la poursuite d'une fin spécifique » (Wagner, 2018 : 50).

À l'instar du champ littéraire ou du champ artistique, le champ journalistique deviendrait « le lieu d'une logique spécifique, proprement culturelle, qui s'impose aux journalistes à travers les contraintes et les contrôles croisés qu'ils font peser les uns sur les autres et dont le respect (parfois désigné comme déontologie) fonde les réputations d'honorabilité professionnelle » (Bourdieu, 1994 : 4).

Patrick Champagne, autre sociologue français, discute de cette notion de champ journalistique avec Daniel Dayan, directeur de recherches émérite au CNRS et spécialiste des médias, notant

« [qu']il y a des dominants et des dominés, des positions jamais définitivement acquises, et donc toujours à défendre. Bref, un ensemble de forces en action qui doivent conduire à appréhender le milieu journalistique dans sa dynamique interne [...] mais aussi dans les rapports qu'il entretient avec les champs économique, politique et intellectuel et, plus globalement, dans les relations que chaque champ journalistique national entretient avec les transformations globales qui caractérisent les structures sociales correspondantes » (Champagne, 2006 : 204-205).

Marchetti remarque qu'il serait impertinent d'arrêter une analyse sur la position d'un journaliste ou d'un média sans se préoccuper de la position qu'il occupe dans le champ. « Pour comprendre la position d'un média ou d'un journaliste, il faut en effet rendre compte de celle qu'il occupe dans le champ dans son ensemble, c'est-à-dire aussi dans les sous-espaces de cet univers qui sont en relation les uns avec les autres et fonctionnent d'une certaine manière comme des microcosmes » (Marchetti, 2002 : 23).

Le chercheur ajoute que le journalisme sportif, défini en tant que « spécialité journalistique », s'inscrirait parmi les sous-champs constitutifs du champ journalistique : « Les types de médias (par exemple les chaînes d'information en continu ou les newsmagazines), les rédactions et les spécialités journalistiques (au sens thématique du terme) constituent autant de sous-champs relativement autonomes, qui doivent leurs propriétés à la position qu'ils occupent dans le champ journalistique, subissant les attractions et les répulsions des univers sociaux qu'ils couvrent » (Marchetti, 2002 : 23-24).

Au regard de ces réflexions, le journalisme de sport peut, par conséquent, être entendu comme un sous-champ spécialisé du journalisme : s'inscrivant dans le champ journalistique, il se distingue aussi de par sa spécialisation, à savoir le sport.

1.5. L'objectivité journalistique : un objectif impossible ?

Pilier fondamental de la pratique journalistique, l'objectivité ne cesse d'être rappelée aux « hérauts de l'information » (Rieffel, 1984). Elle le devient davantage quand elle se confronte au sport qui reste « avant tout l'affaire de passionnés » (Wille, 2002 : 10). Affichée telle une *doxa* dans le milieu, l'objectivité journalistique constitue en réalité un graal difficilement atteignable dans la pratique, en dépit du fait que le grand public inscrive cette composante dans les lettres de noblesse du journalisme.

« Le sens commun décrit volontiers les médias comme un “miroir” dans lequel viennent se refléter les personnages, les discours et les événements qui animent la société. L'actualité ne serait rien d'autre que la recension des déclarations et des faits qui parsèment le “monde réel”, et qui sont censés s'imposer aux journalistes comme n'importe quel signal sonore ou lumineux s'impose à une oreille ou à un œil normalement constitués. Les journalistes ne feraient que retransmettre, telle qu'ils la voient ou l'entendent, la marche du monde. Les faits, rien que les faits ! » (Derville, 1999 : 152).

À quelle définition faut-il se rallier pour expliquer au mieux les particularités intrinsèques de l'objectivité journalistique ? Nous nous référons de notre côté à celle de Denis McQuail, éminent chercheur britannique en communication et en médias : *“Briefly, and most generally, this criterion has to do with the degree of correspondence between the versions of events offered by the news and the 'reality' of these events, and 'good performance' of the news task has come to be equated with a high degree of correspondence in this respect. The news media are expected to 'tell it as it is'”*⁹ (McQuail, 1986 : 2).

L'objectivité journalistique consisterait à rendre compte de manière totale et factuelle d'événements, sans apporter un quelconque jugement ou une quelconque modification à leur teneur, à leur forme ainsi qu'à leurs spécificités. Un idéal impossible à atteindre, selon Bernard Delforce, ancien professeur en sciences de l'information et de la communication (Université de Lille 3) : « Ainsi, on pense l'activité avec des notions, celle d'objectivité par exemple, dont on conteste soi-même immédiatement la pertinence. Le fonctionnement normal du langage rend pratiquement impossible de décrire sans “éclairer”, en positif ou en négatif, ce qu'on décrit, de raconter les faits sans rendre légitimes ou illégitimes les actes, de rapporter les propos sans qualifier ou disqualifier les locuteurs qu'on cite. On peut le faire plus au moins perceptiblement, mais on ne peut y échapper » (Delforce, 1996 : 21).

⁹ « En bref, et de manière plus générale, ce critère concerne le degré de correspondance entre les versions des événements proposées par l'information et la “réalité” de ces événements, et la “bonne exécution” de la tâche d'information est désormais assimilée à un degré élevé de correspondance à cet égard. Les médias sont censés “raconter les choses telles qu'elles sont” ».

À l'aune de ce constat, le journaliste (de sport) ne peut guère s'apparenter à une simple courroie de transmission de la réalité. « Contrairement à ce que laisse supposer l'illusion scientifique, le journaliste n'est pas en état de simplement reproduire la réalité. Il se situe d'emblée dans une chaîne herméneutique. Il reconstruit la réalité pour la comprendre. Il joue un rôle actif. Il lui appartient d'élaborer chaque concept utilisé pour décrire la réalité. Il se meut principalement dans l'ordre de l'interprétation, autrement dit du sens. [...] » (Cornu, 2009 : 360).

Le rôle de cet « observateur du remarquable » (Moles, cité par Mathien, 1992 : 11) dont l'objectif est « d'informer, ou comme on le dit souvent, de rapporter l'actualité » (Gauthier, 2004 : 169) se veut plus complexe.

« [Le journaliste] est le plus souvent confronté, tout comme l'historien, à des traces : des témoignages de première ou de seconde main, des communiqués, des déclarations, des “discours sur”. Ces traces sont fraîches, mais elles ne présentent pas toujours la même sécurité que celle de documents historiques dûment authentifiés par la tradition et par plusieurs chercheurs. Elles n'en engagent que plus impérativement le journaliste à opérer une critique de ses sources, à les interroger, à rechercher ce qu'elles veulent dire, à les faire parler » (Cornu, 1998 : 15).

C'est pourquoi Gilles Gauthier, professeur titulaire au Département d'information et de communication de l'Université de Laval (Québec), constate que l'objectivité journalistique est sujette à de multiples palabres sur son bien-fondé dans la profession : « Sa considération est toutefois aujourd'hui tout à fait paradoxale : alors même qu'elle continue d'entraîner l'adhésion de beaucoup de praticiens, l'objectivité est récusée par apparemment presque autant de journalistes et est battue en brèche par des théoriciens du journalisme pour lesquels elle est au mieux une illusion, au pire une imposture » (Gauthier, 1991 : 81).

Débatte et rejetée par certains, valeur constitutive du métier de journaliste pour d'autres, l'objectivité demeure un élément-clé du discours médiatique, comme l'explique Stéphanie Martin, journaliste au journal *Le Soleil* : « D'un côté, le milieu journalistique accorde une grande importance au principe d'objectivité dans la pratique de la profession ; parallèlement, ceux qui critiquent le travail des journalistes s'accordent pour dire que c'est l'objectivité qui en est le pilier. Mais d'un autre côté, les journalistes n'osent pas prétendre à l'objectivité et préfèrent qualifier leur travail d'“honnête” ou d'“intègre”. Les analystes, eux, s'efforcent de démontrer que l'exigence d'objectivité n'est pas ou est peu respectée » (Martin, 2004 : 145).

1.6. Entre impartialité et connivence : quelle place pour le journaliste sportif aujourd'hui ?

En plus de sa mission d'objectivation de la réalité, on attend du journaliste qu'il incarne d'autres valeurs jugées fondamentales dans la pratique. Parmi elles, l'impartialité qui « [...] N'est pas la simple neutralité, qui consisterait à exposer des points de vues opposés, sans jamais trancher — se contenter de donner, comme l'on dit, “les deux sons de cloches”. L'impartialité ne commande pas non plus de ne jamais prendre parti. Elle commande de juger sans parti pris. Elle se doit d'exprimer, comme l'objectivité dans l'observation, une forme d'exigence : à l'exactitude, qui se situe à l'horizon de toute recherche de fait, répond ici l'attente de justesse, comme fin de toute compréhension et de toute évaluation » (Cornu, 1998 : 20).

Rentre inévitablement en compte dans l'équation la relation aux sources. Ces sources demeurent indispensables pour le journalisme, puisque sans elles, l'information manquerait de crédibilité et de substance.

« Une partie considérable de l'information journalistique est faite d'événements-paroles : X déclare, prévoit, confirme, annonce, révèle, prétend, croit, etc. Une autre partie, celle des événements-accidents (déraillements, explosions, feux, vols, etc.) met en scène divers témoins, dont quelquefois le journaliste lui-même, qui racontent, décrivent, expliquent, etc. Enfin, la plupart des événements-actions (manifestations, occupations, émeutes, etc.) sont prétextes aux discours des acteurs... et des commentateurs » (Demers, 1983 : 9).

Le problème essentiel de la profession réside dans le degré de proximité que doivent s'imposer les journalistes pour accomplir honnêtement leur travail. Un degré qui pose question pour Dan Israel : « Tout “bon” journaliste est censé maintenir avec le domaine qu'il couvre une distance critique suffisante, ni trop près ni trop loin. Mais cette règle est souvent bafouée, au prétexte qu'il faut être au plus proche de ses sources pour obtenir une information fiable. Et lorsque frappent les difficultés financières et les coupes budgétaires, les entorses se multiplient » (Israel, 2016 : 37).

Est pointée du doigt la connivence qui lierait les journalistes à leurs sources, ce rapprochement étant associé à une faute professionnelle grave. Un parti-pris qu'il faut nuancer, au regard des dynamiques effectives dans le champ journalistique.

« [...] Quand il est méconnu, ce lien est interprété comme vicié ; quand il est révélé en situation de crise, il est conforté dans le préjugé qui lui était accolé. Cette connivence est banale, tout à la fois inscrite dans la quotidienneté du journalisme spécialisé et enfouie dans le silence des pratiques qui s'en prémunissent en restant tacites. La connivence sonne comme une compromission alors qu'elle n'est que le corollaire de la proximité. Un journaliste spécialisé, qu'il traite de politique, de science ou de sport, est dépendant de la primeur et de l'originalité des informations qu'il obtient de ses sources » (Parrot, 2011 : 114).

Comme le fait connaître Parrot, l'impartialité est difficile à atteindre.

« Comment être proche de ses sources sans s'éloigner des citoyens destinataires des médias ? Comment se servir de ses sources sans les servir – et donc tromper ceux que l'on est censé informer – et sans pour autant les desservir – et donc risquer de perdre leur contribution dans la production d'informations ? Dans un système de gagnant-gagnant entre producteurs et diffuseurs d'informations, comment éviter qu'il y ait deux perdants, les citoyens et l'image du journalisme ? » (Parrot, 2011 : 114).

Dans les spectacles sportifs qui « Fascinent des populations toujours plus nombreuses, béates d'admiration, exaltées par ces performances hors du commun ou ces affrontements compétitifs acharnés » (Lévêque, 2014 : 60), l'impartialité ne serait qu'un horizon inaccessible. Selon Diana, « 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 » (Diana, 2013 : 43).

Françoise Papa et Laurent Collet, enseignants-chercheurs (Université de Grenoble et Université du Sud Toulon Var) expliquent d'ailleurs que la position du journaliste de sport reste discutée : « [...] L'évolution du sport de haut niveau et son poids dans l'économie des médias ne laissent pas d'interroger en retour la position du journaliste de sport qui, comme son confrère en politique, est parfois soupçonné de connivence. L'un comme l'autre sont confrontés à une interrogation sociétale profonde sur les valeurs fondatrices de la démocratie, d'une part, et du sport comme pratique sociale, d'autre part » (Collet & Papa, 2013 : 81).

Cette mise à distance du milieu sportif semble tout bonnement impossible pour le journaliste puisque « [...] La posture que prétend adopter le journaliste de sport implique une distanciation avec le milieu sportif, une rupture avec cette connivence militante qui le relie aux organisateurs de compétitions. Or – c'est sans doute là sa contradiction – le journaliste de sport est lié plus que tout autre à la matière qu'il traite » (Simon, 2009 : 153).

Il serait imprudent de dire que le journalisme sportif est la seule spécialité en proie aux critiques. Le journalisme culturel et le journalisme politique sont aussi passés au crible.

« Si aucune branche du journalisme n'est épargnée par cette forme de corruption morale que sont la connivence ou le clientélisme, le domaine culturel, relativement déconsidéré au sein des rédactions, en souffre au premier chef. Pour remplir les pages Culture, on hésite de moins en moins à accepter les largesses des institutions culturelles. [...] » (Israel, 2016 : 37).

« La couverture de tout domaine d'activité implique la fréquentation assidue de ses acteurs. Des liens personnels se tissent ; des sympathies se forgent. Le manque de distanciation entraîne au mieux une forme de myopie ; au pis, une connivence ; parfois une complicité. Ce travers est plus accentué qu'ailleurs dans le champ politique. Par obligation, hommes et femmes politiques savent séduire » (Du Roy, 2003 : 133).

1.7. Le journaliste sportif : un vecteur d'émotions

Huitième de finale du Mondial 2018 de football. La Belgique se trouve en position délicate face au Japon. Les deux équipes partagent le score. Trois minutes de temps additionnel sont affichées au compteur. Alors que Nacer Chadli vient planter le troisième but, synonyme de victoire, dans les tous derniers instants de la rencontre, le consultant Philippe Albert laisse éclater sa joie : « Je l'ai dit bordel ! ». La phrase fait le buzz et est reprise sur la toile. Pris dans le cours de l'événement, l'ancien Diable Rouge n'a pas réfléchi, l'euphorie prenant le pas sur la critique distanciée. Cet élan d'entrain peut s'expliquer d'une part par la place occupée par Philippe Albert, celle de consultant : « [...] Le journaliste, tout en adoptant le rôle du spectateur, tient le rôle de l'expert, alors que le consultant, dont la parole est légitimée par son expérience, se place symboliquement à l'extérieur du dispositif médiatique » (Schuwer et al., 2008 : 13). L'enthousiasme de l'Ardennais peut se justifier d'autre part par la nature du spectacle sportif qui est un « Catalyseur affectif [qui] accroît la possibilité d'éprouver des émotions et autorise à s'y abandonner » (Ehrenberg, 1991 : 155). Philippe Albert n'a pas pu se protéger contre « La force envahissante des affects » (Suaud, 1996 : 29). Pas moins que le journaliste sportif Rodrigo Beenkens qui reconnaît qu'il s'est lui-même laissé envahir par ses émotions.

« À 0-2, pendant dix minutes, j'ai eu l'impression de perdre les pédales. Ça ne m'est jamais arrivé. Je ne suis plus un commentateur, je suis un supporter, submergé par trop d'émotions. Tout ce qui est excessif n'est jamais bon. Pendant dix minutes, on croit que le scénario catastrophe pourrait se produire. Voyant que les joueurs ne savent plus trop quoi faire, le commentateur regarde le coach. J'ai essayé de décrire ce qui se passait »¹⁰.

Supporter et non plus journaliste le temps d'un instant ? Le journaliste de sport demeure « 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 » (Diana, 2013 : 42). La notion d'objectivité, discutée plus haut, semble ainsi davantage challengée à l'aune des émotions procurées par le sport. « Un des principes du commentaire est la visée objective. Il évite, en principe, au maximum, la prise de position en faveur d'un individu ou d'une équipe. Or c'est bien souvent tout l'inverse dans les faits car l'émotion est alors "trop" importante » (Richard, 2009 : 183).

Ces émotions s'inscrivent dans une trame narrative produite par l'essence du spectacle sportif, selon Ohl. « Les spectacles sportifs cumulent de nombreuses caractéristiques qui en font des

¹⁰ Berger, M. (2018, 3 juillet). La chair de poule de Philippe Albert, les explications de Rodrigo Beenkens et Michel Lecomte. *RTBF*. <https://www.rtbf.be/article/la-chair-de-poule-de-philippe-albert-les-explications-de-rodriigo-beenkens-et-michel-lecomte-9962997>

événements capables de générer facilement des récits. En effet, il y a dans la plupart des cas une unité de temps (durée d'une rencontre) et de lieu (stade, mer, rivière, rocher...), et les acteurs sont souvent perçus comme étant héroïques. La simplicité des schémas proposés par les spectacles sportifs et l'incertitude des résultats des événements favorisent l'émergence d'intrigues aisément perceptibles » (Ohl, 2001 : 189).

Le spectacle sportif est apprécié et louangé par ceux qui y assistent, puisqu'il renvoie son public à des vécus personnels. En effet, « L'engouement pour le spectacle sportif peut s'expliquer à la fois parce qu'il s'appuie sur des actions qui ne sont pas inscrites sur le registre de la fiction et qui ont des conséquences réelles, et par la possibilité pour le spectateur de retraiter les situations par rapport à ses propres expériences sociales ; on peut y voir le courage, le mérite, le cran, etc. » (Ohl, 2001 : 199).

Présent sur place, le journaliste sportif tente de faire vivre au mieux l'événement à son auditeur ou à son téléspectateur. « [Il] joue le rôle du candide comme s'il était en lieu et place du citoyen de base. Il est une forme de traducteur (reformulations) devant simplifier encore davantage l'explication. D'autre part, il doit également rendre le commentaire vivant et attrayant. Le commentaire est un genre qui est censé fournir à la réception un ensemble d'analyses objectives et apporte la preuve de son bien-fondé par le "savoir" et le "savoir dire" » (Bonnet & Desmarchelier, 2008 : 119).

Dans ce dessein, le journaliste use du commentaire sportif, composante du discours médiatique, comme l'indiquent Valérie Bonnet, maitresse de conférences au LERASS, et Dominique Desmarchelier, maître de conférences à l'Université Paris-Descartes. « Le commentaire sportif appartient au discours d'information médiatique. À ce titre, il vise deux finalités : la visée d'information (que se passe-t-il sur le terrain ? Quelles explications peut-on apporter au spectateur pour qu'il comprenne le match ?) et la visée de captation (la qualité du commentaire attire le public). Il s'agit d'atteindre un public en lui faisant ressentir des émotions, des pulsions inconscientes » (Bonnet & Desmarchelier, 2008 : 107).

1.8. De la difficulté d'investiguer dans le champ sportif

De par sa volonté d'atteindre l'objectivité, de par sa position délicate entre l'impartialité et la connivence et de par son rôle de vecteur d'émotions, nous remarquons que le journaliste sportif rencontre davantage de difficultés à investiguer dans son domaine. Comme l'explique

Ohl, « L'ambiance du sport, souvent caractérisée par la fête, semble peu propice à l'émergence d'un journalisme d'investigation, les émotions et la passion dominent la narration journalistique » (Ohl, 2000 : 99). Il est vrai que « l'enquête est le genre journalistique de synthèse le plus complet, le plus exigeant pour son auteur. Contrairement au reportage, il ne s'agit pas de rapporter, mais d'approfondir un sujet et de répondre à une ou des questions. On parle à son propos d'investigation parce qu'elle fait appel à toutes les techniques de recueil de l'information, notamment pour découvrir des réalités occultées par les sources habituelles » (Agnès, 2015 : 208).

Très rares sont les journalistes de sport qui osent s'aventurer dans les méandres d'un milieu où, au-delà de la façade, tout n'est pas toujours rose. En Belgique francophone, Thierry Luthers s'est risqué en toute fin de carrière à s'enquérir des coulisses du football belge. Cette investigation journalistique portant sur une enquête judiciaire, menée conjointement avec le journaliste d'investigation Patrick Remacle, a donné matière au documentaire « Le Milieu de terrain »¹¹. En France, le nom de Romain Molina revient sur toutes les lèvres lorsqu'on évoque le journalisme sportif d'investigation. Pour le reste, très peu de journalistes sportifs portent leur intérêt sur ce qu'on pourrait appeler « la face cachée » du milieu sportif. Un état des lieux que partage Fabrice Jouhaud, journaliste et désormais directeur de la LNB : « Le dopage ou les affaires institutionnelles, personne parmi les journalistes sportifs ne se passionne pour ça. C'est un milieu où les gens n'ont intellectuellement pas perçu l'intérêt de faire sortir des infos. Dans le sport, l'intérêt commun c'est plutôt de la fermer, ou éventuellement de tous se mettre d'accord sur un mensonge »¹².

Pourquoi les médias sportifs publient-ils peu d'enquêtes et d'investigations ? Selon Jérôme Latta, journaliste, co-fondateur et rédacteur en chef des *Cahiers du football*, la raison est simple : « Les diffuseurs l'excluent, les radios et la presse écrite y rechignent parce qu'il ne faut pas dénigrer le produit ou altérer son image. D'autant qu'il n'y a aucune culture de l'enquête et de l'investigation au sein du journalisme "sportif" : ce sont les autres services ou les autres

¹¹ Luthers, T., Remacle, P. (2021, 29 septembre). #Investigation. Le Milieu du terrain. *RTBF Auvio*. 68 minutes. <https://auvio.rtbf.be/media/investigation-investigation-2815563>

¹² Racapé, A., Henneon, T. (2011, 11 février). L'investigation est un sport de combat : enquête sur le journalisme sportif. *Acrimed | Action Critique Médias*. <https://www.acrimed.org/L-investigation-est-un-sport-de-combat-enquete-sur-le-journalisme-sportif>

médias qui doivent s'en charger »¹³. Diana reconnaît effectivement que les journalistes sportifs éprouvent des difficultés à s'émanciper de leur 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 » (Diana, 2013 : 34-35).

Bureau pointe en outre du doigt la justification donnée par les journalistes de sport pour ne pas s'intéresser aux « affaires » sportives *stricto sensu*.

« Il y a une loi non écrite du milieu de la presse de sport qui est de dire que le lecteur est puritain, qu'il n'aime pas qu'on lui parle des travers du sport. Je pense que c'est vrai mais qu'également beaucoup de gens ne lisent pas le sport parce que justement il y a un discours puritain ; il faut aussi des articles de sport qui détruisent cette idée-là. A chaque fois qu'on énonce une loi sur les lecteurs de sport, on énonce son contraire et on exclut immédiatement une partie des gens qui pourraient lire et qui ne le font pas » (Bureau et al., 1987 : 210).

Ce manque d'intérêt pour l'investigation est-il véritablement conscientisé par la profession ? Résulte-t-il d'une démarche volontaire, d'un rechignement profond de la part des journalistes sportifs ? Arnaud Racapé, journaliste, et Thibault Henneon, chercheur spécialisé dans le domaine de la communication et du journalisme, évoquent des difficultés indépendantes du journaliste sportif : « Envahi par l'argent des sponsors et les contrats d'exclusivité, lié par essence à la presse qui a créé maintes compétitions et continue d'en régenter, le sport professionnel serait réfractaire à l'information indépendante, et le journaliste sportif serait suspecté de compromissions et de collusion avec la matière qu'il traite. Parce qu'il faut promouvoir et entretenir le spectacle, le sport s'accommoderait mal du travail d'enquête journalistique »¹⁴.

C'est pourquoi Alain Accardo, sociologue français, souligne l'importance d'adopter une vision d'ensemble.

« L'observateur du système médiatique devrait poser en principe que les journalistes ne sont pas, dans leur grande masse, machiavéliquement préoccupés de manipuler le public pour le plus grand profit des actionnaires des entreprises de presse. S'ils se comportent en "conditionneurs" de ceux à qui ils s'adressent, ce n'est pas tant qu'ils ont la volonté expresse de les conditionner que parce qu'ils sont eux-mêmes conditionnés, à un degré que la plupart ne soupçonnent pas. Chacun en faisant spontanément – ou en ne faisant pas – ce qu'il a envie de faire, s'accorde spontanément avec tous les autres »¹⁵.

¹³ Acrimed (2013, 8 mai). Entretien – Le journalisme de football vu par un franc-tireur : Jérôme Latta des *Cahiers du Football*. Acrimed | Action Critique Médias. <https://www.acrimed.org/Entretien-Le-journalisme-de-football-vu-par-un-franc-tireur-Jerome-Latta-des>

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Accardo, A. (2000, mai). La liberté de faire « comme on doit ». Derrière la subjectivité des journalistes. *Le Monde Diplomatique*. <https://www.monde-diplomatique.fr/2000/05/ACCARDO/2288#partage>

La place du sport comme catégorie journalistique au sein d'une rédaction devrait par exemple être prise en compte pour expliquer cette distanciation. « Les articles qui prennent une distance par rapport à l'engagement sportif et analysent le fonctionnement du milieu sont très rares. L'alibi de la demande des lecteurs (d'émotion, de résultats, d'histoires, ...) sert souvent à masquer d'autres influences. En effet, leur position délicate [celle des journalistes sportifs] dans leurs journaux (le sport est une rubrique importante mais dominée symboliquement et donc souvent perçue comme gênante), ne leur permet pas facilement de déprécier un sport à qui ils doivent leur existence » (Ohl, 2000 : 100).

Les acteurs sportifs détiennent à l'égard des journalistes de sport un pouvoir de contrainte conséquent dans la fourniture d'informations que ces derniers pourront mettre sur papier.

« Certains journalistes ont conscience de ces difficultés et affirment ne pas pouvoir se permettre de se “griller” dans le milieu. L'accès à l'information est lié aux bonnes relations entre journalistes, sportifs et dirigeants. Pour espérer une collaboration du milieu il faut afficher sa passion sportive. Le journaliste trop critique ne peut pas compter sur des attitudes favorables et risque d'avoir des difficultés d'accès aux informations, voire aux lieux de pratique. Les “interdictions de vestiaire” ou de stade indiquent à la fois les limites de l'indépendance des journalistes et la faible tolérance du milieu sportif à la critique » (Ohl, 2000 : 100).

CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE

« Si l'on veut savoir ce que pensent les gens ; quelles ont été leurs expériences et ce qu'ils se rappellent ; quels sont leurs sentiments et leurs motivations ainsi que les raisons de leurs actions, pourquoi ne pas leur demander ? » (G. W. Allport)

2.1. Récolte des données et critères de sélection des enquêtés

Ce travail se matérialise de ce fait sous la forme d'une enquête originale et approfondie sur le milieu du journalisme sportif belge francophone. Il s'appuie d'une part sur des données quantitatives récoltées au travers d'un questionnaire adressé au grand public. Ce sondage d'opinion a été mis en ligne et diffusé le 19 juin, avant d'être clôturé le 19 juillet 2024. Il vise à saisir la perception du journaliste sportif par notre panel (512 répondants) et à comprendre si les citoyens sont porteurs de stéréotypes à l'égard de ces professionnels. Dans l'affirmative, nous souhaitons pouvoir connaître la nature de ces lieux communs.

Nous nous sommes attardée d'autre part – c'est là que se trouve l'intérêt majeur du terrain de recherches – à agréger des données qualitatives, obtenues quant à elles en deux temps. Dans un premier temps, nous avons réalisé cinq entretiens exploratoires auprès de journalistes qui ont caressé le journalisme sportif dans leur parcours, mais qui ont depuis lors navigué vers d'autres domaines du journalisme. Leur distance, mais aussi et surtout leur esprit critique font d'eux des interlocuteurs privilégiés pour saisir les dynamiques circulantes d'une rédaction sportive. Les échanges avec ces professionnels ont, par ailleurs, permis de nourrir notre réflexion sur le sujet et d'élaborer un guide d'entretien le plus pertinent et le plus juste possible pour la suite de notre enquête.

Dans un second temps, nous avons en effet opté pour la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon composé de vingt-deux journalistes sportifs belges francophones. Le premier critère important à nos yeux dans la constitution de l'échantillon résidait dans l'acquisition de la part des enquêtés d'une expérience certaine dans le milieu sportif. Nous avons choisi pour cette raison des professionnels détenant au minimum quatre ans d'expérience dans le domaine. Un autre critère non-négligeable demeurait dans le respect du pluralisme des rédactions belges francophones. RTL, RTBF, DAZN/Eleven Sports, *Le Soir*, *Sudinfo*, *L'Avenir*, *La DH* : bien qu'elles possèdent leurs propres spécificités, autant la presse écrite que la presse télévisuelle ou radiophonique ont été scrutées par l'intermédiaire de leurs journalistes de sport.

Nous verrons dans la suite de notre enquête que les particularités de chaque média ont toute leur importance dans l'idée qu'ils nourrissent de leur profession.

2.1.1. Sondage d'opinion, entretiens exploratoires et semi-directifs

Il nous semble important – si pas essentiel – de pouvoir donner la parole aux deux acteurs qui structurent le champ médiatique : les récepteurs (le public) et les émetteurs (les journalistes). Se priver de l'un d'eux reviendrait à fournir un paysage partiel – donc biaisé – de la situation. Le choix de privilégier les données chiffrées nous permet d'essayer de saisir les grandes tendances qui se dégagent de cette collectivité. En effet, « À travers la technique du sondage d'opinion, on cherche à obtenir une “photographie de l'opinion à un moment donné” et le résultat d'un sondage se traduit toujours par des chiffres, une série de pourcentages par exemple » (Berthier, 2016 : 13).

Ces données à elles seules ne suffisent néanmoins pas. D'où la nécessité de passer à une phase plus approfondie, avec la mise en place d'entretiens. Il faut noter que « L'entretien d'enquête n'est pas une situation de bavardage à bâtons rompus entre amis ni une simple discussion de palier avec ses voisins. Ce n'est pas non plus un échange d'arguments pour convaincre ou pour controvertir, ni un interrogatoire policier ou une confession » (Berthier, 2016 : 69).

Les entretiens exploratoires sont pertinents à plus d'un titre. Ils permettent de « tâter le terrain », mais aussi de lancer des « ballons d'essai » pour mieux comprendre le domaine appréhendé. « L'enquêteur joue un rôle de stimulateur, de facilitateur et par ses interventions montre qu'il écoute et qu'il comprend. [...] Dans ce climat de confiance, les informations obtenues peuvent être riches et nuancées » (Berthier, 2016 : 72).

Quant à la décision de privilégier des entretiens semi-directifs, elle se justifie partiellement par l'un des traits propres à l'enquête, à savoir que cette dernière « [...] S'appuie principalement (mais pas exclusivement) sur le recueil d'informations auprès d'interlocuteurs multiples que l'on questionne et qui apportent chacun leur part de réponse à l'interrogation de départ » (Agnès, 2015 : 290).

L'enjeu de notre enquête consiste à obtenir de la part des professionnels une introspection relative à leur profession, qu'ils puissent se livrer aussi bien sur les forces que sur les faiblesses du métier et ainsi délivrer un témoignage personnel empreint de leur propre vécu. Dans ce

dessein, les entretiens semi-directifs ont toute leur place puisqu'ils se formalisent sous forme « (...) [D']une conversation ou [d']un dialogue qui a lieu généralement entre deux personnes. Il s'agit d'un moment privilégié d'écoute, d'empathie, de partage, de reconnaissance de l'expertise du profane et du chercheur. Ce dernier ayant établi une relation de confiance avec son informateur va recueillir un récit en s'appuyant sur un guide préalablement testé et construit à l'issue de travaux de recherche exploratoire » (Imbert, 2010 : 25).

Le croisement de ces trois techniques nous a permis de constituer un corpus de qualité qu'il conviendra par la suite de décortiquer et d'analyser pour en ressortir les grandes tendances.

2.1.2. La validité des échantillons et la présentation du panel des enquêtés

L'élaboration des échantillons constitue un point *sine qua non*. Ceux-ci fondent le socle de notre enquête : le panel de journalistes sportifs belges francophones, au travers de leurs témoignages, nous permettra de mieux comprendre leur position sur l'échiquier journalistique, tandis que l'échantillon de la population interrogée nous aidera à comprendre comment le public perçoit ces professionnels. « [...] [L'échantillon] possède des caractéristiques générales : il est intentionnel, il est pertinent par rapport à l'objet et aux questions de la recherche, il est balisé théoriquement et conceptuellement, il est accessible et il répond aux balises éthiques qui encadrent la recherche. Il est somme toute acceptable et crédible aux yeux des communautés scientifique et professionnelle auprès desquelles les résultats de la recherche seront diffusés » (Savoie-Zajc, 2007 : 100).

Que ce soit pour l'échantillon qualitatif (les journalistes sportifs belges francophones) ou l'échantillon quantitatif (le public belge), le nombre d'enquêtés constitue-il un critère de validité pour l'échantillonnage ? Faut-il nécessairement atteindre un palier pour que l'échantillon soit recevable ? La question est souvent posée. Tentons d'y répondre.

a) L'enquête qualitative

Concernant l'enquête qualitative, certains chercheurs s'accordent : le quorum ne représente pas un critère d'évaluation pour affirmer que l'échantillon est valide ou non.

« La représentativité de l'échantillon n'étant pas un critère de validité, le principe est davantage de réaliser un nombre suffisant d'entretiens (généralement estimé entre 20 et 30) pour recueillir le témoignage de personnes qui, d'un point de vue formel ou informel, occupent des positions et se trouvent dans des situations différentes au regard de l'objet étudié, si bien qu'elles pourront avoir des points de vue différents, autrement dit des expériences, des pratiques et des représentations variées à son sujet » (Pin, 2023 : 4).

« Combien de personnes vais-je inclure dans mon étude ? Cette question est difficile à répondre précisément dans une recherche qualitative/interprétative car il n'y a pas de paramètres statistiques pour nous dire qu'en bas d'un tel nombre le test ne sera pas applicable ou qu'en haut d'un certain nombre, cela ne vaut plus la peine statistiquement parlant. La réponse est souvent arbitraire ou vague, du genre, ça dépend... » (Savoie-Zajc, 2007 : 104).

« L'échantillonnage ne se pose pas dans les mêmes termes avec les enquêtes qualitatives. L'objectif est de comprendre les situations, non pas d'estimer des valeurs dans une population d'enquête. Le nombre de sujets pourra être plus réduit, bien choisi (de façon raisonnée et non plus selon une méthode d'échantillonnage représentatif) » (Berthier, 2016 : 176).

Nous avons rencontré vingt-deux journalistes pour répondre à nos questions. Tous ont, dans un premier temps, été informés par mail de la démarche de notre recherche. La plupart d'entre eux ont, dans un second temps, été rencontrés en présentiel. Confronté à la réalité de terrain, le guide d'entretien, initialement construit pour soutenir une rencontre de trente minutes environ, a parfois débouché sur des entretiens plus courts ou plus longs. Ces derniers ont oscillé entre vingt-trois minutes et une heure. Ils ont eu lieu entre le 24 avril et le 16 juillet 2024. Dans l'ordre alphabétique, voici les professionnels interrogés.

NOM Prénom	Média(s)	Type(s) de presse	Ancienneté professionnelle
BAISE Jérémie	DAZN Eleven/RTBF Sports	Télévisée	9 ans
BAYET Grégory	<i>Le Soir/Sudinfo</i>	Écrite	29 ans
BONFIGLI Emiliano	RTL Sports	Télévisée	22 ans
BROUZAKIS Ebenezer	RTBF Sports	Radiophonique	24 ans
CIURO Vincenzo	RTL Sports	Télévisée	18 ans
DELIRE Marc	DAZN Eleven/RTL Sports	Télévisée	34 ans
GAUTIER Guillaume	<i>Le Vif</i>	Écrite	12 ans
HANQUET Christine	RTBF Sports	Radiophonique	37 ans
JOUS Manuel	RTBF Sports	Radiophonique	29 ans
LANGE Jonathan	<i>La DH Les Sports</i>	Écrite	15 ans
LANGENDRIES Vincent	RTBF Sports	Télévisée	34 ans
LECAILLON Stéphane	<i>L'Avenir</i>	Écrite	19 ans
LECOMTE Michel	RTBF Sports	Télévisée	45 ans
PETERKENNE Frank	RTBF Sports	Télévisée	24 ans
RUWET Anne	RTL Sports	Télévisée	16 ans
SAUVAGE Kevin	<i>Sudinfo</i>	Écrite	15 ans
SCHRÉDER Christine	DAZN Eleven/RTBF Sports	Télévisée	26 ans

SEPULCHRE François-Nicolas	DAZN Eleven	Télévisée	5 ans
STEIN Patrick	DAZN Eleven	Télévisée	16 ans
TERREUR Renaud	RTL Sports	Télévisée	11 ans
TOUSSAINT Laurent	<i>Le Soir</i> /RTL (Sports)	Écrite/Télévisée	21 ans
VOLVERT Quentin	RTBF Sports	Télévisée	15 ans

Notons que préalablement à ces entretiens avec les professionnels du milieu, nous avons aussi sollicité cinq autres journalistes. Nous les avons sélectionnés en fonction de leur point commun, celui d'avoir exercé en tant que journaliste sportif à un moment donné de leur carrière.

NOM Prénom	Poste actuel	Journaliste sportif de ... à ...
BERTI Christophe	Rédacteur en chef du <i>Soir</i>	De 1994 à 2012
DELHALLE Dominique	Trésorier de Sportspress.be	De 1982 à 2004
LIZEN François	Éditeur (télévision/radio/web) de la cellule d'investigation de la RTBF	De 1997 à 2003
TAIANA Nicolas	Journaliste indépendant	/
VANDE VELDE Stéphane	Journaliste au pôle Pouvoirs du <i>Soir</i>	De 2000 à 2020

L'objectif de ces échanges préparatoires consistait à nous guider dans la conception des questions que nous souhaitions formuler aux journalistes de sport belges francophones interrogés ultérieurement. Ces discussions préliminaires s'organisaient autour d'un seul axe majeur, celui des stéréotypes. L'idée était d'évoquer des clichés qui pourraient potentiellement être formulés à l'encontre des journalistes sportifs pour voir si nos interlocuteurs en avaient eux-mêmes été victimes dans l'exercice de leur métier. Nous avons exploré divers préjugés, comme l'idée que le journalisme sportif serait moins sérieux ou moins rigoureux que d'autres formes de journalisme, qu'il aurait moins de distance par rapport à son objet (le sport) et qu'il éprouverait des difficultés à enquêter. Ces cinq professionnels, au regard de leurs propres expériences, nous ont livré avec (plus ou moins de) recul leur éclairage sur le sujet. Un éclairage pertinent à plus d'un titre pour mieux comprendre le microcosme du journalisme de sport belge.

b) L'enquête quantitative

L'enquête quantitative a pris la forme d'un sondage d'opinion. Psycho-sociologue et maître de conférences (Université Pierre-Mendès France Grenoble), Nicole Berthier explique que dans le

domaine des sciences sociales, « La taille des échantillons varie de façon habituelle entre 100 et 1000 enquêtés » alors que « La plupart des enquêtes d'opinion publique s'effectuent sur des échantillons allant de 400 à 2000 personnes » (Berthier, 2016 : 175). Il reste toutefois important de tenter d'obtenir un échantillon conséquent, car « L'intervalle de confiance [des résultats] varie avec la taille de l'échantillon » (Berthier, 2016 : 174). Autrement dit, pour une affirmation ayant obtenu 50 % d'accord au sein de l'échantillon, dans 95 % des cas, la valeur réelle au sein de la population sera connue à :

- $\pm 10\%$ si on a interrogé 100 personnes ;
- $\pm 7\%$ si on a interrogé 200 personnes ;
- $\pm 5\%$ si on a interrogé 400 personnes ;
-

Nous avons de notre côté fait le choix de rendre accessible notre questionnaire à tout un chacun, sauf les journalistes, pour la raison évidente qu'ils sont les sujets de notre recherche. Notre échantillon de répondants résulte, par conséquent, d'une démarche non-théorisée. Nous avons compté sur le libre arbitre de nos futurs répondants pour qu'ils cliquent sur le lien renvoyant à notre sondage. Ils n'ont en aucun cas été désignés par nos soins en fonction de caractéristiques spécifiques. Nous avons laissé faire le cours des choses. Le sondage a été diffusé uniquement en ligne, via nos réseaux sociaux personnels et est resté ouvert pendant un mois. Notre objectif visait à recueillir un maximum de réponses en vue d'obtenir un meilleur intervalle de confiance lors de l'interprétation des résultats. Au total, nous avons récolté 512 réponses valables.

2.1.3. Le guide d'entretien et le sondage d'opinion

Sur la base de nos lectures théoriques et de nos entretiens exploratoires, nous avons construit un guide d'entretien (cf. *annexe 1*) qui s'organise autour de quatre thématiques, chacune d'entre elles comportant plusieurs questions susceptibles d'évoluer au cours de l'entretien. Le guide ne constituait en effet pas un cadre fixe : il pouvait revêtir d'autres formes en fonction des réponses des enquêtés. Les quatre thèmes abordés sont :

- Le profil du sujet ;
- Le domaine sportif comme (sous-)champ journalistique spécialisé ;
- Les spécificités du journalisme sportif et ses contraintes ;
- L'économie du journalisme sportif.

Relativement au sondage d'opinion, nous avons interrogé les perceptions des répondants par rapport aux trois derniers thèmes (cf. *annexe 2*). Un paramètre décisif lors de l'élaboration du

sondage résidait dans la possibilité de classer nos répondants en fonction de leur attrait pour le sport : non-amateur de sport, amateur occasionnel, amateur régulier ou amateur passionné. Plutôt que de pencher notre attention sur leur classe sociale, par exemple, nous avons estimé que porter le focus sur ce point pourrait être le vecteur de constats (et contrastes) intéressants. Nous avons également choisi d'utiliser comme outil de mesure une échelle de Likert (aussi appelée échelle de satisfaction) en cinq points, car elle offre des nuances aux réponses des questions fermées. Au lieu de se limiter à des réponses catégoriques telles que « oui » ou « non », cette échelle permet d'obtenir des réponses plus nuancées, ce qui aide à mieux comprendre l'attitude et la perception du répondant vis-à-vis du sujet étudié. À chaque question ou chaque affirmation, le répondant devait choisir parmi les cinq options suivantes : « pas d'accord », « plutôt pas d'accord », « mitigé/partagé », « plutôt d'accord », « complètement d'accord ». Les résultats obtenus nous permettent ainsi de mesurer les perceptions subjectives des répondants avec plus de précision.

2.2. Hypothèse

Avant de confronter les résultats à la théorie, nous souhaitons échafauder une première hypothèse au questionnement de départ : les journalistes sportifs sont-ils des sous-journalistes ? Cette première hypothèse ne demande qu'à être confirmée ou infirmée à la fin de cette enquête puisque comme le dit Pascal Lièvre, « L'objectif d'une hypothèse est d'émettre une proposition de réponse à la question de départ sous une forme suffisamment synthétique pour être validée à l'aide d'une étude de faits, d'une enquête » (Lièvre, 2016 : 85).

Notre hypothèse suppose que le journalisme sportif est un sous-champ spécialisé stéréotypé et que les journalistes sportifs sont des sous-journalistes. Ils se situent bien loin des valeurs cardinales du journalisme (l'équité, l'éthique, l'objectivité, l'impartialité, l'intégrité, la distance, le service de l'intérêt public, la rigueur, l'exactitude et la vérité). Les journalistes sportifs belges francophones sont pris dans des logiques de contraintes qui les obligent à adopter une forme de collaboration avec leurs sources, très néfaste à leur travail. L'économie du sport s'est progressivement modifiée au fil des années, et avec elle, de nouveaux acteurs (chargés de communication, canaux des clubs, sponsors) règlementent de plus en plus l'accès aux sources informatives du sport. C'est désormais un cadre strict qui entoure les relations entre journalistes et sportifs. Un cadre dont il est difficile de se défaire tant il régit jusque dans les moindres recoins ce pan du journalisme, rendant complexe la légitimité de ceux qui en font les frais. Les relations entre les sports et les médias sont devenues consubstantielles, c'est-à-dire qu'elles se

construisent dans des dynamiques (économiques, spectaculaires, institutionnelles...) qui se montrent inséparables. Ces relations nuisent au travail d'investigation, jugé comme non-nécessaire et repoussé de manière volontaire au second-plan par les journalistes sportifs belges francophones. Ceux-ci ne désirent pas *critiquer le sport* mais *faire vivre le sport*, leur gagne-pain.

2.3. Les préparatifs de l'analyse

Si nous avons réalisé nos entretiens et notre sondage d'opinion avec rigueur, attention et précision, il faut néanmoins remarquer que le panel de sondés est évidemment non-exhaustif. Les journalistes sportifs belges francophones interrogés ne constituent qu'un fragment d'une population plus vaste. Malgré tout, avoir privilégié un nombre relativement restreint de journalistes permet de décortiquer et d'analyser leurs discours avec plus de profondeur. Il reste que toutes ces données amassées doivent désormais être épluchées. « Phase capitale et essentielle de la démarche de recherche, l'interprétation ne va pas de soi. Il ne suffit pas de se laisser porter par ses intuitions ou ses impressions » (Derèze, 2009 : 200). En effet, « Une fois les entretiens réalisés, l'enquêteur devient analyste. Il doit produire à partir de son corpus – souvent volumineux – des informations pertinentes en lien avec son sujet de recherche » (Abrial, Louvel, 2011 : 65).

Nous avons de ce fait privilégié la retranscription intégrale de l'ensemble de nos entretiens (cf. *annexes 3 et 4*). Comme l'explique Thibaut Rioufreyt, « L'essentiel dans la restitution est de restituer les propos de l'interviewé de manière fidèle, compréhensible et respectueuse pour l'interviewé » (Rioufreyt, 2016 : 3). Florence Descamps insiste sur ce principe de fidélité : « Nous préconisons [...] de transcrire intégralement et littéralement les enregistrements. "Littéralement" signifie mot à mot, avec les interjections, les tics de langage, les fautes de syntaxe et de concordance des temps, les subordonnées hachées ou bouleversées, les redites, les répétitions, les impropriétés de langage, les mots d'argot ou familiers, les mots de liaison ou de ponctuation du discours, les mots destinés à entretenir la communication ou l'attention de l'interlocuteur... » (Descamps, 2005 : 443).

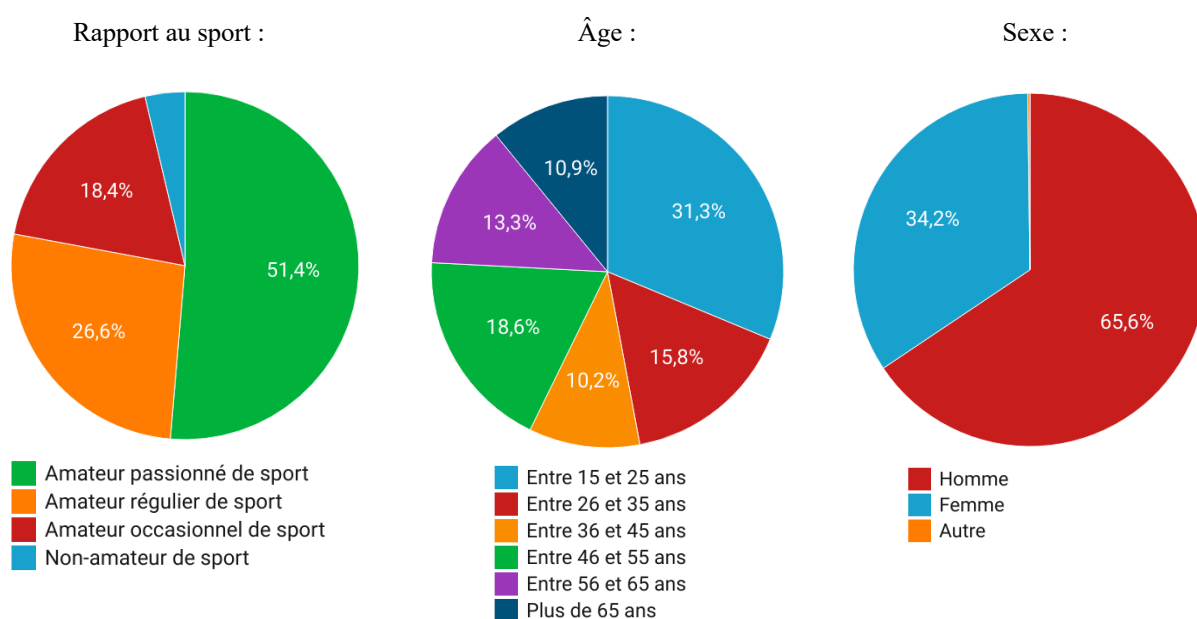
Une fois les entretiens mis sur papier, l'analyse peut enfin débiter. Il reste toutefois essentiel de se souvenir que « Tout entretien est d'une richesse sans fond et d'une complexité infinie, dont il est strictement impensable de pouvoir rendre compte totalement. Ainsi, quelle que soit

la technique, l'analyse de contenu est une réduction et une interprétation du contenu et non une restitution de son intégralité ou de sa vérité cachée » (Kaufmann, 1996 : 17-18).

CHAPITRE 3 : RÉSULTATS DU SONDAGE D'OPINION

En recueillant et en analysant les réponses des 512 participants, cette enquête vise à éclairer les perceptions populaires et à identifier les éventuels préjugés ou appréciations distinctives dont font l'objet les journalistes de sport. Les résultats obtenus nous permettent de donner un aperçu de la manière dont ces professionnels sont perçus et des attentes du public quant à leur rôle et leurs compétences.

Figure 1. Profil des sondés : rapport au sport, âge et sexe.



Concernant notre échantillon, 51,4 % de l'effectif total sont des amateurs passionnés de sport. Ils regardent très régulièrement des événements et des compétitions sportives. Ils aiment discuter de sport, l'une de leurs passions. 26,6 % se classent comme amateurs réguliers de sport. 18,4 % se qualifient d'amateurs occasionnels de sport qui regardent de temps à autre les grands tournois et les grands événements avec les équipes nationales. Seuls 3,6 % des sondés ne s'intéressent pas au sport. Ces données montrent une prédominance d'intérêt pour le sport parmi les répondants, avec des niveaux de passion variés. 31,3 % des réponses, soit la plus grande proportion, proviennent des 15-25 ans. 18,6 % des sondés ont entre 46 et 55 ans. 15,8 % sont âgés de 26 à 35 ans. 13,3 % se situent dans la tranche d'âge 56-65 ans. Les 10,9 % de plus de 65 ans et les 10,2 % des 36-45 ans ferment la marche. Presque 66 % des sondés sont de sexe masculin tandis que les 34,2 % restant sont de sexe féminin.

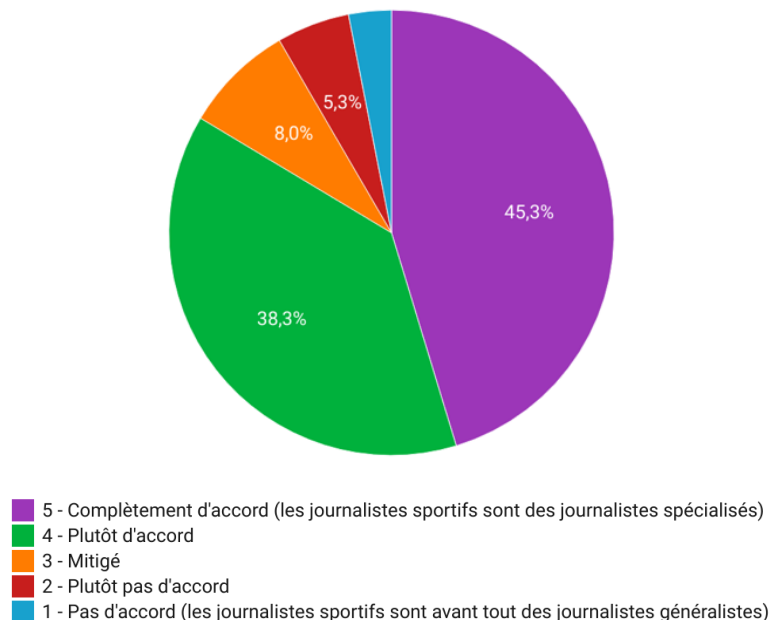
Nous remarquons ainsi un fort biais d'échantillonnage. Avec 65,6 % d'hommes, 78 % d'amateurs passionnés et réguliers de sport ainsi que 31,3 % de répondants entre 15 et 25 ans, nous nous situons très loin de la représentativité de la population générale belge francophone.

3.1. Des spécialistes aussi compétents que les autres journalistes

Pour commencer, nous avons questionné nos sondés sur la distinction entre les journalistes dits « généralistes » et ceux dits « spécialisés ». L'objectif de cette première interrogation consistait à mettre les répondants à l'aise ainsi qu'à mieux comprendre si cette distinction aurait une incidence sur leurs réponses ultérieures.

Figure 2. Des journalistes spécialisés.

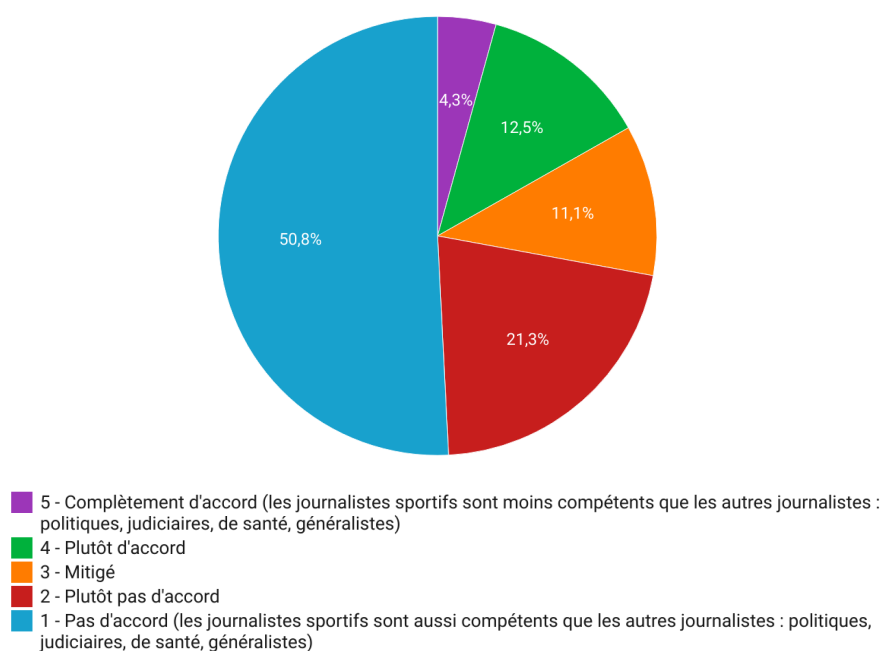
On distingue généralement les journalistes généralistes des journalistes spécialisés. Considérez-vous que les journalistes sportifs sont des journalistes spécialisés ?



Parmi les 512 réponses, une majorité significative de 45,3 % des participants est « complètement d'accord » pour considérer les journalistes de sport comme des journalistes spécialisés. 38,3 % des répondants sont « plutôt d'accord » avec cette idée. Plus de 83 % des répondants perçoivent ainsi les journalistes sportifs comme des spécialistes dans leur domaine. 8 % sont « mitigés » et 5,3 % ne sont « plutôt pas d'accord ». Seuls 3,1 % ne sont « pas d'accord », préférant les considérer comme des journalistes généralistes avant tout. Cette spécialisation n'empêche pas 72,1 % du public interrogé de trouver les journalistes sportifs aussi compétents que les autres journalistes, comme nous pouvons l'observer sur le diagramme circulaire suivant.

Figure 3. Des journalistes compétents.

Considérez-vous les journalistes sportifs belges francophones comme « moins compétents » que les autres journalistes (journalistes politiques, journalistes judiciaires, journalistes de santé, journalistes généralistes) ?



Le public questionné place en effet le journaliste sportif sur le même pied que les autres journalistes. La moitié des sondés n'estime pas que les journalistes sportifs belges francophones soient « moins compétents » que d'autres journalistes, tels que les journalistes politiques, les journalistes judiciaires, les journalistes de santé ou encore les journalistes généralistes. 21,3 % ne sont « plutôt pas d'accord » pour dire que les compétences seraient plus faibles chez les journalistes sportifs. Une faible minorité de 4,3 % affirme totalement le contraire tandis que 11,1 % sont « mitigés » et 12,5 % « plutôt d'accord ». À cet égard, un.e de nos sondés s'interroge sur la hiérarchisation arbitraire des disciplines journalistiques.

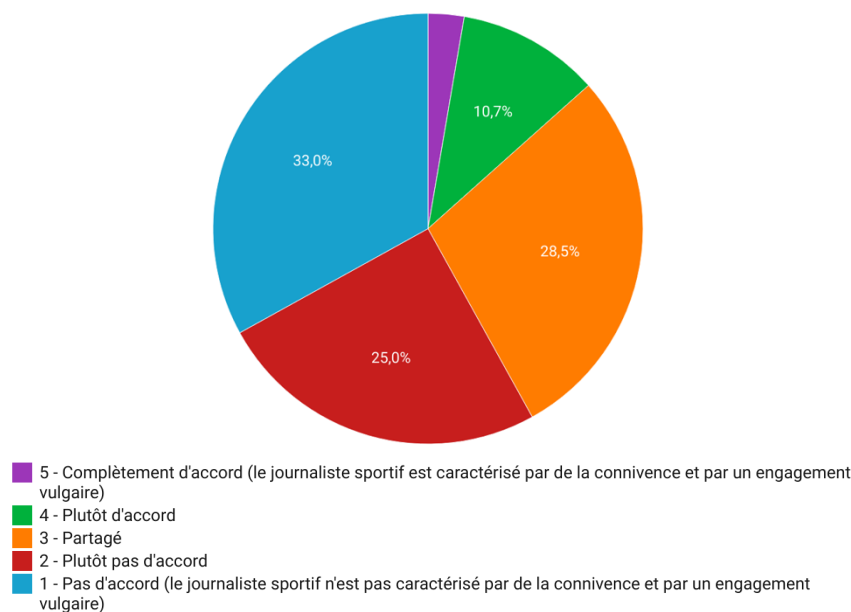
« Je considère le journalisme sportif comme une discipline à part entière et il me semble inenvisageable de hiérarchiser les disciplines, chacune ayant son public d'auditeurs ou de lecteurs. Ou alors il faut prioriser les disciplines, mais selon quels critères ? Le nombre de lecteurs ? La quantité d'espace médiatique réservé à la discipline ? Cela étant dit, il s'agira toujours d'une question de ressenti : le journaliste sportif sera toujours reconnu comme spécialiste par les amateurs de sport, et il sera régulièrement discrédité par le public qui ne prête que très peu d'attention au sport, reléguant même celui-ci au rang d'amusement futile et vulgaire (stricto sensu). Quoiqu'il en soit, ce débat mériterait bien plus que ces quelques lignes ! Ceci est un avis de lecteur-auditeur, mais j'aimerais beaucoup connaître les avis des journalistes eux-mêmes concernant l'aura qu'ils attribuent aux différentes « spécialités » du journalisme. J'imagine bien que tant aux yeux du public que des journalistes eux-mêmes certaines spécialités jouissent de plus de prestige ... mais cette réflexion vaut pour bien des domaines d'activités. » (Réponse au sondage d'opinion, envoyée le 20 juin 2024 à 01h24)

3.2. Ni connivents, ni subjectifs, mais pas assez investigateurs

Nous avons ensuite souhaité challenger les dires de Karim Souanef, auteur d'une thèse de doctorat sur les journalistes sportifs en France. Ces propos nous permettaient d'introduire les stéréotypes que peut potentiellement entretenir le public, cette fois-ci belge, envers les journalistes de sport. Les dimensions d'objectivité, de distanciation avec les sources et d'investigation, habituellement requises aux journalistes, allaient ainsi pouvoir être mesurées. Comment nos 512 sondés entendent-ils la déclaration postulant que « Selon le sens commun, le journaliste 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 critique » ? (Souanef, 2017 : 16)

Figure 4. Des journalistes non-caricaturés.

« Selon le sens commun, le journaliste 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 critique. » (Karim Souanef, auteur d'une thèse de doctorat sur le journalisme sportif en France). Que pensez-vous de cette citation ?



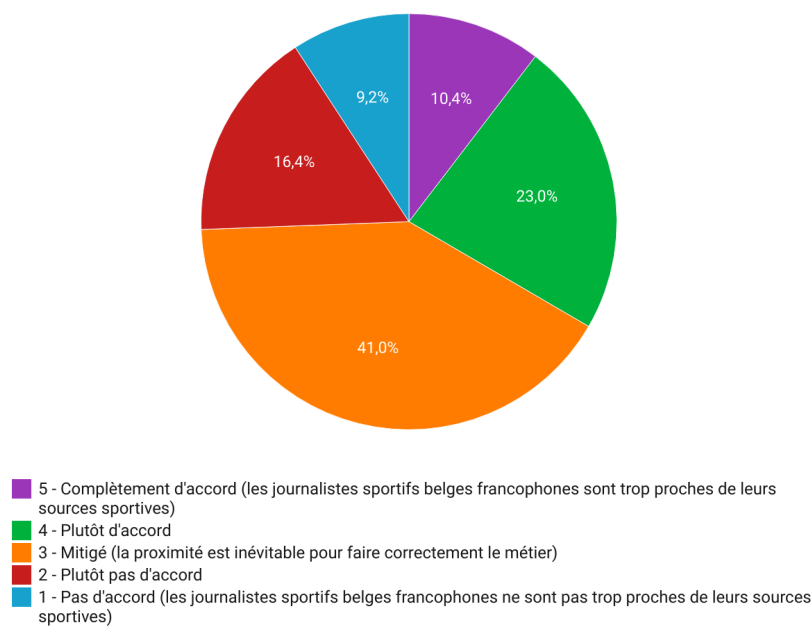
Seuls 13,4 % des sondés partagent cette vision caricaturale en étant « plutôt » ou « complètement d'accord » avec les dires de Souanef. Une grande majorité, constituée de 58 % des sondés, ne partage pas cette vision, se montrant « plutôt pas d'accord » ou « pas d'accord ». 28,5 % ne se positionnent pas clairement, ils sont « partagés ».

Nous l'avons constaté, le maître de conférences en sociologie faisait surgir plusieurs idées dans un même propos, parlant du journaliste sportif en évoquant successivement pour le caractériser

l'impureté, la connivence, l'engagement vulgaire et la rupture avec des idéaux professionnels (la distanciation et l'esprit critique). C'est pourquoi nous avons souhaité consacrer chacune des questions suivantes à l'un des points mentionnés. C'est en premier lieu la distanciation (à mettre en parallèle avec la connivence) qui a été challengée. Le public trouve-t-il que les journalistes de sports belges francophones adoptent une proximité excessive avec leurs sources sportives ?

Figure 5. La proximité et la connivence des journalistes sportifs avec leurs sources

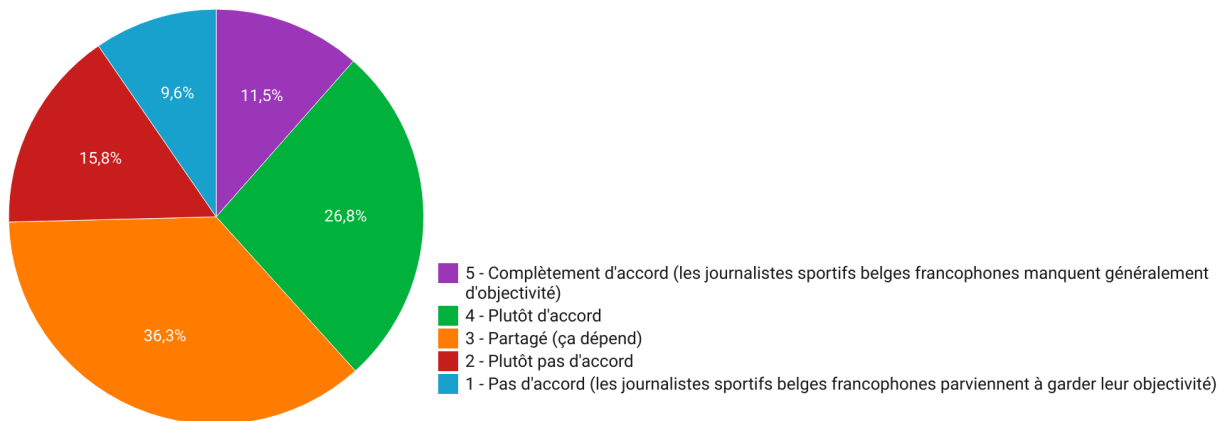
Estimez-vous que les journalistes sportifs belges francophones sont trop proches de leurs sources sportives (joueurs, clubs, fédérations) et que de ce fait, ils auraient moins de recul critique sur l'information qu'ils délivrent ?



Aucune tendance ne se dégage nettement. Tandis que 10,4 % sont « complètement d'accord » et 23 % des sondés « plutôt d'accord » pour affirmer que les journalistes sportifs belges francophones sont trop proches de leurs sources sportives et qu'ils ont moins de recul critique sur l'information fournie, 41 % sont « mitigés ». Ces derniers signalent que la proximité demeure inévitable pour faire correctement le métier. 16,4 % ne sont « plutôt pas d'accord » et 9,2 % ne restent « pas d'accord » avec la proximité reprochée aux journalistes de sport. Nous le constatons, la question du rapport aux sources fait débat. Après l'avoir soulevée, nous avons volontairement proposé une question portant sur l'objectivité, afin d'observer si les résultats recueillis allaient aller dans le même sens que ceux portant sur la proximité avec les sources. L'idée étant d'examiner si, lorsque les sondés reprochent aux journalistes sportifs leur manque de distanciation, ils les blâment aussi pour leur absence d'objectivité (à rapprocher également de la connivence évoquée par Karim Souanef).

Figure 6. L'objectivité des journalistes sportifs

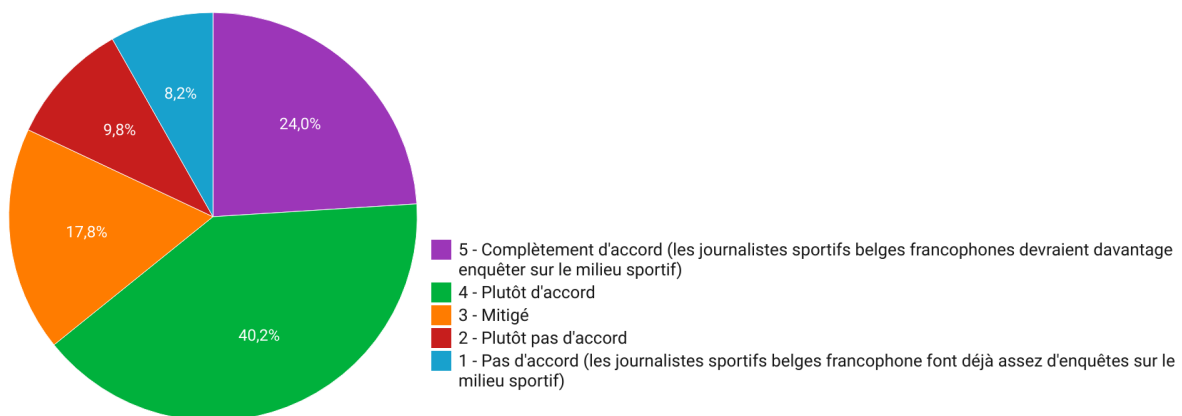
Trouvez-vous que les journalistes sportifs belges francophones manquent généralement d'objectivité ?



Le public sondé ne dégage pas une réponse saillante concernant l'objectivité des journalistes de sport. Les résultats obtenus suivent les mêmes tendances que pour la question précédente. 11,5 % des sondés se montrent « complètement d'accord » pour dire que les journalistes sportifs belges francophones manquent généralement d'objectivité. 26,8 % sont « plutôt d'accord » pour reconnaître cette insuffisance. Une partie significative, composée de 36,3 % de répondants, se veut « partagée ». 15,8 % ne sont « plutôt pas d'accord » et 9,6 % ne sont « pas d'accord », affirmant que les journalistes sportifs belges francophones parviennent à garder leur objectivité. Une fois la proximité et l'objectivité des journalistes sportifs interrogées, nous avons ambitionné de connaître l'avis des sondés concernant la dimension investigatrice du métier de journaliste de sport. Ces données nous permettraient de pouvoir établir (ou non) *a posteriori* des liens de cause à effet entre la proximité, l'objectivité et l'enquête (l'esprit critique).

Figure 7. Les journalistes sportifs et l'investigation

« Les journalistes sportifs belges francophones devraient enquêter davantage sur le milieu sportif ». Que pensez-vous de cette citation ?



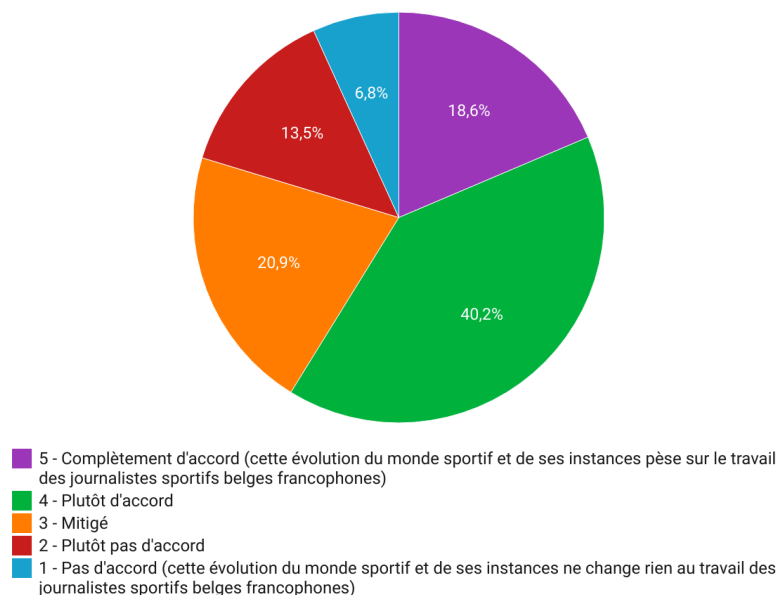
Les résultats montrent une tendance claire : une nette majorité, c'est-à-dire 64,2 % des répondants, se montre soit « complètement d'accord » soit « plutôt d'accord » pour que les journalistes sportifs belges francophones enquêtent davantage sur le milieu sportif. Ce pourcentage témoigne d'une forte demande du public pour un journalisme plus investigatif. Tandis que 18 % des sondés sont en désaccord plus au moins marqué avec cette affirmation, 17,8 % ont « mitigés », ce qui révèle une certaine hésitation ou une perception nuancée de la question.

3.3. Des journalistes sous contrainte(s), mais certainement pas des sous-journalistes

Nous avons enfin établi un questionnaire qui ne concernait pas de but en blanc la perception des journalistes sportifs, mais qui cherchait à comprendre si le public juge que des facteurs externes peuvent influencer (plus ou moins fort) le métier. Les réponses dégagées devaient permettre d'amener des nuances aux résultats précédents.

Figure 8. L'influence des facteurs externes sur les journalistes sportifs

« L'évolution du monde sportif et de ses instances (les chargés de communication qui limitent l'accès à l'information, les canaux propres aux clubs, les sponsors) complique de plus en plus le travail des journalistes sportifs belges francophones ». Que pensez-vous de cette affirmation ?



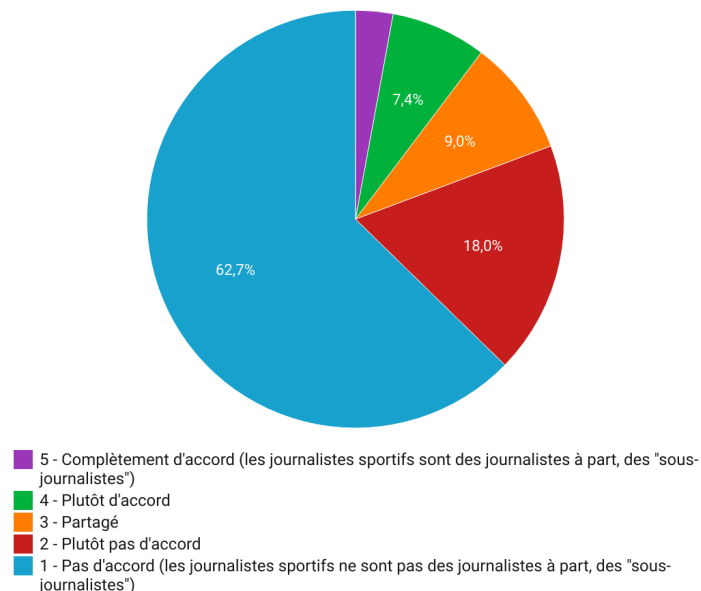
Les sondés ne sont pas dupes des dynamiques qui pèsent sur le journalisme sportif. 58,8 % se veulent « complètement » et « plutôt d'accord » avec le fait que l'évolution du monde sportif et de ses instances (les chargés de communication qui circonscrivent l'accès à l'information, les canaux propres aux clubs, les sponsors) complique de plus en plus le travail des journalistes

sportifs belges francophones. 20,9 % des répondants sont « mitigés » et 20,3 % ne sont « plutôt pas d'accord » ou « pas d'accord » avec cette affirmation.

Après avoir proposé ces questions de fond au grand public, nous sommes arrivée au cœur du sujet, la dernière interrogation allant droit au but : la population interrogée considère-t-elle que les journalistes sportifs sont des journalistes à part, des « sous-journalistes » ? Nous avons placé cette question à la fin du questionnaire dans le but de synthétiser et de cristalliser l'ensemble des perceptions recueillies au cours du sondage.

Figure 9. La considération des journalistes sportifs

Considérez-vous les journalistes sportifs comme des journalistes à part, des « sous-journalistes » ?



Le plus grand nombre de répondants postulent que les journalistes sportifs ne sont en aucun cas considérés comme des « sous-journalistes ». Une majorité écrasante, soit plus de 80 %, rejette l'idée que les journalistes de sports sont des journalistes à part, des « sous-journalistes », 62,7 % ne se montrant « pas d'accord » et 18 % « plutôt pas d'accord ». Par opposition, une minorité de 10 % affirme le contraire. Seuls 9 % restent « indécis ».

Pour les sondés qui le souhaitent, nous leur avons laissé la possibilité de clarifier leur réponse. Ce champ, propice à la réflexion, nous a fourni de nombreuses justifications, parmi lesquelles ces trois extraits sont représentatifs :

« Je ne considère pas le sport comme une sous-catégorie. Être un (bon) journaliste sportif nécessite une grande connaissance des différents sports traités, des enjeux du terrain, etc. Ces connaissances ne sont pas moins nobles que des connaissances relevant d'autres domaines. Être journaliste sportif n'est, à mon sens, pas simplement être un passionné qui donne son avis à qui veut bien l'entendre. C'est quelqu'un qui use de toutes ses connaissances et expériences dans le domaine pour produire une fine analyse d'un match,

d'un événement sportif, etc. C'est aussi quelqu'un qui se doit d'être pédagogue pour rendre le sport/l'événement sportif en question intelligible pour tous, tout en étant capable de répondre aux attentes (en termes d'analyse notamment) du public plus "expert" dans le domaine. C'est un équilibre difficile à atteindre [...] » (Réponse donnée au sondage d'opinion, envoyée le 20 juin 2024 à 10h25.)

« Je ne considère pas forcément les journalistes sportifs comme des “sous-journalistes”. Je pense en revanche qu'ils sont des journalistes à part en tant qu'ils se caractérisent par leur objet, duquel, par définition, ils ne s'écartent pas. Toutefois, je ne suis pas complètement d'accord, car le monde du sport n'est pas un champ cloisonné puisqu'il subit l'influence du champ du pouvoir (ingérence du système économique, des forces politiques - ou, à tout le moins, récupérations politiques d'événements sportifs -, médiatisation des événements sportifs, etc.). Les journalistes sportifs parlent donc de politique en parlant de sport. » (Réponse donnée au sondage d'opinion, envoyée le 29 juin 2024 à 21h13.)

« Je suis plutôt partagé concernant le fait de les mettre dans des catégories différentes. Dans la société actuelle, peu importe le métier, il existe des gens qui sont faits pour quelque chose et d'autres gens qui sont faits pour d'autres choses. Je pars du principe que les bases du journalisme sont identiques à chacun mais qu'il est très important pour le peuple d'avoir des journalistes spécialisés et experts dans un domaine spécifique. Les journalistes sportifs (quand ils sont objectifs, bien sûr) sont agréables à écouter et en tant que passionné de sport, je préfère entendre ces personnes-là débattre de foot plutôt que des journalistes plus généralistes qui auront des mots et des avis moins impactants. Je pense qu'il faut respecter son domaine, surtout quand on est expert dans celui-ci, et rester à sa place. » (Réponse donnée au sondage d'opinion, envoyée le 20 juin 2024 à 16h02.)

En résumé, 83,6 % du public interrogé considèrent les journalistes de sport comme des spécialistes et 72,1 % les trouvent tout aussi compétents que les journalistes politiques, les journalistes judiciaires, les journalistes de santé et les journalistes généralistes. 58% des répondants ne partagent pas la caricature dressée par Karim Souanef. Néanmoins, ils ne s'accordent pas concernant la question de l'objectivité et celle de la proximité, aucune majorité ne se dégageant. 64,2 % des sondés aimeraient que les journalistes sportifs belges francophones enquêtent davantage sur le milieu sportif. 58,8 % reconnaissent tout de même l'influence de facteurs externes sur les journalistes de sport. 80,7 % des répondants ne perçoivent pas en définitive ces professionnels comme des « sous-journalistes ». Nous le constatons, même s'ils demandent davantage d'enquêtes sur le sport, les sondés adoptent en fait une vision très positive des journalistes sportifs, bien loin des clichés que certains véhiculent. Ces résultats sont à tempérer au regard de notre échantillon, non-représentatif, constitué de jeunes garçons fervents amateurs de sport.

CHAPITRE 4 : RÉSULTATS DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

4.1. Entrer dans la profession : entre volonté et hasard

L'objectif premier de ces entretiens semi-directifs consiste à comprendre le parcours des journalistes sportifs et les raisons qui les ont amenés à choisir cette profession, centrée sur le sport. Qu'est-ce qui a motivé leur sort ? Était-ce davantage le désir de devenir journaliste que leur passion pour les sports ? Ou à l'inverse, une passion pour les sports qu'ils cherchaient à professionnaliser à tout prix ?

« Je pense que c'est impossible de devenir journaliste sportif sans être fan d'une équipe ou d'un sportif » nous raconte François-Nicolas Sepulchre. 73 % des enquêtés ne se leurrent pas et restent réalistes, affirmant que leur ardeur sportive et leur passé de supporter ou de fan passionné ont fortement influencé leur choix de carrière. Guillaume Gautier en fait partie, soulignant que les journalistes sportifs sont des « journalistes de passion », c'est-à-dire que le journalisme représente pour eux une façon de vivre leur amour du sport. Pour Manuel Jous, le hasard pèserait très peu dans la balance. Kevin Sauvage en est l'exemple type : il a grandi dans une famille de supporters du Standard, allant au stade depuis son enfance. Selon lui, il n'y a pas de honte pour le journaliste à admettre qu'il ait des préférences et des souvenirs d'enfance liés au sport.

Pour ces amateurs de sports, devenir journaliste sportif représente un rêve, car ce métier offre la chance d'accéder aux coulisses d'un monde qui les attire depuis toujours. Transformer une passion pour le sport en une carrière de journaliste sportif devient ainsi une ambition naturelle.

« Je pense que je ne suis pas allée vers des études de journalisme pour le journalisme. En fait, je cherchais une porte d'entrée vers le sport. Je me suis dit : “Tiens, pour travailler dans le milieu du sport, qui est vraiment le milieu qui me passionne, qu'est-ce que je pourrais faire ?”. Je trouvais que le journalisme sportif était vraiment cette porte d'entrée qui me permettrait de faire ça. Parce que je ne sais pas si j'aurais eu la même passion, le même feu, en étant journaliste liée à l'actualité, à la politique, etc. [...] » (Entretien avec Anne Ruwet, 2 mai 2024.)

« [...] Je n'étais pas assez bon pour devenir footballeur professionnel, donc j'ai dû trouver une autre solution pour être dans ce milieu-là. C'est clair que le sport a toujours été mon moteur et j'ai toujours aimé ce côté, notamment chez les commentateurs, de transmettre les émotions et de faire vivre vraiment un événement. C'est ce qui m'a toujours motivé. [...] » (Entretien avec Renaud Terreux, 2 mai 2024.)

« C'est parce que j'aimais bien le football, je regardais les matchs de football et, à l'époque, je regardais des matchs de Coupe d'Europe qui étaient commentés par Roger Laboureur. Et je me suis dit : “Ça doit être un métier super”. Et donc, finalement, c'est vrai qu'en tant que petit garçon, on a tous envie. On se

dit : « On aimerait bien être footballeur ». Et moi, finalement, très vite, c'était aussi plutôt le mec qui commente les matchs de football. Donc, je jouais au football et tout ça, donc j'adorais le football, mais c'était quelque chose qui me parlait autant que de me dire : « J'aimerais bien devenir footballeur », c'était « J'aimerais bien devenir commentateur football ». C'est ça qui m'a amené vers ce métier. » (Entretien avec Emiliano Bonfigli, 14 mai 2024.)

« J'avais deux passions, et d'ailleurs j'ai commencé mes études par la première, c'était les langues [...] Après cette année-là, je me suis recentré vers ce qu'en fait j'ai toujours voulu faire sans vraiment le verbaliser, c'était être journaliste et être journaliste sportif parce que j'étais attiré par le sport et par le football en particulier. Je m'y suis très vite senti à l'aise. [...] Je suis un passionné de sports et de sports au pluriel. Forcément, le football en est un, mais tous les sports. Gamin, je regardais tout ce qui passait à la télévision, je passais mes hivers à regarder le saut à ski, le slalom géant, le slalom avec Alberto Tomba, le biathlon, du patinage, tout et n'importe quoi au-delà du football. C'était vraiment le sport qui m'attirait. [...] » (Entretien avec Vincenzo Ciuro, 2 mai 2024.)

Les déclarations d'Anne Ruwet, de Renaud Terreur, d'Emiliano Bonfigli et de Vincenzo Ciuro illustrent comment une passion profonde pour le sport a guidé leur choix de devenir journalistes sportifs. Pour Anne Ruwet, le journalisme sportif était la clé idéale vers le milieu qui la fascinait, tandis que Renaud Terreur a trouvé dans cette voie une manière de partager les émotions du sport, après avoir réalisé qu'il ne deviendrait pas footballeur professionnel. Grand passionné de football, Emiliano Bonfigli a suivi son désir de devenir commentateur sportif. Quant à Vincenzo Ciuro, sa passion pour divers sports l'a naturellement orienté vers le journalisme sportif, où il se sentait pleinement à l'aise. Leurs parcours montrent que leur motivation première pour embrasser cette carrière résidait avant tout dans leur amour passionné du sport.

Il convient de remarquer que cet amour trouve d'ailleurs racine pour 14 enquêtés dans l'enfance ou dans l'adolescence. Patrick Stein explique : « Depuis l'âge de 7-8 ans, je dirais, quand j'ai commencé à maîtriser la lecture, entre autres, je me suis vite passionné par le journalisme sportif, par le fait de lire les articles qui parlaient de football et par le fait de regarder beaucoup de matchs de football ». Le désormais rédacteur en chef de chez Eleven/DAZN Sports a en plus été influencé par son père, avocat de profession, qui lui a confié qu'il aurait aimé être journaliste sportif. Cette révélation paternelle a peut-être inconsciemment amplifié sa motivation à suivre cette voie, cherchant à réaliser le rêve que son père n'avait pas pu accomplir lui-même. Kevin Sauvage raconte une histoire similaire. Enfant, il voulait jouer au football et y a joué à un niveau modeste. Réalisant qu'il ne pourrait pas en faire sa carrière, il a décidé de devenir journaliste sportif. Son père, qui travaillait comme pigiste chez *Sport 80* (l'ancêtre de *Sport Foot/Magazine*), a également orienté son choix. Pour Jérémie Baise, la passion pour le sport et le journalisme a commencé en accompagnant son paternel qui jouait au volleyball. Petit, sur Vivacité, il écoutait les résultats sportifs donnés par Thierry Luthers et les rapportait à son père.

Ce rituel de transmission de résultats a marqué le début de son intérêt pour le journalisme sportif.

Ces témoignages révèlent une tendance commune parmi les journalistes sportifs : une exaltation intense pour le sport, souvent enracinée dès l'enfance et renforcée par l'influence familiale. Patrick Stein et Kevin Sauvage montrent comment leur attrait appuyé pour le football et le soutien de leur père ont joué un rôle crucial dans leur choix de carrière. Au travers du témoignage de Jérémie Baise est perçue l'émergence précoce de sa passion pour le sport dans une dynamique père-fils. Ces récits mettent en valeur l'importance des expériences personnelles et familiales dans la formation de l'identité professionnelle des journalistes sportifs.

Il convient pourtant de nuancer ces propos, car cette observation ne s'applique pas à tous les journalistes sportifs. Tandis que seize d'entre eux sont arrivés dans le journalisme de sport en étant guidés par une passion dévorante et une volonté de la transformer en expérience concrète, trois sont tombés par hasard dans ce domaine, par un concours de circonstances plus que par volonté personnelle. Les parcours vers le journalisme sportif sont parfois atypiques.

Frank Peterkenne a été propulsé d'aventure dans ce domaine grâce à un contact familial, sans en faire une vocation initiale. Comme il nous le retrace, son père, ancien journaliste à la RTBF, a appris qu'un journaliste sportif de Liège prenait une pause et devait être remplacé. Alors qu'il avait passé cinq ans à travailler dans le commercial, faute d'expérience, Frank Peterkenne a passé avec succès un entretien et a rejoint la rédaction sportive. Bien qu'amateur des sports, il ne visait pas spécifiquement le journalisme sportif. De son côté, Michel Lecomte, n'ayant pas rêvé de devenir journaliste, a trouvé sa voie suite à une réorientation inattendue. Après une année de droit peu concluante, une psychologue d'un centre d'orientation l'a dirigé vers l'IHECS, une école de communication sociale à Tournai, encore peu connue à l'époque. Vincent Langendries, quant à lui, n'avait pas initialement envisagé le journalisme de sport, mais des souvenirs d'enfance révèlent une passion latente pour le commentaire sportif. Enfant, il commentait déjà les matchs de football dans le jardin avec ses frères, un transistor à la main. « Sans doute qu'il ne fallait pas me le proposer deux fois de venir travailler au sport, c'est sûr ».

Pour trois autres par contre, parmi lesquels Manuel Jous, le journalisme représentait bien un objectif. Stéphane Lecaillon, attiré par le journalisme, n'a jamais envisagé que le sport devienne

le cœur de son métier. François-Nicolas Sepulchre explique d'ailleurs que le journalisme sportif était vu comme un métier de niche.

« [...] Moi, je sais, pour citer une anecdote, c'est un pote qui m'a rappelé ça, que quand on nous avait demandé, je crois en deuxième ou troisième secondaire, les trois métiers qu'on voulait faire plus tard, il fallait répondre sur un petit papier un, deux, trois. J'avais mis en un "Journaliste", en deux "Journaliste" et en trois "Journaliste". Donc c'était un truc qui était quand même une volonté depuis longtemps. [...] » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

« [...] À la base, je ne pensais pas être journaliste sportif. Je pensais être journaliste. Il y avait une passion des sports qui était là. Il y avait un amour du journalisme, mais à la limite, je ne me disais pas : "Je veux être journaliste sportif". Est-ce que c'est parce que je le voyais comme une passion, presque comme quelque chose d'à côté ? Je ne sais pas. [...] Paradoxalement, je ne me voyais pas bosser dedans, je le voyais plutôt comme quelque chose, comme un hobby à côté. [...] » (Entretien avec Stéphane Lecaillon, 25 avril 2024.)

« Je ne savais pas ce que je voulais faire. Je me suis dit : "J'ai le rêve de faire le journalisme sportif". Et tous mes potes m'ont dit : "Écoute, allez, fais un peu des études sérieuses". Parce que le journalisme, le journalisme sportif surtout, c'était un peu vu comme très niche, il y a peu de places. "Fais un peu du droit comme nous". Parce que j'avais pas mal de potes qui rêvaient aussi de faire ce boulot-là et qui, finalement, ont fait du droit ou ont fait autre chose. Je ne sais pas, il n'y avait rien qui me tentait, à part quand même tenter. » (Entretien avec François-Nicolas Sepulchre, 29 avril 2024.)

L'exploration des parcours des journalistes sportifs révèle une diversité de motivations et de chemins menant à cette profession. Comme nous l'avons vu, pour beaucoup, le journalisme de sport représente bien plus qu'un métier. C'est le catalyseur d'un engouement ancré en eux. Certains ont au contraire embrassé cette voie par des chemins moins directs, influencés par des opportunités fortuites.

4.2. Journalistes généralistes/journalistes spécialisés : une distinction poreuse

La distinction entre journalistes généralistes et journalistes spécialisés, postulée par Dominique Marchetti, suscite des réactions parmi les journalistes sportifs belges francophones. L'objectif second de cette analyse vise à comprendre comment ces professionnels se perçoivent. Presque 75 % d'entre eux soulignent que dans le titre de « journaliste sportif », c'est avant tout le terme « journaliste » qui prédomine.

Laurent Toussaint n'aime pas les distinctions entre les différents types de journalistes. Pour lui, un journaliste reste journaliste, qu'il soit spécialisé dans le sport, l'économie ou le judiciaire. Il trouve ce « sous-classement » des journalistes sportifs dévalorisant, car il donne l'impression que « Les journalistes sportifs ne savent pas écrire ». Vincenzo Ciuro partage ce point de vue.

Il considère que tous les journalistes, qu'ils soient sportifs, politiques, économiques ou culturels, partagent les mêmes bases et apprentissages fondamentaux. Ils deviennent spécialisés par la suite, mais sont avant tout des journalistes généralistes. De même, Anne Ruwet n'apprécie pas l'idée de mettre les journalistes dans des cases. Elle reconnaît que les journalistes sportifs consacrent beaucoup de temps à leur spécialité, ce qui leur laisse peu de temps pour couvrir d'autres sujets comme la politique, par exemple. Cependant, elle pense qu'il est important d'avoir une vision globale du journalisme avant de se spécialiser, afin de « Pouvoir connaître tous ces petits détails, toutes les petites choses qui font que c'est un mécanisme quand même très particulier ». Jérémie Baise estime que les réflexes de base du journalisme et la passion sont communs à tous les journalistes. Comme il le dit : « Les journalistes de presse généralisée sont aussi des passionnés pour faire ce qu'ils font ». Le journalisme sportif exige les mêmes compétences fondamentales que tout autre domaine du journalisme : « Je pense qu'il faut aller un peu plus loin dans cette spécialisation du journaliste même ».

Laurent Toussaint, Vincenzo Ciuro, Anne Ruwet et Jérémie Baise insistent tous sur le fait que, malgré leurs spécialisations respectives, ils se considèrent d'abord comme des journalistes. Ils rejettent l'idée de cloisonner le journalisme en catégories rigides, jugeant cette division réductrice et dépréciative. Pour eux, les compétences de base, les réflexes et la passion demeurent les mêmes, qu'il s'agisse de journalisme sportif, économique, politique ou autre.

Trois journalistes sportifs ajoutent même que le journaliste généraliste pur et dur tend à ne plus exister, chacun adoptant *in fine* une spécialisation. Tout journaliste serait désormais par nature spécialisé.

« [...] Mais pour moi, de toute façon, un journaliste a toujours une spécialisation. Parce que même dans l'information générale, on a des journalistes spécialisés en politique, spécialisés en culture, spécialisés en économie. C'est très rare d'en avoir un qui passe comme ça d'une rubrique à l'autre. Donc, on a tous quand même sa spécialisation. On vient au départ tous du même genre d'école ou d'université, on a la même formation et on reçoit tous la même carte de presse du ministère de l'Intérieur, la carte AJP. Donc, il y a une étiquette globale pour tout le monde. Le sport est une spécialité, mais pour moi, pas plus que la culture ou l'économie. » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

« [...] À la base, on est tous formés pour le journalisme général. On est tous censés pouvoir traiter tout type d'informations. Après, on se spécialise et je pense que tout le monde se spécialise à un moment. C'est pour ça qu'à la rédaction de la RTBF, il y a un pôle politique, il y a un pôle société, il y a un pôle économique. Il y a des gens qui se spécialisent et, au fil de notre carrière, on devient spécialisé dans une discipline. Et *a fortiori*, même dans les sports, finalement, dans la rédaction des sports, on est tous à la base, on est généraliste en sports. Et puis, au fil de notre carrière, on se spécialise dans le football, dans l'athlétisme ou dans différentes disciplines, parce que ce sont des disciplines qui nous attirent. [...] » (Entretien avec Quentin Volvert, 22 mai 2024.)

« [...] Sur l'idée des journalistes généralistes, moi j'en vois sur le terrain de moins en moins des généralistes. Quelque part, on est tous généralistes. Et dans le sport aussi, on est généraliste. Parce que même si notre *core business*, c'est le sport, mais le sport, il y a tellement de choses différentes. Traiter la Formule 1, traiter le cyclisme, traiter le football, faire un portrait, faire autre chose, quelque part, on est aussi généraliste, on a chacun un petit peu nos profils, nos domaines de prédilection, nos spécialités. Donc des journalistes qui sont généralistes aujourd'hui dans la conception du terme que l'on pouvait avoir il y a 10-15 ans, c'est-à-dire pas vraiment attachés à une spécialité, mais ils arrivent et ils peuvent faire un sujet international, puis un sujet belge, puis un sujet divers, puis aller ouvrir une information sportive ou culturelle, que sais-je ? Ça n'existe plus beaucoup, ça, aujourd'hui. [...] » (Entretien avec Frank Peterkenne, 29 avril 2024.)

Les témoignages de Manuel Jous et de Quentin Volvert vont dans ce sens. Les deux journalistes sportifs insistent sur le fait que tous les journalistes détiennent la même formation générale, mais développent ensuite des spécialités selon leurs intérêts personnels. La spécialisation n'est, de ce fait, pas propre au journalisme sportif. Chaque journaliste, quel que soit son domaine, devient expert dans un secteur spécifique au fil de sa carrière. Frank Peterkenne rajoute que ceux qu'on désigne en tant que « journalistes généralistes » n'existent plus que très peu à l'heure actuelle. Néanmoins, bien que la spécialisation semble inévitable, d'autres enquêtés remarquent que les journalistes doivent maintenir une polyvalence et une capacité à traiter divers sujets pour faire leurs armes. C'est le cas de Marc Delire et de Jonathan Lange.

Le premier, non sans un ton agacé, mentionne qu'il a « Un problème avec les personnes qui veulent à tout prix intellectualiser certaines choses qui sont en fait tout à fait normales ». Il considère le football comme un sport simple, rendu compliqué par ceux qui ne le comprennent pas bien. Il admet la distinction entre journalistes généralistes et spécialisés, mais insiste aussi sur le fait « [qu'] un jeune qui débute a intérêt à être vraiment terriblement polyvalent, touche à tout, à avoir une grande culture générale pour pouvoir rebondir sur un sujet économique, sur un sujet politique, sur un sujet local, sur un sujet européen ». Même si les journalistes sportifs sont des spécialistes, il reconnaît que cette spécialisation, dans son cas le football, limite leur capacité à couvrir d'autres sports : « Si moi, par exemple, tu me demanderais de parler du basket-ball, je n'y arriverais pas. Je ne connais pas le basket-ball. Si on me demande de m'intéresser au basket-ball, je dirais non. Je suis spécialisé comme journaliste sportif, spécialisé dans le football ».

Le second souligne que tous les journalistes doivent « Tous être capables d'aller faire un portrait ou d'aller en reportage » malgré leur spécialisation. Il prêche que le journalisme sportif est la meilleure école « Parce qu'on doit travailler vite et on doit travailler bien ». Un bon journaliste doit pouvoir couvrir n'importe quel sujet, même s'il « Cultive forcément des tropismes en fonction de ses centres d'intérêts qui fait [qu'il] s'oriente vers différentes rubriques ».

Patrick Stein et François-Nicolas Sepulchre, de leur côté, reconnaissent leur spécialisation. Le premier constate que cette spécialisation semble d'autant plus normale et logique, au regard de la disponibilité et de l'accessibilité accrues des informations. Le second indique d'ailleurs que cette spécialisation l'éloigne de l'actualité générale, qu'il maîtrise moins.

« [...] C'est vrai que maintenant, on n'imagine plus, et je regarde le bâtiment d'en face à la RTBF, soudainement, un journaliste sportif, aussi bon qu'il soit, du jour au lendemain, traiter en urgence un sujet politique ou quelque chose comme ça. Les sources d'informations se sont tellement développées, le public a accès à tellement d'informations, qu'il est normalement plus informé qu'avant. C'est normal que tout le monde se spécialise dans un domaine, et donc que les journalistes sportifs soient spécialistes dans leur domaine. C'est une bonne appellation. » (Entretien avec Patrick Stein, 26 avril 2024.)

« Je ne pense pas qu'on est des journalistes généralistes, effectivement. On est très axé sur un aspect de la société et de l'actualité. Aujourd'hui, je couvre exclusivement le sport et, de ce fait, j'en viens même à parfois un peu laisser l'actualité plutôt générale de côté, parce que je suis tellement focalisé par le sport. Le meilleur exemple, c'est qu'il y a des élections qui arrivent au mois de juin. Il faut que je me replonge dedans pour savoir pour qui je vais voter. Alors que quand j'étais aux études, je m'en rappelle très bien, vu qu'on avait cette formation globale, tu étais beaucoup plus dans l'actualité. » (Entretien avec François-Nicolas Sepulchre, 29 avril 2024.)

Emiliano Bonfigli explique aussi que les journalistes sportifs détiennent des connaissances particulières qui constituent une expertise spécifique indispensable pour couvrir efficacement le sport, des notions que les journalistes dits « généralistes » ne posséderaient pas. Il met en lumière qu'aucun d'eux ne sait commenter un match de football ou ne maîtrise les règles des différents sports. Ils sont également moins informés sur l'histoire des clubs ou des sports en Belgique. « S'ils doivent aller interviewer un sportif, quel qu'il soit, ils sont un peu perdus. Alors que moi, si on me dit demain : “Va interviewer David Goffin ou Nafissatou Thiam”, je saurais le faire ». Kevin Sauvage renforce cette idée, en déclarant que les journalistes sportifs collaborent avec leurs collègues « généralistes » pour produire une information de qualité, chacun amenant sa pierre à l'édifice : « La rédaction sportive est une rédaction à part au sein d'une rédaction générale, mais on travaille tous de concert, main dans la main. [...] On s'échange des informations, il n'y a pas de “chasse gardée” ».

4.3. Le sport : une matière d'affects éminemment répandue

Une fois cette nuance apportée, il s'agit de saisir davantage les perceptions qui sont associées au sport pour mieux comprendre ensuite la légitimité accordée aux journalistes belges francophones qui traitent de cette matière. La reconnaissance de ces professionnels se veut-elle proportionnelle à la reconnaissance accordée au sport ? C'est ce que semble penser un peu plus de la moitié d'entre eux.

Vincenzo Ciuro expose qu'en Belgique francophone, le sport subit encore plus qu'ailleurs « Une sorte de supériorité ou alors de manque de considération ». Il est relégué à la fin des journaux, « Un peu comme bouche-trou ». Selon lui, cette appréciation diffère dans des pays tels que la France, l'Italie ou l'Espagne, où le sport « A pris une place considérable dans le monde des médias et dans la vie des gens ». Frank Peterkenne aborde la question du mépris parfois associé aux journalistes de sports. Il explique qu'on estime le sport comme une matière moins noble que l'économie ou la politique, comme « Quelque chose qui n'est pas de l'ordre de l'intellectuel, du scientifique, de la compréhension, etc. ». Le football, par exemple, est perçu comme « Des connards qui tapent dans un ballon », pour reprendre son expression. Celui qui a plus de 20 ans de carrière déplore aussi le manque de respect à l'égard du journaliste de sport qui se traduit par des expressions comme « Ça va le sportif ? », suggérant que cette attitude relève d'un snobisme intellectuel. Il nous le précise fermement : « Je ne suis pas sportif, je suis journaliste. On ne dit pas aux autres : “Ça va les économistes ?” ou “Ça va les politiques ?” ou “Ça va les cultureux ?” ».

Michel Lecomte raconte son expérience en tant que journaliste sportif à la télévision, durant laquelle il a couvert de grands événements, comme le drame du Heysel. Il souligne que ce genre de couverture nécessite de solides réflexes journalistiques. Cependant, il se souvient que des collègues généralistes considéraient pourtant les journalistes sportifs comme des « Bateleurs » : « Le fait qu'on soit associé à ces grands événements fait que, surtout dans la profession, on est considéré comme du sous-journalisme ». Grégory Bayet se remémore une situation semblable, où il a ressenti une hiérarchisation entre les journalistes sportifs et les journalistes généralistes. À la veille d'un match entre le Standard et Anderlecht, il avait besoin d'une caméra pour interviewer l'entraîneur des Mauves. Un autre journaliste, qui couvrait un sujet différent, a également demandé la caméra. « L'éditeur regarde le journaliste, et moi, j'étais juste à côté, et il dit : “Attends, je vais me mettre à la hauteur du sportif”. Je me suis dit : “Je ne suis qu'un con ?”. [...] On sentait vraiment une forme de “Les sportifs d'un côté et les journalistes plus de la générale de l'autre”. Je ressens moins cela aujourd'hui. ». Manuel Jous se souvient qu'autrefois, les journalistes sportifs étaient souvent vus comme se contentant de relater des exploits sans véritable analyse critique. Heureusement, il observe que cette vision est de moins en moins répandue, et que le journalisme sportif semble maintenant pris davantage au sérieux.

Parmi les journalistes sportifs interrogés, quatre expliquent au demeurant que le sport devrait être mieux estimé, car il traverse plusieurs sphères de la société. Quentin Volvert explique que

le sport est une matière éminemment populaire. « On touche à la base de la population, on touche à ce qui s'oppose parfois un petit peu à la réflexion, à la sagesse, à l'intellect ». Il aborde la dimension sociologique du sport, relevant que les faits qui ont lieu dans les stades et parmi les supporters (les débordements, par exemple) sont souvent regardés de haut, considérés comme des comportements de la « Plèbe ». Pourtant, ils trouvent que ces phénomènes sont symptomatiques de réalités sociales plus larges : « Sociologiquement, ce sont aussi des matières très intéressantes à analyser parce que les vraies gens, en tout cas les gens qui nous écoutent et qui nous regardent, ils sont là. Ils ne sont pas dans des hémicycles au Parlement ». Marc Delire soutient que le football, par exemple, malgré sa nature souvent perçue comme moins sérieuse comparée à des sujets comme les élections, n'en demeure pas moins digne d'intérêt : « Ce n'est pas parce que le sujet est sérieux, par exemple "Les élections, waouh, c'est sérieux", qu'un match de football, ce n'est pas sérieux ». Pour lui, le football reflète des réalités économiques, psychologiques et humaines tout aussi importantes.

De concert, Emiliano Bonfigli défend que le sport touche à d'autres pans du journalisme, allant de l'économie (comme les situations financières des clubs, par exemple) à la santé (blessures et dopage, entre autres), en passant par des enquêtes judiciaires. Il l'affirme : « On n'a pas moins de légitimité ». Par devers soi, Guillaume Gautier emploie l'expression de « Miroir grossissant » pour décrire le sport, également générateur de liens sociaux. Il note que le sport accroît les aspects émotionnels et financiers de la société, permettant ainsi d'observer les dynamiques à plus grande échelle. Il ajoute que : « Le sport est un facteur de liens, parfois inattendus, entre des gens qui ont une importance hors sportive ».

Cependant, 68,8 % des enquêtés reconnaissent que le sport est une matière plus légère, et de ce fait, plus divertissante. Patrick Stein explique l'importance de traiter le sport comme un sujet sérieux, sans pour autant sombrer dans le négativisme. Il rappelle son rôle d'évasion pour les spectateurs, évoquant les dires de Jürgen Klopp : « C'est ce qui permet aux gens de s'évader de leur quotidien et du stress des factures à payer, du stress du travail à l'usine pendant au moins 90 minutes ». Dans la conception de ce journaliste sportif, les journalistes de sport se doivent de préserver cet aspect distrayant, « Sans de nouveau s'éloigner des bases déontologiques et des principes du journalisme ». Il poursuit : « Qu'on soit considéré comme une presse à part, oui, une sous-presse, non, parce qu'on doit assumer le rôle qu'on a ». François-Nicolas Sepulchre admet que, bien que le sport puisse parfois toucher à des sujets importants comme les scandales financiers, « C'est quand même de l'information plus légère, qui parfois se

rapproche un peu plus du divertissement ». Jérémie Baise et Anne Ruwet portent leur attention sur l'audience, clarifiant que ceux qui les suivent sont sensibles au sport et ont un attrait certain pour ce domaine. Ils ne le percevraient par conséquent pas comme une sous-matière. Le présentateur RTBF de l'Euro 2024 ne pense pas que le journaliste sportif « Soit sous-évalué ou sous-estimé, c'est une question de sensibilité et de priorité ». La journaliste phare de RTL, pour sa part, comprend « Qu'il y ait un côté plus "léger" en interne », mais ne juge pas que « Le public le ressent de cette façon. »

Les journalistes sportifs belges francophones que nous avons interrogés n'ont d'ailleurs pas le sentiment de se sentir moins légitimes. Comme d'autres, Grégory Bayet et Christine Schröder mettent à nouveau en avant que la formation journalistique se veut uniforme, indépendamment de la spécialisation, et que les compétences acquises permettent aux journalistes sportifs de s'adapter à d'autres domaines, comme l'information générale, en cas de besoin.

« Je n'ai pas l'impression d'être moins légitime. [...] Les réflexes journalistiques sont les mêmes, qu'on soit sportif ou de la générale. D'ailleurs, je pense que pendant la période du COVID, quand il y a eu beaucoup moins de sport, je sais qu'en télévision, en tout cas, beaucoup de journalistes sportifs ont été amenés à faire de l'information générale. La formation, elle est la même. Il n'y a pas une formation spécialiste journaliste sportif. On nous forme à devenir journaliste. Donc quand on quitte l'université, moi à l'époque, quand j'ai quitté la communication, j'étais journaliste. Il n'était pas marqué sur mon front que j'allais faire du sport. » (Entretien avec Grégory Bayet, 15 mai 2024.)

« J'ai toujours mis un point d'honneur à pratiquer mon métier comme une journaliste, avec les règles qui concernent ce travail-là. Et les règles de base, de déontologie, de méthodes, de synthèses qui sont celles qui m'ont été inculquées aux cours à l'époque. Et voilà, je n'ai pas de souci à penser que je pourrais traiter de tout autre chose. Ce serait plus compliqué, évidemment, parce que ce ne sont pas mes connaissances de base. Mais aussi, une des caractéristiques principales d'une ou d'un journaliste doit être, il me semble aussi, la curiosité, l'ouverture vers le monde. C'est ce qui me concerne aussi. C'est pour ça que j'aime ce métier aussi. Être journaliste, c'est être curieux. Être curieux des autres, avoir envie de les découvrir, et certainement dans l'exercice de l'interview, et puis être curieux de la société, au sujet de la société. » (Entretien avec Christine Schröder, 24 avril 2024.)

4.4. Produire de l'info-divertissement : un facteur émotionnel intrinsèque à prendre en compte

Nous l'avons remarqué, même si le sport semble souffrir à certains égards d'une relégation dans l'échelle des matières nobles, une majorité de journalistes sportifs interrogés évoquent la passion et l'émotion comme valeurs concomitantes de ce pan du journalisme, Jérémie Baise parlant même « d'info-divertissement ». Les enquêtés évoquent aussi cette dualité propre au journalisme sportif, celle d'allier information et divertissement au service de l'intérêt public.

Christine Schröder reconnaît ce dualisme. Elle souligne que le journalisme sportif bénéficie de la légèreté relative des sujets qu'il couvre, par opposition aux questions géopolitiques extrêmement délicates, comme le conflit israélo-palestinien. Cette légèreté sportive octroie aux journalistes qui traitent de cette matière une plus grande liberté d'expression : « C'est une chance aussi que je mesure, c'est-à-dire qu'on peut traiter d'un sujet qui est plus léger, même si pour certains, le football, c'est une question de vie ou de mort, ou c'est bien plus que cela même ». Frank Peterkenne reconnaît de son côté la nécessité d'accepter et de transmettre la ferveur et la passion inhérentes au sport, même si cet acte peut sembler en contradiction avec la neutralité journalistique traditionnelle : « On est là aussi pour être, “des animateurs”, pour accompagner un des éléments de l'information qui est devant nous et qui est la passion, qui est la ferveur ». D'après ses dires, l'information sportive serait intrinsèquement une information passionnée. Guillaume Gautier partage cet avis. Il clarifie que les journalistes sportifs oscillent entre la rigueur informative et l'engagement émotionnel, d'autant plus lorsque des équipes belges sont en compétition où « Il y a clairement un paramètre qui fait qu'on joue avec un dosage plus ou moins subtil entre l'information et l'émotion ». Cette oscillation apparaît d'autant plus prégnante dans le commentaire sportif télévisé.

Vincent Langendries insiste sur cette nécessité de transmettre l'émotion intense des événements sportifs au risque de produire un commentaire fade qui ne captiverait pas les téléspectateurs. Il précise : « J'ai, dans quelques commentaires déjà, été un peu à la limite, entre l'émotion vive, très vive même, parce que l'événement, pour moi, le nécessitait, sans me forcer. » Pour lui, il est crucial de transmettre la vivacité de l'événement sans rester trop distant. Patrick Stein renforce cette idée, expliquant que le rôle du commentateur sportif dépasse les cadres traditionnels du journalisme. Le journaliste ne fait pas « Que du journalisme quand [il] traite le sport en télévision ». Ce professionnel « Doit traiter son sujet avec recul, avec froideur, avec esprit analytique. Ça doit se faire pour le sport aussi, mais il faut quand même rajouter la touche d'enthousiasme, d'émotion, de transmission de passion, de transmission de sentiments, ce qui fait que c'est un exercice à part, où il y a d'autres éléments qui arrivent en compte ».

Emiliano Bonfigli et Manuel Jous, quant à eux, étoffent cette réflexion en mettant l'accent sur la nécessité de transmettre à la fois les faits et l'ambiance d'un événement sportif. Ils expliquent qu'il faut parvenir à atteindre un certain équilibre, tout en évitant de tomber dans l'excès émotionnel. Le premier explique : « Je me dois de communiquer aussi une certaine passion, transmettre les émotions. Mais en même temps, en transmettant les émotions, je fais aussi un

travail de journaliste comme celui qui fait du reportage et qui décrit bien l'endroit où il est. Je le fais avec ma voix, avec mon timbre de voix. Je transmets ce qu'il se passe dans un stade finalement ». Le second ajoute : « Il y a l'aspect information où, là, je fais de l'information en temps réel parce que tout ce que j'explique, c'est de l'actualité qui est en train de se produire à la seconde près. Mais il y a une part un peu de divertissement parce que je ne suis pas là en train de présenter un JT ou un débat politique ».

Relativement à la presse écrite, où le commentaire sportif s'évapore, l'idée reste quand même d'attirer le lecteur. Le sport demeure un argument de vente conséquent de par son caractère polyvalent : informatif et divertissant. Laurent Toussaint souligne l'importance du *storytelling* et de la survente des informations (sportives), nécessaires pour capter l'audience. Kevin Sauvage appuie la nécessité de maintenir l'authenticité et de ne pas inventer des informations dans l'unique but de remplir l'espace médiatique, même s'il reconnaît la pression de générer des sujets intéressants et engageants pour vendre des journaux et des abonnements. Guillaume Gautier ajoute que, même dans des publications où le sport n'est pas central, offrir un bon contenu sportif peut améliorer la qualité globale de l'offre et attirer de nouveaux lecteurs.

« Moi qui travaille en télévision et qui travaille pour une chaîne privée dont l'objectif est avant tout l'audience, on doit arriver à raconter des histoires. Le *storytelling*, ça marche en télévision, ça marche en presse écrite. Est-ce que c'est fausser la réalité que de survendre les choses ? Je n'ai pas l'impression. Quand on est un média comme *Le Soir*, l'important, c'est l'indépendance, l'honnêteté intellectuelle, la fiabilité. Mais après, est-ce que ce n'est pas à nous de survendre quand même les choses aussi ? En fait, je trouve qu'il y a beaucoup d'informations qui sont plates parce que, de toute façon, dans la surconsommation de l'information des médias de masse, maintenant il y a tellement d'informations que tout passe un peu au bleu. Donc on peut communiquer un peu n'importe quoi. Je vois que c'est la dernière ligne droite pour les qualifications pour les play-offs, forcément on joue un peu et on les survend un peu. Quand on voit la couverture d'un journal, la première page, c'est : "Qu'est-ce qu'on met en Une ?" et "Comment on survend ce qu'il y a dans le journal ?". C'est la même chose dans les magazines de presse écrite, dans les titres du journal du 19h ou dans le JT de la RTBF. Tout le monde le fait. Tout le monde vend son business. Dire qu'il y a encore maintenant des journaux totalement indépendants pour qui la vente au numéro n'est pas essentielle, c'est *bullshit*. » (Entretien avec Laurent Toussaint, 22 avril 2024.)

« On me dit tout le temps depuis que je suis revenu à *Sudinfo* : "Il n'y a jamais trop de Standard". Ce à quoi je rétorque : "D'accord, mais quand il n'y a rien à dire, il n'y a rien à dire". Je ne vais pas aller inventer des histoires. Il ne faut pas faire trop non plus. Les gens, on leur donne énormément d'informations, trop, beaucoup trop. Ils ne savent plus. C'est pour ça que certains disent : "On ne sait plus à qui se fier". Il y a trop, le flux est énorme. Il faut savoir, parfois, ne rien écrire quand il n'y a rien à dire plutôt que de faire un xième sujet sur « Pourquoi la défense du Standard ne fonctionne pas ». On l'a déjà fait, on ne va pas le refaire. Mais il faut se creuser la tête quand même pour proposer des sujets, on ne va pas se mentir, qui feront que les chiffres seront bons aussi. Parce que nous, on doit vendre aussi du papier, on doit vendre des abonnements digitaux. C'est notre *core business* aussi, ça, c'est clair. Et il faut intéresser les gens aussi. On ne va pas vendre du papier ou des abonnements avec des sujets qui sont plats, mais il ne faut pas inventer non plus. Donc, il faut être original sans inventer la vérité. [...] » (Entretien avec Kevin Sauvage, 10 mai 2024.)

« [...] Personne ne s'abonne au *Vif* pour lire du sport. C'est un peu le complément de l'offre, on va dire. Quand j'étais chez *Sport/Foot Magazine*, j'en parlais souvent avec mon rédacteur en chef. Je disais : "Personne ne s'abonne pour lire un article sur Eupen. Peut-être deux personnes. Mais par contre, avoir un très bon article sur Eupen augmente la qualité de l'offre". Il y a toujours un moteur de l'acte d'abonnement. [...] Je n'ai de base aucun lien avec la ligne éditoriale du *Vif*, mais je peux amener, surtout par le digital maintenant, un public que le *Vif* n'aurait jamais eu sans ça. Et à l'inverse, je suis lu maintenant par des gens qui ne m'auraient jamais lu avant. » (Entretien avec Guillaume Gautier, 22 avril 2024.)

4.5. Les autres spécificités du journalisme sportif

Si le facteur émotionnel s'inscrit comme l'une des particularités majeures du journalisme sportif, les journalistes de sport belges francophones interrogés reconnaissent que ce n'est pas la seule à avoir à l'esprit. Des spécificités supplémentaires les distinguent des autres journalistes et sont tout aussi fondamentales pour mieux comprendre le métier.

Anne Ruwet, Marc Delire et Vincenzo Ciuro évoquent tous les trois les horaires de travail, singuliers dans le milieu, puisque dépendants des événements sportifs. La première décrit le métier comme un choix de vie impliquant des horaires décalés et des week-ends sacrifiés. Elle nous partage avec humour l'avertissement que lui ont donné des journalistes lors de son stage à la RTBF : « Nous, on a terminé divorcé parce qu'en fait, c'est notre passion, mais on sait qu'on ne peut pas la cumuler avec notre vie familiale ». Le second insiste sur cette absence d'horaires fixes, même s'il reconnaît que d'autres journalistes sont aussi parfois victimes de cette « contrainte ». Il souligne que le journalisme, quel que soit le domaine, exige une disponibilité totale, rappelant à ses stagiaires que « "Le premier qui me demande pour rentrer parce qu'il a son dernier tram, il ne revient pas". Si ton tram est plus important que le boulot qu'on fait, alors deviens chauffeur de tram ». Il insiste sur le fait que les journalistes doivent se montrer prêts à sacrifier des aspects de leur vie personnelle pour réussir dans le métier. Même si ces horaires particuliers lui ont fait rater « Énormément de fêtes d'anniversaires et de soirées », le troisième raconte qu'il ne les voit pas comme un fardeau, mais plutôt comme une opportunité de vivre sa passion. Il déclare ainsi que quand il ferme la porte, il est heureux d'aller bosser parce qu'il sait qu'il va « Passer un chouette moment ». En somme, le métier de journaliste sportif constitue à leurs yeux un métier exigeant, énergivore et peu compatible avec une vie sociale ou une vie familiale.

D'autres enquêtés, comme Renaud Terreux et Jérémie Baise, partagent la conviction que, sans une véritable passion, il semble difficile de surmonter les défis que cette profession impose.

« [...] C'est un métier qui implique certaines concessions en termes d'horaires, en termes de flexibilité. Il faut pouvoir travailler le week-end, travailler en soirée. Il y a différentes choses. Donc, je pense que c'est un métier qui, sous certains aspects, sort un peu d'un métier traditionnel. Et je pense qu'avec la passion,

ça aide en tout cas à faire son chemin dans le milieu, et pourquoi pas faire toute sa carrière dans ce milieu-là. [...] En fait, ce n'est pas une contrainte à partir du moment où on est passionné parce qu'on l'accepte. On sait que c'est comme ça. Et je pense qu'on voit plutôt ça comme une chance de pouvoir être au cœur de l'événement, de pouvoir raconter ce qui se passe et de faire notre métier, tout simplement. » (Entretien avec Renaud Terreur, 2 mai 2024.)

« Je pense aussi que la passion, elle aide pour tenir dans ce milieu. Parce que si tu n'es pas passionné, si tu n'es pas prêt à lâcher un week-end ou si tu n'es pas prêt à te dire : “Non, je fais une concession, là, j'ai un barbecue, là, j'ai une soirée piscine, il y a mes potes qui m'aiment”. Non, en fait, c'est la passion qui doit passer avant tout. Ça, je pense peut-être davantage pour le journalisme sportif que le journalisme classique, tu dois être prêt à faire des concessions aussi. Donc la passion c'est clair. [...] Sans ça, je pense que tout le reste derrière ne suit pas. » (Entretien avec Jérémie Baise, 13 mai 2024.)

Une autre particularité, caractéristique de la presse écrite, réside dans la pression engendrée par les échéances de publication. Les journalistes sportifs disposent de très peu de temps pour griffonner leur papier. Stéphane Lecaillon explique que les articles sont rédigés en temps réel pendant les matchs : « Je vais à un match de football ce soir. Le match commence à 20 h 30, finit à 22 h 23. Je dois rédiger l'article principal sur le match, le compte rendu, pour le dire comme ça. À 22 h 26, il doit être fini ». Il souligne l'exigence de produire rapidement le contenu, et ce malgré les imprévus du déroulement du jeu, comme des buts décisifs dans les dernières minutes du match, qui peuvent modifier complètement le récit : « C'est compliqué pour nous, mais il faut le faire, il n'y a pas de choix, il faut rendre l'article ». Jonathan Lange insiste sur ces délais de bouclage ultra-courts que les journalistes sportifs doivent impérativement respecter, des délais qui sont, selon lui, parmi les plus serrés de la profession journalistique. « Quand vous avez un match de football qui se termine à 22 h 50 et que votre papier doit être parti à 22 h 51, sans vouloir jeter la pierre à mes collègues qui traitent de la politique, ils ne feront jamais face à ce type de bouclage-là. » Il exprime son indignation face à ceux qui qualifient le journalisme de sport de « Sous-journalisme » et souligne que les délais de bouclage extrêmement serrés ajoutent une dimension unique à ce métier, même si, au fond, « Ça ne reste que du sport ».

Quant à la presse audiovisuelle, elle détient elle aussi sa propre singularité : la forte dépendance au direct. Quentin Volvert et Vincent Langendries mettent en avant la fréquence intensive des commentaires en direct dans le sport, un exercice rarement rencontré par les journalistes d'actualité générale, sauf dans des cas exceptionnels comme les mariages princiers, les défilés, les attentats terroristes ou les résultats des élections. Le premier souligne : « Cet exercice de parler pendant une heure et demie, deux heures ou cinq heures pour le cyclisme, par exemple, c'est un exercice à part. Et je pense que ça, on ne le trouve que dans notre discipline ». Vincenzo

Ciuro clarifie que le direct est un exercice très compliqué « Qui demande énormément de préparation, de structure, mais aussi de capacités d'adaptation, d'improvisation ». Il ajoute que, contrairement aux autres présentateurs, les journalistes sportifs travaillent sans prompteur. Ebenezer Brouzakis rejoint ces dires, expliquant qu'en radio, à peine le match terminé, il doit résumer l'événement en direct pour le journal, sans avoir eu le temps de prendre des notes détaillées. Cette habitude caractérise les journalistes sportifs par leur capacité à réagir instantanément et à travailler « sans filet » : « Sans prétention aucune, les gars qui n'ont pas cette habitude du direct ont du mal à le faire. Ils vont prendre des notes, ils vont rédiger leur billet. Ça va leur prendre un quart d'heure, mais ce n'est pas grave. Ils auront cette étape de rédaction que nous, on n'a pas ».

Que ce soit en presse écrite ou en presse audiovisuelle, cette relation avec le direct nécessite que les journalistes se montrent fins connaisseurs de leur sujet. Au risque de se faire passer pour des ignorants aux yeux d'un public souvent expérimenté.

« Il faut être forcément passionné, mais très connaisseur aussi. Parce qu'en fait, il y a tellement d'amateurs et d'amateurs spécialisés, que si on raconte des choses en faisant transparaître qu'on ne s'y connaît pas ou pas bien, les gens vont tout de suite le capter. On ne peut pas tricher avec ça. Et même, plus on va vers des disciplines spécifiques, plus les gens qui écoutent ou qui lisent sont des vrais passionnés. Et là, si on dit un truc de travers, on n'a pas le droit à l'erreur. Donc, il faut vraiment être pointu dans sa discipline. Je veux dire, par rapport à un journaliste société où il va y avoir un fait à traiter qu'il apprend le matin même, qu'il se renseigne un peu, qu'il y va, c'est bon. Ici, si on n'a jamais couvert un match, on ne peut pas un peu se renseigner le matin et aller couvrir son match. Il y a aussi le fait d'être pointu dans ce qu'on raconte. [...] » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

« [...] Mais je dirais aussi la rigueur, parce que je pense qu'on doit être rigoureux partout, mais j'ai l'impression que parfois, si on est journaliste sportif, on a moins le droit à l'erreur parce que ça touche un domaine tellement important, passionnel pour certains, que si jamais on fait une erreur, on se ramasse sur les réseaux sociaux. Ce qui n'est pas le cas si quelqu'un fait une petite erreur dans un JT, ça va peut-être passer inaperçu. Donc voilà, les émotions, le direct, puis être très rigoureux et être polyvalent. [...] » (Entretien avec Emiliano Bonfigli, 14 mai 2024.)

« Je prends toujours cet exemple-là, c'est que, encore une fois, une matière comme l'économie, le gars qui fait l'indice BEL20, s'il dit que l'indice BEL20 a augmenté de 0,2 % et qu'en fait il a augmenté de 0,3 %, franchement tout le monde s'en fout. Si je dis que le Standard a battu Anderlecht et qu'en fait c'est Anderlecht qui a battu le Standard, ça va toucher vraiment au cœur des gens. Je vais avoir une avalanche de mails. Vendredi dernier, j'ai fait une connerie. C'était à la suite d'un match de l'Union et j'ai dit à un moment donné : "L'Union revient à quatre points d'Anderlecht" et en fait, c'était à trois points. Ce n'est pas très grave, mais en soi, j'ai des gens sur Twitter qui m'ont envoyé des messages : "Vous racontez n'importe quoi". Donc, c'est une manière de dire que, journalistiquement, il faut être aussi vigilant, aussi rigoureux, aussi intransigent [...] » (Entretien avec Frank Peterkenne, 29 avril 2024.)

Ces trois enquêtés mettent en avant l'exigence de connaissances approfondies, de rigueur et d'exactitude dans le journalisme de sport. Manuel Jous souligne que l'expertise est cruciale

pour maintenir la crédibilité face à un public très spécialisé qui détecte rapidement les erreurs ou le manque de savoir. De leur côté, Emiliano Bonfigli et Frank Peterkenne confirment que ces bévues amènent à des réactions directes et à des critiques sur les réseaux sociaux de la part des amateurs de sport. Ils estiment que dans d'autres secteurs du journalisme, ces petites erreurs ne sont pas spécialement relevées.

4.6. Une objectivité à mesurer : la proximité discutée

Au-delà de ces spécificités, c'est l'objectivité et l'impartialité des journalistes sportifs qui doivent aussi être questionnées. Si elles constituent un sujet à débat au sein de la profession journalistique, elles portent encore plus à discussion au cœur du journalisme sportif. Les journalistes sportifs peuvent-ils réellement se montrer objectifs et impartiaux vis-à-vis du milieu dans lequel ils évoluent ?

La parole donnée aux journalistes de sports, ceux-ci apportent des nuances aux éventuels reproches de manques d'objectivité et d'impartialité qui leur seraient attribués, quoique tous reconnaissent l'existence de liens « particuliers » avec certains sportifs.

« [...] Pour le reste, c'est un métier particulier parce que, en fait, c'est... Je pense que le milieu politique est un peu comme ça aussi. Ce qu'il y a, c'est que c'est un milieu où tous les gens se connaissent, en fait, finalement, au bout du compte. Même les sportifs, on n'est pas amis avec certains joueurs. Mais par exemple, personnellement, j'ai un très bon contact avec Thomas Meunier. Ça m'arrive de lui envoyer des messages, etc. On s'envoie des messages, mais on sait très bien qu'à côté de ça, on ne va pas aller boire des verres, on ne va pas partir en vacances ensemble, ni rien. Il y a une sorte de microcosme dans le sport où les gens connaissent d'autres personnes. C'est vraiment un milieu où tout le monde se connaît, pour ainsi dire, dans le sport. [...] » (Entretien avec Grégory Bayet, 15 mai 2024.)

« Il y a un petit peu cette idée : parfois, si je suis proche de tous ces joueurs, ils vont m'accorder des interviews, donc je ne vais peut-être pas trop les critiquer par après. Je pense qu'il y a beaucoup de gens qui arrivent justement à gérer ces aspects-là et je pense que les joueurs le comprennent aussi. Après, on ne verra jamais, effectivement, un journaliste *basher* ou écraser un joueur s'il espère encore avoir une interview avec lui. Donc, parfois, ça joue. On n'a pas envie de se mettre les joueurs à dos, ça, c'est sûr, en se disant : "On en aura besoin pour des interviews plus tard, etc.". Les joueurs, même s'ils ne le disent pas tous, même s'ils disent souvent qu'ils ne lisent pas la presse, ils apprennent souvent ce qui a été dit. On a déjà eu des échos, pour ne pas citer des joueurs qui ne voulaient plus nous donner d'interview parce qu'on avait dit quelque chose sur eux dans un commentaire d'un match ou quoi. Il y a des joueurs qui ne voulaient plus nous parler parce qu'un de nos consultants avait dit dans un match qu'il était à côté de ses pompes. Est-ce qu'on doit revenir au fait de dire : "Non, il joue bien, il joue un super match" pour que le joueur accepte de nous répondre à nos interviews ? Parfois, il y a cette situation dans le sport. [...] » (Entretien avec François-Nicolas Sepulchre, 29 avril 2024.)

« [...] Après, c'est vrai qu'on peut être amené à être proche de joueurs, d'entraîneurs parce qu'on les côtoie de week-end en week-end, de match en match, et forcément qu'il y a des relations qui se créent. Le tout est de garder à l'esprit effectivement cette notion d'objectivité et d'être capable d'émettre une critique négative quand elle doit exister, de dire qu'un joueur n'est pas à son niveau, malgré le fait que potentiellement tu t'entendes bien avec ce joueur-là. Je pense que c'est chacun, en fonction de son

caractère, de sa personnalité, qui est capable ou non de garder cette ligne de conduite. » (Entretien avec Vincenzo Ciuro, 2 mai 2024.)

Grégory Bayet explique que le journalisme sportif est un microcosme où tout le monde se connaît, incluant des relations avec les sportifs, même si celles-ci demeurent professionnelles. François-Nicolas Sepulchre met en évidence les défis supplémentaires liés à cette proximité, notamment la tentation de modérer les critiques négatives pour maintenir les bonnes relations avec les joueurs et garantir des interviews futures. Vincenzo Ciuro, de son côté, insiste sur la nécessité de maintenir l'objectivité malgré la proximité inévitable avec les joueurs et les entraîneurs. Un avis partagé par d'autres.

Laurent Toussaint, Vincent Langendries et Michel Lecomte attirent l'attention sur l'importance d'instaurer une distance professionnelle dans le milieu sportif. Laurent Toussaint narre qu'il faut dire la vérité pour préserver sa crédibilité journalistique, y compris si cette action implique de critiquer des joueurs avec qui l'entente est bonne : « On peut dire qu'il n'a pas bien joué ou qu'il a fait un match de merde alors qu'on est pote, et ce n'est pas un problème ». Vincent Langendries insiste sur cette distance, tout en reconnaissant l'existence de relations qu'il qualifie « De confiance », basées sur le travail sérieux : « C'est comme dans la vie de tous les jours ou dans le métier [...] On a des contacts, on a des gens qu'on appelle d'abord plutôt que d'autres parce qu'on sait qu'on peut avoir une information de confiance ». Michel Lecomte, quant à lui, souligne la tentation pour les journalistes sportifs de se rapprocher trop des athlètes qu'ils couvrent. Ces derniers, conscients du pouvoir des médias, peuvent chercher à en tirer profit. Il met en garde les professionnels qui pourraient « Très vite tomber dans ce pli-là ».

Force est de constater qu'un nombre important d'interviewés (77 %) s'insurgent à l'évocation de la connivence qui les lierait au monde sportif. À cette allégation, ils préfèrent rétorquer que d'autres secteurs que celui du journalisme sportif doivent également faire face à ce même jeu d'équilibre, naviguant entre proximité et distanciation avec leurs sources. Frank Peterkenne, Marc Delire, Manuel Jous et Patrick Stein soulignent ainsi que ce phénomène n'est pas unique au journalisme sportif, mais omniprésent dans tous les domaines (la politique, l'économie ou encore le cinéma).

« [...] C'est quoi la connivence ? On est pote avec les footballeurs, etc. ? Est-ce qu'il n'y a pas des gens aux services politiques qui ont des opinions politiques et qui sont copains avec des politiciens ? Mais bien sûr que si, dans tous les domaines. Et j'imagine que Hugues Dayez, il est plus copain avec certains acteurs et certains metteurs en scène qu'avec d'autres. J'ai envie de dire que l'idée de la connivence, elle existe quel que soit le style. On peut aller boire un verre après avec l'un ou l'autre, avant ou après, ou pendant,

ou s'appeler, ou tout ce qu'on veut, mais au moment où on fait son exercice journalistique, doivent revenir les éléments classiques du journalisme : la rigueur, rendre compte des faits tels qu'ils sont, ne pas travestir la réalité. Donc, si on a beau dire : "Allez les Diables, on espère qu'ils vont se qualifier", ce n'est pas pour autant que si les Diables font un match dégueulasse, on doit dire qu'ils font un match formidable. C'est ça la limite, c'est ça l'équilibre. » (Entretien avec Frank Peterkenne, 29 avril 2024.)

« [...] Ça vaut pour les hommes politiques. Les gens qui suivent le PS ou qui suivent le MR, ils ont aussi complètement cette absence de distanciation. Donc ce n'est pas uniquement dans le sport, c'est dans le journalisme en général, c'est même dans l'économie, même dans la presse people aussi, les critiques de cinéma. Est-ce que tu crois que les critiques de cinéma disent toujours tout ce qu'ils pensent ? S'ils critiquent, ils ne seront plus invités. Tu dois garder ta personnalité. C'est pour ça qu'il faut toujours être authentique dans ce qu'on fait. Ne jamais mentir. Enfin, mentir, si, il faut mentir, mais ne jamais tricher. Ne jamais tricher, parce que sinon, tu perdras ta crédibilité. Et c'est ça le plus important, c'est la crédibilité. Je répète, on peut t'aimer ou ne pas t'aimer, mais il faut te respecter pour ce que tu es, pour ce que tu as dit ou ce que tu as fait. [...] » (Entretien avec Marc Delire, 15 mai 2024.)

« [...] Mais de nouveau, pour moi, ce n'est pas propre au sport. Parce que des journalistes politiques qui passent leur vie, et on me le raconte souvent, au 16 rue de la Loi ou dans des fêtes, etc., ils connaissent autant les présidents de partis que nous, les entraîneurs de foot. Et donc la connivence, ou en tout cas le relationnel, se développe aussi à leur niveau. Et ce n'est pas pour cela qu'en traitant l'actualité politique, ils vont être orientés d'une façon ou d'une autre. Il faut faire la différence, je trouve, entre les relations qu'on peut développer avec des gens qu'on fréquente souvent et la connivence qui nous empêcherait de réfléchir objectivement. » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

« [...] Un point d'attention qui est valable, je pense, dans d'autres sphères du journalisme, ce sont ses relations avec le milieu : pas trop de copinage avec les joueurs, même si c'est tentant. Mais si on ne fait pas de copinage, on a du mal à avoir des accès pour des interviews, des choses comme ça. Donc, c'est tout un équilibre à trouver en fonction du profil de journaliste qu'on veut se donner. La comparaison est la même en politique. Si je prends un journaliste politique, pour avoir ses accès, ses informations en "off", etc., qui peuvent devenir du "in", il faut aussi une certaine relation, qui n'est pas toujours la plus *clean* possible non plus, avec les attachés de presse, avec les hommes ou les femmes politiques eux-mêmes. On peut un peu copier-coller la chose. Pourtant, ce qui est jugé comme quelque chose peut-être de "normal" dans le journalisme politique peut encore quand même être jugé d'un mauvais œil dans le journalisme sportif en disant : "Ouais, mais si tu es pote avec ce joueur-là, comment tu vas bien le commenter le samedi soir ?". Il y a cette ligne à ne pas franchir, pour moi en tout cas, dans les relations avec les joueurs. » (Entretien avec Patrick Stein, 26 avril 2024.)

Plusieurs présentent en outre ce besoin inexorable de proximité comme indispensable pour se créer un « bon » réseau, celui-ci étant impératif dans le milieu journalistique afin d'obtenir des informations exclusives. Kevin Sauvage explique que les journalistes sportifs doivent se constituer un carnet d'adresses pour récolter des renseignements fiables. Il reconnaît que certains peuvent devenir des porte-paroles, mais insiste sur l'importance de nuancer les informations et de ne pas se contenter de relayer sans discernement ce que livrent les sources : « Je n'ai pas envie "de me vendre" et d'écrire tout ce qu'une personne me dit. J'essaie de nuancer, j'essaie d'apporter une contre-vérité aussi ». Jérémie Baise élargit la réflexion en expliquant que tous les bons journalistes, pas seulement ceux du sport, doivent avoir des sources crédibles qu'ils protègent. La confiance est primordiale, mais elle ne doit jamais compromettre

l'objectivité. Il insiste : « Ce n'est pas parce que j'ai une entente avec un joueur en particulier que quand je me retrouve à l'antenne et que ce joueur fait une énorme bourde, je dis : "Ce n'est pas de sa faute" ». Un constat que partage Emiliano Bonfigli qui ajoute que la proximité nécessaire pour obtenir des informations inédites ne doit pas être confondue avec de la connivence, qu'il entend de manière négative : « La proximité n'empêche pas l'objectivité ».

Cette proximité se justifierait d'autant plus en presse écrite. D'une part, par le rattachement des journalistes de sport à un club. Tandis que l'un est chargé de narrer l'actualité du club A, l'autre est, comme on le dit dans le jargon, « suiveur » du club B. D'autre part, car l'ambiance concurrentielle y est encore plus marquée, l'immédiateté devenant la quête ultime.

« [...] Il faut malheureusement être le premier tout le temps. C'est le gros challenge quand on est journaliste sportif, suiveur d'un club, en l'occurrence du Standard en Belgique, qui fait vendre le plus pour *Sudinfo*. Parce que *La Meuse Liège*, c'est le journal de Liège. C'est coutume de dire que c'était le journal du Standard à l'époque. Ça n'a jamais été le cas. Mais il faut être le premier tout le temps. C'est ça qui est éreintant, qui est compliqué aussi. Les gens ne s'imaginent pas ce que ça implique au quotidien. Chaque nouvelle saison, il y a des nouveaux joueurs qui arrivent. Il n'y a pas que les joueurs, il y a l'entourage, il y a tout ce qu'il y a autour. Donc, au final, les prises de contact sont multiples à tout niveau. Il faut se renouveler en permanence. Encore plus quand il y a des changements de direction, quand il y a des changements au club avec l'entourage. Il faut aller créer un nouveau réseau, encore une fois. » (Entretien avec Kevin Sauvage, 10 mai 2024.)

« [...] Par rapport à la concurrence, on est dans le merveilleux domaine de l'instantanéité. Quelle est la durée de vie d'une information d'un transfert ? Deux secondes et demie, je pense, à peu près. Tout le monde se reprend sans forcément se citer. Voilà sur quoi on doit faire la différence. Sur autre chose, sur notre plus-value : aller faire des reportages, sur une analyse de match, sur une interview, ce genre de choses-là. Mais la durée de vie de l'information étant tellement réduite dorénavant que ça devient de plus en plus compliqué de se démarquer aussi. » (Entretien avec Jonathan Lange, 16 juillet 2024.)

« C'est un peu la chasse à l'exclusivité qui fait rage dans le milieu de la presse écrite sportive, que ce soit en Belgique ou ailleurs d'ailleurs. C'est pour ça effectivement qu'aujourd'hui, dans un monde sportif qui est de plus en plus cadenassé, et là je parle du football où c'est compliqué d'avoir accès au footballeur, c'est sûr que le journaliste lance diverses pistes, diverses perches pour essayer d'avoir l'information tout en essayant de recouper cette information-là. Donc il faut toujours être prudent par rapport à ce qu'on nous dit et ce qui est dit. Mais c'est clair que la concurrence fait rage et que le journaliste doit se démarquer, et que ça passe par un réseau, des contacts fiables. » (Entretien avec Vincenzo Ciuro, 2 mai 2024.)

« Je me suis souvent posé la question : "Comment je ferais mon métier si j'avais un peu le couteau sur la gorge et que j'étais dans un média de presse écrite ?". La presse écrite ne va pas très bien en ce moment et c'est la course quotidienne à l'information, au scoop, à l'avoir en premier. Et dans ta région, on te dit : "Toi, tu vas suivre le Standard de Liège et tu ne suis que le Standard. Je te mets sur le Standard, mais il faut que tu me sortes des trucs tous les jours. Je veux des informations en primeur". Donc là, il y a une pression qui est mise sur le journaliste de la part de son rédacteur en chef ou plus haut que cela. Et moi, je crois que je ne vivrais pas très bien avec ça. Je n'aurais pas pu travailler dans ces conditions-là. Maintenant, c'est facile à dire dans une position qui est la mienne aujourd'hui, mais on n'a pas cette pression-là ici, en tout cas du scoop à tout va. [...] » (Entretien avec Vincent Langendries, 22 avril 2024.)

Les témoignages de Kevin Sauvage, Jonathan Lange, Vincenzo Ciuro et Vincent Langendries montrent que le journalisme sportif, particulièrement en presse écrite, est marqué par une compétition pour l'exclusivité et par une pression constante pour délivrer des scoops rapidement et en premier lieu. Ces exigences impliquent inévitablement la construction d'un réseau sûr.

Quentin Volvert met lui en lumière l'équilibre délicat entre indépendance et réseautage pour les journalistes sportifs. En son nom, il indique qu'il préfère davantage garder une distance pour préserver son objectivité, mais reconnaît que cette distanciation limite parfois son accès à des informations privilégiées. Il dénonce également la facilité avec laquelle on accuse les journalistes sportifs de connivence, reconnaissant que la proximité est nécessaire pour rester efficace dans le métier. En somme, cette relation « du dedans » est inéluctable.

« Je pense que les contraintes, elles sont clairement dans le rapport qu'on a avec le milieu dans lequel on travaille. Comme je disais, je ne suis pas forcément un journaliste de réseau. Je travaille avec beaucoup de distance par rapport au milieu. Mais justement, c'est une distance qui ne me permet pas toujours d'avoir des informations en “*insider*”. Par ailleurs, j'ai des collègues qui sont très bons dans le réseautage, mais alors, une fois qu'ils ont mis le pied dans le réseautage, ils sont quand même parfois coincés dans ce qu'ils peuvent dire, dans ce qu'il faut dire et dans une forme de liberté. Je préfère garder mon indépendance totale, être un petit peu éloigné et finalement prendre mes informations ailleurs que de me retrouver finalement à un pied dans le milieu et d'être coincé. [...] Donc, tomber sur le journaliste sportif pour sa connivence, je trouve que c'est un peu facile et c'est un petit peu oublier les spécificités du métier de manière générale qui nous obligent aussi parfois à être dans cette forme d'approche et de séduction. Maintenant, si on ne tombe pas dans cette connivence, on est complètement coupé du milieu dans lequel on travaille. Je pense que c'est impossible de travailler en étant coupé du milieu. » (Entretien avec Quentin Volvert, 22 mai 2024)

Au regard de cet état des lieux, comment les journalistes sportifs parviennent-ils à garder leur impartialité et de pair, leur objectivité ? Quatre d'entre eux admettent que la critique négative est plus complexe à formuler quand une bonne entente s'est créée avec le sportif. Ils la formulent malgré tout, tout en y mettant davantage de formes. Ebenezer Brouzakis et Jérémie Baise soulignent ainsi l'importance de rester honnête, tout en gardant la possibilité d'atténuer la sévérité de la critique par le souci de l'aspect humain. En presse écrite, Grégory Bayet mentionne qu'il peut parfois prévenir les personnes concernées à l'avance lorsqu'il s'apprête à publier une information. Manuel Jous explique d'ailleurs que la critique factuelle et argumentée est généralement bien acceptée par les sportifs, à condition que celle-ci ne constitue pas une attaque personnelle.

« [...] Je peux reconnaître que parfois, c'est compliqué de dire du mal de quelqu'un dont tu es proche. Alors, tu le fais de manière... Comment expliquer ? Tu essayes d'être plus subtil. C'est-à-dire, tu vas dire :

“Anthony Morris, par exemple, ça fait quatre semaines qu'il n'est pas bien. Il le reconnaît, il multiplie les erreurs. Mais n'oublions pas ce qu'il a fait en tout début de saison quand il était très bon”. Et tu peux même ajouter, ça m'est déjà arrivé de dire : “C'est quelqu'un qu'on adore, mais là, force est de constater que...”. [...] » (Entretien avec Ebenezer Brouzakis, 29 avril 2024.)

« [...] Pour reprendre l'exemple d'Arthur Theate, il sait très bien que je dis les choses parce que lui aussi est une personne intelligente. S'il fait une floche et que je ne le dis pas, c'est une erreur, et là, ça, c'est très clair de base. Ce sont vraiment deux choses différentes. C'est une excellente question, je comprends qu'on puisse se la poser. Mais il faut savoir que tous les journalistes que tu vois ont ces connivences avec certaines personnes. Certains vont dire : “Bizarre cette analyse, c'est vrai qu'à mon avis, lui, il peut être parti en vacances avec un tel ou un tel”. J'ai envie de te dire, c'est un réflexe. Si tu es vraiment passionné par ce que tu fais, même si tu sais, et Arthur n'est qu'un exemple, je pourrais prendre Morris, je pourrais en prendre d'autres, c'est de se dire : “OK, il a fait une floche, mais c'est une floche”. Parfois, tu peux rajouter derrière : “Mais ça reste un bon gars, c'est sa première erreur”. Peut-être que tu peux être moins dur. Tu peux être un petit peu moins dur, peut-être, par moment, si ça n'arrive qu'une fois. Et tu ne passes pas sous silence, par exemple, l'erreur qu'il fait. Tu mets peut-être un peu plus de forme, parce que tu connais l'aspect humain sur le côté. » (Entretien avec Jérémie Baise, 13 mai 2024.)

« [...] Après, c'est clair qu'on a des accointances avec certaines personnes, parce que certaines personnes sont sympathiques avec vous et vous n'avez jamais eu de problème avec, etc. Ça peut arriver aussi de prévenir la personne, ça nous est déjà arrivé, de prévenir une personne en disant : “Je vais sortir ça demain, sache-le, et ça ne changera pas que tu me dises quoi que ce soit, mais sache-le, comme ça, tu es au courant”. J'ai déjà eu quelques disputes avec certains, mais à chaque fois, ça se terminait en disant qu'il y a eu du respect entre l'un et l'autre. Le but, c'est en tout cas de ne jamais sortir une information pour détruire quelqu'un. Je ne suis pas un journaliste qui utilise mon média pour mes vengeance personnelles, etc. En tout cas, en ce qui me concerne, ça ne m'est jamais arrivé et je ne veux pas que ça arrive. [...] » (Entretien avec Grégory Bayet, 15 mai 2024.)

« [...] Une fois que le match est en cours, le principe, c'est qu'on raconte ce qu'on voit, donc on ne va pas expressément dire qu'un joueur avec qui on a de bons contacts est meilleur qu'un autre juste parce que c'est lui. Moi, ça ne me pose pas vraiment de difficulté. Disons Hazard, avec qui j'ai toujours eu un très bon contact, les matchs où il passait à travers, je disais qu'il passait à travers. De toute façon, les sportifs peuvent, pas tous, accepter la critique tant que ça reste factuel sur un match et que ce n'est pas une attaque contre la personne elle-même. On est tous comme ça. J'accepterais d'être critiqué sur un aspect de mon job pour autant qu'on ne s'attaque pas à ma personne. Je pense que la critique argumentée, je ne vais pas dire que les sportifs n'ont aucun problème avec, parce qu'il y a vraiment des grands paranos là-dedans, mais la plupart peuvent la comprendre. » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

D'autres mettent en exergue la primeur de leur travail sur cette relation cordiale, soulignant leur intégrité. Kevin Sauvage insiste sur le devoir de révéler la vérité, même si cela peut nuire aux intérêts de ceux avec qui il entretient de bonnes relations. Il rejette toute forme de compromission. « [...] Je ne vais jamais me priver d'écrire quelque chose sur une personne que j'apprécie et avec qui j'entretiens une bonne relation sous le prétexte que je l'apprécie et que j'entretiens une bonne relation avec elle. Ça s'appelle du chantage » dit-il, soulignant qu'un journaliste ne doit pas se transformer en représentant. Conjointement, Quentin Volvert affirme que « protéger » quelqu'un au détriment de la vérité nuirait à son intégrité professionnelle. Il raconte avoir un ami proche jouant en division 1 de football à qui il a clairement fait savoir

qu'il n'hésiterait pas à critiquer ses performances si elles étaient mauvaises : « Je ne vais pas te protéger, je ne peux pas le faire, sinon je ne suis pas honnête dans mon métier ». Pour sa part, Christine Schröder reconnaît la présence de connivence dans le journalisme, mais explique qu'elle ne s'est jamais sentie contrainte. En tant que femme, elle perçoit même dans la proximité construite une opportunité de pouvoir s'autoriser à poser n'importe quelle question à son interlocuteur. « Cette connivence, on peut aussi en faire une force, si on la maîtrise bien » explique-t-elle, montrant comment une relation de confiance peut être utilisée pour obtenir des confidences, sans compromettre l'intégrité journalistique.

Guillaume Gautier insiste néanmoins sur l'existence potentielle de conflits d'intérêts pour les journalistes sportifs lorsqu'ils sont trop proches de leurs sources. Il montre comment la proximité personnelle peut biaiser le jugement, cette promiscuité pouvant entraver la capacité du professionnel à faire son travail de manière impartiale. Pour éviter de compromettre son intégrité journalistique, l'enquêteur a donc pris la décision de se soustraire des situations où ses relations personnelles pouvaient interférer avec son objectivité. Anne Ruwet insiste d'ailleurs sur l'importance de n'entretenir aucune relation amicale dans le milieu sportif, mais de privilégier les relations de confiance, synonymes de respect.

« [...] Ce que je trouve problématique, c'est que si on se retrouve dans un cas de figure où c'est la parole de l'un contre la parole de l'autre, on aura toujours humainement plus tendance à croire la parole de celui qu'on connaît le mieux. Si quelqu'un vient me dire : "Ta mère a frappé ton fils" et que c'est quelqu'un qui les a croisés dans la rue et que ma mère dit : "Non, je n'ai pas frappé ton fils", je vais croire ma mère. C'est la même chose. Mais clairement, journalistiquement, c'est quelque chose qui peut être problématique à un moment. [...] J'ai fui la situation parce que je savais que je n'allais pas pouvoir faire mon travail correctement. Pas par mauvaise foi, mais parce que si on se demandait pourquoi il a aligné tel joueur aujourd'hui, il a mis tel joueur sur le banc, en fait, je le savais. Ça biaise mon jugement de le savoir. Parce que je le sais et je considère du coup que c'est un bon choix quand on me l'explique, mais je ne peux pas vraiment l'expliquer parce que sinon, on sait qui me l'a raconté. Et de l'autre côté, est-ce que ça ne biaise pas ma vue d'ensemble sur la situation ? » (Entretien avec Guillaume Gautier, 22 avril 2024.)

« La relation amicale, tu ne peux pas l'avoir. Je me suis toujours dit que les gens avec qui je travaille, les joueurs, ce ne sont pas mes amis. Parce qu'automatiquement, en plus, une femme n'a pas vraiment le droit d'être un peu proche et d'avoir une ambiguïté quelconque. J'essayais alors de miser tout sur la relation de confiance. La relation de confiance, ce n'est pas de l'amitié, c'est une forme de respect. J'essayais vraiment d'avoir une relation de confiance avec les joueurs, dans le sens où, quand ils sortent d'un match où ils sont cuits, ils viennent de courir 90 minutes, ils n'en peuvent plus. L'idée, c'est de un, ne pas les piéger, de deux, de comprendre que ce ne sont pas des machines et de pouvoir ne pas trahir leurs propos et ne pas tenter d'aller sur un terrain un peu difficile. C'est de cette manière que tu gagnes aussi et la confiance et la crédibilité de quelqu'un. [...] » (Entretien avec Anne Ruwet, 2 mai 2024.)

4.7. Et l'investigation ?

Une fois la relation aux sources interrogée, nous avons souhaité interpellier nos enquêtés sur leur rapport aux investigations portant sur le milieu sportif. Les journalistes sportifs éprouveraient-ils plus de difficultés à enquêter sur certaines de leurs sources ou les clubs qu'ils suivent pour leurs médias, vu qu'ils peuvent représenter en quelque sorte « leurs poules aux œufs d'or » ? S'agit-il d'une aversion de leur part à s'intéresser à la face cachée des acteurs du monde sportif ? Quatre journalistes de sport évoquent simplement le désintérêt pour l'aspect investigatif du journalisme.

« Dans mon cas, par exemple, je suis devenu journaliste sportif pour le terrain. C'est juste que ce n'est pas trop cet aspect-là qui m'intéresse. Il fait partie du décor, mais ça ne m'intéresse juste pas trop. Parfois, il faut expliquer ce qui se passe derrière les écrans, pour expliquer pourquoi, par exemple, pour l'instant, un club est en crise, parce qu'il y a des actionnaires qui ont aussi six autres clubs à travers l'Europe et que, clairement, ce club-là n'est pas prioritaire dans la hiérarchie. Là, c'est important parce que ça a un lien avec le contexte sportif. Mais personnellement, ce ne sont pas les aspects du boulot que j'aime bien. Ce n'est pas pour ça que je suis journaliste sportif. C'est que là, parfois, je peux comprendre que les gens disent : “Vous n'êtes pas vraiment des vrais journalistes parce que vous ne vous intéressez qu'à cet aspect sportif”. C'est ça qui me fait vivre, c'est ça que j'aime bien : c'est la tactique, ce qu'il se passe sur le terrain, l'adrénaline, comment on va gérer un match, l'ambiance, l'événement en lui-même, l'événement aussi d'une saison. Et parfois, ce n'est pas forcément un rechignement. Je pense que parfois cette non-envie vient plus d'un manque d'intérêt. » (Entretien avec François-Nicolas Sepulchre, 29 avril 2024.)

« [...] Et puis, il ne faut pas perdre de vue, il y a la question de l'envie aussi. Parce que fondamentalement, je le disais tout à l'heure, moi, si on me demande d'être en décrochage pendant neuf mois sur une affaire de dopage dans le cyclisme ou une affaire de corruption dans le football et qu'à côté de ça, je ne peux plus prendre le temps d'aller commenter des matchs et de passer du temps à profiter des sports que j'aime, je pense que dans la balance, le bilan, il va être vite fait. Il va être du côté d'aller commenter les matchs parce que, fondamentalement, c'est ce que j'aime. J'ai l'impression qu'il y a aussi ce rapport affectif à la chose. [...] » (Entretien avec Quentin Volvert, 22 mai 2024.)

François-Nicolas Sepulchre expose qu'il est devenu journaliste pour se concentrer sur le terrain à proprement parler, plutôt que sur les affaires et les contextes financiers des clubs, qui ne l'intéressent pas autant. De concert, Quentin Volvert explique que son désir de commenter les matchs l'emporte sur l'investigation de sujets plus conséquents, comme le dopage ou bien la corruption. Les deux évoquent donc une envie de s'intéresser au sport en tant qu'événement.

Les fameuses relations, évoquées dans la section précédente, jouent-elles aussi un rôle dans la volonté des journalistes sportifs de divulguer des informations préjudiciables au(x) sportif(s) ? L'éthique est-elle à ce moment remise en cause ? Guillaume Gautier et Jonathan Lange évoquent la tension entre la nécessité de révéler les pratiques douteuses et la préservation des relations professionnelles (et personnelles) dans le milieu du journalisme sportif. Le premier

rejoint François-Nicolas Sepulchre et Quentin Volvert en notant que les journalistes sportifs se veulent souvent plus passionnés par le sport lui-même que par les traits investigatifs du journalisme. Il ajoute que la proximité avec les sujets couverts peut de fait conduire à une forme d'autocensure. Le second reconnaît d'ailleurs qu'il préfère construire une relation de confiance à long terme avec le(s) sportif(s) plutôt que de sortir un « scoop » pour un gain momentané en buzz.

« Imaginons un journaliste qui suit le Standard. Le Standard est en tête du championnat et le journaliste apprend qu'il y a des histoires qui peuvent mettre le Standard dans les problèmes. S'il en parle avec les dirigeants du Standard, ils vont lui dire : "Il ne faut pas sortir ça maintenant". Et lui va se dire aussi bien pour son confort de vie, mais aussi parfois par proximité avec la personne : "OK, je ne vais peut-être pas sortir ça maintenant". Donc, il peut clairement y avoir une influence à ce niveau-là. [...] Je crois qu'il y a aussi le fait de parfois être trop dans le quotidien, trop le nez dans le truc pour prendre un peu de hauteur. J'ai été très surpris quand j'ai écrit sur les Francs Borains qui sont dirigés par un agent de joueur. Tout le monde le sait dans le milieu du football, personne ne l'a jamais écrit. Dans la presse locale, le mec intervient et est présenté comme manager du club alors que ce n'est pas réglementaire. Je me suis un peu posé la question. Assez curieusement, parfois, les journalistes ne le savent pas, parfois, ils le savent et se disent que ce n'est pas nécessaire de sortir l'information. En fait, être journaliste sportif, ce n'est pas très difficile. Ça n'empêche pas souvent de dormir. On ne met pas des gens en prison. Cette difficulté-là, elle est assez difficile à appréhender pour des gens qui sont souvent devenus journalistes parce qu'ils sont passionnés de sport, plus que passionnés par la démarche journalistique en elle-même, d'aller chercher des informations, de fouiller ce qu'on essaye de nous cacher, d'investiguer. [...] » (Entretien avec Guillaume Gautier, 22 avril 2024.)

« [...] On a déjà eu des exemples comme ça où on avait une information, sans citer de nom, dans une discipline où il y en a un qui a eu un "souci personnel", qui s'était fait cambrioler et qui s'était fait mal durant ce cambriolage-là, un jeune sportif belge. On a préféré ne pas sortir l'information parce que oui, ça aurait fait du buzz pendant quoi ? Deux jours ? Même pas. Deux heures ? Allez, "Machin s'est fait cambrioler avant une énorme échéance". Sauf que le machin en question, il va peut-être faire 15 ans de carrière et que du coup, il sera content parce que ça l'embêtait. Quel était l'intérêt de sortir cette information à ce moment-là ? Il était très minime alors qu'on construit une vraie relation de confiance avec la personne en question. Ce qui, pour reprendre votre expression, pourrait devenir une poule aux œufs d'or plus tard, même si je n'adhère pas forcément à l'analogie. Il y a aussi cette limite-là qui doit se poser. Il ne faut pas se brouiller. C'est pour ça que moi, je suis plus adepte de la construction d'une relation sur le long terme qui apportera beaucoup plus de choses que "On fait tout péter d'un coup et merci, au revoir". » (Entretien avec Jonathan Lange, 16 juillet 2024.)

En complément de ces réflexions, Anne Ruwet et Stéphane Lecaillon insistent sur la complexité de trouver des preuves, même si des suspicions se dessinent. La journaliste sportive exprime ses réserves d'accuser une personne sans preuve solide, cette accusation risquant même d'engendrer des répercussions sur son employeur. Le journaliste de sport rejoint cette difficulté d'enquêter sur des affaires suspectes, en raison d'absence de preuves concrètes et des risques encourus. Il ajoute que le journaliste sportif n'a pas toujours le réseau nécessaire pour lui permettre d'accéder à des éléments probants.

« [...] Je trouve que tu ne peux pas accuser des gens ou des clubs si tu n'as pas des preuves. Et je sais que moi-même, ici, en étant en studio à RTL, je n'aurai jamais ces preuves-là. C'est un terrain sur lequel je ne peux pas m'engager parce que je sais que je ne pourrais pas avoir les choses nécessaires pour pouvoir faire bouger les choses. Si j'ai une information, il faut déjà voir si la personne qui me relaie l'information est une personne fiable. Parce qu'ici, par exemple, le problème aussi, c'est que ça a un impact sur toute ta boîte. Parce que si je commence à arriver avec mon porte-drapeau en disant "Anti-dopage", c'est toute la boîte RTL Sports qui aura peut-être des remarques, peut-être même des pressions. Il faut pouvoir aussi se dire que tu n'es pas tout seul, tu impactes toute ta direction, ta rédaction sportive. Si tu es un journaliste indépendant qui n'est pas lié à une boîte ou à une société, peut-être que tu auras justement cette indépendance pour le faire. Ici, j'aurais peur de risquer aussi de mettre ma boîte en danger, qu'on porte plainte pour diffamation et que finalement, c'est ma boîte qui paie les pots cassés. » (Entretien avec Anne Ruwet, 2 mai 2024.)

« [...] Ce qui est difficile, il faut s'en rendre compte aussi quand même, je vais prendre le cas de l'affaire "Mains propres". Comment dire ? Plein de monde dans le milieu du journalisme sportif, je ne vais pas dire savait, mais se doutait, parce que ce n'est pas la même chose, qu'il y avait des magouilles. Maintenant, le journalisme, ce n'est pas écrire qu'on se doute qu'il y a des magouilles. C'est avoir des preuves, à la fois parce que c'est le journalisme, c'est ça qu'on nous demande, et à la fois parce que si vous n'en avez pas, vous vous retrouvez au tribunal, vous perdez. Quand l'affaire est tombée, quand vraiment les enquêteurs ont perquisitionné, il n'y a toujours pas de jugement cinq ans après, mais oui, on n'est pas tombé de notre chaise non plus. On se disait : "Oui, on se doutait qu'il y avait des choses qui n'allaient pas". Le problème, il est là aussi. C'est très difficile d'enquêter et d'arriver à prouver, par exemple, qu'un transfert est malpropre. Parce qu'on manque de temps. Parce qu'il faut quand même une spécificité, des qualités. À la fois, je rêverais de les avoir, mais par exemple, il n'y a pas de *Médiapart* en Belgique. C'est un journalisme qui demande des sources judiciaires. Moi, si je prends mon téléphone, que j'appelle dans les services judiciaires de la police de Liège, si personne ne me connaît, on ne va pas me filer des documents qui me permettront de prouver que... Et donc, ça demande un autre réseau que celui du football pur, et le temps est compté. [...] » (Entretien avec Stéphane Lecaillon, 25 avril 2024.)

Comment aussi expliquer que les affaires de dopage ou de corruption soient la plupart du temps révélées par des journalistes qui ne soient pas des journalistes sportifs ? Dix-sept témoignages dégagent comme justificatifs un manque de temps et une absence de ressources, des obstacles à l'investigation dans le journalisme sportif. Vincent Langendries et Laurent Toussaint clarifient que les journalistes d'investigation ont le luxe de travailler sur des dossiers à long terme, *a contrario* des journalistes sportifs qui sont dépendants de l'actualité immédiate. À en croire leurs dires, même s'il est motivé, le journaliste sportif devrait alors être libéré de toutes ses autres tâches pour mener une enquête. Manuel Jous enrichit le propos : les journalistes d'investigation ne sont pas soumis à des contraintes de production. De plus, étant extérieurs au milieu, ils s'autoriseraient de plus belle à confronter les personnes par rapport aux journalistes de sport qui travaillent dans le domaine.

« Ce serait une excuse facile de dire que c'est que le temps qui nous manque. Mais en tout cas, moi, c'est ma réalité. Si demain, on me dit : "Vincent, il y a un truc, il faut peut-être faire quelque chose en athlétisme, gratter sur une affaire de dopage qui concerne un grand athlète belge", si c'est vraiment dans ma sphère de compétences, je vais le faire, mais je vais demander à me libérer de toutes les autres tâches. On ne peut pas faire ça entre des plis, entre deux émissions de football, un commentaire en direct en

Grèce, revenir ici faire les Jeux olympiques et continuer à faire ton enquête. Non, ce n'est pas comme ça que cela marche. Il suffit de voir comment chez "Investigation", ils travaillent sur deux-trois mois. En France, ils travaillent six mois, un an, voire davantage sur une enquête. Donc ça, humainement parlant, au niveau du temps qui nous est accordé, on n'a pas ce temps. [...] » (Entretien avec Vincent Langendries, 22 avril 2024.)

« [...] L'investigation est pour moi un métier différent. Je ne dis pas que c'est normal, je dis juste que c'est un autre métier et que ce n'est pas le même tempo. Quand je vois Xavier [Counasse] au *Soir*, il travaille sur ses dossiers au long cours, il a le temps de faire ses trucs. Nous, on n'a pas beaucoup le temps, on n'est pas vraiment payés pour faire les recherches. Alors, il faudrait, mais moi, je n'ai pas quatre jours pour aller faire une enquête, pour aller au parquet, faire ceci, faire cela. L'investigation est quelque chose de particulier. Quand je vois la RTBF, il y a des journalistes qui ne font que de l'investigation et ils ne sont reliés à rien et ils ont le temps pour faire leur enquête. De manière générale, si on doit parler de classes dans le journalisme, je pense que les journalistes d'investigation, c'est une classe particulière ou, en tout cas, ce sont des journalistes qui ont l'opportunité ou la possibilité de travailler différemment et de le faire sur le plus long terme. De notre côté, on doit toujours travailler dans l'urgence, dans la vitesse, on n'a jamais le temps de rien faire. » (Entretien avec Laurent Toussaint, 22 avril 2024.)

« Il y a déjà parfois une simple donnée de temps. Il y a des journalistes spécialisés dans l'investigation dans des médias traditionnels, mais effectivement dans les pages non-sportives et qui n'ont pas une obligation de production en quantité régulière, à qui on dit : "Tu as une semaine, mais tu me sors quelque chose de consistant dans tel dossier". Et rien que ça, les gens peuvent déjà aller plus en profondeur et peut-être prendre moins de pincettes et avoir moins de réticence au départ à aller un peu chatouiller des gens qui ne sont pas du tout de leur domaine, de leur milieu. Ça, c'est possible. Ça peut jouer. Plus cette contrainte de temps. Ici, par exemple, on est tous quotidiennement affectés à des trucs qui nous plongent un peu le nez dans le guidon et justement le documentaire sur le Footgate, mon collègue Thierry [Luthers] avait été détaché quelques mois là-dessus et là, il avait pu vraiment prendre des rendez-vous, aller au fond des choses. Ce ne sont pas des enquêtes qu'on peut mener entre deux coups de téléphone ou deux billets pour le journal. » (Entretien avec Manuel Jous, 22 avril 2024.)

4.8. Une économie et des acteurs institutionnels qui ont leur poids

Un autre élément contextuel à prendre en compte dans le traitement de l'actualité sportive par les journalistes de sport renvoie à l'économie au sein de laquelle ils évoluent. Le souhait d'enquêter ne serait-il pas contrecarré par une logique économique plus large qui contraindrait ces professionnels à mettre en valeur leur « produit » ? Les droits de diffusion joueraient-ils dans la balance ? Les accès aux instances sportives seraient-ils en jeu ? Des pressions seraient-elles adressées aux journalistes sportifs ? Tout bien pesé, cette économie a-t-elle un impact direct sur la manière dont les enquêtés traitent l'information ?

Les récits de Vincenzo Ciuro, Patrick Stein et Quentin Volvert mettent en lumière la relation complexe entre les besoins commerciaux des chaînes de télévision et la mission journalistique d'informer de manière objective et authentique. Ils avouent que le contenu sportif constitue un produit à vendre et que différentes stratégies sont mises en place afin d'atteindre cet objectif. Ils admettent cependant qu'il serait préjudiciable de l'embellir à excès. Vincenzo Ciuro parle

du plan de promotion d'une compétition sportive chez RTL Sports, en insistant sur le fait que « Quand tu décides d'investir dans une compétition sportive, tu pars du principe que tu vas la vendre, et ce sous différents aspects ». Patrick Stein mentionne toutefois l'importance d'un traitement journalistique transparent, même si celui-ci implique de discuter des aspects négatifs, telle qu'une baisse de niveau du championnat : « On ne va pas dire que la Belgique est le meilleur championnat du monde. [...] Si le niveau baisse, on va essayer de comprendre pourquoi, d'expliquer pourquoi, d'apporter des pistes de solutions, donc d'avoir un traitement journalistique vrai et authentique ». Quentin Volvert s'inquiète d'ailleurs de ces droits qui lient contractuellement la presse aux institutions sportives et qui pourraient, à terme, devenir problématiques : « Si j'ai envie de dire qu'il y a un truc qui ne va pas, je le dis. [...] Je pense que tout doucement, avec les droits TV, on arrive dans quelque chose qui est dangereux par rapport à ça, parce que les chaînes promettent de mettre le produit en avant. Ce n'est pas notre rôle, absolument pas ».

Comme l'expliquent deux des professionnels, l'un travaillant chez RTL, l'autre à la RTBF, en télévision, les droits acquis par les grands groupes influencent indubitablement leur manière de traiter l'information sportive. Ils attirent l'attention sur l'influence déterminante des droits de diffusion dans le traitement médiatique des événements sportifs. Les chaînes évitent de promouvoir les compétitions diffusées par leurs concurrents, ce qui impacte inévitablement leur couverture de l'événement.

Emiliano Bonfigli explique qu'en général, les événements sportifs pour lesquels RTL ne détient pas les droits ne sont pas couverts au journal télévisé de cette même chaîne, car cette évocation équivaldrait à faire la publicité d'un produit détenu par une chaîne concurrente, telle que la RTBF. Il précise cependant que certaines informations, comme celles relatives aux Diables Rouges, transcendent ces considérations économiques, car elles représentent des sujets d'importance nationale : « Les Diables Rouges seront diffusés en juin sur la RTBF, mais on va en parler sur RTL parce que là, on est dans quelque chose qui s'impose comme une information importante pour les Belges ». Jérémie Baise illustre davantage cette problématique avec les exemples du Tour d'Italie et du Tour de France. La RTBF peut librement traiter du Tour de France, car elle en détient les droits, mais pour parler du Giro, il faut négocier avec RTL pour l'obtention des images : « Le Giro, c'est 1500 euros pour une minute ». Il précise également qu'ayant les droits des grands championnats de football, Eleven/DAZN obtient plus aisément l'accès aux joueurs, ce qui n'est pas le cas de la RTBF.

La possession des droits de diffusion dicte par conséquent la nature et la transmission des informations sportives. Cette entrave disparaît en radio, média non-dépendant du support visuel, comme le souligne Christine Hanquet qui reconnaît la disparité entre les médias : « C'est pour ça que je suis très contente de travailler en radio, on ne fait aucune différence [...] S'il s'est passé un truc, en radio, on en parle les doigts dans le nez. Eux, ils doivent claquer des sous et c'est très cher ». De pair, la presse écrite se défait aussi de cette contrainte.

Bien que des clauses contractuelles soient établies, l'arrivée de plus en plus marquée des communicants, au sein des clubs de football notamment, complique davantage la tâche. Les institutions se montrent plus strictes dans l'accès aux acteurs du monde sportif et dans la nature des questions qui leur sont adressées, ces réglementations prenant parfois la forme de pressions envers les journalistes sportifs. Christine Schröder et Jérémie Baise évoquent les frustrations auxquelles sont confrontés les journalistes sportifs face aux attachés de presse. Ce sont en effet ces derniers qui décident quels joueurs seront disponibles pour l'interview d'après-match, alors que les journalistes désireraient pouvoir choisir le(s) joueur(s) adéquat(s) au regard de la rencontre qui vient de se dérouler. De plus, ces attachés contrôlent les temps de parole, empêchant parfois les journalistes de poser les questions qu'ils souhaiteraient. À cet égard, Michel Lecomte critique la désormais superficialité des interviews.

« [...] Tout ça est parfois très énervant. Les attachés de presse aujourd'hui jouent un rôle. Au début, il n'y avait pas d'attaché de presse. C'était presque le magasinier ou le team manager qui s'occupait de vous amener les joueurs. Aujourd'hui, tout cela est cadré. Quand ils perdent, évidemment, on sent de l'énervement. J'ai encore eu le cas à Anderlecht l'autre jour, ils avaient perdu contre Bruges. Avec Anderlecht, l'attaché de presse tapait du pied pour que j'arrête, mais j'avais à peine posé une question. Et c'était parce que, aussi, les joueurs doivent aller dans le vestiaire tout de suite, parce que l'entraîneur veut leur parler tout de suite. Mais entre l'entraîneur qui veut leur parler tout de suite sur le terrain, entre les joueurs qui doivent aller faire le tour [du stade pour saluer le public], entre l'entraîneur qui veut leur parler encore tout de suite dans le vestiaire. Je crois que parfois, c'est un petit jeu, c'est un gros cinéma autour de tout ça. [...] » (Entretien avec Christine Schröder, 24 avril 2024.)

« [...] Par contre, il y a des pressions. Ça arrive souvent quand je suis journaliste en bord terrain, pour Eleven. Tu regardes ta première mi-temps, tu réfléchis, tu fais des analyses et tu te dis : "OK, j'aimerais bien avoir tel joueur ou tel joueur". Tu dois passer par les attachés de presse pour qu'eux te ramènent les joueurs. Mais ce sont eux qui décident et je me prends tout le temps la tête avec eux, que ce soit Anderlecht, que ce soit l'Antwerp, c'est encore pire. Parce que ce sont eux qui décident les joueurs qu'ils veulent t'envoyer. Et tu leur dis : "Pourquoi ? Lui a fait un bon match. J'ai cette thématique-là, j'aimerais bien l'avoir". Et alors là, eux te mettent d'une certaine manière la pression en disant : "Écoute, c'est le club, on te donne qui on a envie". Et donc là, dans ce moment-là, tu es un peu empêché de faire ton métier. Au final, tu es obligé de dire : "OK, c'est bon". Il n'y a personne qui se rebelle vraiment. Mais moi, je leur ai déjà dit. C'est vraiment un truc qui m'agace au plus profond. » (Entretien avec Jérémie Baise, 13 mai 2024.)

« Il faut bien reconnaître qu'on n'a plus, dans les interviews d'après match, pour des droits qu'on a acquis, des interviews très critiques. On a du "passe-plat". Il y a aussi tout ce monde de communicants qui est là, qui met beaucoup de barrières, qui enregistre dans certains cas. Si le sportif a dit une connerie, il va être rappelé à l'ordre après. Et c'est du cirage de pompes. » (Entretien avec Michel Lecomte, 3 mai 2024.)

Ces pressions ont, dans certains cas, conduit à des menaces, voire à un boycott venant des clubs, celui-ci pouvant toucher autant la presse audiovisuelle que la presse écrite, comme le révèlent les témoignages de Stéphane Lecaillon, Guillaume Gautier et Kevin Sauvage.

« [...] Ça m'est déjà arrivé de me l'entendre dire par le dirigeant de l'Union puis on a réglé le problème, sur un article qui n'était pas encore publié, qui était à publier, où je leur demandais une réaction : "Si c'est comme ça, vous n'aurez pas telle interview alors la semaine". Une pression, une forme de chantage, de : "Vous n'aurez pas accès à ça parce que vous écrivez quelque chose qui me déplaît". Le différend s'est réglé parce que je leur demandais de donner leur point de vue sur la situation. Il était fâché que je fasse l'article, mais ils ont donné leur point de vue et ils ont estimé que leur point de vue était dans l'article, donc il n'y a pas eu de sanction. Mais c'est une sanction qui peut peser, qui est latente, effectivement, et qui est dans la tête de tout le monde, il faut être honnête. Ce qui est aussi parfois une limite. Oui, mais si on écrit ça, en fait, voilà une limite du travail de notre vie quotidienne. "Oui, mais si tu écris ça, peut-être qu'on ne voudra plus te donner d'interview pendant toute la saison". [...] » (Entretien avec Stéphane Lecaillon, 25 avril 2024.)

« Un de mes anciens collègues était très proche de beaucoup de gens au Standard. Il savait vraiment tout ce qu'il s'y passait. Il a écrit beaucoup de choses sur l'influence de Mogi Bayat au sein du club qui, par la suite, se sont toutes avérées vraies, mais que le Standard considérait comme de l'acharnement parce que, ce que j'ai pu comprendre de leur côté, ils disaient : "Il se passe la même chose dans d'autres clubs et vous ne l'écrivez pas". Ce à quoi notre réponse était : "Parce que là, on le sait et on ne sait pas toujours sur les autres". En fait, notre journaliste qui suivait le Standard était trop bien informé par rapport au reste de la rédaction sur les autres clubs. [Au Standard, ils] l'ont pris, et je peux comprendre leur point de vue, comme de l'acharnement à un moment. D'ailleurs, ils avaient publié un communiqué qui allait dans ce sens-là. Dans leur communiqué de boycott, ils ne disent pas : "*Sport/Foot Magazine* a écrit ça et c'est faux". Ils disent : "*Sport/Foot Magazine* s'acharne sur le Standard". Il y a eu un boycott d'un an et demi, je crois. À la base, ce n'était plus d'interviews. Puis ça a un peu évolué. Même l'entourage des gens avait pour consigne de ne plus trop nous répondre. Exemple, parce qu'on écrivait toujours des articles sur les joueurs du Standard, on écrivait un article sur Arnaud Bodart, on appelait son agent et son agent disait : "Si je parle, ce n'est pas bon pour Arnaud". [...] Le Standard, c'est le vecteur principal d'abonnements et d'audience, de manière générale, en Belgique francophone. C'était une mauvaise chose pour nous et on l'a tenu, mais peut-être *a posteriori*, que ça nous a coûté cher ou pas, peut-être. On ne le saura jamais. » (Entretien avec Guillaume Gautier, 22 avril 2024.)

« [...] Quand je suis arrivé à *La DH*, par exemple, le Standard boycottait *La DH*¹⁶. C'était sous la direction de Lucien D'Onofrio à l'époque, il y avait un boycott de *La DH*, donc on ne parlait plus à *La DH*. Mais *La DH* avait accès aux conférences de presse, c'est juste qu'on ne donnait plus ce qu'on appelle une interview individuelle. On en a trois à quatre par an. Cette année, on en a eu deux et on n'avait plus le droit à ça. Ça ne doit pas être logique, ça ne doit pas être normal. Ce n'est pas parce qu'on écrit des choses qui ne vous font pas plaisir que vous ne devez pas nous traiter sur un même pied que les autres. Donc oui, ça arrive malheureusement encore aujourd'hui. » (Entretien avec Kevin Sauvage, 10 mai 2024.)

¹⁶ À noter que la RTBF a elle aussi été boycottée par le Standard de Liège pendant plus d'un an après la diffusion d'un reportage de François Lizen au journal télévisé. Suite au titre de Champion de Belgique remporté par le club liégeois en 2008, ce reportage visait à dresser le portrait de Lucien D'Onofrio afin d'évoquer ses casseroles judiciaires. Un reportage qui n'a visiblement pas plu à la direction du club.

Le premier décrit une forme de chantage exercée par les clubs qui menacent de restreindre l'accès aux interviews si les articles publiés ne leur plaisent pas. Le second décrit une expérience avec le Standard de Liège où un boycott de longue durée a été imposé au magazine en réponse à des articles critiques. Ce boycottage a de ce fait limité l'accès aux informations et aux interviews, ce qui a, selon lui, sans doute impacté les abonnements et les audiences. Le troisième évoque et regrette amèrement lui aussi une censure de la part du club liégeois. Il dénonce l'existence d'un problème persistant dans le sens où les clubs usent de leur pouvoir sur l'accès à l'information pour la compromettre. L'évolution de la communication des institutions sportives a donc totalement renversé le rapport de forces qui liait les journalistes aux sportifs. Tout est désormais contrôlé (à l'excès). Une situation que déplorent Frank Peterkenne et Grégory Bayet.

« [...] On assiste même à des situations qui sont très curieuses. C'est qu'on voit notamment les chaînes internes des clubs qui ont accès à tout. Et nous, on est détenteurs de droits, on est un média national et on n'a accès pratiquement à plus rien. Donc on se retrouve quand même dans des drôles de situations. On voit les gars même qui se baladent sur le terrain avec toutes ces web TV, etc. Ils sont avec les gars sur le terrain, dans les vestiaires, etc. Des images que nous, on ne peut plus jamais faire. Il y a un petit peu un renversement. Mais ça, c'est un autre phénomène. On assiste de plus en plus à la fois à une forme de méfiance de la part de sportifs, de clubs, etc. Et donc un besoin de contrôler la communication, ce qui se dit sur les clubs [...] » (Entretien avec Frank Peterkenne, 29 avril 2024.)

« [...] Quand j'ai commencé à la RTBF, on allait chercher les joueurs à la fin des matchs dans les vestiaires. Ça, c'est fini, c'est terminé. Là, maintenant, c'est à la mi-temps d'un match. Pour certains, on doit demander d'avoir tel ou tel joueur. Et puis, on voit qui on a à la fin du match. On n'a pas forcément tout le monde qui vient. Au Standard, par exemple, on a ce qu'on appelle les *face-to-face*, les *one-to-one*. On en a deux-trois maximum par an. Donc là, on est effectivement coincé. Mais là, je pense qu'ils commettent une erreur. Il y avait un attaché de presse du Bayern Munich qui avait dit à l'époque qu'on appelait le Bayern "le FC Hollywood" tellement, en fait, c'était fermé. Il ne montrait rien, il n'y avait jamais d'interview, il n'y avait jamais rien, et donc les gens allaient se cacher dans les buissons, inventer des informations et c'était devenu le bordel total. Et lui, il a dit : "En fait, ce qu'il y a, c'est qu'il faut, à un moment donné, dispatcher et offrir à la presse ce qu'elle attend". Ce n'est pas dire qu'on nourrit la presse comme si c'était des oiseaux, qu'on donne des glanes, etc. Mais qu'on laisse quand même certaines portes ouvertes pour éviter d'inventer des choses ou autres. Nous, on n'a jamais joué là-dedans. [...] » (Entretien avec Grégory Bayet, 15 mai 2024.)

4.9. Conclusion intermédiaire : être journaliste

À la lumière de ces différents constats, évoluant dans le champ sportif et ses institutions, les journalistes de sport peuvent-ils concrètement demeurer cent pour cent journalistes, à savoir indépendants, critiques et investigateurs ? Les réponses fluctuent fortement selon les journalistes sportifs interrogés, témoignant de la complexité du microcosme dans lequel ils évoluent. Alors que 73 % évoquent que la posture journalistique reste atteignable en dépit des

défis inhérents à la profession, 27 % admettent qu'ils ne peuvent l'atteindre, chacun devant naviguer entre son propre vécu, ses relations et son travail.

Christine Schröder reconnaît la difficulté de maintenir une objectivité totale, car la personnalité et l'affect du journaliste entrent toujours en jeu : « Il y a sa propre personne. Et on ne peut la mettre de côté ». Renaud Terreur considère que le but du journaliste ne consiste pas à pencher d'un côté ou d'un autre, mais « D'analyser le plus objectivement possible ce qu'on voit ». Pour Jérémie Baise, « Les meilleurs journalistes, aujourd'hui, sont ceux qui arrivent à rester indépendants justement et qui n'ont pas peur d'aller à un moment donné contre l'institution ». Stéphane Lecaillon estime qu'il est possible de rester à cent pour cent journaliste, même si ce maintien implique de renoncer à certaines informations exclusives : « Moi, c'est un peu ma ligne. C'est "Tant pis si je n'ai pas la petite information" ». Laurent Toussaint pense que le journaliste sportif peut complètement garder sa position de journaliste : « Est-ce que parce qu'on se fait payer un verre ou un repas, on se fait corrompre ? Je ne trouve pas. Il y a une dizaine d'années, les clubs payaient pour qu'on aille à l'étranger avec eux en déplacement, ça ne m'a jamais empêché de dire que le club était nul. C'était soit ça, soit on ne parlait pas. Et si on ne parlait pas, on ne le fait pas ».

Frank Peterkenne se montre plus nuancé sur la question : « Il y a toujours une part de subjectivité dans le journalisme. L'objectivité pure et dure à cent pour cent ça n'existe pas. Ne fût-ce que par la démarche journalistique. Et la première démarche journalistique, c'est de dire que l'on va parler de cela, plutôt que de parler de cela. Nous sommes déjà dans cette subjectivité. [...] Un journaliste, il a un vécu. Un journaliste, il a des connaissances ». Quentin Volvert ajoute que l'affect personnel peut influencer le traitement de l'information, surtout dans les sports où l'admiration pour les performances des athlètes est forte : « C'est compliqué parce que je pense que cela appartient à chacun. Il y a toujours une part d'affectif. Moi qui commente le cyclisme, ici, ce week-end, j'ai fait un sujet sur Tadej Pogacar et sa victoire à Livigno. C'est compliqué parce que là, en l'occurrence, c'est de la fascination purement sportive pour le garçon ». De son côté, Guillaume Gautier admet qu'il est influencé par ses relations personnelles, bien qu'il s'efforce de rester aussi indépendant que possible : « Je me suis déjà embrouillé avec à peu près tous les clubs, ce qui est bon signe sur le fait que je sois peu lié à l'un ou à l'autre, mais je ne suis pas indépendant à cent pour cent ».

CHAPITRE 5 : ÉVALUATION DE L'HYPOTHÈSE ET DISCUSSIONS

Lorsque nous avons entamé ce mémoire, nous avons, pour rappel, établi l'hypothèse ci-dessous :

Le journalisme sportif est un sous-champ spécialisé stéréotypé et les journalistes sportifs sont des sous-journalistes. Ils se situent bien loin des valeurs cardinales du journalisme (l'équité, l'éthique, l'objectivité, l'impartialité, l'intégrité, la distance, le service de l'intérêt public, la rigueur, l'exactitude et la vérité). Les journalistes sportifs belges francophones sont pris dans des logiques de contraintes qui les obligent à adopter une forme de collaboration avec leurs sources, très néfaste à leur travail. L'économie du sport s'est progressivement modifiée au fil des années, et avec elle, de nouveaux acteurs (chargés de communication, canaux des clubs, sponsors) règlementent de plus en plus l'accès aux sources informatives du sport. C'est désormais un cadre strict qui entoure les relations entre journalistes et sportifs. Un cadre dont il est difficile de se défaire tant il régit jusque dans les moindres recoins ce pan du journalisme, rendant complexe la légitimité de ceux qui en font les frais. Les relations entre les sports et les médias sont devenues consubstantielles, c'est-à-dire qu'elles se construisent dans des dynamiques (économiques, spectaculaires, institutionnelles...) qui se montrent inséparables. Ces relations nuisent au travail d'investigation, jugé comme non-nécessaire et repoussé de manière volontaire au second-plan par les journalistes sportifs belges francophones. Ceux-ci ne désirent pas *critiquer le sport* mais *faire vivre le sport*, leur gagne-pain.

Cette hypothèse devait être mesurée à l'aune des témoignages recueillis auprès des journalistes sportifs francophones exerçant en Belgique. La mise en rapport de ces récits issus de l'intérieur de la profession (chapitre 4), combinée aux résultats de notre sondage d'opinion (chapitre 3) et aux considérations scientifiques (chapitre 1) nous permet désormais de tester notre hypothèse initiale et d'y répondre en lui apportant toutes les nuances utiles.

C'est pourquoi à la question originelle « les journalistes sportifs sont-ils des sous-journalistes ? », nous proposons la réponse suivante, plus *ad hoc* et pertinente : le journalisme sportif se présente bien comme un sous-champ spécialisé du journalisme. Il n'empêche, les journalistes sportifs n'en ressortent pas pour autant comme des sous-journalistes. Certes, ces professionnels se trouvent dans une catégorie à part, mais cette catégorisation n'est pas du tout perçue de façon péjorative par le public interrogé. Bien que le sport soit un domaine plus léger à traiter, il représente néanmoins un sujet d'intérêt public et occupe une place importante dans la vie des personnes de par sa dimension identitaire et divertissante. Cet aspect implique que les journalistes sportifs abordent leur matière d'une manière différente, sans pour autant omettre complètement les valeurs cardinales du journalisme.

L'équité, l'éthique, l'objectivité, l'impartialité, l'intégrité, la distance, le service de l'intérêt public, la rigueur, l'exactitude et la vérité ne peuvent tout de même pas être entendus *stricto*

sensu dans le domaine sportif. Ces valeurs propres à tout « bon journaliste » ne sauraient être fidèlement respectées au regard de la composante émotionnelle colossale générée par le sport auprès du peuple. Tout comme d'autres journalistes, les journalistes sportifs belges francophones sont de surcroît pris dans des logiques de contraintes qui les astreignent à adopter une forme de proximité avec leurs sources. Sans elles, il est difficile de récolter des informations.

Il est aussi vrai que les journalistes sportifs choisissent leur profession davantage par passion du sport que par passion de l'information. Beaucoup préfèrent donc faire vivre l'événement sportif que s'intéresser à ses dessous. Ils justifient cette posture par le manque de temps et l'absence de moyens consacrés à l'enquête par leur média. L'économie du sport joue aussi un rôle particulier, avec des droits télévisuels et des agents de sportifs qui prennent, au fil des années, davantage de poids dans la couverture des événements. De par leur nature contraignante, ces relations ne peuvent être négligées. En définitive, le journaliste sportif est, encore plus que d'autres journalistes, soumis à des contraintes particulières qui le dépassent (parfois), avec lesquelles il doit jongler (inévitablement) et qui influencent son traitement de l'information (considérablement).

Cette idée semble d'ailleurs partagée par nos sondés, 80,7 % d'entre eux ayant affirmé ne « pas être d'accord » et ne « plutôt pas être d'accord » pour assurer que les journalistes sportifs sont des journalistes à part, des « sous-journalistes ». Nous souhaitons à présent revenir plus en détails sur les différents points abordés dans notre hypothèse en discutant nos résultats à l'aune des considérations théoriques, du sondage d'opinion et des entretiens semi-directifs.

5.1. L'association du sport et du journalisme : plus légère, mais pas moins importante ni moins légitime

Petit (2014) désigne le sport comme un « organisateur de masse ». Wille (2015) rejoint cette vision, évoquant la question du vivre ensemble. Nos enquêtés reconnaissent eux aussi cette dimension plurielle du sport, qui transcende d'autres domaines (politique, santé, économie, judiciaire, etc.). Marchetti (2002) évoque la considération académique accordée au sport : objet infamant, il se situerait loin des principes fondamentaux du journaliste-type. Diana (2013) parle même à ce propos d'un « impensé ». En cause, Martinache (2000) évoque l'allure divertissante, propre au sport. Avec un journalisme qui serait détenteur de bas niveaux de capital, pour English

(2016) ; un « département jouets des médias d'information », pour Rowe (2007). Il est vrai que cette relégation du sport au bas de l'échelle demeure toujours constatée au sein des rédactions, selon les journalistes sportifs belges francophones interrogés, qui clarifient tout de même que les remarques que d'autres collègues leur adressent au regard de l'objet qu'ils traitent tendent à s'évanouir ou apparaissent plutôt sous forme de plaisanteries.

Bien qu'ils reconnaissent que le sport puisse jouir d'un caractère récréatif, les professionnels insistent pour autant sur le respect des valeurs journalistiques, mais aussi et surtout sur l'audience que le sport crée, une audience dont le but est de passer un bon moment et de se défaire des soucis du quotidien. Ce constat corrobore explicitement ceux de Riolo (2010) et de Marchetti (2002), qui expliquent que même si le sport se situe très souvent en fin de journal, il accapare une place importante dans la production d'informations des médias généralistes et spécialisés qui visent donc à satisfaire une forte demande de la part du public. En 2023, les chaînes belges francophones et néerlandophones ont diffusé 4300 heures de sport. Dans le sud du pays, l'offre sportive a progressé de 51 % entre 2017 et 2023¹⁷.

Le sport attire vigoureusement les foules. Nous le constatons avec les Jeux Olympiques et les Coupes du Monde de football tous les quatre ans. Ou encore avec les compétitions de tennis, de football, de cyclisme ou de basketball qui s'étalent sur toute une année, avec des dizaines de milliers de supporters présents. Nous rejoignons la pensée de Perelman (2010) qui invitait à considérer le sport en tant que « système d'informations unique ». Nous nous interrogeons d'ailleurs, comme certains répondants à notre sondage d'opinion, sur les critères classificatoires qui permettent à l'univers académique de considérer l'économie, par exemple, comme un objet « plus noble » que le sport. Sous quel postulat ? Ne faudrait-il pas apprécier chaque matière à sa juste valeur, chacune apportant sa contribution à une société aux multiples intérêts ? Nous souhaiterions pouvoir mieux saisir la construction de ces schèmes de pensée.

Est-ce parce que le sport est moins pompeux, de par son caractère remarquablement populaire, que les journalistes qui le traitent seraient systématiquement illégitimes ? Évitions de faire des amalgames et de tomber aisément dans des arguments fallacieux. Questionnons-nous. Derèze (1993) explique que le mépris envers ces journalistes est à mettre en lien avec la mésestime du sport. Cet état des lieux se joint d'ailleurs à celui dressé pour le journalisme vidéoludique qui,

¹⁷ RMB (2024, 24 avril). Le sport dans tous ses états. L'évolution de l'offre sportive permet aux marques de toucher tous les publics. *RMB*. <https://rmb.be/fr/actualites/897-le-sport-dans-tous-ses-etats/>

selon Krywicki (2021), souffre également d'une dépréciation à cause de la matière abordée. Contrairement à ce que ces recherches laissent penser, au cœur de la profession en Belgique, les journalistes sportifs ne sont pas du tout délégitimés par le public interrogé, puisqu'à la lumière des résultats de notre sondage d'opinion, 72,1 % des sondés ne sont « pas d'accord » et « plutôt pas d'accord » sur le fait de juger les journalistes sportifs comme étant moins compétents que d'autres journalistes. Cette dévaluation serait-elle exclusivement l'affaire des académiciens, des scientifiques et des journalistes ne traitant pas de sport ? Tout porte à le croire. Ce qui réfuterait l'assertion de Souanef (2017) selon laquelle le sens commun (donc le public) considérerait le journalisme sportif comme en rupture avec les idéaux professionnels tels que la distanciation et l'esprit critique. Néanmoins, nous pensons que dans les faits, la situation se veut bien plus complexe : c'est le ressenti de chacun et de chacune qui guide finalement la perception qu'il.elle a du journaliste sportif. Si une personne n'aime pas le sport, elle aura tendance à décrédibiliser tout ce qui y touche, de près ou de loin. À l'inverse, si l'adhésion est forte, la critique, si elle existe, sera plus nuancée.

D'ailleurs, l'ensemble de nos enquêtés ne se sentent pas illégitimes dans le milieu. Ils ne se voient pas dans une case circonscrite affublée de négativisme. Ils se sentent capables, en cas de besoin, de travailler dans d'autres secteurs du journalisme, puisque selon eux, la formation initiale reste identique pour tous. Nous voudrions néanmoins relativiser ces propos. Il faut préciser (et avouer) que 73 % d'entre eux ont choisi la profession de journaliste plus par passion du sport que par véritable entrain pour la profession. Cette donnée importante devra entrer en ligne de compte au moment d'effectuer ces discussions, puisqu'elle nous permettra par la suite de justifier (ou tout du moins, de mieux comprendre) les postures embrassées par les journalistes sportifs.

5.2. La généralisation et la spécialisation : une démarcation laissant perplexe

Qualifié de « journaliste normal » par Bureau (1987), le journaliste sportif a été questionné par d'autres chercheurs concernant sa spécialisation. Tout part du postulat émis par Dominique Marchetti (2002), qui propose de distinguer les journalistes généralistes des journalistes spécialisés. Sam Chabbeh (2012) cherche à mettre en évidence les éléments saillants permettant de classer les journalistes dans l'une ou l'autre case. Nos enquêtés regrettent cette distinction, expliquant, comme nous l'avons déjà mentionné, qu'il n'existe pas une formation spécifique

pour devenir journaliste sportif. Tous sont passés par des écoles de journalisme où ils ont pu rencontrer leurs futurs collègues du service politique, du service cinéma, du service économique, etc. Tous ont donc bénéficié d'une formation initiale similaire. Certains des journalistes sportifs belges francophones interrogés stipulent que tous les journalistes finissent quand même par se spécialiser dans un domaine, selon leurs goûts et leurs centres d'intérêt. Une spécialisation logique pour eux. La plupart des personnes ayant répondu à notre sondage d'opinion se montrent d'accord, puisque 83,6 % considèrent eux aussi les journalistes sportifs comme des journalistes spécialisés. Neveu, Rieffel et Ruellan (2002) s'accordent pour affirmer que le terme « journaliste spécialisé » constitue un pléonasme, indiquant que, dans le terme journaliste, la spécialité est sous-entendue. Nos enquêtés se perçoivent ainsi de leur côté comme des spécialistes du secteur sportif, mais des spécialistes qui respectent les règles déontologiques, avec les mêmes valeurs que tout autre journaliste.

Ce double statut porte à confusion. N'existerait-il dès lors plus de journalistes généralistes ? *Quid* des journalistes qui passent de l'économie à la politique, puis du judiciaire à la culture ? Pensons par exemple à Luc Gochel pour *Sudinfo*, Jennifer Lassy pour *Le Soir* ou encore Émeline Berlier pour *La DH*. Nos enquêtés ont de plus souligné la collaboration qui les unissait aux autres journalistes dans certains dossiers dans le but de délivrer une information exacte, complète et rigoureuse. Nous émettons alors des réserves vis-à-vis de cette distinction perméable entre journalistes généralistes et journalistes spécialisés. Laplante (1992) s'interroge pour le reste sur l'organisation idéale pour satisfaire le public. L'intérêt commun est-il mieux servi par des journalistes spécialisés ou par des journalistes généralistes ?

Reconnaissons simplement que le journaliste sportif est, dans sa nature propre, un journaliste. Il bénéficie d'une formation identique et des mêmes enseignements que les autres. Il nous faut toutefois identifier et mettre en évidence une spécialisation dans le sport, celle-ci conduisant à des points positifs et des points négatifs. Le journaliste sportif a une meilleure connaissance de son sujet, mais cette omniprésence dans le milieu sportif peut le contraindre à un manque de recul. Encore que nos enquêtés se défendent d'honorer coûte que coûte leur titre de journaliste, nous remarquons que, dans les faits, ils se montrent beaucoup plus assujettis à la sphère sportive qu'ils ne l'avouent. Ces contraintes sont propres à chaque spécialité journalistique, quelle qu'elle soit. Dès lors qu'un journaliste politique entre en contact avec le milieu politique durant de longs mois, la dépendance à cet espace apparaît elle aussi inévitable. Ces relations obligées se nouent dans la mesure où les journalistes spécialisés « sont affectés à un secteur bien précis

de l'information » selon Bernier (2004). Au contraire des journalistes généralistes, qui toucheront des sphères spécialisées de temps à autre et ne seront pas amenés à les rencontrer quotidiennement.

Marchetti (2002) va encore plus loin dans son raisonnement. Indépendamment de qualifier les journalistes sportifs comme des journalistes spécialisés, il évoque le journalisme sportif tel un sous-champ spécialisé du journalisme. Nous le savons, la notion de « champ » est tirée de la sociologie bourdieusienne qui s'est longuement attardée à l'interroger. Comme d'autres, le champ journalistique inclut ses propres règles (la déontologie) et son propre objectif (informer la population). Le journalisme sportif fait donc partie des sous-champs constitutifs du champ journalistique. Comme le fait savoir Marchetti (2002), le journalisme sportif est autonome et subit les attractions et les répulsions de l'univers social qui l'enveloppe. Dans le champ journalistique, comme dans tous les champs, selon Champagne (2006), il y a des dominants et des dominés, ainsi que des positions jamais acquises. C'est bien vrai quand nous savons, comme nous l'avons noté antérieurement, que le sous-champ sportif lutte âprement pour rehausser son honorabilité professionnelle au sein du milieu, au regard des autres sous-champs. Il n'empêche que toutes ces spécialités journalistiques (au sens thématique du terme), perçues comme des sous-champs, concourent à faire du champ journalistique un champ singulièrement diversifié qui répond aux intérêts sociétaux multiformes. Le terme « sous- » ne doit donc pas être entendu négativement, mais plutôt comme une segmentation des dynamiques internes au champ journalistique propres aux autres champs (sport, culture, politique, etc.) couverts par les journalistes.

5.3. Les relations aux sources et au milieu sportifs : indispensables, mais complexes et parfois perverses

Comme le fait savoir Demers (1983), l'information journalistique est faite d'événements-paroles, d'événements-accidents et d'événements-actions, tous ces événements reposant sur des sources. Le travail avec les sources constitue effectivement l'un des points fondamentaux du métier de journaliste. Il soulève néanmoins plusieurs interrogations quant à sa mise en application dans la pratique. Entrent en jeu les questions de distance et de proximité avec les interlocuteurs. Israel (2016) expose que tout bon journaliste devrait assurer une distance critique suffisante avec son domaine de couverture, mais que dans les faits, cette règle serait très souvent bafouée. Cette entorse se justifierait par la nécessité d'obtenir des

informations (fiabiles). Tandis qu'il est attendu du journaliste qu'il soit impartial, Parrot (2011) explique que parler de connivence à son égard consisterait à omettre que ce professionnel est dépendant à la fois de la primeur et de l'originalité des informations obtenues auprès de ses sources. Plusieurs de nos enquêtés confessent que le milieu sportif nécessite de tisser des relations avec les sportifs puisqu'ils représentent les fondements de toute information sportive. Sans ce réseau ou ce carnet d'adresses, le travail de collecte de l'information se verrait entraver. Dans une course à l'exclusivité de plus en plus marquée à l'heure des réseaux sociaux, la bonne entente avec les sportifs symbolise un avantage de choix. D'autant plus en presse écrite, où les journalistes suivent à temps plein un club, un athlète ou une équipe et se doivent de remplir un certain nombre de pages quotidiennement. Les professionnels parlent, à cet égard, de « relations de confiance ». 40 % des sondés rejoignent d'ailleurs la pensée selon laquelle la proximité des journalistes sportifs reste inévitable pour accomplir correctement leur tâche.

Quand bien même l'ensemble des journalistes sportifs interrogés mettent en avant la quête de distance qu'ils poursuivent pour conserver cahin-caha leur crédibilité journalistique, Simon (2009) scande que la distanciation avec la sphère sportive demeure tout bonnement impossible. Le journaliste sportif est lié plus que tout autre à la matière qu'il traite. Une observation partagée par Diana (2013), qui parle de l'impartialité comme d'une notion « étrangère » au traitement journalistique du sport. Cette connivence qui leur est reprochée ne plait pas du tout aux enquêtés qui s'indignent : si ce manque de distanciation appartient à la réalité dans leur domaine, il existe aussi dans d'autres sous-champs du journalisme. Israel (2016) et Albert Du Roy (2003) reconnaissent en effet que ce reproche est également adressé aux sphères culturelle et politique. Il faut toutefois remarquer que le journalisme sportif est le seul domaine qui soit à ce point dépendant, en télévision, de droits de diffusion payants. Ces droits l'astreignent dans sa manière de traiter l'information sportive. Sans ignorer la posture de certains journalistes politiques qui voilent à peine leur préférence, nous assistons tout de même très rarement, sous nos contrées, à une soirée électorale qui serait commentée de la même manière qu'une compétition de football, avec des encouragements, des explosions de joie ou des déceptions si tel ou tel parti a raté ou atteint ses objectifs. Il s'agit là aussi de l'une des particularités du journalisme sportif, sur laquelle nous reviendrons postérieurement.

Pour autant, est-il approprié de déclarer que les journalistes sportifs manquent d'objectivité en raison du lien qui les unit aux sportifs qu'ils sont amenés à côtoyer régulièrement ? Nous ne nous laisserons pas tomber dans ces accusations. Car l'objectivité tend elle-même à ne pas se

doter d'une définition claire et stricte, et constitue davantage un idéal dans la profession qu'une ambition atteignable. Comme l'explique Derville (1999), contrairement à ce que suggère le sens commun, les journalistes ne s'occuperaient pas que de retransmettre, telles qu'ils la voient ou l'entendent, la marche du monde. Delforce (1996) éclaircit ces dires, puisqu'il rend compte que la subjectivité demeure inhérente au fonctionnement normal du langage. Selon lui, il est impossible de « décrire sans éclairer », de « raconter les faits sans rendre légitimes ou illégitimes les actes » ou « de rapporter les propos sans qualifier ou disqualifier les locuteurs cités ». Cornu (2009) parle à ce propos d'une « reconstruction de la réalité » plutôt que d'une « reproduction de la réalité ». Comme il l'expose, tout journaliste, quelle que soit sa branche, opère un traitement journalistique. Il doit effectuer une critique de ses sources, les interroger, rechercher ce qu'elles veulent dire, les faire parler. En cela, des choix sont posés et corrompent de ce fait la prétendue objectivité réclamée. Gauthier (1991) porte d'ailleurs à notre connaissance que l'objectivité journalistique fait débat au sein de la profession, certains y adhérant, d'autres la jugeant comme « une illusion », au pire « une imposture ».

Nous le remarquons, nous pouvons multiplier les définitions, les études, les colloques sur la notion d'objectivité en journalisme, comme en science, en politique ou en économie. Nous préférons privilégier celle « d'honnêteté intellectuelle ». Mais ne nous leurrions pas sur l'application de cette qualité dans le journalisme de sport. Certains enquêtés nous confient mettre les formes quand les critiques négatives concernent des joueurs avec lesquels ils ont sympathisé. D'autres jurent contre vents et marées que les réprobations envers leurs sources prévalent toujours sur leurs relations avec le milieu. Si nous prenons un brin de distance, l'indépendance du journaliste sportif semble très fragile, comme le font justement remarquer plusieurs enquêtés. Elle est possible, certes, mais à quel prix ? La passion qui a guidé la plupart des journalistes sportifs interrogés vers le journalisme sportif n'entrerait-elle pas en jeu dans l'équation ? Les journalistes de sport ne sont-ils pas en conflit d'intérêts ?

Ce qui est certain, c'est que le poids du milieu sportif pèse désormais de toutes ses forces sur les journalistes qui le côtoient, comme le pense un peu plus de la moitié du public sondé. Le sport s'est transformé en un spectacle et en un événement à (faire) vivre. Comme le porte à notre connaissance Popescu-Jourdy (2009), la passion des fans représente « des bénéfices » et les fans restent des « consommateurs ». La stratégie commerciale des rédactions repose sur le sport, domaine stratégique du point de vue des ventes, selon Marchetti (2002). Ce qui pose fortement question, c'est l'interdépendance de plus en plus grande qui relie le sport aux médias.

Cette relation qui semble insécable pour Obœuf (2015) reste problématique d'après Wille (2015). Nous avons évoqué plus haut l'achat de droits télévisés qui conditionne indéniablement la façon d'aborder le microcosme sportif. Comme le remarquent Gasparini et Koebel (2011), le modèle sportif semblerait être « Fondé sur l'assujettissement plus direct à la raison économique ». Par ailleurs, le caractère sain du lien unissant les journalistes aux organisations sportives est abordé par Parrot (2014) : les médias veulent se rapprocher des instances sportives pour pouvoir amener des informations de l'intérieur au moment où ces instances désirent charmer un monde médiatique censé pouvoir se montrer sévère. Grenier (1997) postule que cette interférence conduit à une baisse de confiance du public qui se demande encore si le rôle de « Chiens de garde de la démocratie » peut se voir décerner aux journalistes sportifs.

Nos enquêtés s'accordent entre eux : les droits de diffusion achetés par les médias audiovisuels gangrènent leur traitement journalistique. Pour les trois chaînes télévisées belges les plus en vue (Eleven/DAZN, RTL, RTBF), la négociation ou non de contrats impacte la façon dont elles abordent le contenu sportif. Il faut mettre en valeur le produit acheté par le média et user de stratégies commerciales pour attirer, mais aussi contenter l'audience. Sans pour autant tomber dans la démesure. Si une chaîne parvient à acquérir les droits pour une compétition, elle coupe l'herbe sous le pied de ses concurrents. Ceux-ci ne détenant pas d'accès direct aux images, doivent payer pour les obtenir et, par conséquent, se satisfont d'effectuer un traitement sommaire de l'information concernée. Ce genre de situation crée effectivement un malaise à la fois pour les journalistes, tenus de ne pas (trop) cracher dans la soupe de tel événement sportif, et pour les publics qui ont souvent une attente particulière visant à soutenir « leurs » champions et acceptant que les commentateurs sortent de leur neutralité. Nous voyons aussi les journalistes culturels tenus aux mêmes contraintes dès lors que leur média devient partenaire d'une foire du livre, d'un festival de cinéma, d'un concert, etc. L'affaire Festina (scandale de dopage au Tour de France en 1998) a permis de mieux comprendre les liens incestueux entre X et Y : on savait, mais on n'en parlait pas. C'est donc un jeu dangereux auquel se livrent les rédactions télévisées sportives. Il ne faudrait pas, qu'à terme, l'assujettissement aux droits conditionne à tel point le traitement sportif que les journalistes en oublient la rigueur et l'exactitude, floutant de ce pas la vérité.

Les attachés de presse, plus globalement les institutions sportives, sont aussi conscients des leviers qu'ils peuvent actionner pour empêcher les journalistes sportifs d'effectuer correctement leur travail. À ce titre, plusieurs enquêtés se révoltent contre les pressions et les menaces reçues

à leur rencontre. Les interviews des acteurs du monde sportif (joueurs, entraîneurs, directeurs, etc.) sont devenues très (et trop) réglementées et les accès ne sont plus aussi aisés qu'avant. À plusieurs reprises, des clubs ont même déjà refusé d'adresser la parole aux journalistes qui ne faisaient que leur métier. Ce rapport de forces se révèle très marqué au sein du microcosme sportif. Il pervertit vigoureusement la collecte et la diffusion des informations sportives, mettant en péril l'équité du journalisme. Le grand public en est conscient : 58,8 % des répondants à notre sondage d'opinion estiment que l'évolution du monde sportif et de ses instances compromet le travail de ces professionnels.

Dans un monde idéal, les journalistes sportifs devraient se montrer capables de résister à ces dynamiques contraignantes. Mais la relation aux sources et l'imbrication économique sont devenues tellement marquantes que cette résistance apparaît vaine. Dès lors, comment faire ? Faudrait-il supprimer les diktats imposés par les institutions sportives ? Les médias devraient-ils arrêter de se mouvoir en supports de diffusion du sport ? Ce sont les milieux sportif et médiatique qu'il faudrait remodeler en profondeur. Les liens liant ces deux mondes ne devraient-ils pas être assainis et reconstruits ? Ces observations nous aident à alimenter nos réflexions quant à la position délicate qu'occupent les journalistes sportifs. Il pourrait être intéressant, dans un futur proche, de questionner les différents acteurs du monde sportif pour étudier différentes pistes de solution afin de déjouer ces « liaisons dangereuses ».

5.4. La composante émotionnelle : prégnante, mais restrictive

En tant qu'opium du peuple, le sport constitue un générateur d'émotions, voire un « Catalyseur affectif » selon Ehrenberg (1991). Pour Diana (2013), il contamine le journaliste sportif, qui ne boude pas son plaisir d'être là et de participer aux événements. Nos enquêtés insistent sur cet aspect émotionnel comme b.a.-ba de leur travail, particulièrement en télévision. Dans son essence, à en croire Bonnet et Desmarchelier (2008), le commentaire sportif poursuit deux finalités : celle d'information (que se passe-t-il ?) et celle de captation (attirer l'attention du public). Il est notable que les journalistes sportifs multiplient en télévision les commentaires, une pratique les plaçant dans une position « schizophrénique ». La présence d'un expert, souvent un ancien sportif, pour assister le journaliste-commentateur ne consiste-t-elle pas à appuyer cet engouement particulier vis-à-vis de telle ou de telle équipe en dédouanant quelque peu ce professionnel ? Quand bien même la visée d'objectivité constitue l'une des bases du commentaire, comme l'indique Richard (2009), c'est souvent tout l'inverse qui arrive réellement, étant donné que l'émotion reste trop importante chez le journaliste sportif, qui

anticipe celle du public. Ce schéma émotionnel est conditionné, selon Ohl (2001), par des intrigues sportives aisément perceptibles, avec une simplicité des schémas proposés par les spectacles sportifs ainsi qu'une incertitude des résultats, favorisant l'émergence d'une forme d'exaltation.

Usons à cet égard de l'expression « Info-divertissement », utilisée par plusieurs de nos enquêtés pour qualifier leur travail. Ce caractère divertissant peut se comprendre par la légèreté accolée systématiquement au sport, destiné à délasser les corps et les esprits. Les professionnels interrogés expliquent que si un spectateur suit un événement sportif à la télévision, le journaliste sportif ne doit pas se contenter de dépeindre platement l'événement, il doit aussi retranscrire l'ambiance et les actions avec une certaine touche (plus au moins modérée) de passion. Il n'en oublie pas pour autant l'aspect informatif, mais celui-ci à lui seul ne suffirait pas à satisfaire un public, souvent connaisseur, qui entreprend de suivre les événements. Quand des équipes ou des athlètes nationaux entrent en piste, la passion se montre encore plus vive. Question de patriotisme. Avec un côté partisan qui se montre indéniablement plus marqué, comme le reconnaissent nos enquêtés. En presse écrite, les journalistes sportifs s'appuient aussi sur cette double casquette du sport (informatif et divertissant) pour attirer les lecteurs et générer des ventes.

Dans ces conditions, comment exiger du journaliste sportif qu'il se montre neutre, objectif et impartial ? Il est inconcevable qu'il le soit. La « Force envahissante des affects » évoquée par Suaud (1996) se veut trop omniprésente. À plus forte raison que nous rappelons que la plupart de nos enquêtés ont adopté le journalisme sportif en raison d'un passif de supporter ou de fan ! Ce passif pèse dans la balance.

5.5. L'investigation : possible, mais limitée

Faire ressortir l'humanité de ces professionnels ne nous empêche pas de nous questionner profondément sur la dimension investigatrice de leur travail. C'est là où le bât blesse. Tandis que les répondants à notre sondage d'opinion déclarent à 64,2 % qu'ils souhaiteraient que les journalistes sportifs enquêtent davantage sur le milieu dans lequel ils évoluent, ces derniers nous répondent qu'ils manquent souvent de temps et de moyens. Certes, ces excuses sont acceptables, mais ne faudrait-il pas plutôt justifier cette posture par un désintérêt volontaire de leur part pour l'investigation ? Jouhaud (2011) va dans ce sens, expliquant que dans le sport, l'intérêt commun consiste à ne rien dire ou à s'accorder sur un mensonge. Latta (2013) ajoute

que ces enquêtes sont évitées, parce qu'elles altèrent le produit ou l'image du média. Les journalistes sportifs sont à ce point ancrés dans leur champ qu'ils éprouveraient des difficultés à s'émanciper, selon Diana (2013). Ces professionnels expliqueraient cette attitude par un présumé puritanisme du public qui n'apprécierait pas d'entendre parler des travers du sport, d'après Bureau (1987). Cette absence se remarque si nous listons les investigations sportives de ces dernières années. Aucune, en réalité, n'a été révélée par des journalistes sportifs, à en croire les informations à notre disposition. Un constat alertant, mais révélateur.

Quel gain pour ces journalistes d'aller fouiller dans un milieu avec lequel ils sont foncièrement en relation ? Celui de se froisser et de se fermer des portes ? La quête de vérité doit-elle prévaloir envers et contre tout ? Nous en revenons aux liaisons dangereuses évoquées précédemment. En raison d'une passion ancrée en eux depuis longtemps, les journalistes sportifs interrogés jugent qu'ils préfèrent se concentrer sur le sport au sens strict du terme. Au risque de voir les sports dont ils sont épris entachés ? L'élaboration d'un système de preuves au sein d'une investigation apparaît aussi comme l'une des difficultés majeures que les journalistes de sport pointent du doigt. Ce faux-fuyant nous semble hypocrite. Si d'autres journalistes réussissent dans cette mission, pourquoi pas eux ? La réponse est définitivement à trouver du côté de leur imbrication (inévitabile) avec leurs sources et le milieu. Il faut reconnaître que le temps et les moyens jouent dans la balance, et que le jaillissement d'une affaire suspecte n'arrive pas tous les jours. Mais qui veut le peut. Ces difficultés à investiguer semblent inhérentes à la structure hiérarchique des journalistes sportifs. C'est toute la structure qui devrait se mouvoir en un dispositif capable d'allouer des occasions et des ressources aux journalistes sportifs pour explorer les coulisses des milieux sportifs. Au journaliste ensuite de décider ou non de faire parler sa probité et son intégrité journalistiques...

CONCLUSION

Ce travail poursuivait comme objectif de questionner la position des journalistes de sport dans le champ journalistique. Il souhaitait, dans un premier temps, saisir si le grand public épousait des stéréotypes vis-à-vis de ces professionnels. Il désirait, dans un second temps, interroger la validité de ces préjugés en questionnant directement les principaux concernés. La question de savoir si les journalistes de sport sont des « sous-journalistes » soulève des enjeux multidimensionnels, touchant conjointement la reconnaissance professionnelle, la valeur symbolique des sujets traités, les compétences requises ou encore le respect des valeurs cardinales du journalisme. Cette confrontation nous a permis de dégager quelques conclusions qui prouvent que les journalistes sportifs ne sont pas des « sous-journalistes ». Nous espérons que ces dernières enrichiront les réflexions scientifiques futures sur le sujet.

La première conclusion est que le public interrogé ne porte pas de jugement péjoratif sur les journalistes de sport. Les réponses aux huit questions posées à nos sondés attestent qu'ils se montrent même plutôt compréhensifs des particularités et des difficultés inhérentes au métier. Si dévalorisation du journalisme sportif il y a, celle-ci serait interne aux rédactions. Pour une étude future, il serait pertinent de s'immerger au sein des rédactions journalistiques afin de comprendre comment les différents services se perçoivent mutuellement. Nos enquêtes ont évoqué des rapports de forces entre les journalistes « généralistes » et les journalistes « spécialisés ». Déjà esquissés dans notre travail, ces rapports mériteraient un approfondissement.

La seconde conclusion est que la spécialisation des journalistes sportifs représente à la fois un atout et un handicap. Atout, car ils sont connaisseurs de leur domaine, spécialistes en la matière. Leur expertise leur permet de traiter les informations avec rigueur et exactitude. Handicap, car ils sont coincés dans des forces astreignantes, qui les lient étroitement à leurs sources. Cette relation « intime » impacte puissamment leur façon d'accomplir leur travail. Les journalistes de sport doivent jongler entre le recul et la promiscuité, ce balancement étant préjudiciable au travail d'investigation qu'ils pourraient effectuer. Sont alors soulevées des questions cruciales d'éthique, car les journalistes sportifs doivent constamment évaluer leur objectivité et éviter le plus possible les conflits d'intérêts pour préserver leur intégrité. Notons que ce constat pourrait aussi être adressé aux journalistes politiques, économiques ou de cinéma. Il serait intéressant,

dans une recherche ultérieure, de mesurer cette problématique dans d'autres sphères spécialisées du journalisme.

La troisième conclusion est que l'économie au sein de laquelle coexistent les médias et le sport devient dangereuse pour l'indépendance et l'impartialité des journalistes de sport. L'ambiguïté de ces liens pèse sur l'évolution de la profession qui doit de plus en plus se plier à des contrats et à des réglementations diverses. À terme, c'est la liberté d'expression qui est en jeu. Les journalistes de sport doivent s'efforcer de maintenir leur autonomie éditoriale pour garantir la vérité, une information impartiale et un service optimal de l'intérêt public. Là aussi, à plus d'un titre, il serait pertinent d'examiner et de développer plus profondément ces liens qualifiables de « liens incestueux ».

Le quatrième point d'attention consiste à insister sur la dimension émotionnelle que génèrent les événements sportifs et qui doit, par défaut, être véhiculée par les journalistes sportifs. En plus d'être des transmetteurs d'information, comme tous les autres journalistes, les journalistes de sports outrepassent la frontière qui les sépare du divertissement. Ce franchissement répond à une demande supposée d'un public pris lui aussi dans le jeu d'affects généré par le sport et ses acteurs. L'objectivité et l'impartialité en sont quelque peu chamboulées, surtout lorsqu'il est question d'athlètes du pays ou d'équipes nationales.

Le journalisme sportif peut être perçu comme étant un journalisme « différent ». D'autant plus que le monde sportif représente un secteur particulier dans lequel la mission d'information ne peut avoir lieu que sous certaines contraintes inhérentes à ce milieu et sur lesquelles le journaliste n'a que peu d'emprise. Loin d'être bafouées, les valeurs cardinales du journalisme (l'équité, l'éthique, l'objectivité, l'impartialité, l'intégrité, la distance, le service de l'intérêt public, la rigueur, l'exactitude et la vérité) sont respectées, mais parfois mises à mal quand il s'agit d'aborder le milieu sportif. Elles sont endossées par le journaliste sportif, mais pas toujours dans leur intégralité. Cette accommodation pose-t-elle un problème majeur dans le traitement journalistique ? À la lueur de notre travail, nous pensons que non, à condition que les journalistes de sport, dans leur cheminement intellectuel, s'efforcent de rester fidèles aux valeurs déontologiques centrales de leur profession.

En tout état de cause, ce mémoire nous a permis de nuancer et de dépasser les cadres théoriques apposés au journalisme sportif afin d'en proposer une approche plus pragmatique. Nous

sommes convaincue, comme nos interlocuteurs rencontrés et comme le public sondé, que les journalistes de sport ont une place légitime et pertinente dans un champ journalistique pluriel, divers et essentiel à toute société.

BIBLIOGRAPHIE

ARTICLES SCIENTIFIQUES

ABRIAL Stéphanie, **LOUVEL** Séverine, « Chapitre 4 : Analyser les entretiens », in Bréchon P. (éds), *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. « Politique en + », pp. 65-81, 2011.

BONNET Valérie, **DESMARCHELIER** Dominique, « Commentaires et reformulations : les places discursives des journalistes et des consultants lors des retransmissions télévisées », in Schuwer M. et al. (éds), *Pragmatique de la reformulation*, Rennes, PUR, coll. « Rivages linguistiques », pp. 105-127, 2008.

BOURDIEU Pierre, « L'emprise du journalisme », in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 101-102, pp. 3-9, 1994.

BOURGEOIS Normand, « Le journalisme sportif : un discours et son enjeu », in *Communication. Information Médias Théories*, vol. 10 (1), pp. 149-161, 1989.

BOYLE Raymond, **ROWE** David, **WHANNEL** Garry, "Delight in Trivial Controversy? Questions for sports journalism", in Allan S (ed.), *The Routledge Companion to News and Journalism*, Abingdon, Routledge, pp. 245-255, 2010.

BUREAU Jérôme, **MARCHAND** Jacques, **MONGIN** Olivier, **VIGARELLO** Georges, « Y a-t-il un journalisme sportif ? Entretien Avec Jérôme Bureau et Jacques Marchand » in *Esprit*, n° 125 (4), pp. 207-212, 1987.

CHABBEH Sameh, « Les journalistes spécialisés et l'«expertise». Évolution des formes de professionnalisation dans les journaux d'information avant et après la révolution "Bouazizienne" », in *Les Enjeux de L'Information et de La Communication*, n° 13/1, pp. 29-44, 2012.

CHAMPAGNE Patrick, « À propos du Champ Journalistique », in *Questions de communication*, n° 10, pp. 197-209, 2006.

COLLET Laurent, **PAPA** Françoise, « Entre experts et amateurs : le journaliste de sport 2.0, un professionnel en quête de légitimité », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 25, pp. 80-99, 2013.

CORNU Daniel, « Journalisme et la vérité », in *Autres Temps. Cahiers d'éthique sociale et politique*, n° 58, pp. 13-27, 1998.

DELFORCE Bernard, « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 2, pp. 16-32, 1996.

DEMERS François, « Les sources journalistiques comme matériaux d'une stratégie de satisfaction du client », in *Communication. Information Médias Théories*, vol. 6 (1), pp. 8-23, 1983.

DERÈZE Gérard, « Le petit monde des journalistes sportifs de télévision. Représentations de rôles en Belgique francophone », in *Réseaux*, vol. 11 (57), pp. 49-64, 1993.

DERVILLE Grégory, « Le journaliste et ses contraintes », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 6, pp. 152-177, 1999.

DIANA Jean-François, « De la difficulté d'être journaliste de sport », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 25, pp. 34-47, 2013.

DORVILLÉ Christian, « Éthique sportive, éthique journalistique : une mise en questions », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 11, pp. 18-33, 2002.

- DU ROY** Albert, « Les liaisons dangereuses du journalisme et de la politique », in *Hermès, La Revue*, n° 35, pp. 131-136, 2003.
- ENGLISH** Peter, “Mapping the sports journalism field: Bourdieu and broadsheet newsrooms”, in *Journalism*, vol. 17 (8), pp. 1000-1007, 2016.
- GASPARINI** William, **KOEBEL** Michel, « La double réalité du monde sportif », in *Savoir/Agir*, n° 15, pp. 9-10, 2011.
- GAUTHIER** Gilles, « La mise en cause de l’objectivité journalistique », in *Communication. Information Médias Théories*, vol. 12 (2), pp. 80-115, 1991.
- GAUTHIER** Gilles, « La vérité : visée obligée du journalisme », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 13, pp. 164-179, 2004.
- GRENIER** Mario, « Quand toute vérité n’est pas bonne à dire... : information et publicité », in *Legault*, n° 269, p. 33, 1997.
- IMBERG** Geneviève, « L’entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l’anthropologie », in *Recherches en soins infirmiers*, n° 102, pp. 23-34, 2010.
- ISRAEL** Dan, « Les secrets inavoués du journalisme culturel. Quand la presse, la culture et la communication font ménage à trois », in *Revue du Crieur*, n° 4, pp. 36-47, 2016.
- LÉVÊQUE** Marc, « La dimension corporelle de l’émotion sportive », in *Sociétés*, n° 125, pp. 59-67, 2014.
- MARCHAND** Jacques, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française... », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 11, pp. 164-173, 2002.
- MARCHETTI** Dominique, « Le football saisi par les médias », in *Sociétés & Représentations*, n° 7, pp. 309-331, 1998.
- MARCHETTI** Dominique, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », in *Réseaux*, n° 111, pp. 22-55, 2002a.
- MARCHETTI** Dominique, « Les transformations de la production de l’information sportive », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 11, pp. 66-81, 2002.
- MARTIN** Stéphanie, « Vérité et objectivité journalistique : même contestation », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 13, pp. 144-163, 2004.
- MARTINACHE** Igor, « Introduction », in *Informations sociales*, n° 187, pp. 4-9, 2015.
- MCQUAIL** Denis, “From Bias to Objectivity and Back: Competing Paradigms for News Analysis and a Pluralistic Alternative”, in McCormack T. (eds), *Studies in Communication*, vol. 3, News and Knowledge, JAI Press, pp. 1-36, 1986.
- NEVEU** Érik, **RIEFFEL** Rémy, **RUELLAN** Denis, « Présentation : dix ans après... », in *Réseaux*, n° 111, pp. 9-17, 2002.
- OHL** Fabien, « Le journalisme sportif, une production sous influence. L’exemple de la presse quotidienne régionale », in *Regards sociologiques*, vol. 20, pp. 89-106, 2000.
- OHL** Fabien, « Les commentaires journalistiques sur le sport ont-ils un sens ? », in *Recherches en communication*, n° 15, pp. 185-213, 2001.
- PARROT** Benjamin, « Sports et presse quotidienne régionale : un journalisme sous influence ? », in *Communication & Langages*, n° 168, pp. 113-125, 2011.
- PARROT** Benjamin, « Médias et sports, une histoire de marquage individuel », in *Effeuilage*, n° 3, pp. 85-87, 2014.

PETIT Laeticia, « Le sport, un objet culturel ? », in *Adolescence*, T.32 n° 2, pp. 307-315, 2014.

PETIT Michel, « Le discours spécialisé et la spécialité du discours : repère pour l'analyse du discours en anglais de spécialité », in *e-Rea*, pp. 1-15, 2010.

PIN Clément, « L'entretien méthodologique », in *LIEPP*, Fiche méthodologique n° 3, pp. 1-5, 2023.

PERELMAN Marc, « Médiatisation du sport et sportivisation des médias : Le stade comme vision du monde », in *Chimères*, n° 74, pp. 185-200, 2010.

POPESCU-JOURDY Dana, « Le spectacle sportif et les médias : une relation toujours privilégiée », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 19, pp. 18-29, 2009.

REDEKER Robert, « Le spectacle sportif, arraisonnement de l'existence humaine », in *Empan*, n° 79, pp. 94-97, 2010.

RIOLO Daniel, « Football et médias : un heureux mariage de raison », in *Géoéconomie*, n° 54, pp. 91-103, 2010.

RIOUFREY Thibaut, « La transcription d'entretiens en sciences sociales : Enjeux, conseils et manières de faire », in *HAL open science*, pp. 1-45, 2016.

ROWE David, « Sports journalism Still the 'toy department' of the news media? », in *Journalism*, vol. 8 (4), pp. 385-405, 2007.

SAVOIE-ZAJC Lorraine, « Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ? », in *Recherches Qualitatives*, n° 5, pp. 99-111, 2007.

SIMON François, « Quel journalisme de sport demain ? », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 19, pp. 152-161, 2009.

SUAUD Charles, « Les états de la passion sportive. Espaces sportifs, espaces médiatiques et émotions », in *Recherches en Communication*, n° 5, pp. 29-44, 1996.

WAGNER Anne-Catherine, « Champ », in Paugam S. (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », 2^e édition, p. 50, 2018.

WILLE Fabien, « Introduction », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 11, pp. 10-17, 2002.

WILLE Fabien, « La responsabilité sociale des journalistes de sport : un impensé collectif », in *Hermès, La Revue*, n° 170, p. 160, 2015.

OUVRAGES & THÈSES

AGNÈS Yves, *Manuel de journalisme*, Paris, La Découverte, coll. « Grands Repères », 2015.

BERNIER Marc-François, *Éthique et déontologie du journalisme*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université de Laval, 2004.

BERTHIER Nicole, *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, Malakoff, Armand Colin, 2016.

CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, Genève, Labor et Fides, 2009.

DERÈZE Gérard, *Méthodes empiriques de recherche en communication*, Louvain-La-Neuve, De Boeck, 2009.

DERÈZE Gérard, **DIANA** Jean-François, **STANDAERT** Olivier, *Journalisme sportif. Méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Louvain-la-Neuve, De Boeck, 2015.

DESCAMPS Florence, *L'historien, l'archiviste et le magnétophone. De la constitution de la source orale à son exploitation*, Vincennes, Institut de la gestion publique et du développement économique, 2005.

EHRENBERG Alain, *Le culte de la performance*, Paris, Calmann-Lévy, 1991.

HUITOREL Jean-Marc, *La Beauté du geste : l'art contemporain et le sport*, Paris, Éditions du Regard, 2005.

KAUFMANN Jean-Claude, *L'entretien compréhensif*, Paris, Éditions Nathan, 1996.

KRYWICKI Boris, « En Quête d'Enquête : Généalogie et analyse des techniques d'investigation pratiquées par les journalistes spécialisés en jeu vidéo » Thèse de Doctorat, Université de Liège, 2021.

LAPLANTE Laurent, *L'information : un produit comme les autres ?*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1992.

LIÈVRE Pascal, *Manuel d'initiation à la recherche en travail social*, Rennes, Presses de l'EHESP, coll. « Politiques et interventions sociales », 2016.

MAITROT Éric, *Sport et télé. Les liaisons secrètes*, Paris, Flammarion, 1995.

MATHIEN Michel, *Le système médiatique, le journal dans son environnement*, Paris, Hachette, 1992.

OBŒUF Alexandre (sous la direction), *Sports et médias*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les essentiels d'Hermès », 2015.

REUTER Yves, **COHEN-AZRIA** Cora, **DAUNAY** Bertrand, **DELCAMBRE** Isabelle, **LAHANIER-REUTER** Dominique, *Dictionnaire des concepts fondamentaux des didactiques*, Louvain-La-Neuve, De Boeck Supérieur, 2013.

RICHARD Arnaud, « Les discours sportifs en proie aux nationalismes et à l'ethnicisation », Thèse de Doctorat, Université Paul Valéry, 2009.

RIEFFEL Rémy, *L'Élite des journalistes. Les hérauts de l'information*, Paris, Presses universitaires de France, 1985.

SAUVAYRE Romy, *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales*, Malakoff, Dunod, coll. « Psycho Sup », 2013.

SCHUWER Martine, **LE BOT** Marie-Claude, **RICHARD** Élisabeth, *Pragmatique de la reformulation*, Rennes, PUR, coll. « Rivages linguistiques », 2008.

SOUANEF Karim, *Le journalisme sportif : sociologie d'une spécialité dominée*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Res Publica », 2019.

SITES WEB

Accardo, A. (2000, mai). La liberté de faire « comme on doit ». Derrière la subjectivité des journalistes. *Le Monde Diplomatique*. <https://www.monde-diplomatique.fr/2000/05/ACCARDO/2288#partage>

Acrimed (2013, 8 mai). Entretien – Le journalisme de football vu par un franc-tireur : Jérôme Latta des *Cahiers du Football*. *Acrimed | Action Critique Médias*. <https://www.acrimed.org/Entretien-Le-journalisme-de-football-vu-par-un-franc-tireur-Jerome-Latta-des>

Berger, M. (2018, 3 juillet). La chair de poule de Philippe Albert, les explications de Rodrigo Beenkens et Michel Lecomte. *RTBF*. <https://www.rtbf.be/article/la-chair-de-poule-de-philippe-albert-les-explications-de-rodriigo-beenkens-et-michel-lecomte-9962997>

FFF (2024, 15 juin). Communiqué de la FFF. *FFF*. <https://www.fff.fr/article/12711-communique-de-la-fff.html>

Gaudiaut, T. (2022, 5 août). Football : le grand écart des droits TV en Europe. *Statista Daily Data*. <https://fr.statista.com/infographie/24103/montant-des-droits-tv-domestiques-ligue-1-et-grands-championnats-europeens/#:~:text=Pour%20l'exercice%202021%2F2022,les%20chiffres%20de%20Football%20Benchmark>

Gaudiaut, T. (2022, 28 novembre). La Coupe du monde, l'événement sportif le plus regardé de la planète. *Statista Daily Data*. <https://fr.statista.com/infographie/28825/comparaison-audience-tv-coupe-du-monde-football-avec-autres-%20evenements-sportifs-jeux-olympiques/>

Luthers, T., Remacle, P. (2021, 29 septembre). #Investigation. Le Milieu du terrain. *RTBF Auvio*. 68 minutes. <https://auvio.rtbf.be/media/investigation-investigation-2815563>

Racapé, A., Henneton, T. (2011, 11 février). L'investigation est un sport de combat : enquête sur le journalisme sportif. *Acrimed | Action Critique Médias*. <https://www.acrimed.org/L-investigation-est-un-sport-de-combat-enquete-sur-le-journalisme-sportif>

RédactionBe (2023, 28 septembre). Sport : quelles sont les disciplines les plus suivies dans le monde ? *Be*. <https://www.be.com/mode/sport-quelles-sont-les-disciplines-les-plus-suivies-dans-le-monde-219503.html>

RMB (2024, 24 avril). Le sport dans tous ses états. L'évolution de l'offre sportive permet aux marques de toucher tous les publics. *RMB*. <https://rmb.be/fr/actualites/897-le-sport-dans-tous-ses-etats/>

Statbel (2024, 24 juillet). 25 % des Belges ont assisté au moins une fois à un événement sportif en 2022. *Statbel*. <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/25-des-belges-ont-assiste-au-moins-une-fois-un-evenement-sportif-en-2022>

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
INTRODUCTION	4
PRÉAMBULE : LES VALEURS CARDINALES DU JOURNALISME.....	6
CHAPITRE 1 : APPROCHE THÉORIQUE DU JOURNALISME SPORTIF.....	9
1.1. <i>Le sport comme objet populaire : une légitimité difficile à acquérir.....</i>	<i>10</i>
1.2. <i>Le sport comme spectacle et événement : une économie spécifique.....</i>	<i>14</i>
1.3. <i>Le journaliste sportif : un journaliste spécialisé ?.....</i>	<i>18</i>
1.4. <i>Le champ et les sous-champs du journalisme : quid du journalisme sportif ?.....</i>	<i>19</i>
1.5. <i>L'objectivité journalistique : un objectif impossible ?.....</i>	<i>21</i>
1.6. <i>Entre impartialité et connivence : quelle place pour le journaliste sportif aujourd'hui ?.....</i>	<i>23</i>
1.7. <i>Le journaliste sportif : un vecteur d'émotions.....</i>	<i>25</i>
1.8. <i>De la difficulté d'investiguer dans le champ sportif.....</i>	<i>26</i>
CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE	30
2.1. <i>Récolte des données et critères de sélection des enquêtés.....</i>	<i>30</i>
2.1.1. <i>Sondage d'opinion, entretiens exploratoires et semi-directifs.....</i>	<i>31</i>
2.1.2. <i>La validité des échantillons et la présentation du panel des enquêtés.....</i>	<i>32</i>
2.1.3. <i>Le guide d'entretien et le sondage d'opinion.....</i>	<i>35</i>
2.2. <i>Hypothèse.....</i>	<i>36</i>
2.3. <i>Les préparatifs de l'analyse.....</i>	<i>37</i>
CHAPITRE 3 : RÉSULTATS DU SONDRAGE D'OPINION.....	39
3.1. <i>Des spécialistes aussi compétents que les autres journalistes.....</i>	<i>40</i>
3.2. <i>Ni connivents, ni subjectifs, mais pas assez investigateurs.....</i>	<i>42</i>
3.3. <i>Des journalistes sous contrainte(s), mais certainement pas des sous-journalistes.....</i>	<i>45</i>
CHAPITRE 4 : RÉSULTATS DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS.....	48
4.1. <i>Entrer dans la profession : entre volonté et hasard.....</i>	<i>48</i>
4.2. <i>Journalistes généralistes/journalistes spécialisés : une distinction poreuse.....</i>	<i>51</i>
4.3. <i>Le sport : une matière d'affects éminemment répandue.....</i>	<i>54</i>
4.4. <i>Produire de l'info-divertissement : un facteur émotionnel intrinsèque à prendre en compte.....</i>	<i>57</i>
4.5. <i>Les autres spécificités du journalisme sportif.....</i>	<i>60</i>

4.6.	<i>Une objectivité à mesurer : la proximité discutée.....</i>	63
4.7.	<i>Et l'investigation ?</i>	70
4.8.	<i>Une économie et des acteurs institutionnels qui ont leur poids.....</i>	73
4.9.	<i>Conclusion intermédiaire : être journaliste</i>	77
CHAPITRE 5 : ÉVALUATION DE L'HYPOTHÈSE ET DISCUSSIONS.....		79
5.1.	<i>L'association du sport et du journalisme : plus légère, mais pas moins importante ni moins légitime</i>	80
5.2.	<i>La généralisation et la spécialisation : une démarcation laissant perplexe.....</i>	82
5.3.	<i>Les relations aux sources et au milieu sportifs : indispensables, mais complexes et parfois perverses.....</i>	84
5.4.	<i>La composante émotionnelle : prégnante, mais restrictive.....</i>	88
5.5.	<i>L'investigation : possible, mais limitée.....</i>	89
CONCLUSION		91
BIBLIOGRAPHIE		94