

LE PETIT ECRAN DES DIEUX DU STADE

Noël Nel¹

En juillet 1948, la télévision française diffuse aux quelques privilégiés de la banlieue parisienne qui possèdent un poste sa première arrivée du Tour de France. En mai 1952, elle inaugure la première finale de la coupe de France de football, et le 6 juin 1954, elle voit naître l'Eurovision. Plus près de nous, aux Jeux olympiques de Rome de 1960, on dénombre 400 millions de téléspectateurs et, à ceux de Barcelone de 1992, on passe à plusieurs milliards. Ces quelques chiffres et dates parlent d'eux-mêmes et, avec I. Ramonet, il nous faut donc commencer par ce constat: "L'association télévision-sport conjugue les deux principaux phénomènes de masse de notre société. Cela, en soi, constitue l'un des faits politiques majeurs de notre temps"².

La retransmission des événements sportifs et des passions qui les portent s'inscrit assurément dans un contexte –médiatique, économique, social et politique– qui la surdétermine toujours et lui donne son sens. C'est pourquoi il faut d'abord en proposer un mode de compréhension qui puisse produire le *cadre général* de l'opération considérée.

¹ Professeur des sciences de l'information-communication à l'Université de Metz, Directeur du Centre de Recherches et d'Études sur les Médias (CREM).

² I. RAMONET, "Conclusion du colloque de Valence", in *Sport et télévision*, Colloque de Valence, coll. 25 images/seconde, Valence, 1992, p. 149.

1. Le sport: marchandise, vision de monde et cérémonie

Une émission sportive est un événement médiatique au carrefour d'autres logiques que la seule *logique télévisuelle*: une *logique économique*, qui concerne les deux institutions que sont le marché sportif et le marché télévisuel tourné vers l'industrie culturelle, et une *logique politique*, qui affecte les pratiques et valeurs de la vie en communauté, au premier rang desquelles les réalités sportives. Alors que le sport est soumis à l'incertitude, l'économie est au contraire avide de certitudes, la télévision actuelle obsédée par la maîtrise de tout public aléatoire, et la société perplexe devant le sens du message sportif. C'est dire la dimension conflictuelle et l'*ambiguïté* inhérentes au cadre général qui cerne la médiatisation télévisuelle du sport.

Une logique économique de la promotion marchande

C'est la première certitude. Si l'on accepte de voir dans le sport la poursuite de quatre fonctions au moins¹:

- une fonction d'intégration sociale qui, via les règlements et l'éthique, relève des fédérations sportives et, en dernier ressort, de l'État;
- une fonction d'éducation, assumée par l'école et les clubs;
- une fonction ludique, inscrite dans la sphère des loisirs et du temps libre, dont s'occupent les associations;
- une fonction marchande de production de spectacles;

on ne peut que souligner la contradiction qui sévit entre elles. Les deux premières sont, en effet, attachées à la notion de service public, et les deux dernières à l'idéologie libérale ou capitaliste, qui exerce à présent son hégémonie.

Ainsi se déploie un phénomène de marchandisation, qui affecte l'institution sportive et l'institution télévisuelle, lesquelles ne cessent de s'épauler.

La marchandisation du sport opère à la croisée de plusieurs marchés: annonceurs, commerçants d'articles sportifs, joueurs. Son

¹ B. GERBIER, "Vers la fin du modèle coubertinien?", in *Sport et télévision, op. cit.*, p. 71-78.

moteur: les sponsors. Son catalyseur: la télévision¹. Certes, les relations entre économie et sport sont anciennes, remontent au moins à la fin du XVIII^e siècle, à l'émergence du capitalisme industriel, avec l'instrumentation de certaines pratiques et la professionnalisation d'autres (boxe, canne...). Mais, plus récemment, avec les Jeux olympiques de Rome et de Tokyo, ont été lancées des entreprises de spectacles sportifs; ont surgi des groupes financiers sponsors du marché, et la publicité, qui représente parfois 70 à 80 % des recettes de certains clubs.

La marchandisation de la télévision a le visage de ce que l'on nomme parfois un "complexe sportif-audiovisuel d'État"², "l'association entre les fédérations sportives, les groupements sportifs et les différentes chaînes", "un monopole hégémonique de contrôle technologique des images sportives". Ce phénomène qui remonte aux années 50 en France relève de la nécessité pour les médias – journaux, radio puis télévision – de développer leur propre marché et, aujourd'hui, de découvrir des "gisements d'audience" par le truchement des retransmissions sportives. Il s'inscrit dans l'émergence d'industries culturelles.

La conjonction des deux logiques – sportive et médiatique – dans la même finalité économique ne va pas sans dysfonctionnements. Si la télévision est le diffuseur du spectacle sportif, qui en est le véritable producteur? Quel est le statut de ce spectacle: information ou divertissement? Enfin, il est patent que la télévision provoque un *effet de loupe*. Elle sur-représente certains sports: football, patinage artistique, tennis, automobile, cyclisme, voile, une dizaine de spécialités qui cumulent 90 à 95 % du temps d'antenne. Dans le même temps, elle occulte les sports qui n'ont pas d'argent et ne sont pas encore spectaculaires: tennis de table (du moins en ce qui concerne la France), handball, jeux de boules, judo, sports féminins, à l'exclusion de gymnastique, patinage ou tennis.

Bref, dans les milieux sportifs et télévisuels, se développe le même processus d'industrialisation, dans le cadre de stratégies globales d'entreprise qui privilégient le spectacle en général, et un nombre restreint de sports en particulier, dont certains ne sont parfois guère pratiqués (Formule 1). Prénance de la logique économique!

¹ J.-M. SALAÜN, *Sport et télévision*, Dossiers audiovisuels n° 18, Paris, La Documentation française, mars-avril 1988.

² J.-M. BROHM, "Une question éminemment politique", in *Sport et télévision*, *op. cit.*, p. 39.

Une idéologie un peu trouble

Sur le plan idéologique, le référent explicite mobilisé le plus souvent est la perspective humaniste de Pierre de Coubertin, "l'esprit de l'olympisme": le sport comme moyen de formation du citoyen; une théorie du sujet où se mêlent harmonieusement corps, esprit et passion, personnalité et responsabilité; un humanisme, une éthique, un art de vivre hérités du solidarisme anglais. En ce sens, et comme le pense Ehrenberg¹, le sport exalte par le mérite, la performance et la compétition, *l'idéal démocratique*. Sur un plan plus collectif, il donne à voir le partage des tâches, la planification, le règne de la solidarité, bref les valeurs générales de la société industrielle, en même temps que des caractéristiques nationales assez sympathiques. Ainsi, au football: le jeu à la brésilienne comme art de l'esquive; le jeu suisse des années 30, comme verrouillage implacable; le jeu italien de la "squadra azzura", comme mélange de "cattenacio" (cadenas) et art du contrepied.

Ce tableau quelque peu idyllique cache la présence d'une idéologie profonde, fort vivace, sorte de régime nocturne de l'imaginaire sportif actuel.

De nombreux sports n'ont pas effacé leur origine aristocratique ou guerrière. Le Moyen Age survit encore dans la notion de champion qui "entre en lice pour en représenter d'autres", au sens théâtral et symbolique du terme. Substitut de la religion², le sport favorise certainement les investissements mythiques, les projections imaginaires, les fanatismes patriotiques. De fait, il entretient chez certains une matrice idéologique, dans laquelle on a pu reconnaître trois invariants³:

- une lutte destructrice et mortifère, la guerre portée parfois par une idéologie de la race supérieure et de la ségrégation;
- la taxinomie du classement, une anthropométrie et une méritocratie, un idéal de la mise en ordre;
- le culte de l'extrême, le mythe du surhomme, une anthroposophie et une cosmogonie de type totalitaire.

Guerre ritualisée, le sport peut effectivement convenir aux sociétés démocratiques comme aux expériences totalitaires. L'exhibition

¹ A. EHRENBURG, *Le culte de la performance*, Paris, Calmann-Lévy, 1991.

² M. AUGÉ, "Football, de l'histoire sociale à l'anthropologie religieuse", *Le Débat*, n° 19, févr. 1982.

³ J.-M. BROHM, *op. cit.*, p. 93-94.

des emblèmes nationaux, le goût des mises en scène protocolaires calquées sur les cérémonies militaires, la profusion de métaphores guerrières dans les propos, la fascination de la stratégie, l'assimilation du sportif à la nation et à ses vertus en font un "amplificateur des passions nationales"¹ dont l'histoire a montré qu'il fut prisé par les fascismes et totalitarismes de tous horizons. En eux notamment fut cultivé le modèle du héros authentique et pur, glorieux dans son corps et sa tête et dépassant les limites. Idéal et aura, version démocratique ou totalitaire, le sport courtise partout le culte de l'entraînement mental, de la force d'un caractère d'acier, de l'auto-conditionnement par concentration parfaite, de la victoire dans la tête, du défi lancé à soi-même, surtout dans les cas d'accidents graves dont on ne peut sortir qu'à force de volonté folle, de désir de retrouver "ses sensations et ses repères": bref, d'être à 100 % et au sommet!

Un exemple parmi cent: sur le plateau de *L'Esprit du sport*², le célèbre alpiniste Maurice Herzog lâche que la mort est "une camarade de cordée", ce qui pousse Jean d'Ormesson à déclarer aussitôt: "Nous sommes dans la légende. Et peut-être que nous sommes dans la mystique (...). Maurice Herzog est un héros. Je suis persuadé qu'il est une espèce de saint. Je crois qu'il est un aventurier, peut-être même un voyou et un saint".

On voit ainsi que le sport est un fait social total, extrêmement labile, ouvert à toutes les manipulations idéologiques, à tous les transferts de significations. En tant que pratique ludique et festive, il est détournement et sublimation du guerrier et du sacrificiel dans l'héroïque. Il est tout entier dans l'ordre symbolique de la représentation.

Une médiatisation de la célébration

La médiatisation télévisuelle d'une activité idéologiquement ambiguë nécessiterait, à n'en pas douter, la distanciation réflexive. Or, les émissions de réflexion critique sur les dispositifs télévisuels sont quasi inexistantes, la télévision en quête de légitimité culturelle étant davantage tournée vers l'autocélébration. De plus, le journaliste sportif est un médiateur à la recherche d'une reconnaissance professionnelle.

¹ I. RAMONET, *op. cit.*, p. 30

² Émission de la Cinquième, décembre 1995.

S'il existe un certain nombre de noms devenus célèbres –Drucker, Holtz, Denisot, Chapatte, Couderc...– il n'en reste pas moins vrai que la catégorie qu'ils représentent n'a pas conquis vraiment ses lettres de noblesse, et les duos célèbres –Rolland-Larqué, Salviac-Albaladejo– traitent leur discipline sportive en experts de la technique plutôt qu'en analystes d'un phénomène complexe, aux implications économiques, sociales, politiques. Quand ils ne tombent pas dans la promotion publicitaire d'un quelconque *Variétés-Club*, c'est-à-dire d'une entreprise de spectacle para-sportive!¹

Vénération et communion sont donc les objectifs déclarés de toute émission télévisuelle consacrée au sport et à jamais intitulable Sport-passion. Primauté de la fonction émotive!

On a déjà relevé que “le sport épouse la télévision comme le contenu le contenant et vice-versa”² et que la programmation des émissions sportives s'adapte parfaitement au flot, en termes de calendrier réglé, d'actualité en direct, de continuité événementielle, de facilité de repérage et de filmage, de sérialité et narrativité perpétuelles, de fort potentiel spectaculaire, enfin. En somme, le sport se coule dans le flux, s'adapte à la grille, s'expose à la caméra, se revivifie dans le direct, se trame dans le récit et explose dans le spectacle.

Cette *homologie profonde des dispositifs* sportifs et télévisuels conduit tout naturellement à la production d'archives qui attisent la *fonction mémorielle*. C'est le cas, par exemple, de *L'Esprit du sport* (31-12-1995): plateau de vedettes (sportifs, entraîneurs, journalistes, artistes, hommes politiques, écrivains), archives d'exploits, commentaires lyriques, une anthologie à jamais inachevée de la grande légende du sport!

On pourrait aisément en inférer que la mise en petit écran de ladite légende a depuis longtemps trouvé sa forme définitive et ses invariants. Or, il n'en est rien. Inscrite dans le *régime scopique de la présentation* télévisuelle³, la médiatisation des scènes et passions

¹ Le *Variétés-Club* est une équipe de football composée par Thierry Rolland uniquement à partir de célébrités du monde sportif, des médias et du spectacle. Il est évoqué à l'occasion de chaque retransmission commentée par Th. Rolland.

² J.-M. SALAÜN, *op. cit.*

³ N. NEL, “Les régimes scopiques”, *Champs visuels*, à paraître en 1996. Le régime scopique est le régime de vision imposé par le dispositif d'un mode de représentation (peinture, photo, cinéma, télévision) aux trois niveaux de l'intelligibilité, de la perception et de l'affectivité. Il se compose à la fois de certains invariants et de stratégies de variation dans le temps. La compétence

sportives a connu une évolution telle qu'il est certainement possible de parler de la production d'une nouvelle *compétence scopique*. Il faut donc considérer, d'une part que la mise en marchandise du sport, comme mise en valeur économique, ludique et festive, la mise en vision de monde, comme mise en sens et en fantasme, la mise en présentation-représentation, comme mise en régime scopique, s'accomplissent dans une grande synergie; d'autre part, que la dernière fonctionne comme le catalyseur, dynamiseur, opérateur fondamental des deux premières.

2. Le régime scopique du sport sur petit écran

Ceux qui préfèrent regarder la retransmission d'un sport à la télévision plutôt que se trouver dans une salle ou sur un parcours considèrent sans doute que la première situation apporte, outre les qualités de confort et de commodité, un certain nombre d'avantages qui se résument à :

- l'existence d'une présentation de l'événement dans la représentation;
- la manifestation d'une spécificité de la représentation;
- la production d'un fort contrat de croyance.

Une implication spectatorielle permanente

Structurée sur le mode du panoptique inversé¹, la télévision est un dispositif de diffusion permanente qui, dans le cas des grands événements sportifs, conjugue :

- la retransmission d'un fait de l'ordre du *réel* et de *l'actuel*;
- la production *directe* d'un temps *intensif*;
- la présentation, non pas en studio, mais *au cœur de l'événement*, en le surdéterminant ainsi par une énonciation confiée à des commentateurs experts;

scopique est l'aptitude du spectateur, la capacité de comprendre les modes de production d'effets inhérents à un régime scopique.

¹ Le panoptique est, comme l'explique Michel Foucault dans *Surveiller et punir*, un dispositif carcéral où le centre surveille les sites de la périphérie. La télévision propose l'inverse: des alvéoles périphériques –les foyers des téléspectateurs– tournés vers le centre émetteur ou le poste. A ce titre, elle est un panoptique inversé.

- la construction audiovisuelle de la scène sportive selon un désir d'*ubiquité* et d'*exhaustivité*;
- l'insertion de l'ensemble des opérations dans une dimension internationale (Eurovision et Mondiovision) d'*espace public*.

Le direct, comme effet d'instantanéité, simultanété, intensivité; la présentation in situ et la virtualisation d'un espace ouvert d'observateurs potentiels donnent de bout en bout à la retransmission sa dimension *phatique* et *implicative*.

En retour, le dispositif télévisuel a des effets sur la scène sportive réelle. Il peut s'agir d'une forme d'exhibitionnisme des sportifs: en cyclisme, par exemple, les derniers kilomètres d'étape, parce qu'ils sont retransmis, propulsent maints coureurs en tête de course, où ils peuvent exhiber leur vélocité et leur marque publicitaire. Il peut aussi s'agir d'une progressive modification du jeu, de ses conditions réglementaires et horaires: introduction du "tie break" au tennis, comme moyen de mieux adapter le match au média; tentative de division du football en trois tiers-temps qui permettrait d'insérer de la publicité; programmation, à midi, des matches de la Coupe du monde de Mexico pour épouser les horaires de la télévision américaine.

Un régime de visibilité élargie¹

En l'espace de cinquante ans, la télévision française est passée, dans le domaine sportif, d'un régime de visibilité *restreinte* à un régime de visibilité *élargie* où pulsion scopique d'abord, compétence scopique et émotion esthétique ensuite, ont pu trouver les scènes et les spectacles susceptibles de les alimenter. Cette évolution ne s'explique pas simplement en termes de possibilités et découvertes techniques. En définissant son champ du visible, chaque époque construit, dans le même geste, les secteurs de l'invisible et de l'occulté que son axiologie et sa doxa vont entretenir.

Sur le terrain, une confrontation sportive est toujours un duel travaillé par la tension du compte à rebours et le suspens de l'aléatoire. Spatialement, les dispositions territoriales mobilisées pour les disciplines de salle ou de stade reposent sur la fermeture de l'ensemble, la diamétralité et la concentricité: jeux de terrain, jeux de balle, patinage,

¹ Le régime de visibilité est défini dans N. NEL, *A fleurets mouchetés*, Paris, INA-La Documentation française, 1988 et *Le débat télévisé*, Paris, A. Colin, 1990.

boxe, catch, judo, etc. Pour les disciplines de parcours, elles signifient ouverture, axialité et linéarité: courses à pied et à vélo, ski, etc. Et certains sports semblent, pour le spectateur rivé à sa place, hésiter entre les deux catégories et être, d'un certain point de vue, des sports de parcours dans un espace circonscrit.

Tout en cherchant à se couler le plus possible dans les configurations imposées par le terrain et le règlement sportif, la télévision retient deux dispositifs de retransmission :

- celui de la prise ou du piège, où il s'agit en fait d'aller “à la pêche aux images” dans un espace circonscrit par un cadre fixe et un temps compté;
- celui de la poursuite, où “la chasse aux images” suppose le déplacement, le filage en quelque sorte¹.

Le football est exemplaire du premier dispositif, le cyclisme (dans l'épreuve du tour de France) l'est du second. Tous deux témoignent également du travail de la pulsion scopique à l'œuvre dans le sport sur petit écran, de la monstration –capture ou filage–, de la gestion du visible-invisible, de l'occulté et du révélé, de la mise en tension du regard.

La monstration du football est un travail de la pulsion scopique par conquête progressive d'un *panoptisme interne*: cerner le champ sportif limité à l'espace topique du jeu et à l'espace pérítópique des alentours. Ce panoptisme restreint est installé dans le *panoptisme global* (et inversé) du média, lequel n'a cessé de s'ouvrir en s'internationalisant. Sur le plan métaphorique, c'est l'élargissement progressif de l'iris. Sur le plan perceptif et cognitif, c'est, sur le petit écran de télévision, la reconfiguration du champ du visible par élargissement du regard, découverte de lieux contigus à celui de l'action en cours, enchâssement de micro-espaces contigus au champ sportif ou extérieurs à lui .

Dans le régime primitif de monstration du football –avant 1985, à peu près– trois caméras ont longtemps suffi pour la retransmission du match. Le régime de visibilité s'est alors caractérisé par la *limitation drastique du visible*:

“Cette obstination à ne s'intéresser qu'au port du ballon au détriment de tout le reste *manipule évidemment la vision du jeu* que peut avoir le téléspectateur (..), elle favorise l'action individuelle par

¹ Ce point est bien établi par M. NICOLAS, “De la télégenie du sport”, *Quaderni*, n° 4, printemps 1988, p. 89-93.

rapport à l'action collective (...), la télé favorise la maîtrise du geste technique au détriment de la vision du jeu. En fait, elle impose la trajectoire de la balle comme seule logique¹. Deux conséquences au moins ont pu en découler: la mise hors-champ de toute stratégie collective d'occupation du terrain comme le fameux jeu hollandais né en 1974, où "au signal de Krol, toute l'équipe hollandaise remonte le terrain à toute allure pour mettre hors-jeu les attaquants argentins, cette montée en ligne assez risquée et très spectaculaire ne (passant) absolument pas l'écran"; et la standardisation du jeu, le jeu télégénique et lent d'un Beckenbauer devenant le modèle majeur de jeu visible .

Dans ce régime primitif de monstration du football, dont l'un des réalisateurs importants est René Lucot, domine une certaine conception du hors-champ, tel qu'il a été repéré par Serge Daney: "la question du hors-champ est très intéressante au football parce qu'elle est multiple. Il y a un hors-champ interne au terrain et au jeu qui est le *hors-jeu*. Il y a un *hors-bord* qui est que le jeu est circonscrit à une surface et ne peut en sortir. Il y a un *hors-champ immédiat* que la caméra peut filmer mais qui n'est pas dans le jeu, c'est le public (...). Et il y a un *hors-champ social* qui commence avec la sortie du stade"². Et l'on peut affirmer qu'en privilégiant "une zone imaginaire entre la balle et le pied (...) et ceci au détriment absolu de tout le reste, c'est-à-dire de tout ce qui est stratégique, collectif, intelligible"³, le régime primitif structure ipso facto un hors-champ proliférant, et construit un visible quelque peu restreint. Les inserts y existent, certes: tout ce qui n'appartient pas à la trajectoire de la balle, au spectacle du pied proche de la balle et du but; les entraîneurs; les phases de repos en plans rapprochés; autant de maigres "effets de troisième sens"⁴ d'une caméra fort peu voyeuriste. Un visible euphémisé et un intelligible quelque peu compromis!

Le régime moderne est attaché surtout à Jean-Paul Jaud et Jérôme Revon sur Canal +, Gérard Van der Guht sur TF1. Pour les deux premiers, la monstration passe par une équipe de 60 techniciens, journalistes, commentateurs. L'objectif de J.-P. Jaud⁵ est de construire

¹ S. DANEY, "Le sport dans la télévision", *Cahiers du cinéma*, n° 292, sept. 1978, p. 40.

² *Ibidem*, p. 43 et 40.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*.

⁵ J.-P. JAUD, "L'art de filmer en direct", in *Sport et télévision*, *op. cit.*

un spectacle télévisuel apte à faire passer l'émotion. Le travail exige alors un repérage minutieux des lieux pour les caméras, les cars-régie, les branchements et autres matériels. Le tournage nécessite un dispositif de 13 à 16 caméras disposées selon l'axe médian transversal du terrain, selon l'axe longitudinal, derrière les cages des gardiens et dans les tribunes. Des points de vue privilégiés sont ainsi possibles, et l'on peut encore faire rapidement le résumé de la première période, suivre continûment un joueur, fournir des contre-champs, varier les angles. Quasi inexistant dans le régime primitif, le son direct y prend une énorme importance: 5 micros directionnels le long des lignes de touche, 2 micros derrière chaque gardien, le tout afin de capturer des sons directs, de peupler de leur présence la retransmission et de modifier en conséquence le commentaire. Le réalisateur en devient l'homme-vigie qui mélange les points de vue, configure ainsi la vision de monde, écrit de façon quasi filmique, recourt judicieusement au découpage sur le vif, par travelling, ralentis¹ et inserts interposés.

Le dispositif moderne de capture de l'événement sportif en espace clos s'adapte à merveille au sport à piéger et scruter intensément lorsque les composantes techniques de l'appareillage construisent une pluriponctualité attendue et acceptée par les téléspectateurs. Ainsi en va-t-il aussi au golf: 11 caméras, des grues et des praticables au trophée Lancôme, et 20 caméras sur le British Open! Ainsi en va-t-il au patinage: "Le patinage convient parfaitement au dispositif télévisuel: le patineur qui couvre la patinoire-écran réalise l'analogie avec l'électron qui balaye l'écran"². Par contre, quand le mouvement sportif se fait circonvolution ininterrompue, inachèvement, indétermination, comme dans le cas du hockey sur glace, on atteint alors les limites du dispositif de capture. Situation modèle: le billard, qui rapproche le sport télévisé du filmage du cinéma de fiction. Situation limite: le hockey sur glace, qui fait du sportif à l'écran une forme d'électron en folie!

Pour des raisons évidentes, on peut s'attendre à ce qu'il n'en aille pas tout à fait de même avec le second dispositif, celui du filage, en ce qui concerne l'opulence technologique.

¹ Jaud dispose de 6 ralentis: un pour le final, un pour les caméras au sol et une tournette, un pour les caméras en hauteur derrière les buts, un pour les caméras aux 18 m, un pour l'autre tournette, un pour les deux Paluches (minuscules caméras dans les filets).

² M. NICOLAS, *op. cit.*

Le Tour de France en est l'illustration exemplaire. Le grand récit médiatique par excellence. Un parcours démesuré, offrant aux "forçats de la route" (Albert Londres, 1923) des variations spatiales déclinées en "étapes faibles" de plaine et "étapes fortes" de montagne. La mise en série et en feuilleton. Un effet de condensation en quelques semaines, avec intensification de la dramaturgie. Un cadre borné, entièrement programmé, fait pour l'action et le renouvellement des performances ou exploits. Une épreuve où, comme le disait déjà Barthes, les essences se choquent selon toutes les figures possibles¹. Un rite de l'été, avec ses héros – Bobet, Coppi, Anquetil, Merckx, Hinault, Indurain – ses repères, ses fêtes commémoratives et ses symboles. Tous les ingrédients du spectacle total! Pour le filmer: 3 caméras sur la ligne d'arrivée, 1 caméra dans l'hélicoptère (depuis 1960), et 2 caméras sur moto (dès 1962). Un dispositif infiniment plus léger, hanté par la peur de manquer l'échappée décisive au moment précis où elle surgit, et testant dans la plongée verticale depuis l'hélicoptère les aléas de la surveillance trop distante qui ne perçoit parfois plus rien. La dialectique de "l'œil mobile" et inquisiteur et de "l'œil divin" mais aveugle! Une sorte de situation intermédiaire entre un régime primitif qui se serait emballé dans la fixation d'un micro-champ de jeu et un régime moderne qui se figerait dans la seule position du point suprême!

Il convient d'ajouter que la logique économique de la marchandise pousse à assurer la dimension spectaculaire et à rompre, dans certains sports ou certains rituels para-sportifs, avec l'esprit de l'olympisme. Ainsi, aux Jeux olympiques d'Albertville, 1 500 athlètes pour 42 000 officiels, situation de rêve pour les pays pauvres, il va sans dire!

Cette spectacularisation généralisée ne se résume pas au défilé de délégations officielles. Elle se présente encore comme une mise en cadre de la représentation, au sens d'*effet global de contextualisation*. De ce point de vue, l'insert voyeuriste permet de ménager la présence d'un "autre champ", inhérent au champ sportif: celui des officiels, des vedettes de la politique, du cinéma ou du show bizz, celui des "beautés" du tennis ou d'ailleurs. Le *hors-champ contigu* se peuple, se met en représentation, déploie ses stratégies de visibilité médiatique. Mais on cherchera aussi à investir le hors-champ sportif, à filmer

¹ R. BARTHES, "Le Tour de France comme épopée", in *Mythologies*, Paris, Éd. du Seuil, 1957, p. 118.

l'amont et l'aval, les coulisses et vestiaires de la rencontre... ce qui contraint, en retour, les sportifs à se former à la communication avec les médias. On va encore ouvrir dans le champ sportif une *double scène*: celle de l'écran géant présent sur les Champs Élysées, lors de la dernière étape du Tour de France, sorte de visibilité par procuration et compensation; celle de l'écran géant inséré dans le stade des Jeux olympiques, pour afficher performances, records, photos de champions, sorte de sur-visibilité pour certains, et régime écranique de la représentation enchâssé dans l'événement. De même, le site de la présentation depuis le terrain peut être flanqué d'un second site de présentation sur plateau, ce dernier fonctionnant à la fois comme mise en abyme du public présent sur le stade et mise en relation du monde sportif et de l'univers du spectacle. Évidemment, la starification ou vedettisation du sportif représente le stade ultime du processus.

A côté, enfin, de cette positivité de la pulsion scopique et invocante, se développe sur le mode mineur la *dimension de négativité*¹. Elle produit les failles et "syncopes" du visible: le drame du Heysel, par exemple, le cortège de violences, chutes et autres images-choc. Elle triomphe dans tous les bêtisiers annuels, où une autre énonciation, de type humoristique, débride une autre visibilité, qui est précisément le territoire de l'occulté. Alors surgissent, des scènes sportives du monde entier, les gestes atypiques, farfelus, absurdes; la transgression des interdits; les coups rares et fameux; les comportements excentriques et parfois obscènes; les frissons du jeu avec la mort!

Le régime moderne de monstration du sport est donc tourné vers l'ouverture aux hors-champs du visible, la démultiplication des scènes capturées et filées, l'acceptation relative de l'occulté. Mais, cette dimension perceptive de la visibilité-audibilité n'est pas la seule. En fait, médiatiser le sport à la télévision revient à chercher une forme de coalescence entre régimes de visibilité, intelligibilité et affectivité .

Un régime clivé d'intelligibilité

Dans sa phase actuelle, le régime moderne de présentation du sport à la télévision est, sur le plan de l'intelligibilité, tiraillé entre une

¹ Sur la double dimension de positivité et de négativité du régime de visibilité, voir N. NEL, "Les régimes scopiques", *op. cit.* La positivité d'un régime de vision est sa tendance à décupler les scènes du visible. La négativité est sa propension à la déconstruction, voire diparition, du visible représenté.

énonciation passionnée, indice d'implication, et une réflexion raisonnable, facteur de distanciation et preuve de l'émergence d'une authentique "pensée visuelle".

Sur le premier point, le commentaire sportif, s'il semble se départir de la passion ouvertement chauvine, n'en reste pas moins prisonnier d'une certaine mise en tension du discours. A la dynamisation et parfois fulgurance de l'action sportive répond, par mimétisme, la mise en tension locutoire: changements d'intonation, accélérations du rythme. Se déploie alors le "discours héroïque sportif" qui utilise à présent la mise en fiches –élargissement paradigmatique du discours– pour alimenter la mise en chronologie, la mise en drame, la mise en épopée ou en mythe. De plus le journaliste ne se gêne pas, dans les moments de pause de l'événement sportif, pour convoquer les souvenirs glorieux, sortes de motifs légendaires, et pour attiser les flammes de la grande famille sportive: les anciens qui ne manquent sûrement pas de regarder le match, ceux qui viennent de disparaître dans la célébrité ou l'anonymat, ceux qui dirigent tel club, etc. Seul frein plus ou moins puissant à cette dérive: l'instauration de binômes avec présence d'un expert attentif au seul propos sportif.

Cependant, le temps où le commentateur sportif se fondait sur la seule perception directe de ce qu'il voyait et redoublait, dans son discours, l'image retransmise, parfois pour la prolonger dans le symbole, a cédé de plus en plus la place à l'expertise, au traitement statistique et à l'analyse instrumentale. Sur Canal + et TV Sport, on assiste à présent à une nouvelle mise en sens du sport –football, basket, handball, tennis, courses hippiques– qui mobilise tableaux, graphiques, statistiques, bref qui verse dans la quantification objective¹. Ce nouveau traitement passe par des simplifications. Ainsi, un match se résumera volontiers à des tirs, passes, attaques, fautes, donc à des éléments d'information mis en séries et catégories, puis examinés, expliqués et commentés. Une mutation du journalisme sportif en découle, qui va vers une plus grande expertise. Le dispositif télévisuel réclame alors une automatisation plus forte encore. Faire mieux voir, pour faire comprendre davantage, tel est le pari sur lequel repose le commentaire moderne! Les images analogiques de la présentation télévisuelle s'allient aux images numériques, et leurs noces ne

¹ F. JAMES, "Mutation des rôles et des images du journaliste de TV", *Médiascope*, n° 1, mars 1992, p. 44-48.

s'accomplissent, dans le discours global, qu'en quelques occasions de "temps extensif".

Cette opération intellectuelle de systématisation produit ainsi un autre niveau de compréhension, qui ne peut être ménagé qu'en certaines circonstances, s'ajoute au régime de visibilité de l'ensemble du match et au régime d'affectivité qui les travaillent .

De l'émotion sportive à l'émotion esthétique

S'il est une constante, elle réside bien dans le fait que la médiatisation télévisuelle du sport s'organise toujours en contemplation et en célébration du beau geste, de la pureté, de la perfection, du "noble art" qui se tient en tout sport .

Il s'agit d'abord d'affirmer la vision passionnante qui passe dans tout *énoncé sportif passionnel*. Déclinaison expressionniste du geste –unité élémentaire– du corps, de l'exploit, de l'événement, selon une échelle de variations émotionnelles couvrant toute la gamme, de l'euphorie à la dysphorie! Célébration itérative du corps, en marche ou à l'arrêt; corps épié, surpris, braqué; corps meurtri ou épanoui; corps individuel ou collectif; corps toujours spectaculaire au statut d'*attraction*. Production d'un *divisme masculin* fait de stabilité, force virilité! Production d'un *divisme féminin*, fait de légèreté, dynamisme, élégance, vitesse, agilité acrobatique! Le corps comme "lieu du plaisir scopique à l'état pur"¹, du côté du spectateur, et comme fondement de la personnalité, du côté du compétiteur.

Corps sportif montré et image télévisuelle manifestante donnent ainsi à déguster tous les indices catalyseurs ou déclencheurs d'émotion, selon une gradation en trois étapes, au moins.

Le *point d'émotion* (punctum de Barthes) d'abord! La caméra défile en travelling et en contre-plongée devant les joueurs de rugby honorant l'hymne national: spectacle subtil de l'émotion contenue ou discrètement exprimée, de la contraction évidente à l'apparente décontraction. La patineuse va réussir le saut impossible et révolutionnaire et, alors qu'elle virevolte dans l'air, l'on peut saisir au passage la soudaine ouverture de la bouche en joie. André Agassi vient de passer un coup, il lève l'index vers le ciel, le frotte ensuite contre son nez: le

¹ E. DAGRADA, "Le corps heureux", in *L'image et le corps*, Lille, Les Cahiers du Circav n° 5, p. 45-53.

geste discret et personnel du battant. Émotion inhérente à l'image: celle de la bordure du cadre d'où peut surgir la surprise; celle de la profondeur de champ; et celle des cinétismes porteurs de jaillissements potentiels; et celle du gros plan ou cadrage affectif qui donne à contempler des visages intenses!

Le moment d'émotion (fascinum de Deleuze), ensuite! C'est le paradigme de l'acmé, qui ouvre la série intensive! Il exulte dans les génériques d'émissions sportives et dans le multiplex, mise en réseau de tous les moments de passion d'une soirée de football, à la radio comme à la télévision. Serge Daney notait déjà que "si le but est bien un moment fort et un moment de vérité, plus cela va et plus, à la télé, on fétichise le but *en lui-même*. C'est la seule phase de jeu qui bénéficie systématiquement du "replay" (...) aux informations, un match se résume très exactement au spectacle des buts marqués et devient rigoureusement incompréhensible"¹. Si donc la saisie du moment d'émotion creuse dans le visible une profondeur supplémentaire, elle ne manque pas d'avoir parfois des incidences sur le degré d'intelligibilité de l'ensemble. Mais, en certaines circonstances, elle se présente comme une sorte d'augmentation de l'intensité du visible. Ainsi, dans ce marathon de Vincennes de 1992, le moment où le futur vainqueur, Soarès, passe Ahmed Saleh, qui a longtemps couru en tête: "Saleh est en perdition, il se retourne, essaye de s'accrocher, tente de parler à celui qui le passe. Soarès le double sans un mot, sans un regard (...). Cette scène touche immédiatement le téléspectateur, alors que très peu de personnes sur la route ont pu la voir. De telles images ont peu d'équivalents dans la vie réelle. Elles ne sont observables que grâce aux moyens technologiques de la télévision"².

Certaines disciplines sportives sont des réservoirs permanents de moments d'émotion: le saut à ski, par exemple, sport à haut risque où il s'agit de voler dans l'air le plus longtemps possible tout en sautant le plus loin. Le connaisseur appréciera l'évolution stylistique qui a mené des années 50, où le sauteur nageait et planait comme un aigle; au style tendu, mains en avant, puis corps parallèle aux skis et mains en arrière; enfin au style en V. Discipline limite, entre défi et risque, sport et cirque, le saut à ski ne cesse de poser la même question: ce sauteur, cet "Icare pour 6 secondes" ne va-t-il pas chuter et risquer sa

¹ S. DANÉY, *op. cit.*, p. 41.

² G. Ô, "Une nouvelle culture", in *Sport et télévision, op. cit.*, p. 135.

vie? Chaque contact avec le sol est la marque même d'un moment d'émotion soigneusement préparé.

La ligne d'émotion, enfin! Extase ou pathos, elle prépare, accompagne, prolonge les moments d'émotion, les met en perspective, et les ouvre parfois à l'art. C'est la "hola" ou marée de la joie au football; ce sont les terribles chants gallois au rugby, expression de l'âme de tout un peuple; et le rituel guerrier de défi des joueurs néo-zélandais; et les manifestations de joie, après le marquage du but. C'est aussi Daley Thompson, champion olympique de décathlon en 1984 qui, blessé à la main, frappé d'un claquage et d'une entorse au genou, continue à courir après ses adversaires et une médaille. C'est le frisson mortifère que la course automobile entretient à chaque virage, dans cette infernale "tauromachie mécanique" courtisée par Ernest Hemingway et Roger Vailland. C'est la perfection de la patineuse qui nous hypnotise: un pur "effet Méduse"!

Un contrat de vérité indiscutable et totale

Sauf dans quelques cas où le goût exclusif du spectacle provoque le déni de réalité –catch, par exemple– et où le goût exclusif de l'argent secrète la conviction de la tromperie –boxe, par exemple– le sport à la télévision produit la *crédibilité* en l'objet et la *crédulité* du sujet.

La crédibilité en l'objet sportif résulte de l'ensemble de la monstration, de la présentation et des constructions référentielles, ensemble qui installe la retransmission dans la modalité, non du possible ou du probable, mais du véritable et du certain, jusqu'aux limites *qu'Ushuaia*, le magazine de l'extrême, ne cesse de défier.

La crédulité du téléspectateur est entretenue par la vision d'un monde consensuel, rassemblé et festif, qui, dans la période actuelle, transforme le stade, plus d'ailleurs que la salle ou le parcours, en théâtre d'une visibilité nouvelle, aux dimensions d'un village mondial global. Et parfois, croyant proposer des motifs de passion contemplative, des rituels de ferveur communicative, la scène sportive libère le drame, stimule le dépassement des interdits et fait régresser jusqu'aux pratiques archaïques de l'humanité.

Conclusion

Il faut sans doute voir dans la médiatisation du sport un phénomène complexe où se croisent les logiques respectives de l'économie de marché, de l'institution télévisuelle, des pratiques sociales de loisirs, et où s'expérimente un positionnement spectatorial en quête d'une nouvelle compétence scopique.

Les logiques mentionnées structurent le cadre pragmatique général, au sein duquel une forme de cohérence s'installe: celle de la *spectacularisation* comme processus économique, médiatique, idéologique et scopique à la fois. Le sport y devient marchandise prisée, émission-phare, divertissement festif et travail spectatorial intense. Parce qu'il est objet cognitif labile, le sport sur petit écran représente donc une attraction au pouvoir symbolique redoutable.

Au fil du temps, la présentation-représentation télévisuelle a d'abord su en élargir le régime de visibilité, en passant de la quasi uniponctualité des origines à une pluriponctualité intéressante, et en installant celle-ci au cœur même de phénomènes sportifs réels, incontrôlables et incertains, afin de les capturer et de les révéler de l'intérieur. A la différence du cinéma, qui dispose de la mise en scène, la télévision du direct ne peut évidemment inventer ses scénarios du réel. Elle a donc créé la visibilité du sport en propulsant le *réseau*: espace de connexions et de liens (dispositifs de la capture ou du filage); espace de significations; système axiologique de valeurs positives et négatives; énergétique d'affects attachés aux images. Elle a su ensuite créer et enrichir un régime d'intelligibilité qui puisse installer dans l'implication inhérente au commentaire en direct la distance réflexive permise par le recours à un autre régime scopique: celui des images numériques qui traitent l'information. Une dimension authentiquement cognitive a ainsi émergé. Elle a su enfin structurer le régime d'affectivité sur un mode dramaturgique et quasi musical, celui du temps intensif de l'émotion esthétique. Peut-être la quête d'une homologie profonde entre le geste sportif parfait (praxis réelle), le traitement visuel adapté (praxis médiatisée sur le plan des cinétismes de la visualité) et le traitement sonore adéquat (médiatisation par musicalisation)!

Une fois de plus, Serge Daney avait vu juste:

Le sport télévisé a plusieurs publics. J'en vois au moins trois: inégaux, hétérogènes, voire incompatibles. Il y a ceux qui

aiment le sport (et qui, souvent, le pratiquent), ceux qui aiment la télévision et ceux qui aiment le métalangage. Bref: les fous du jeu, les fous de l'image du jeu et les fous du contexte du jeu. Si un seul individu peut difficilement héberger cette triple folie (...), il n'en demeure pas moins que nous sommes tous constitués, selon des dosages divers, de ces trois publics"¹.

Daney avait vu juste, et les émissions sportives cherchent sans doute ces trois publics en un seul, sans posséder la certitude d'avoir inventé tous les dispositifs qui permettraient de réussir le pari.

¹ S. DANÉY, *op. cit.*