

# Journalisme traditionnel et journalisme sportif: deux mondes différents dans le même univers

Mémoire de fin d'étude – École de Journalisme et de Communication  
Genève/Paris

Julien Trébert  
Avril 2021

## Table des matières

Table des matières.....	2
1. Introduction.....	3
1.1. Bref historique : Arrivée progressive du journalisme sportif sur le devant de la scène.....	4
2. Principales différences entre journalisme sportif et journalisme « classique » .....	5
2.1. Le journalisme sportif en déficit d'image par rapport au journalisme « classique » ?.....	5
2.2. Le journalisme sportif tremplin économique de la presse traditionnelle .....	7
2.3. La télévision, de plus en plus indispensable dans le journalisme sportif ?.....	9
2.4. L'émotion, essentielle mais préjudiciable au journalisme sportif ?.....	11
2.5. Être passionné de sport : une nécessité pour faire du bon journalisme sportif ? .....	14
2.6. Les journalistes sportifs : plus chauvins que leurs homologues traditionnels ? .....	15
2.7. Une profession qui peine à se féminiser .....	17
2.8. Un pouvoir d'investigation limité par rapport au journalisme classique ? .....	18
2.9. Quelles sont les différences d'expositions aux risques entre le journalisme sportif et le traditionnel ? .....	19
3. L'essor d'internet et des réseaux sociaux bouleverse l'équilibre .....	22
3.1. La presse écrite : fragilisée par internet et les réseaux sociaux ?.....	22
3.2. La crédibilité des journalistes mise à l'épreuve .....	23
3.3. L'accès à l'information et au terrain de plus en plus limité : un rapport athlète-journaliste impacté .....	25
3.4. Quelles évolutions et perspectives face à ces nombreux défis ?.....	26
4. Conclusion .....	28
5. Bibliographie.....	31

## 1. Introduction

Le thème principal de ce mémoire traite des différences entre le journalisme sportif et le journalisme « traditionnel ». Dans un deuxième temps, il sera question d'analyser les différents enjeux ainsi que les potentielles perspectives d'innovation pour la presse à l'ère numérique. Passionné de sport et de journalisme en raison des nombreuses valeurs et enjeux que ces secteurs agrègent, il me semblait intéressant d'explorer différentes questions inhérentes à ces domaines dans le cadre de ce travail de fin d'études.

**Les problématiques abordées pour l'élaboration de mon travail sont les suivantes :**

- Quelles sont les différences marquantes entre le journalisme sportif et le journalisme traditionnel ?
- Quel avenir et innovations possibles pour le journalisme traditionnel et le journalisme sportif face à l'essor des réseaux sociaux et la prolifération d'informations sur internet ?

Pour répondre à ces différentes interrogations, je me suis tout d'abord rendu au sein de plusieurs rédactions pour interviewer les responsables des rubriques sportives. Les quotidiens sollicités ont été choisis en fonction de leur positionnement journalistique, à savoir : information globale, régionale ou locale.

Parallèlement, je me suis beaucoup documenté à l'aide de plusieurs livres, articles ou sites internet.

## 1.1. Bref historique : Arrivée progressive du journalisme sportif sur le devant de la scène

De son avènement au 17<sup>e</sup> siècle à nos jours, le journalisme a subi de nombreux changements. La discipline journalistique était, à ses débuts, principalement consacrée aux affaires politiques et aux reportages. Grâce au développement à grande échelle d'un journalisme toujours plus spécialisé, elle a connu un essor considérable, surtout depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle. Dominique Marchetti, sociologue au Centre européen de sociologie et de science politique, s'est notamment focalisé sur le sujet en 2002, à travers ce qu'il appelle des « *sous-champs* » (ou « *sous-univers* ») spécialisés du journalisme. Ces derniers traitent de domaines multiples et variés (économique, judiciaire, scientifique ...) et leur analyse « *permet de comprendre la position d'un média ou d'un journaliste.* »<sup>1</sup> Cette nouvelle définition du paysage médiatique a suscité le concept de départements spécialisés, en particulier le concept de journalisme sportif. Face à ces nouvelles tendances, la presse s'organise désormais autour de l'opposition entre les deux polarités : généraliste et spécialisée.

Partant de ce constat, la position de la presse sportive devient intéressante à analyser. Souvent critiquée pour son chauvinisme exacerbé, son manque d'objectivité ou encore d'indépendance, elle ne bénéficie pas toujours d'un respect et d'une considération très élevée de la part de bon nombre de journalistes animant les autres rubriques. Une approche différente qui amène à remettre en question la particularité de l'actualité sportive, mais qui pose aussi une problématique fondamentale : les journalistes sportifs sont-ils vraiment des journalistes comme les autres et quelles sont les particularités de leur domaine d'expertise ?

---

<sup>1</sup> Dominique Marchetti, 2002, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », Réseaux n°111, p. 22-55.

## 2. Principales différences entre journalisme sportif et journalisme « classique »

### 2.1. Le journalisme sportif en déficit d'image par rapport au journalisme « classique » ?

En un peu plus d'un siècle de vie, le journalisme sportif s'est bâti autour d'un double paradoxe dont il n'est toujours pas parvenu à s'extraire complètement. Si l'intérêt du grand public pour le sport ne s'est jamais démenti, la place du sport dans la société a quant à elle longtemps été négligée. Souvent relayée au second plan, la discipline a longtemps été considérée comme moins essentielle dans l'actualité. Massimo Lorenzi, chef du département des sports de la « RTS » (Radio Télévision Suisse) : *« Encore aujourd'hui, le journalisme sportif souffre d'un déficit de considération par rapport au journalisme dit « traditionnel ». Il y a une raison principale à cela : les journalistes sportifs ont par le passé dérapé et grandement manqué d'objectivité. La passion débordante qu'ils éprouvaient pour leur sport les empêchait de mettre de la distance avec l'évènement. Une passion qui est évidemment nécessaire mais qu'il faut savoir contrôler. Les choses ont bien évolué mais il y a encore des préjugés. Le journaliste sportif est par exemple encore souvent perçu comme un supporter et cela pèjore son image. »*<sup>2</sup>

Le journaliste sportif représente donc un sous-domaine journalistique souvent sous-estimé par rapport à la politique, à l'économie ou aux grands reportages. En quelque sorte considéré comme moins noble et moins prestigieux, il est souvent vu comme un professionnel secondaire et souffre du manque de considération de ses collègues.

Une tendance que tend également à confirmer Laurent Favre, responsable des sports pour le journal « Le Temps » : *« Cette notion de différence est ancrée dans les esprits communs. La première différence c'est que tout le monde pense qu'il y a une différence. Les journalistes sportifs doivent souvent justifier qu'ils le sont réellement, car il y a un a priori selon lequel le*

---

<sup>2</sup> Entretien avec Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020

*journalisme sportif n'est pas vraiment du journalisme. La matière qu'ils traitent étant jugée comme moins essentielle, ils sont souvent perçus comme moins professionnels »<sup>3</sup>.*

Une notion d'importance moindre dans l'actualité que l'on constate lorsqu'on analyse la structure d'un journal télévisé, selon Laurent Favre. Il évoque également un rapport parfois trop amical entre les journalistes et les sportifs : *« Les rubriques sportives viennent souvent en fin de journal. Pour ce qui est du journal télévisé, elle prend place juste avant la météo par exemple. De plus, il est souvent reproché aux journalistes sportifs une sorte de copinage avec les sportifs qui leur vaudrait une étiquette de fans, et expliquerait pourquoi les journalistes sportifs n'oseraient pas vraiment critiquer les athlètes »<sup>4</sup>.*

Raymond Marcillac, journaliste et présentateur TV à la RTF, se faisait déjà l'écho en 1994 de ces stigmatisations : *« Il n'était pas rare d'entendre dans les milieux dits intellectuels : le sport, c'est bon pour les primaires, et pour ceux qui ne sont pas capables de faire autre chose. »<sup>5</sup>*

Un « dénigrement » du sport et de son spécialiste qui apparaît également dans les propos de Normand Bourgeois, écrivain et chercheur français : *« Qu'est-ce qu'un journaliste sportif ? D'aucuns répondent qu'il est un acteur irrationnel, un entonnant mélange d'incompétence et d'hystérie, qui produit un discours univoque, banal et sans importance »<sup>6</sup>.*

Cette structuration du métier en secteurs spécialisés engendre des débats identitaires récurrents entre les diverses parties, comme le démontre Dominique Marchetti : *« Les journalistes spécialisés font souvent l'objet de critiques internes visant à stigmatiser leur connivence ou leur proximité avec les sources, à montrer qu'ils ne seraient plus des journalistes mais des porte-parole de l'espace social dont ils parlent. Les journalistes politiques ou ceux qui couvrent*

---

<sup>3</sup> Entretien avec Laurent Favre (Le Temps) du 2 octobre 2020

<sup>4</sup> Entretien avec Laurent Favre (Le Temps) du 2 octobre 2020

<sup>5</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.15

<sup>6</sup> Normand Bourgeois, 1989, « Le Journalisme sportif, un discours et son enjeu », Communication. Information Médias Théories, volume 10 n°1, p. 149-161.

*les questions sociales ou d'immigration sont vus parfois comme des « militants » et les journalistes sportifs comme des « supporters » ».<sup>7</sup>*

A l'instar des journalistes politiques, économiques ou d'actualité, les reporters sportifs sont évidemment des professionnels. Mais contrairement à ses homologues, le journaliste sportif se spécialisera dans quelques disciplines sportives, voire une seule. Une distinction que corroborent les propos de Jean Eskenazi, célèbre journaliste sportif français spécialisé dans le football qui revenait, en 1951 déjà, sur cette confusion parfois préjudiciable : « *Il n'y a pas de journalistes de cinéma, de théâtre, de faits divers ... et de journalistes sportifs. Il y a simplement des journalistes qui ont leur spécialité. Cette appellation journaliste sportif a eu un caractère un peu péjoratif* »<sup>8</sup>.

Un avis partagé par Jacques Marchand, ancien président d'honneur de l'UJSF (Fédération française des journalistes sportifs) décédé en octobre 2017 : « *Le journaliste sportif est un professionnel de l'information, distinct seulement par la matière qu'il traite. Un journaliste sportif est d'abord un journaliste. Ne vous laissez pas dire que l'on s'improvise journaliste. Et plus particulièrement que, pour devenir journaliste de sport, il suffit d'aimer, de connaître ou de pratiquer le sport. Ceux qui le prétendent sont des ignorants, des inconscients ou des paresseux.* »<sup>9</sup>

## 2.2. Le journalisme sportif tremplin économique de la presse traditionnelle

Non reconnu à sa juste valeur, le journalisme sportif jouit paradoxalement d'un statut privilégié et envié au niveau de la hiérarchie externe, principalement liée à des logiques économiques et commerciales, car indispensables économiquement au développement de la presse. Certaines spécialités, comme le sport ou les faits divers peuvent être stratégiques parce qu'elles contribuent fortement aux recettes (diffusion, publicité, petites annonces) d'un média (une radio périphérique, un quotidien régional, etc.), car elles visent un large public ou des publics jugés stratégiques (les individus à fort pouvoir d'achat, les « jeunes », etc.).

---

<sup>7</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.37-38

<sup>8</sup> Gérard Derèze et Jean-François Diana, « Journalisme sportif – Méthodes d'analyse des productions médiatiques », De Boeck Supérieur (2015).

<sup>9</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.34

En 1920 déjà, le « rubricage » des journaux rend compte de l'influence du sport dans la presse française. Parmi les 26 rubriques existantes, seules les informations générales et le sport sont repérables dans les sept grands journaux parisiens de l'époque (Le Figaro, le Temps, L'Humanité, L'Intransigeant, Le Petit Parisien, Le Matin, le Populaire). Cette tendance se confirme lorsqu'on observe la progression du sport dans la hiérarchie des rubriques entre 1902 et 1947. Dix-huit ans plus tôt, en 1902, les grands quotidiens de Paris consacraient uniquement 3.2% de l'espace informatif au sport alors qu'en 1947, cette proportion est passée à 14.7%, loin devant les informations générales (9.9%) et la politique étrangère (8.9%)<sup>10</sup>

Comme vu dans l'introduction de ce sous-chapitre, la rubrique sportive s'est rapidement révélée être indispensable au développement et à la notoriété de la presse mais, « ce n'est toutefois qu'un siècle après son apparition que le sport s'est progressivement taillé la part du lion dans la plupart des médias. La presse sportive a connu un essor massif à partir des années 1980, coïncidant avec le développement de la télévision. C'est en effet dans le secteur audiovisuel que les bouleversements ont été les plus rapides et les plus notables. En témoigne l'explosion du volume horaire consacrée aux retransmissions de programmes sportifs dans la seconde moitié du XXe siècle. De 200 heures et 42 minutes en 1957, pour un seul diffuseur, le sport occupait 11'704 heures en 1996 pour une dizaine de diffuseurs, soit 40 ans plus tard. »<sup>11</sup>

En tant que force de vente, le sport étant souvent présent à la « une » des titres de presse, notamment lors des grands événements, le travail du journaliste sportif devient alors indispensable, comme le confirme Nicolas Denoyelle, Directeur départemental de la Manche pour *Ouest-France* : « *La rubrique des sports est essentielle, car une quantité non négligeable de nos lecteurs entre par cette rubrique. Bon nombre d'événements sportifs, à l'échelle internationale comme à l'échelle locale contribuent à améliorer, ou tout du moins maintenir les ventes papier et aujourd'hui permettent de fortes audiences sur nos sites internet.* »<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Karim Souanef, *Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée*, Presses universitaires de Rennes, coll. « Res Publica », 2019

<sup>11</sup> Dominique Marchetti, Bertrand Dargelos, 2000, « Les professionnels de l'information sportive : entre exigences professionnelles et contraintes économiques », *Regards sociologiques*, n°20, p. 67-87.

<sup>12</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.16

### 2.3. La télévision, de plus en plus indispensable dans le journalisme sportif ?

Comme vu précédemment, à partir des années 1980, le sport est rapidement devenu le principal vecteur de gains économiques de la plupart des médias. Aujourd'hui, notamment à la télévision, le phénomène est encore plus marquant, le sport générant encore davantage de revenus grâce à sa capacité à diffuser un grand nombre de publicités, ce qui est une manne indispensable.

La croissance fulgurante de la programmation sportive à la télévision en France (50'846 heures de programmes sportif en 2000 contre 211'677 en 2016)<sup>13</sup> s'explique également par l'augmentation massive du nombre de chaînes nationales ainsi que du nombre de compétitions sportives dans leurs programmes. Certaines d'entre elles se sont même spécialisées dans le sport depuis plusieurs années. En France par exemple, Bein sport en 2011 et SFR Sport en 2016 sont venus concurrencer le monopole de Canal+ en place depuis plusieurs décennies.<sup>14</sup>

Pour illustrer la popularité grandissante du sport en France, prenons un exemple : la finale franco-brésilienne de la Coupe du monde de football 1998 qui a réuni pas moins de 23,6 millions de téléspectateurs. Plus récemment encore, la finale de la Coupe d'Europe 2016 entre la France et le Portugal a été regardée par 22,3 millions de téléspectateurs, soit 73% de part de marché)<sup>15</sup>.

« En France, si le football a également battu tous les records d'audience, d'autres retransmissions sportives ont permis des performances importantes aux chaînes de télévision. Cela est particulièrement vrai pour le Tournoi des VI nations et le Tour de France, qui se déroulent dans l'après-midi, moment de la journée où le taux d'audience est généralement plus faible. La compétition de rugby permet à la chaîne publique de réaliser une part de marché moyenne de 27,4%, bien loin des 10,8% habituels sur ce créneau horaire, quand celle de cyclisme offre 34,7% contre 9,4% pour une après-midi classique, d'après des données

---

<sup>13</sup> CSA.fr

<sup>14</sup> Adrien Lelièvre, « L'explosion du sport à la télévision en cinq graphiques », paru dans Les Échos le 05/07/2017. [https://www.lesechos.fr/05/07/2017/lesechos.fr/030427211905\\_1-explosion-du-sport-a-la-television-en-cinq-graphiques.htm](https://www.lesechos.fr/05/07/2017/lesechos.fr/030427211905_1-explosion-du-sport-a-la-television-en-cinq-graphiques.htm)

<sup>15</sup> CSA.fr

recueillies pour l'année 2016.<sup>16</sup> D'autres sports rarement promus offrent également des performances similaires, comme le biathlon sur *L'Équipe*. »<sup>17</sup>

Pour ce qui est de la Suisse, lors de l'UEFA EURO 2016, 2,2 millions de personnes ont suivi le match Suisse-France sur RTS Deux, SRF zwei ou RSI LA 2. Cela représente une part de marché de 65%.<sup>18</sup> Cette même année, la SSR a diffusé plus de 12 000 heures de sport, dont 5000 en direct, sur l'ensemble de ses vecteurs (tv, radio, Internet). Un chiffre en augmentation de 36% par rapport à 2011 pour l'ensemble des contenus sportifs. Autrement dit, depuis 2011, 3000 heures de sport en plus ont été diffusées. Dans le même temps, les diffusions en direct ont bondi de 57%, ce qui équivaut à plus de 1500 heures. En 2016, en moyenne nationale, 2,2 millions de téléspectateurs (soit un tiers de la population), ont regardé des émissions sportives sur les chaînes TV de la SSR durant au moins 15 minutes chaque semaine.<sup>19</sup>

La tendance à réaliser de très fortes audiences lors d'années de Coupe du Monde ou de grands événements sportifs comme les J.O. se confirme deux ans plus tard lors d'un bilan effectué en mars 2019 par le directeur de la RTS Pascal Crittin dans un communiqué : « Avec la Coupe du monde de football et les JO d'hiver, l'année 2018 était une année sportive, ce qui fait croître les audiences par rapport à 2017. Mais les résultats de 2018 sont également meilleurs que ceux de 2016, qui comprenaient pourtant l'Eurofoot et les JO d'été. »<sup>20</sup>

Révélee comme rapidement indispensable, chiffres à l'appui, à la promotion d'événements à grande échelle, l'impact de la télévision est moins significatif au niveau régional. Ainsi les médias régionaux misent davantage sur une fidélisation d'un lectorat ciblée avec précision que sur les événements sportifs de grande échelle. De ce fait, les quotidiens régionaux conservent un fort impact en misant sur la proximité comme en témoigne Arnaud David chef de la rubrique sportive du journal local « *La Côte* » : « *Nous ne sommes pas en concurrence avec la RTS ni*

---

<sup>16</sup> CSA.fr

<sup>17</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.18

<sup>18</sup> Sport Suisse 2014, Études de marché et d'audience SSR 2016/2017

<sup>19</sup> Sport Suisse 2014, Études de marché et d'audience SSR 2016/2017

<sup>20</sup> <https://www.rts.ch/info/suisse/10283008-de-belles-audiences-pour-toutes-les-plateformes-de-la-rts-en-2018.html>

*même avec 20 minutes. Ces deux entreprises ciblent un public bien plus large que le nôtre. L'objectif pour nous, c'est de divertir et conserver notre lectorat fidèle qui s'intéresse à nos papiers et reportages sur la région nyonnaise. Malgré la puissance d'autres organes de presse, on garde une bonne popularité grâce à ce fort lien de proximité établi avec nos lecteurs. »*<sup>21</sup>

Pour ce qui est des compétitions internationales dont les droits tv coûtent le plus cher, en novembre 2020, le top 3 était constitué de : La Liga (Football Espagnol), avec des droits TV qui ont coûté 2,65 milliards d'euros par an entre 2016 et 2019. Suivi de la Premier League (Football anglais), championnat de football le plus lucratif et populaire au monde et dont les droits TV ont été chiffré, entre 2016 et 2019, à plus de 6,9 milliards d'euros par an.<sup>22</sup>

Les deux compétitions de football européennes sont toutefois « devancées » par la National Football League, la compétition de football américain aux USA étant suivi par des millions de téléspectateurs partout autour du globe. En effet, selon le *New York Post*, la National Football League finalise la négociation de ses droits TV et les accords pourraient être officialisés en début d'année 2021. Certains contrats actuels arrivent en effet à échéance en 2022 et 2023. Le média américain précise que les prochains deals pourraient être signés sur une période de 10 ans pour un montant total qui devrait dépasser les 100 milliards de dollars, soit plus de 10 milliards en moyenne par saison, et ce malgré les conséquences de la pandémie de Covid-19.<sup>23</sup>

#### 2.4. L'émotion, essentielle mais préjudiciable au journalisme sportif ?

Les journalistes sportifs sont souvent très passionnés par leurs sports et cela peut parfois péjorer leur travail et leur vision des événements sportifs. Cela est particulièrement vrai dans les commentaires sportifs ou une certaine retenue du commentateur apparaît comme nécessaire. Selon François Rossier du journal « *La Liberté* », « *la passion peut devenir néfaste, ce n'est*

---

<sup>21</sup> Entretien avec Arnaud David (La Côte) du 30 septembre 2020

<sup>22</sup> [https://sport.gentside.com/sport/droits-tv-le-top-10-des-competitions-sportives-qui-generent-le-plus-d-argent\\_art65474.html](https://sport.gentside.com/sport/droits-tv-le-top-10-des-competitions-sportives-qui-generent-le-plus-d-argent_art65474.html)

<sup>23</sup> <https://www.sportbuzzbusiness.fr/droits-tv-des-contrats-a-plus-de-100-milliards-de-dollars-pour-la-nfl-dans-les-annees-a-venir.html>

*pas en étant supporter ou à fleur de peau au niveau émotionnel que l'on va faire du journalisme objectif ».*<sup>24</sup>

Une citation de Jacques Marchand, ancien président d'honneur de l'UJSF (Fédération française des journalistes sportifs) décédé en octobre 2017, résume bien cette fine frontière qu'il est important de respecter : « *Le journalisme de sport est un métier. Il n'est pas qu'un métier, il est aussi une passion qui, pour ne pas sombrer dans des débordements, doit reposer sur une culture diversifiée [...]. C'est une passion qui se contrôle pour rester éclairée et intelligente, ce qu'elle n'est pas toujours* ». <sup>25</sup>

La raison pour laquelle il est parfois difficile pour les journalistes sportifs de rester objectifs dans leurs commentaires et divers avis est reliée au fait que les compétitions sportives offrent des marges de liberté discursives pour des rédacteurs chargés de « faire vivre » l'évènement, l'émotion étant indispensable au public.

« En 1920, les grands quotidiens franchirent une étape. Ils s'efforcèrent d'amener le profane, qu'une terminologie spéciale rebutait, à la compréhension du sport. Non sans raison, on pensa qu'un beau match valait bien un beau crime, qu'il comportait même une part d'émotion d'une qualité supérieure. La rubrique sportive devient une rubrique vivante. Elle ne se contenta plus de comptes rendus secs où le classement des concurrents, les distances parcourues, les temps accomplis, tenaient tout le papier. Le rédacteur sportif dut créer l'atmosphère, noter les incidents de l'épreuve, mettre en valeur le côté humain qu'ils présentaient, décrire les relations de la foule. Il y parvint souvent avec bonheur. Des puristes lui ont reproché son penchant pour les métaphores d'une hardiesse excessive. Ils ne sauraient nier qu'il a enrichi notre vocabulaire d'expressions pittoresques. Si, pour remplacer les coureurs du Tour de France, « les chevaliers de la pédale » sont discutables, pour désigner le rôle des Pyrénées, où s'opère l'élimination des tocards, « les Juges de Paix » sont parfaits. »<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Entretien avec François Rossier (La Liberté) du 19 octobre 2020

<sup>25</sup> Jacques Marchand, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 164-172.

<sup>26</sup> Raymond Mannevy, Histoire de la presse, 1919-1935, Paris, Éditions Correa, 1945, p.169 sq.

Comme le mentionne cette citation ci-dessus de Raymond Mannevy, le but du journaliste sportif est de mettre l'événement en relation durable et profonde avec le public. L'objectif : évoquer à travers le discours et transmettre un maximum d'émotions au spectateur afin de le transporter de manière fictive au cœur de l'évènement sportif.

« L'avènement du sport-spectacle et la volonté d'en faire un show, notamment à la télévision, a accompagné l'usage de métaphores et de superlatifs pour en faire une véritable dramaturgie. C'est ce qui explique qu'un geste soit « éblouissant », « merveilleux » et qu'une performance puisse être « exceptionnelle » ou « dramatique ». Un commentaire cocardier qui s'élargit également au registre militaire. Les joueurs deviennent ainsi des « adversaires » qui s'affrontent lors d'un duel « explosif », où il faut faire preuve de « combativité » et tout faire pour « crucifier » le gardien. »<sup>27</sup>

« Sur le modèle de « David contre Goliath », le match produit un effet de théâtralisation sportive qui s'impose à tous dès lors que sont mis en lice deux adversaires dont les traits physiques et stylistiques sont en tous points dissemblables. »<sup>28</sup>

Comme mentionné ci-dessus, les émotions sont absolument inhérentes au journalisme sportif et à la discipline sportive dans sa globalité. Selon Massimo Lorenzi, cet engouement émotionnel pour le sport qui semble davantage présent que pour d'autres domaines s'explique par différents facteurs émotionnels et culturels :

*« Les gens se projettent dans le sport et vivent des émotions qu'ils ne ressentent que rarement au quotidien. Lorsqu'un journaliste ou un spectateur observe une compétition sportive, il vit intérieurement l'effort de l'athlète et cela lui permet d'apprécier plus intensément l'évènement. C'est en quelques sorte une manière de se sortir un peu de soi. Deuxièmement, le sport c'est une culture : En Suisse par exemple, les gens ne s'intéresseront jamais au rugby tandis qu'en France, dans le Sud particulièrement, la majorité de la population est passionnée par le ballon*

---

<sup>27</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ? » p.21

<sup>28</sup> Karim Souanef, *Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée*, Presses universitaires de Rennes, coll. « Res Publica », 2019 p.40

ovale. Aux USA, le basket est extrêmement spectaculaire contrairement à ce qui se fait en Suisse ». <sup>29</sup>

## 2.5. Être passionné de sport : une nécessité pour faire du bon journalisme sportif ?

« Pour être journaliste sportif, il faut être passionné de sport. Souvent les autres journalistes sont passionnés de journalisme, nous on est plus passionné de sport que de journalisme. » <sup>30</sup>

Il s'agit d'un extrait d'une étude d'Olivier Standaert et Gérard Derèze, professeurs de l'École de journalisme de l'Université de Louvain en Belgique, basée sur un questionnaire adressé à neuf étudiants qui s'apprêtent à faire des études en journalisme sportif.

Si la plupart des étudiants interrogés ont déjà une expérience en rédaction sportive, la discussion sur leur motivation à s'engager dans ce projet professionnel est cohérente : une passion pour le sport. Comme l'expliquent les deux auteurs : « C'est le sport qui est l'épicentre du projet, son traitement journalistique n'étant en fait qu'une modalité d'expression de cette affinité, et non le contraire. » <sup>31</sup>

Comme vu précédemment, cet intérêt développé par les élèves pour le journalisme sportif semble davantage dû à une passion du sport plutôt qu'à la discipline journalistique en elle-même.

Une attache émotionnelle très forte pour la discipline sportive et qui est innée selon François Rossier : « A mon avis, la passion du sport, la fibre sportive, soit on l'a, soit on ne l'a pas. Le vécu historique du sport, ça ne s'apprend pas. Je n'ai jamais vu un passionné ne pas exulter lorsqu'un but est marqué dans les arrêts de jeux par son équipe préférée ». <sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Entretien avec Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020

<sup>30</sup> Olivier Standaert, Gérard Derèze, « Les représentations du journalisme sportif au croisement des parcours étudiants et professionnels », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013, p. 50-61.

<sup>31</sup> Olivier Standaert, Gérard Derèze, « Les représentations du journalisme sportif au croisement des parcours étudiants et professionnels », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013, p. 50-61.

<sup>32</sup> Entretien avec François Rossier (La Liberté) du 19 octobre 2020

Ainsi, le métier de journaliste sportif permet d'assouvir cette passion du sport en s'appuyant sur une dimension professionnelle. De plus, le journaliste sportif a en outre la sensation d'exercer un métier non seulement prestigieux mais également d'être un privilégié, si l'on prend en compte l'exceptionnel potentiel fédérateur et rassembleur du sport.

Cette citation ci-dessous illustre bien la particularité de la discipline sportive en comparaison avec les autres secteurs d'activités journalistiques, mettant l'accent sur le plan de la pratique du sport en tant qu'athlète, cette dernière étant fondamentale pour les journalistes sportifs :

*« On pourrait dire que les journalistes sont “sportifs” au double sens du terme, c'est-à-dire qu'ils sont journalistes “sportifs” à la fois parce qu'ils écrivent à propos d'un sport ou du sport mais ils sont aussi “sportifs” au sens où ils pratiquent le sport qu'ils commentent. Cette connaissance pratique qui subsiste aujourd'hui les différencie de la plupart des autres rubricards, ceux-ci n'ayant pas une expérience de ce type dans leur domaine d'intervention, ce qui n'est probablement pas sans effet sur le traitement même de l'information. »<sup>33</sup>*

Pour les journalistes politiques ou économiques, il est en effet plus difficile d'acquérir une expérience d'apprentissage similaire à celle des journalistes sportifs. Comme le mentionnait un membre de *L'Équipe* dans des propos retranscrits par Dominique Marchetti, la connaissance du sujet est même considérée comme une condition d'entrée dans la profession. : *« À l'embauche, on fait attention à ce que non seulement les journalistes qu'on va utiliser aiment bien le sport mais aussi qu'ils le connaissent bien. Ce n'est pas tout de bien l'aimer, il faut connaître. »<sup>34</sup>*

## 2.6. Les journalistes sportifs : plus chauvins que leurs homologues traditionnels ?

Perçus comme davantage passionnés que leurs homologues, les journalistes sportifs sont souvent définis par le grand public comme chauvins. Leur passion exacerbée pour le sport à rapidement généré de nombreuses critiques à leur égard. Le chauvinisme attribué aux journalistes sportifs en fait une des particularités de la discipline que l'on ne retrouve pas en

---

<sup>33</sup> Christian Dorvillé, « Éthique sportive, éthique journalistique : une mise en questions », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 18-31.

<sup>34</sup> Dominique Marchetti, « Les transformations de la production de l'information sportive : le cas du sport spectacle », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 66-81.

journalisme dit « classique ». Ce reproche de chauvinisme est péjoratif pour le journaliste sportif et remet en cause sa neutralité et son objectivité, critères éminemment importants pour le journalisme d'une manière générale. L'impartialité est considérée comme l'un des fondements du traitement de l'information et ce devoir d'objectivité est parfois compliqué à respecter pleinement. Parce que c'est le privilège des professionnels passionnés, mais aussi des publics passionnés, c'est un immense vecteur d'émotions. Et aussi parce que l'émergence du commentaire sportif (via la diffusion en direct) est difficile à combiner avec un discours calme et réfléchi.

Toutefois, certains journaux et médias affichent un « supportérisme » assumé. En Italie notamment, les articles de *La Gazzetta dello Sport*, que ce soit pour les clubs de football transalpins ou pour l'équipe nationale, ont toujours un parti pris pour leurs favoris. Un patriotisme sportif tout aussi présent en Angleterre dans de nombreuses disciplines comme le football ou encore le cricket, méconnu en France mais très populaire outre-Manche.

De son côté, Vincent Duluc, journaliste sportif à « *l'Équipe* » souligne un évident brassage d'émotions qui résulte de quelques partis pris, mais sans que cela ne porte vraiment à conséquence selon lui : « *Évidemment que de par notre vécu, notre histoire, chacun de nous a peut-être un favori lors de certains matchs mais, selon moi, cela ne porte pas à conséquence. On peut être journaliste et supporter, car ce n'est pas quelque chose qui se voit. On peut être soupçonnés, mais ce n'est pas quelque chose de vraiment réel* »<sup>35</sup>.

Cette étiquette de « supporterisme » collée aux journalistes sportifs et pas toujours flatteuse ne sort pas de nulle part selon Christian Despont, journaliste chez *Tamedia* et *Watson* : « *C'est probablement vrai, car la passion (être fan d'une équipe ou d'un joueur) peut subsister. J'en connais chez qui cette passion reste intacte. Après, il est évident qu'en analysant on met sa crédibilité en jeu donc on s'impose énormément de filtres. Selon moi, il est impossible d'être 100% objectif, car on reste des êtres humains mais cela ne rend pas malhonnête pour autant* »<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Sportifs-journalistes-font-ils-bon-menage-2019-12-04-1201064483>

<sup>36</sup> Entretien avec Christian Despont (Tamedia et Watson) 29 octobre 2020

## 2.7. Une profession qui peine à se féminiser

Le sport, à l'origine, a été conçu et pensé par des hommes. Pierre de Coubertin, le créateur des Jeux Olympiques modernes, a toujours pris une position extrême sur la féminisation du sport : « *Le véritable héros olympique est à mes yeux l'adulte mâle individuel. Une olympiade femelle serait impraticable, inintéressante, inesthétique et incorrecte. Les JO doivent être réservés aux hommes, le rôle des femmes devrait être avant tout - comme dans les concours antiques - de couronner les vainqueurs.* »<sup>37</sup>

Très restreint à l'origine, le nombre des épreuves ouvertes aux femmes n'a cessé d'augmenter. Depuis 1991, chaque sport souhaitant être intégré au programme olympique doit obligatoirement comporter des épreuves féminines. La participation féminine aux Jeux olympiques a fortement augmenté depuis les premiers Jeux. On comptait 13% de femmes parmi les participants aux Jeux de Tokyo en 1964, et plus de 44% aux Jeux de Londres en 2012.<sup>38</sup>

Pour ce qui est de la représentation des femmes dans le paysage médiatique, ces dernières années, des évolutions ont été constatées. Estelle Denis sur la chaîne L'Équipe (pour ne citer qu'elle) est devenue une figure de proue de la profession, qui plus est dans des sports réputés « masculins » comme le football, la *femme devant toujours prouver deux fois plus qu'un homme, à compétences égales* ». <sup>39</sup>

Domaine masculin historique des médias, le journalisme sportif se féminise depuis une vingtaine d'années également en Suisse romande. Cette tendance s'inscrit dans un contexte de féminisation de l'ensemble du journalisme en Suisse. En effet, au début des années 1980, les femmes ne représentaient que 17% des journalistes romands contre 36% au tournant des années 2010. Reconnues comme ayant des qualités différentes que les hommes, les femmes, de par leur présence pourrait apporter un traitement différencié de l'information sportive, davantage centré sur l'émotionnel et sur les aspects humains.

---

<sup>37</sup> Dominique Marchetti, Bertrand Dargelos, 2000, « Les professionnels de l'information sportive : entre exigences professionnelles et contraintes économiques », Regards sociologiques, n°20, p. 67-87.

<sup>38</sup> <https://www.letemps.ch/sciences/hommes-femmes-egaux-aux-jo>

<sup>39</sup> Fabienne Broucayet, « Le sport féminin. Le sport, dernier bastion du sexisme ? », Michalon (2012).

C'est à la télévision que ce changement est le plus perceptible. En France, où une pression politique forte s'est exercée, la proportion de femmes spécialisées dans le traitement du sport au sein des chaînes audiovisuelles oscille entre 10 et 15%.<sup>40</sup>

La rubrique sportive de la télévision suisse romande (RTS) connaît pour sa part, une présence féminine similaire, avec cinq femmes sur trente-sept journalistes (soit 13.5%). Il y a une trentaine d'années, les femmes journalistes de sport étaient à peine plus nombreuses dans la totalité des médias romands.

Cependant, au niveau de la presse écrite romande, la féminisation du journalisme sportif est plus discrète, mais n'en est toutefois pas absente. En effet, « une dizaine de femmes journalistes sont ainsi venues grossir les rangs des rubriques « Sport » des quotidiens romands à partir des années 2000. Toutes n'y sont pas restées, évoluant alors vers d'autres spécialités ou quittant le métier. Mais la féminisation du métier reste bien réelle ».<sup>41</sup>

Malgré ces avancées remarquables, des progrès doivent encore être réalisés pour favoriser l'insertion des femmes dans le métier. Selon Massimo Lorenzi, ce processus de féminisation du journalisme sportif est toutefois en bonne voie : « *Pendant des décennies, jusqu'à il y a 10-15 ans, le journalisme sportif était un métier exclusivement réservé aux hommes. Les femmes étaient très mal vues et acceptées au sein de la profession. Heureusement, c'est à mon avis au tournant du siècle que la condition de la femme dans le journalisme sportif a réellement commencé à évoluer favorablement. Cela étant dit, il y'a toujours une majorité écrasante d'hommes qui répondent à nos offres d'emplois.* »<sup>42</sup>

## 2.8. Un pouvoir d'investigation limité par rapport au journalisme classique ?

Davantage rédigée sous la forme de commentaires, d'analyses que d'enquête, l'actualité sportive ne traite que rarement des dysfonctionnements du domaine sportif. En opposition avec le journalisme classique, cela s'explique premièrement en raison de l'enthousiasme des journalistes sportifs pour le sujet qui les empêche parfois de relever objectivement les aspects

---

<sup>40</sup> <https://fr.ejo.ch/formats-pratiques/existe-t-il-une-ecriture-feminine-dans-le-journalisme-sportif>

<sup>41</sup> <https://fr.ejo.ch/formats-pratiques/existe-t-il-une-ecriture-feminine-dans-le-journalisme-sportif>

<sup>42</sup> Entretien avec Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020.

pouvant porter préjudice à la discipline sportive. Deuxièmement, il apparaît difficile pour un journaliste sportif de mentionner les aspects négatifs de sa discipline en enquêtant à l'encontre de cette dernière, comme l'explique Eric Maitrot, ancien journaliste à l'Équipe :

*« Est-ce que le journaliste sportif peut enquêter sur son sport ? Clairement, la réponse est non. Quand j'ai publié cette grande enquête sur les coulisses du dopage, j'étais indépendant. Et j'ai eu envie de faire mon métier de journaliste sportif sur le sport. Au moins je n'avais pas peur des répercussions de mon travail. Et c'est clair qu'on se fait beaucoup d'ennemis. On m'a notamment accusé de ne pas aimer le sport. On m'a dit que je crachais dans la soupe. Quand on aime le sport, on ne doit pas le critiquer. »*<sup>43</sup>

De plus, face aux multiples pressions et aux énormes risques financiers auxquels est confronté le sport, les reporters sportifs ne disposent donc pas de conditions de travail idéales pour mener des enquêtes efficaces. Toutefois, la déplorable actualité de l'équipe de France lors de la Coupe du monde 2010 ou un documentaire filmé par le journaliste sportif allemand Hajo Seppelt en 2014, montrent que des contre-exemples existent, même si ces derniers se font assez rares.

En résumé, il apparaît évident que le journaliste sportif, confronté à un manque de temps, de moyens et de distance affective vis-à-vis du sport, semble plus enclin à soutenir sa discipline et ses valeurs plutôt que de relever, au prix de nombreux efforts, les aspects négatifs qu'elle peut occasionner.

## 2.9. Quelles sont les différences d'expositions aux risques entre le journalisme sportif et le traditionnel ?

Suivant leurs fonctions, les journalistes, dit « traditionnels » doivent faire face aux risques socio-psychologiques et physiques de la profession. En plus de devoir gérer, à l'instar de leur homologues journalistes sportifs, la pression de la rapidité et de la qualité des informations à fournir, ainsi que des déplacements fréquents, certains sont même amenés à enquêter dans les zones de conflit armé ou à proximité.

---

<sup>43</sup> Extrait du livre d'Éric Maitrot, ancien journaliste à L'Équipe, « *Les scandales du sport contaminé : enquête sur les coulisses du dopage* » écrit en 2003.

En journalisme sportif, les risques sont moindres, qu'ils soient judiciaires ou de nature évoquée ci-dessus. Comme le confirme François Rossier, la plupart des activités des journalistes sportifs ne débouchent pas sur une prise de risque pour la santé ou l'intégrité physique à proprement parler. En général, les difficultés rencontrées par ces derniers sont davantage de l'ordre de l'administratif : « *En effet, il est assez rare de voir des cas concernant le sport être traités par le Conseil suisse de la presse. Il y a très peu de risque d'être traîné devant les tribunaux et encore moins de devoir enquêter dans des zones dites « à risques » mais c'est assez fréquent de fâcher certaines personnes. Heureusement, le plus souvent, ces conflits se règlent à l'amiable* ». <sup>44</sup>

Malheureusement, il arrive parfois que les différentes parties en présence ne parviennent pas à trouver d'accord. Par exemple, à l'aube de la saison de Super League 2018-19, Christian Constantin, président du FC Sion, avait ordonné un boycott du journal « Le Nouvelliste », principal suiveur du club valaisan, qui écrit alors : « *C'est du jamais vu en Suisse. Un média se voit interdit de tout accès à un club sportif. « Le Nouvelliste » sera journal non grata au stade de Tourbillon cette saison. Le FC Sion refuse toute accréditation aux collaborateurs du quotidien valaisan pour le championnat 2018-2019. Cette interdiction d'accès aux structures et aux services réservés aux représentants des médias dans l'enceinte sédunoise s'inscrit comme la mesure la plus spectaculaire du boycott décrété par Christian Constantin contre le journal.* » <sup>45</sup>

Début août 2019, à l'issue de la saison, le président Constantin avait justifié ce boycott ainsi, reprochant en quelque sorte au journal « Le Nouvelliste » d'enfoncer le club dans la crise : « *Vous voyez ma proposition comme une entrave à la liberté de la presse et je vous vois comme les naufragés du Titanic qui écoutent encore l'orchestre quand le bateau coule.* » <sup>46</sup>

Visiblement, les deux saisons écoulées qui ont vu le FC Sion se maintenir péniblement en Super League, n'auront pas été suffisantes pour restaurer une relation de confiance entre les deux

---

<sup>44</sup> Entretien avec François Rossier (La Liberté) du 19 octobre 2020

<sup>45</sup> <https://www.lenouvelliste.ch/dossiers/fc-sion/articles/christian-constantin-decrete-le-boycott-du-nouvelliste-pour-la-saison-2018-2019-772184>

<sup>46</sup> <https://www.lenouvelliste.ch/articles/sports/football/boycott-du-nouvelliste-christian-constantin-repond-aux-redacteurs-en-chef-857402>

parties. En effet, en septembre dernier, après quelques tentatives de réconciliation infructueuses, « Le Nouvelliste » annonçait : « *Le FC Sion maintient son boycott du « Nouvelliste » pour le début de la saison 2020-2021. Les discussions entre les deux parties entamées sous l'impulsion du directeur du « Nouvelliste » Éric Meizoz n'ont pas pu aboutir à un accord pour lever ce boycott qui a débuté au lancement de la saison 2018-2019.* »<sup>47</sup>

Selon Christophe Spahr responsable de la rédaction des sports du journal « *cela s'est joué sur une connerie. (...) On sait tous que Christian Constantin est plus fier que les autres...* ».<sup>48</sup>

Certaines fois, il arrive aussi que les journalistes sportifs fassent l'objet de menaces de la part des supporters des clubs. Ce fut le cas en septembre 2019 lors d'un match d'Europa League entre le FC Porto et les Young Boys.

« Alors que Jean-Pierre Nsamé s'apprêtait à tirer le penalty qui a permis YB d'égaliser contre Porto (score final : 2-1 pour Porto), le chef d'un groupe ultra de Porto a hurlé « Macaco!» (« Singe !») à trois reprises dans son mégaphone. Journaliste à la RTS, David Lemos a clairement entendu ces insultes. Et le lendemain, sur Twitter, il se demandait si des sanctions allaient être prises « par le club contre cet individu ou par l'UEFA contre le club » ». <sup>49</sup>

« Mais ce tweet a été immédiatement relayé sur les sites sportifs portugais. Depuis, David Lemos croule sous les messages injurieux et, plus grave, parfois menaçants. « Ce n'est pas la première fois que je suis dans la ligne de mire, explique Lemos. Ça arrive sur les réseaux sociaux. D'habitude, ça se tasse en deux ou trois jours. Mais là, cela prend des proportions assez inquiétantes. On m'a quand même menacé de m'envoyer en chaise roulante ou de me faire la peau la prochaine fois que j'irai à Porto. » »<sup>50</sup>

« Pour les supporters de Porto, David Lemos serait à l'origine de l'enquête ouverte par l'UEFA. « Mais je n'y suis pour rien, se défend le journaliste. Il suffit d'avoir des oreilles pour entendre clairement les insultes au moment du penalty. Le problème, c'est que les supporters de Porto

---

<sup>47</sup> <https://www.lenouvelliste.ch/dossiers/fc-sion/articles/nouvelliste-le-boycott-du-fc-sion-est-maintenu-979829>

<sup>48</sup> Entretien avec Christophe Spahr (Le Nouvelliste) du 6 octobre 2020

<sup>49</sup> <https://www.lematin.ch/story/un-journaliste-de-la-rts-menace-par-les-fans-de-porto-907293763401>

<sup>50</sup> <https://www.lematin.ch/story/un-journaliste-de-la-rts-menace-par-les-fans-de-porto-907293763401>

sont descendus dans mon fil Twitter et m'ont catalogué comme supporter de Benfica parce que je retweetais les buts de Seferovic. Mais c'est quelque chose que je fais pour tous les Suisses qui marquent à l'étranger. Du coup, pour eux, j'ai été commandité, voire payé, par Benfica pour nuire à Porto. » »<sup>51</sup>

### 3. L'essor d'internet et des réseaux sociaux bouleverse l'équilibre

#### 3.1. La presse écrite : fragilisée par internet et les réseaux sociaux ?

Aujourd'hui, les réseaux sociaux et internet jouent un rôle important dans la fourniture d'informations aux internautes. En effet, de nombreux journaux (20 minutes, lematin.ch) ont décidé ces dernières années de miser sur un modèle de publication d'informations numériques.<sup>52</sup>

Axés à l'origine sur de la transmission d'informations brutes sous la forme d'un journal papier, les groupes de presse relayent désormais également un grand nombre d'informations sur différents réseaux sociaux dans le but de répondre à un lectorat de plus en plus connecté qui s'informe différemment. (Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram etc).

#### ***S'informer sur les réseaux sociaux, phénomène très populaire chez les jeunes***

Ces nouvelles habitudes de consommation d'informations sont très populaires chez les jeunes comme le démontre un rapport de la Haute-école de Zurich et de Swisscom : « *Le rapport Jamesfocus de la Haute-École pour les sciences appliquées de Zurich et de Swisscom montre que deux tiers des 12-19 ans en Suisse se disent intéressés par l'actualité du monde. Ils sont*

---

<sup>51</sup> <https://www.lematin.ch/story/un-journaliste-de-la-rtts-menace-par-les-fans-de-porto-907293763401>

<sup>52</sup> « Depuis bientôt 15 ans, le succès de « 20 minutes » ne se dément pas en Suisse romande, tant en ligne que dans nos éditions papier », se réjouissait en octobre dernier Philippe Favre, rédacteur en chef de « 20 minutes » » <https://www.20min.ch/fr/story/trois-millions-de-lecteurs-seduits-par-20-minutes-149145906194>

*57% à juger important de se tenir informés de l'actualité quotidienne. Mais c'est via Facebook ou Instagram qu'ils se renseignent, davantage que par les médias traditionnels ».*<sup>53</sup>

Même si les personnes de plus de 60 ans sont généralement toujours fidèles aux journaux papier via un abonnement, le développement ultra rapide d'informations sur internet coïncide avec un changement de paradigme. Grâce à Internet, il est en effet possible d'obtenir des informations rapidement et en grande quantité. Selon Massimo Lorenzi, cet essor du digital menace grandement la survie des journaux papiers tels que nous les connaissons :

*« La presse écrite souffre à cause du digital et des réseaux sociaux. S'il n'y avait pas toute cette technologie, les gens achèteraient le journal. Les consommations du public évoluent et vont de plus en plus vers le digital. Il y a 20 ans, personne n'aurait cru à un tel scénario. Aujourd'hui, on peut imaginer que le papier disparaisse et qu'il ne reste que quelques journaux papier ».*<sup>54</sup>

### **L'information accessible gratuitement et immédiatement**

Ce changement de paradigme journalistique s'explique en grande partie par la gratuité et l'immédiateté des informations numériques. Selon Massimo Lorenzi, ces deux facteurs sont déterminants : *« S'informer en ligne est gratuit et beaucoup plus rapide. Sur internet, les gens peuvent consommer à volonté alors que pour s'informer via la plupart des journaux papier, il faut payer. De plus l'information n'est pas accessible aussi rapidement que sur le web. »*<sup>55</sup>

### **3.2. La crédibilité des journalistes mise à l'épreuve**

L'ère numérique a donc considérablement changé le fonctionnement des habitudes médiatiques. Désormais, il ne s'agit plus seulement de répondre aux demandes d'un lectorat qui évolue mais il faut surtout lui permettre de s'y retrouver dans l'immensité des contenus présents sur internet

---

<sup>53</sup> <https://www.lenouvelliste.ch/articles/suisse/suisse-les-12-19-ans-consomment-l-information-essentiellement-sur-le-web-833406>

<sup>54</sup> Entretien avec Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020.

<sup>55</sup> Entretien avec Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020.

et les réseaux sociaux. Selon Laurent Favre, l'essor de ces nouvelles technologies rendant l'accès à tout type d'informations quasi-illimité est néfaste pour la crédibilité des journalistes : *« L'un des problèmes majeur que pose l'essor des réseaux sociaux se situe au niveau de la qualité des informations. Chacune d'entre elle n'est pas forcément vérifiée et chacun peut poster ce qu'il veut. Avec les réseaux sociaux, tout le monde a un peu le sentiment d'être journaliste. Malheureusement, en conséquence, ces derniers perdent en crédibilité. »*<sup>56</sup>

Un constat similaire à celui de Christophe Spahr, pour qui la prolifération constante d'informations qui circulent en ligne vient semer le doute sur la véracité des contenus médiatiques : *« Le vrai souci, avec ces nouvelles méthodes de transmission d'informations, c'est de rester crédible. Démêler le vrai du faux avec tous ces gens qui mettent n'importe quoi sur internet, c'est un vrai problème aujourd'hui. »*<sup>57</sup>

En ce qui concerne la presse sportive, l'enjeu sera de conserver une crédibilité mise à mal par l'immense quantité de rumeurs infondées ou fake news présentes sur les réseaux sociaux. Le sport étant si prisé au sein de la société, on entend souvent tout et son contraire. Une tendance particulièrement fréquente lors des périodes de transferts au football, comme le confirme Laurent Favre : *« C'est extrêmement fréquent de retrouver un commentaire ou une info non-vérifiée sur les réseaux sociaux concernant, par exemple, le PSG ou l'OM, fournie par n'importe quel individu affirmant avoir des « contacts ». Être journaliste ce n'est pas juste avoir un cousin qui connaît un joueur brésilien arrivant à l'aéroport pour signer à l'OM. De plus, le sport étant si populaire et ne s'arrêtant quasiment jamais, la population est souvent informée par les réseaux sociaux avant de l'être par le biais des journaux. »*<sup>58</sup>

Tout en restant économiquement viables, les médias doivent désormais davantage cibler leur public, professionnaliser leur contenu et proposer une variété de supports d'information adaptés aux habitudes personnelles. En pleine évolution, la presse devra explorer de nouvelles méthodes de transmission d'informations pour répondre aux demandes davantage diversifiées de la part du grand public, tout en triant le vrai du faux.

---

<sup>56</sup> Entretien avec Laurent Favre (Le Temps) du 2 octobre 2020.

<sup>57</sup> Entretien avec Christophe Spahr (Le Nouvelliste) du 6 octobre 2020.

<sup>58</sup> Entretien avec Laurent Favre (Le Temps) du 2 octobre 2020.

### 3.3. L'accès à l'information et au terrain de plus en plus limité : un rapport athlète-journaliste impacté

L'émergence des médias audiovisuels et du divertissement sportif a progressivement perturbé l'un des aspects principaux du métier : les rapports entre l'athlète et le journaliste. En effet, l'augmentation des enjeux économiques liés au sport, couplée à celle du nombre de journalistes et de médias impliqués dans le sport, a progressivement affecté la relation entre journalistes et athlètes. Ainsi, la professionnalisation des clubs et celle des sportifs ont conduit à l'émergence de services de communication, souvent appelés responsables des relations presse (RP). Michel Platini dans les années 80 a été l'une des premières personnes à vouloir maîtriser son image et sa promotion médiatique en travaillant avec des professionnels de la communication.<sup>59</sup>

Dès lors, le travail du journaliste de sport est totalement remis en question. Tenu éloigné des vestiaires et des coulisses, ce dernier ne peut remplir pleinement son rôle auprès du lecteur ou de l'auditeur, qui s'intéresse souvent à ce qu'il ne peut pas voir sur son écran ou son journal, autrement dit à la narration du « backstage ».

Cela conduit à une perte de confiance entre le journaliste et ceux qui constituaient jadis ses principales sources d'information selon Jacques Marchand, journaliste sportif et historien du sport : *« La relation de confiance et même d'amitié qui s'établissait assez naturellement par le passé entre sportif et journaliste est beaucoup plus compliquée aujourd'hui, parce que des intermédiaires professionnels de la publicité, du marketing, de la communication et même de la sécurité s'interposent entre les journalistes et les athlètes. Tout est fait, surtout dans le monde du football professionnel, secteur le plus médiatisé, pour entretenir un climat de méfiance et faire barrage entre le journaliste et l'interlocuteur privilégié qu'il recherche, le champion lui-même. Avant, jusque dans les années 70, le sport c'était quatre personnes : le dirigeant, l'entraîneur, l'athlète, le journaliste. On était tous les quatre ensemble. Maintenant c'est totalement différent ».*<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « *Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ?* »

<sup>60</sup> Jacques Marchand, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 164-172.

Pour résumer les difficultés rencontrées par les journalistes sportifs aujourd'hui, on peut distinguer trois aspects. Tout d'abord, l'accès aux informations sportives et communications, de plus en plus soumises à des restrictions. Ajoutons à cela la concurrence des réseaux sociaux, lesquels constituent désormais une forme de communication que les sportifs professionnels apprécient et avec laquelle ils établissent un contact direct avec leurs fans. Couplé aux difficultés budgétaires de certains médias sportifs, qui limitent les possibilités de reportages « sur place », cet ensemble de contraintes amène le public à remettre en cause la position des journalistes sportifs et douter de leur véritable rôle.

### 3.4. Quelles évolutions et perspectives face à ces nombreux défis ?

Pour survivre, le journaliste sportif devra donc certainement se réaffirmer, mais aussi probablement se réinventer. Fort de ses qualités professionnelles et d'une polyvalence bien supérieure à celle de ses aînés, ce dernier a peut-être un début de réponse en termes d'approche médiatique et d'exercice de son métier.

Selon Christian Despont, l'objectif est désormais de réussir à intéresser la population à tout types de sujets et ce qu'importe les différentes préférences des gens : *« A l'heure actuelle, il y a plusieurs dimensions qui rentrent en compte lorsque l'on parle de journalisme. Ce n'est plus seulement transmettre une information brute au grand public, l'objectif étant désormais de transformer cette abondance d'informations en valeur ajoutée. Faire en sorte de concerner et intégrer davantage la population globale aux événements de l'actualité. »*<sup>61</sup>

Concrètement, ces démarches consistent à offrir au consommateur une grande quantité de témoignages audio et vidéo afin de renforcer l'effet immersif au-delà du simple côté factuel. En ce sens les réseaux sociaux, véritables mines d'informations, ont de nombreux atouts, de par la diversification et l'accessibilité des contenus qui y circulent, mais également grâce aux nombreux modes de diffusion numérique possibles pour ces derniers (vidéo, podcast, etc.).

Alors que traditionnellement, le journalisme a plutôt été organisé par spécialisation avec un lectorat propre par rubrique, aujourd'hui, au-delà d'informer mais surtout d'intéresser un maximum de personnes en rendant les contenus accessibles et compréhensibles à large échelle,

---

<sup>61</sup> Entretien avec Christian Despont (Tamedia et Watson) du 29 octobre 2020

l'enjeu est de s'adapter aux besoins de la nouvelle génération. Il devient alors primordial de rendre l'information disponible sur un maximum de plateformes possibles, mais surtout les plus adéquates au sujet. Il s'agit, pour se faire, d'observer les habitudes des consommateurs et de proposer l'information sous la forme la plus propice possible. Par exemple, une vidéo peut parfois être avantageuse par rapport à un article suivant le lectorat à qui l'information s'adresse, car elle apportera la même information mais de manière plus ludique.

### **De nombreuses innovations possibles**

Pour procéder à ce renouvellement et répondre aux besoins évolutifs des consommateurs, un large panel de méthodes, en constant développement et permettant une transmission optimale de l'information, est employé :

*« Les innovations touchent tout le processus d'information, du choix du sujet à la réception. Des dispositifs de signalement et de veille sont mis place. D'autres outils en ligne sont mobilisés pour recueillir des témoignages, des propositions de sujet, etc. Des entreprises investissent dans la transmission automatisée des informations. Réalité augmentée, algorithmes de fact-checking automatique, applications mobiles et logiciels de storytelling offrant des univers immersifs et interactifs, etc. sont des exemples des innovations qui semblent mettre la technologie au service du contenu éditorial et améliorent l'expérience lecteur/utilisateur. Terminaux d'internet des objets, intelligence artificielle, robotisation de l'information journalistique, etc., sont encore des perspectives d'évolution possible dans le secteur ».*<sup>62</sup>

Ainsi à travers une nouvelle approche du traitement de l'information généraliste ou sportive et le souhait de mettre le public au cœur de l'évènement, le journaliste de sport dispose de pistes nouvelles indispensables à son renouvellement. Des évolutions qui doivent lui permettre de se démarquer du consultant sportif, de plus en plus envahissant, et du journaliste citoyen, qui avec l'essor de la communication en réseau dispute au journaliste professionnel le monopole de l'information. Et qui, enfin, donneront peut-être sens aux objectifs affichés par la charte rédactionnelle du journal *L'Équipe*, publiée dans les années 2000 : « Décrypter et donner du sens à l'actualité sportive, du simple jeu aux enjeux les plus complexes, au nom de notre

---

<sup>62</sup> <https://calenda.org/820481>

*expertise et de notre spécificité journalistique et en toute indépendance vis-à-vis des pouvoirs, qu'ils soient politiques, économiques ou sportifs. »*<sup>63</sup>

---

## 4. Conclusion

Confronté à de nouvelles contraintes, le journaliste de sport n'effectue probablement plus le même métier que ces prédécesseurs. Et devant les nombreux défis auxquels il doit faire face, ce journaliste « pas tout à fait comme les autres » doit probablement réaffirmer ses qualités professionnelles pour conserver une légitimité qu'il a eu tant de mal à obtenir. Dans les premières pages de ce mémoire, il a notamment été question de cette notion de sous-domaine attribuée au journalisme sportif en comparaison avec le journalisme dit « classique ». Souvent perçu comme amateur de sport plutôt que véritable professionnel, le journaliste sportif a, par le passé, régulièrement dû faire face à de nombreuses critiques. Cette tendance est toujours d'actualité, et il faut, pour le journaliste sportif, parvenir à enthousiasmer son public tout en restant lucide et professionnel.

Malgré un rôle parfois défini comme secondaire au sein de la société, l'importance du sport dans les médias n'a pas tardé à devenir incontestable. Rapidement, les journaux ont constaté un fort intérêt économique à évoquer l'actualité sportive plus régulièrement dans leurs colonnes et le phénomène s'est accru de manière exponentielle avec la financiarisation du monde sportif.

Apprécié pour les nombreuses émotions fortes qu'il procure, son suspense insoutenable et les grandes valeurs sociales et mentales qu'il véhicule, le sport ne laisse que très rarement indifférent. Il suffit de s'y intéresser quelques minutes pour voir à quel point les sportifs comme les commentateurs sont généralement « pris aux tripes » lorsqu'ils en parlent. De ce fait, la télévision s'est rapidement révélée être un atout majeur afin de transmettre un maximum d'émotions aux passionnés de sport. Permettant de vivre l'évènement grâce à ses caractéristiques très immersives pour le spectateur, la télévision s'impose aujourd'hui comme une évidence lorsqu'il s'agit de sport. Les audiences répertoriées sont en constante

---

<sup>63</sup> Jean-François Diana, « De la difficulté d'être journaliste de sport », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013, p. 34-46.

augmentation et ces chiffres sont encore plus élevés lors d'années comprenant de grands événements sportifs (Coupe du Monde, Euro, J.O.), le football étant la manne financière la plus conséquente.

Autorisé à une liberté d'opinion plus importante, le reporter sportif se permet parfois de prendre position et d'affirmer sans être vraiment objectif. Ce manque de « retenue » lui a par le passé été préjudiciable et selon les avis recueillis, cela expliquerait pourquoi le rôle du journaliste sportif est parfois sous-estimé par rapport à celui d'un journaliste traditionnel. Comme le déclarait Christian Despont : « *Il est difficile d'être 100 % objectif en journalisme sportif* » et il arrive parfois que ce manque d'objectivité soit mal vu et desserve la crédibilité du journaliste sportif.

Cette question d'objectivité est intéressante, car de nombreuses opinions divergent : D'une part, il apparaît nécessaire de garder une distance avec l'évènement pour rester professionnel, mais d'autre part, pour faire vibrer son auditoire, il est important d'y mettre du cœur, donc de la passion, qui elle conduit parfois à quelques envolées émotionnelles. Comme le soulignait François Rossier : « *Il est impossible de faire du bon journalisme sportif sans être passionné* ».

Cette citation de Jaques Marchand, qui a beaucoup défendu les valeurs du journalisme sportif, résume bien cette intrigante ambiguïté attribuée au journaliste sportif :

*« Le journaliste sportif est un professionnel d'un type 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. »*<sup>64</sup>

Conçue et élaborée par des hommes, la discipline tend à évoluer en faveur d'une intégration des femmes au sein de la profession. De grands progrès ont en effet été réalisés en ce sens afin de permettre aux femmes d'accéder aux rédactions sportives. Il y a toutefois toujours une grande majorité d'hommes journalistes sportifs qui prédomine et les femmes restent encore bien mieux représentées en journalisme traditionnel en comparaison avec le domaine sportif.

---

<sup>64</sup> Gérard Derèze et Jean-François Diana, « Journalismes sportifs – Méthodes d'analyse des productions médiatiques », De Boeck Supérieur (2015).

Enfin, en raison de la numérisation des informations combinée à l'importance grandissante des réseaux sociaux, un défi se pose au journaliste : rester crédible. Pour ce faire, au cœur d'une quantité d'informations très conséquente, le journaliste doit effectuer un énorme tri et « permettre » au lecteur d'avoir accès à une information de qualité répondant à ses attentes.

De plus, l'accès désormais immédiat à l'information a grandement modifié les habitudes des consommateurs. En effet, ces derniers, ayant désormais accès à une quantité d'information illimitée en un clic grâce à internet et aux réseaux sociaux, sont de moins en moins enclins à payer pour de l'information. En conséquence, la presse écrite, fondement du journalisme, se retrouve grandement fragilisée et forcée de se réinventer pour survivre et se refaire une place digne de ce nom dans le paysage médiatique actuel.

Suite à la multiplication des acteurs et des médias audiovisuels autour du sport, le journaliste sportif se retrouve désormais confronté à l'impitoyable gouvernance des enjeux économiques limitant son accès et sa proximité avec les athlètes. Pour prospérer, il lui faudra amener une plus-value à l'information sportive en allant au-delà de l'information brute afin de « *plaire à des gens qui ne s'intéressent pas au sport, mais qui ont envie de lire une belle histoire.* »<sup>65</sup>

En conclusion, pour disposer des meilleures conditions économiques et impérativement conserver ses valeurs éthiques à l'avenir, la presse dans son ensemble devra trouver un équilibre entre : intéresser un lectorat le plus vaste possible et proposer un contenu unique et diversifié.

## **Bilan Personnel**

La rédaction de ce mémoire a été bénéfique pour moi en plusieurs points. Premièrement, grâce aux entretiens réalisés avec les chefs des rubriques sportives de différents journaux, j'ai pu mieux me rendre compte de la situation à la fois complexe et passionnante dans laquelle le journalisme se trouve actuellement. Forcé de se réinventer sans cesse, ce métier offre un nombre de possibilités d'innovations illimité. Ce vent nouveau qui souffle en permanence sur la discipline me motive et suscite en moi une grande excitation : découvrir le monde sous toutes ses formes, pouvoir être en contact avec une société dont les habitudes évoluent continuellement, façonner ma propre plume et mes positions journalistiques, me forger un avis

---

<sup>65</sup> Entretien avec Christian Despont (Tamedia et Watson) du 29 octobre 2020

sur une multitude de thématiques que je serai amené à traiter grâce à mon métier et par ce biais étoffer toujours davantage ma culture générale.

## 5. Bibliographie

### Interviews :

- Entretien Massimo Lorenzi (RTS) du 10 novembre 2020
- Entretien Laurent Favre (Le Temps) du 2 octobre 2020
- Entretien Arnaud David (La Côte) du 30 septembre 2020
- Entretien François Rossier (La Liberté) du 19 octobre 2020
- Entretien Christian Despont (Tamedia et Watson) 29 octobre 2020
- Entretien Christophe Spahr (Le Nouvelliste) du 6 octobre 2020

### Livres :

- Dominique Marchetti, 2002, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », Réseaux n°111
- Normand Bourgeois, 1989, « Le Journalisme sportif, un discours et son enjeu », Communication. Information Médias Théories, volume 10 n°1
- Gérard Derèze et Jean-François Diana, « Journalisme sportif – Méthodes d'analyse des productions médiatiques », De Boeck Supérieur (2015).
- Dominique Marchetti, Bertrand Dargelos, 2000, « Les professionnels de l'information sportive : entre exigences professionnelles et contraintes économiques », Regards sociologiques, n°20
- Jacques Marchand, « Journalisme de sport : conception (ou exception) française », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002
- Raymond Mannevy, Histoire de la presse, 1919-1935, Paris, Éditions Correa, 1945
- Karim Souanef, *Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée*, Presses universitaires de Rennes, coll. « Res Publica », 2019
- Olivier Standaert, Gérard Derèze, « Les représentations du journalisme sportif au croisement des parcours étudiants et professionnels », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013
- Christian Dorvillé, « Éthique sportive, éthique journalistique : une mise en question », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002

- Dominique Marchetti, « Les transformations de la production de l'information sportive : le cas du sport spectacle », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002
  - Fabienne Broucayet, « Le sport féminin. Le sport, dernier bastion du sexisme ? », Michalon (2012).
  - Extrait du livre d'Éric Maitrot, ancien journaliste à L'Équipe, « *Les scandales du sport contaminé : enquête sur les coulisses du dopage* » écrit en 2003.
- Jean-François Diana, « De la difficulté d'être journaliste de sport », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013

### Sources Internet :

- Mémoire de Sylvain Falcoz école de journalisme de Nice 2018 « *Le journaliste sportif est-il un journaliste comme les autres ?* »  
<https://www.ecoledujournalisme.com/wp-content/uploads/2019/12/M%C3%89MOIRE-DE-RECHERCHE-Sylvain-Falcoz-SP-2018-copie.pdf>
- CSA.fr
- Adrien Lelièvre, « L'explosion du sport à la télévision en cinq graphiques », paru dans Les Échos le 05/07/2017. [https://www.lesechos.fr/05/07/2017/lesechos.fr/030427211905\\_1-explosion-du-sport-a-la-television-en-cinq-graphiques.htm](https://www.lesechos.fr/05/07/2017/lesechos.fr/030427211905_1-explosion-du-sport-a-la-television-en-cinq-graphiques.htm)
- <https://www.rts.ch/info/suisse/10283008-de-belles-audiences-pour-toutes-les-plateformes-de-la-rtv-en-2018.html>
- Sport Suisse 2014, Études de marché et d'audience SSR 2016/2017  
[https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/publikationen/factsheets/Factsheet\\_Sport\\_FR.pdf](https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/publikationen/factsheets/Factsheet_Sport_FR.pdf)
- <https://fr.ejo.ch/formats-pratiques/existe-t-il-une-ecriture-feminine-dans-le-journalisme-sportif>
- <https://www.lenouvelliste.ch/dossiers/fc-sion/articles/christian-constantin-decrete-le-boycott-du-nouvelliste-pour-la-saison-2018-2019-772184>
- <https://www.lenouvelliste.ch/articles/sports/football/boycott-du-nouvelliste-christian-constantin-repond-aux-redacteurs-en-chef-857402>
- <https://www.lenouvelliste.ch/dossiers/fc-sion/articles/nouvelliste-le-boycott-du-fc-sion-est-maintenu-979829>
- <https://www.20min.ch/fr/story/trois-millions-de-lecteurs-seduits-par-20-minutes-149145906194>
- <https://www.lenouvelliste.ch/articles/suisse/suisse-les-12-19-ans-consomment-l-information-essentiellement-sur-le-web-833406>
- [https://sport.gentside.com/sport/droits-tv-le-top-10-des-competitions-sportives-qui-generent-le-plus-d-argent\\_art65474.html](https://sport.gentside.com/sport/droits-tv-le-top-10-des-competitions-sportives-qui-generent-le-plus-d-argent_art65474.html)

- <https://www.sportbuzzbusiness.fr/droits-tv-des-contrats-a-plus-de-100-milliards-de-dollars-pour-la-nfl-dans-les-annees-a-venir.html>
- <https://www.letemps.ch/sciences/hommes-femmes-egaux-aux-jo>
- <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Sportifs-journalistes-font-ils-bon-menage-2019-12-04-1201064483>
- <https://www.lematin.ch/story/un-journaliste-de-la-rtts-menace-par-les-fans-de-porto-907293763401>