

Université Paris 13
UFR des Sciences de la Communication

Mémoire de recherche

La spectacularisation du football par la télévision : évolution et enjeux

*Mémoire préparé sous la direction de Mme Claire Blandin
Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication*

Présenté par Nabil Hallaoui

Remerciements

J'aimerais adresser mes plus sincères remerciements et exprimer ma plus profonde gratitude à :

Tout d'abord, ma directrice de recherche, madame **Claire Blandin**, pour sa disponibilité, ses précieux conseils et son encadrement qui ont nourri ma réflexion.

Au **corps enseignant de l'université Paris 13**, pour la qualité de l'enseignement assuré au cours de cette année de master.

L'équipe télévision et radio du Monde pour son aide quant à la réalisation de ce mémoire et pour l'aimable accueil qu'elle m'a réservé dans le cadre de mon stage en entreprise.

Mes parents et mon grand frère pour leurs encouragements inestimables.

Mes amis proches pour leur soutien sans faille.

Merci à vous.

Sommaire

Remerciements	3
Table des abréviations	5
Introduction	6
I – La retransmission du match de football	10
I. 1. De la naissance au succès mondial du sport roi	10
I. 2. Retransmettre le match de football	19
II – Un football sous influence médiatique	36
II. 1. Le match de football télévisé, produit médiatique	37
II. 2. Les protagonistes du match de football télévisé	43
III – Internet et réseaux sociaux : quand le spectacle se poursuit	62
III. 1. L'internaute, un téléspectateur actif	63
III. 2. Les réseaux sociaux, second terrain de jeu	70
Conclusion	75
Bibliographie	77
Table des matières	82

Table des abréviations

BBC : *British Broadcasting Corporation*

CBS : *Columbia Broadcasting System*

CIO : Comité International Olympique

CNRS : Centre national de la recherche scientifique

CRÉDOC : Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

FA : *Football Association*

FIFA : Fédération Internationale de *Football Association*

IFAB : *International Football Association Board*

LFP : Ligue de football professionnelle

PSG : Paris Saint-Germain

RFA : République Fédérale d'Allemagne

RTBF : Radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Bruxelles

UEFA : *Union of European Football Associations*

UER : Union Européenne de Radio-Télévision

Introduction

Le football et son actualité font partie intégrante de notre quotidien. Relayée par les réseaux sociaux lorsque les médias ne s'y attèlent pas, le ballon rond est partout. Adoré par certains, décrié par d'autres, le football fait incontestablement l'objet d'un intérêt avéré.

Les médias et notamment la télévision ont su répondre à cet engouement en offrant la possibilité aux fans du monde entier de suivre les matchs¹ de l'équipe qu'ils supportent. Le football doit cette formidable évolution aux médias, en particulier à la télévision qui a joué un rôle prépondérant dans sa rapide transformation. Il lui doit une formidable visibilité grâce à la retransmission simultanée de matchs parfois joués à des milliers de kilomètres. Cette distance, les téléspectateurs d'hier et d'aujourd'hui la contournent en allumant simplement leur téléviseur pour se rendre en Afrique du Sud ou au Brésil, Etats dans lesquels se sont déroulés les deux dernières Coupes du monde. Mobilisés à chaque match, des techniciens rendent le match de football télévisé possible et ce, tout au long de l'année. Ce travail, récompensé aujourd'hui par records d'audience à l'occasion de grands matchs nous montre que la télévision, malgré l'avancée des nouvelles technologies (également utilisées pour consommer du sport), reste le média des rendez-vous sportifs.

Néanmoins, si les matchs de football à la télévision rendent compte, en principe, du match de football qui se déroule au stade, ils sont aussi une forme de réel reconstruit comme l'écrit Jacques Blociszewski dans *Le Match de football télévisé*. Cette reconstruction se fait à l'aune d'une spectacularisation du football. Les sports majeurs promotionnent la télévision. Et pour cause : 10,1% de Français (soit 1,4 millions de postes) ont déclaré avoir acheté un téléviseur en vue de la Coupe du monde 2014² et en Mai 2016, 3 Français sur 10 songeaient à remplacer leur téléviseur par un autre, plus

¹ Le dictionnaire de français Larousse en ligne précise : « Préférer le pluriel francisé, *matches*, qui est d'ailleurs le plus fréquent aujourd'hui ».

² <http://www.lsa-conso.fr/sondage-exclusif-toluna-lsa-10-des-francais-ont-deja-achete-une-tele-pour-la-coupe-du-monde,175720> (Consulté le 3 mai 2017).

grand, plus performant, en marge de l'Euro en France³. De surcroît, cette relation entre sport et télévision est loin d'être unilatérale. Depuis des décennies, la télévision exerce une forme d'influence sur le sport tant sur son essence que sa diffusion. Starisation, dramatisation, surenchère parfois excessive : le football est sujet à une mise en scène de la part des médias, au point d'en être un produit médiatique. Le sport du ballon rond est associé par de nombreux auteurs à la notion de « sport spectacle ». Le sport spectacle, formule associant deux termes évocateurs, est apparue avec l'avènement de la médiatisation du sport. La retransmission des matchs de football à la télévision implique plusieurs variables : les joueurs certes, mais aussi l'enjeu ou encore les commentateurs. Yves Le Pogam cite les travaux de Philippe Gaboriau sociologue au Centre national de la recherche scientifique (CNRS) auteur de *Les spectacles sportifs : Grandeurs et décadences* (2003), la notion de spectacle sportif a un lien étroit avec celle du sport et de la société de manière globale :

« [...] les spectacles sportifs [sont mis en correspondance avec] les récits épiques. Les médias dans la dramatisation des événements contribuent à transformer les sportifs en héros et leur aventure en épopée, avec les combats menés, les rebondissements, les moments de souffrance. [...] les spectacles sportifs [sont vus] comme une forme d'art contemporain et se [centrent] sur les mises en scène des compétitions avec la beauté des spectacles, les gestuelles des sportifs et la recherche d'efficacité. [...] »⁴.

Etudier ce sport spectacle nous permet d'analyser la réception du public quant à la diffusion d'événements sportifs, mais aussi de constater l'évolution des dispositifs mis en place pour assister (voire ressentir) à un match de football rendu encore plus spectaculaire. Le sport est donc, aujourd'hui, aux confins de considérations sociales (fonction fédératrice, voire cathartique), économiques et médiatiques. Aussi, toujours pour répondre à cette logique de (re)création de spectacle, le sport a dû s'adapter à sa retransmission dans les médias, en atteste le changement de certaines règles dans le basket-ball, le football et le rugby. Cette thématique de la spectacularisation a donc un lien évident avec cette influence médiatique. Ces avancées techniques ont été certes mises au service de ce sport, mais elles ont également contribué à sa financiarisation, sa dramatisation, lesquelles participent aujourd'hui à « dénaturer » dans une certaine mesure

³ <http://www.europe1.fr/emissions/sante-et-bien-etre/euro-2016-quelle-television-acheter-2734195> (Consulté le 3 mai 2017).

⁴ Le Pogam. Y. « Philippe Gaboriau, Les spectacles sportifs. Grandeurs et décadences », dans *Corps et culture*, 6/7, 2004 [En ligne]. <https://corpsetculture.revues.org/988> (Consulté 10 janvier 2017).

le football et sa diffusion, ou du moins, l'influencer. Une réflexion sur un tel sujet permet également de mettre en exergue la portée des médias de notre époque comme la télévision. Apparu au milieu du XXe siècle, ce média de masse a su, dès cette époque, capter l'intérêt des « foules » et devenir aujourd'hui l'un des principaux vecteurs de l'information. Dans une moindre mesure, ce sujet peut également permettre de mettre en avant l'apport indéniable des nouvelles technologies, d'Internet, du Web 2.0. Celui-ci, accordant une place non négligeable à de nouvelles formes de participation médiatique, offre la possibilité au joueur professionnel de s'exprimer, d'échanger avec son public et au chercheur d'observer comment ces médias sociaux promotionnent et traitent de l'actualité d'un match. Le fil conducteur de ce mémoire réside donc dans le lien évident entre la télévision et le football qui donne naissance au phénomène de spectacularisation. Nous entendons par spectacularisation le fait de vouloir rendre plus spectaculaire un match de football qui, par définition, l'est déjà (par les performances, les gestes difficiles à réaliser...). Cela étant, il convient de déconstruire ce lien entre football et télévision pour en analyser certaines de ses composantes telles que l'image des joueurs, le ralenti de leurs actions ou encore les audiences télévisées.

De cette déconstruction émerge des interrogations en lien avec la retransmission télévisuelle et l'avènement des nouveaux médias : Comment ces moyens de retransmission facilite-t-ils la vue de ce spectacle pour le téléspectateur et par quel moyen l'apprécie-t-il ? A quel point cette exigence de spectacularisation a dû modifier certaines règles du football et quel impact cette modification a-t-elle eu sur la retransmission des matchs ? Le réel est-il dénaturé par l'entrelacement de ralentis permis par la modernisation des dispositifs (Spidercam, caméra opposée, *slow motion*...) ? Quelles influences ont eu les médias sur les acteurs du football (joueurs et commentateurs notamment) ? Quels rôles jouent les réseaux sociaux et les internautes dans ce phénomène de spectacularisation ? Le Web 2.0 s'inscrit-il dans la continuité de ce que la télévision propose en matière de sport spectacle ? Qu'en est-il de la réception du public ? D'une manière générale : de quelle manière la retransmission des matchs de football à la télévision a-t-elle évolué au gré des époques et des avancées technologiques afin d'en faire un sport spectacle ? Nous tenterons d'apporter une réponse à ces interrogations en constatant que la spectacularisation s'articule autour d'un aspect technique, médiatique et numérique. En effet, la spectacularisation s'appuie sur la maîtrise d'un dispositif technique et l'amélioration de sa performance (Partie I). Elle s'appuie aussi sur une mise en scène du sport football qui répond aux spécificités du média télévision (Partie II).

Enfin, les réseaux sociaux qui ont émergé il y a une dizaine d'années maintenant contribuent à entretenir ce spectacle créé en grande partie par les acteurs de la télévision. Les téléspectateurs s'expriment sur ces réseaux et participent également, à leur manière, au spectacle du « sport roi » (Partie III).

Les matchs télévisés que nous allons étudier permettront d'étayer ces trois hypothèses. Il s'agira, à travers une analyse diachronique de trois rencontres internationales de rendre compte de l'évolution du football et de sa télédiffusion. Les rencontres RFA (République Fédérale d'Allemagne)-Belgique (2-1), France-Brésil (3-0) et Portugal-France (1-0) diffusées sur Antenne 2 (qui deviendra France 2 en 1992), TF1 et M6 ainsi que la référence aux observations d'auteurs et chercheurs en sciences sociales qui traitent des médias, du football ou de ces deux thèmes réunis nous permettront de traiter cette problématique.

I. La retransmission du match de football

Un ballon et quelques joueurs : c'est tout ce que requiert le football pour être pratiqué. Et c'est ce qui a sans doute permis sa popularité grandissante et ses nombreuses évolutions. Des décennies durant, les Brésiliens ont fait valoir leur talent incontestable sur ce sport dont la création est attribuée aux Anglais. Les formes anciennes de ce jeu de balle s'appellent soule⁵ ou *calcio*⁶ florentin. Nées en France et en Italie, elles mêlent jeu au pied et à la main et sont pratiquées au Moyen Âge et à la Renaissance. Les Anglais n'ont donc pas été les seuls à s'adonner à cette pratique qui est devenue au fil du temps un sport⁷ aux enjeux médiatiques et financiers colossaux. Un historique succinct de cette pratique sportive et de sa médiatisation est de mise pour mieux apprécier ses changements.

I. 1. De la naissance au succès mondial du sport roi

I. 1. a. Historique de la pratique du football

Bien avant que le football fasse l'objet de telles considérations, celui-ci se jouait principalement en Angleterre au sein des écoles renommées du royaume notamment à Winchester. Chacune d'entre elles avait, jusqu'en 1830, ses propres codes en ce qui concerne la pratique de ce jeu considéré comme le successeur de la soule. Durant les parties, les élèves étaient à la fois des joueurs et des arbitres. Ils ne se substituaient pas aux maîtres en matière de réglementation, compte tenu de leur rang social, supérieur à celui des enseignants qui assistaient parfois à des affrontements violents où régnait la pratique du *hacking*, ce qui s'apparenterait aujourd'hui à une faute grave : celle d'un coup de pied sur les tibias afin d'empêcher la progression du joueur adverse balle au pied. Ces comportements virulents n'étaient pas que sportifs. Ils faisaient écho aux mœurs « immorales » de l'époque. Les élèves se montraient agités, exerçaient une pression psychologique et des violences physiques sur leurs semblables plus jeunes qu'eux. On songe alors à éduquer la jeunesse anglaise par l'élaboration de règles de conduite, aussi

⁵ http://agora.qc.ca/documents/football--le_sport_et_les_jeux_dexercice_dans_lancienne_france__la_soule_par_jean-jules_jusserand (Consulté le 3 mai 2017)

⁶ <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-sport/20130301.RUE4598/la-tradition-du-calcio-florentin-sport-ou-combat-de-rue.html> (Consulté le 3 mai 2017)

⁷ Wahl, A. *La balle au pied : Histoire du football*, Gallimard, Découvertes Gallimard (n°83), 2002, p. 11-14.

bien sur le terrain qu'en dehors. Le sport et en particulier le football deviennent peu avant la seconde moitié du XIX^e siècle un vecteur d'éducation et de maîtrise de soi. Une pacification initiée par Thomas Arnold directeur d'un collège de la ville de Rugby, au centre de l'Angleterre⁸. Les coups et le désordre ont donc progressivement laissé place à un football aux règles moins hasardeuses. Les règles d'Eton, Harrow ou Cambridge écrites entre les années 1820 et les années 1850 participeront à la codification ce qui devient de plus en plus un sport. Endroit du terrain où est effectué le coup d'envoi, interdiction de jouer avec la main, validité du but⁹, les règles de base sont définies dans le cadre de cette « sportivisation » de ce jeu en pleine mutation. La ville de Sheffield joue également un rôle dans l'histoire du football. Elle donne naissance à la première équipe anglaise, en 1857. En 1862 naît le plus vieux club de l'histoire, le Notts County F.C. Six ans plus tard, la *Football Association* (FA) est créée pour harmoniser les règles du football qui fluctuaient selon les établissements. La promulgation de ce que l'on appelle encore aujourd'hui les « lois du football » n'a pas manqué de diviser les amateurs de ce sport qui autorisait encore l'utilisation de la main. En 1871, c'est au tour de la Coupe d'Angleterre (ou *FA Cup*) d'être créée, un an avant l'organisation du premier match international de l'histoire entre l'Angleterre et l'Ecosse¹⁰. Le football est désormais présent dans un grand nombre de villes du pays qui se disputent la prestigieuse *Cup* chaque année. Une compétition à laquelle peuvent participer des clubs de tous niveaux. Quinze équipes sont présentes lors de la première édition. L'*International Football Association Board* (IFAB) à laquelle nous ferons référence est fondée en 1882. Cette instance, pensée par les quatre fédérations (anglaise, écossaise, nord-irlandaise, galloise) est chargée d'uniformiser les règles afin qu'elles soient appliquées dans l'ensemble du territoire britannique. La ligue anglaise organise par la suite la première édition du championnat national en 1888, et c'est ainsi que le football se professionnalise.

Le football s'exporte en Europe et dans le monde à la fin du XIX^e siècle. Que ce soit en Suisse, en Allemagne, ou en Argentine, il traverse les frontières et les océans, et se fait connaître grâce aux ressortissants anglais présents dans ces pays¹¹. Les différents Etats fondent leur propre fédération dans le cadre de rencontres internationales futures,

⁸ Dietschy, P. *Histoire du football*, Perrin, Tempus, 2014, p. 33-34.

⁹ <http://www.cam.ac.uk/news/football-association-tribute-to-the-cambridge-rules> (Consulté le 3 mai 2017).

¹⁰ <http://englandstats.com/matches.php?mid=1> (Idem.).

¹¹ Wahl, A. *Op. Cit.* p. 30-42.

preuve de cette rapide exportation. Les avancées de la seconde révolution industrielle (1870-1910) offrent la possibilité aux équipes du vieux continent de rallier le club hôte afin de l'affronter¹². L'année 1904 est celle de la fondation de la Fédération Internationale de *Football Association* (FIFA) à Paris. Ce sont plusieurs fédérations européennes (française, suisse, belge et allemande notamment) qui donnent naissance à cette association. Les Jeux olympiques servent de tremplin à la FIFA qui est conviée aux Jeux londoniens de 1908. Les équipes de France, de Suède, de Danemark, d'Hollande et de Grande-Bretagne prirent part à ces affrontements internationaux aux airs de Coupe du monde. C'est en 1928 que le Français Jules Rimet, président de la FIFA concrétise ce projet d'organiser une compétition internationale imaginée en 1904, année de création de la FIFA. La prestigieuse Coupe du monde voyait le jour et deux ans plus tard, en 1930, se déroule la première édition en Uruguay. Convoitée par tant de sélections mais remportée par une poignée d'entre elles, cette compétition contribua grandement à populariser davantage le football en Europe et dans le monde, non sans être aidée par le trio médiatique presse-radio-télévision. Si à notre époque le football est un sport dans lequel certains clubs jouissent de la même réputation que des équipes nationales, ces dernières ont elles aussi participé à l'émergence de cette passion vis-à-vis du football. On pensera à la finale de la première édition entre le Brésil et l'Argentine qui fera naître cette célèbre rivalité entre les deux équipes sud-américaines, au Hongrie-RFA qui s'est terminé sur un score de 8-3 en 1954, et bien sûr à la triste demi-finale RFA-France de 1982 perdue par les Français après une cruelle séance de tirs aux buts. Ces trois rencontres étaient des matchs joués pendant la Coupe du monde.

Depuis sa « création » à l'époque de la Grande-Bretagne victorienne, le football n'a cessé d'évoluer, au gré des changements sociétaux et des innovations technologiques. Si bien qu'il est l'un des sports les plus pratiqués au monde puisqu'il recense 265 millions de joueurs en 2006¹³. Aujourd'hui, plus de 200 pays sont sous l'égide de la FIFA, preuve que le *soccer* comme on l'appelle aux Etats-Unis est joué sur les quatre continents.

Le football doit cette association aux médias et en particulier à la télévision, qui a joué un rôle prépondérant dans sa rapide évolution en lui assurant une bonne visibilité grâce à la retransmission de matchs joués à des milliers de kilomètres.

¹² Wahl, A. *Op. Cit.* p. 55.

¹³ <http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http%3A%2F%2Ffr.fifa.com%2Fworldfootball%2Fbigcount%2F> (Consulté le 3 mai 2017).

I. 1. b. Des débuts télévisuels laborieux

Si le football télévisé tel que nous le connaissons aujourd'hui ne cesse de battre des records d'audiences depuis plusieurs décennies, rappelons qu'il n'a pas d'emblée trouvé sa place parmi les programmes des chaînes télévisées. La faute à différents acteurs du football (organisateurs des compétitions internationales, présidents de clubs...) qui ont eu du mal à prévoir un succès pourtant retentissant.

Alors que durant la première partie du XX^e siècle les décideurs de ce sport créent des compétitions nouvelles (Coupe de France en 1917, Coupe du monde en 1930...) afin d'entériner une évolution grandissante, la seconde moitié du XX^e siècle est quant à elle celle de la médiatisation du ballon rond et de ses rencontres qui, pour certaines, s'inscriront dans l'histoire de ce sport. C'est le cas pour les matchs entre l'Angleterre et l'Ecosse et Huddersfield Town-Preston, tous deux retransmis en 1938. Ces deux face-à-face représentent les débuts de la retransmission de matchs de football¹⁴.

Les années 1950 marquent un tournant quant à cette médiatisation télévisuelle. C'est une nouvelle fois au Royaume-Uni, terres d'origine du football, que celui-ci acquiert ses premières lettres de noblesse en matière de retransmission télévisée. La finale de la 72^e FA Cup qui s'est tenue en mai 1953 a été suivie par plus de 10 millions de téléspectateurs¹⁵. Une audience déjà conséquente compte tenu de l'âge de ce média qui, à cette époque, ne dépasse pas une vingtaine d'années. Un couronnement en succède donc à un autre. C'est ainsi que les britanniques qui ont acquis leur poste de télévision en vue d'assister au sacre de la reine Elizabeth II ont de la même manière pu voir, un mois plus tôt, le club de Blackpool triompher sur les Bolton Wanderers (4-3) au terme d'une rencontre certes prolifique en buts, mais également pleine de suspense (l'équipe de la ville de Bolton avait une avance de deux buts à la pause, et le but de la victoire fut inscrit en toute fin de match).

Malgré cette première victoire, la télévision n'est pas vu d'un bon œil par tous. Les organisateurs de compétitions telles que la Coupe du monde mettent un point d'honneur à remplir leur stade plutôt qu'à rassembler les téléspectateurs derrière leur poste de télévision. La retransmission de matchs en direct avait connu un succès prometteur et représentait une éventuelle menace pour le Comité d'organisation d'une compétition

¹⁴ Dietschy, P. *Op. Cit.* p. 446.

¹⁵ Dietschy, P. *Ibid.*

aujourd'hui suivie par plus de 3 milliards de téléspectateurs¹⁶. Cette appréhension liée à la désertification des stades a de ce fait constitué un frein au développement du football télévisé. Toutefois, de timides accords sont trouvés entre les organisateurs et les chaînes de télévision et en 1954, l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) permet à sept de ses pays membres de diffuser quelques rencontres. A la suite de cette première édition de la Coupe du monde qui a vu l'Allemagne de l'Ouest triompher sur une équipe hongroise considérée comme favorite, un protocole d'accord entre l'UER et l'*Union of European Football Associations* (UEFA) créée en 1954 est convenu en 1962¹⁷. Une collaboration entre la télévision et le football (ainsi que ses instances) est donc d'actualité au début des années 1960, période d'ententes et de concessions de la part des deux partis. En effet, l'UEFA assouplit ses conditions de retransmission en échange d'indemnités qui lui permettront de se développer.

La Coupe du monde 1962 illustre ces accords. Cette édition qui s'est déroulée au Chili a été l'occasion pour les chaînes jouissant des droits télévisuels d'imposer certaines conditions. Deux d'entre elles concernent le stade des quarts de finale : les heures de matchs ne doivent pas s'entremêler. Aussi, seules deux rencontres par jour peuvent être organisées. Ces impératifs peuvent être vus comme les jalons d'une influence des médias (en particulier la télévision) sur le football. Mais c'est durant la *Jules Rimet Cup* (ou Coupe Jules Rimet, du nom de son créateur) de 1966 que le monde du football réalise qu'il va être en partie dépendant du média télévisuel et de ses avancées techniques. Les chiffres sont (déjà) évocateurs : environ 600 millions de personnes suivirent à la radio et à la télévision la finale entre l'Angleterre, pays organisateur de la compétition, et la RFA couronnée à deux reprises. 2000 journalistes issus de 62 pays se rendirent sur place afin de suivre cette rencontre historique pour le peuple anglais¹⁸. Quatre caméras suspendues au-dessus du terrain ont pour mission de retransmettre en direct les rencontres de ce Mondial qui signe une nouvelle avancée pour le football télévisuel. Les premières difficultés techniques semblent oubliées à l'aune d'une innovation qui arrive au milieu des années 1960, il s'agit de la télévision en couleur. Cette dernière est tout naturellement un atout de plus pour le petit écran. Les *replays* et les gros plans (permis grâce à l'une des

¹⁶ <http://fr.fifa.com/worldcup/news/y=2015/m=12/news=la-coupe-du-monde-de-la-fifa-2014tm-a-attire-plus-de-3-2-milliards-de--2745550.html> (Consulté le 3 mai 2017).

¹⁷ Tenèze, L. Counil, L. Joncheray, H. « Football en noir et blanc », dans Obœuf A. (dir.) *Sport et médias*, Paris, CNRS Editions, « Les Essentiels d'Hermès », 2015, 224 pages, p. 73.

¹⁸ Dietschy, P. *Op. Cit.* p. 450.

quatre caméras braquées sur le ballon) qui dataient de l'édition de 1966 que l'on doit aux techniciens de la *British Broadcasting Corporation* (BBC) côtoient désormais l'affichage en couleur. Ces quelques éléments suffisaient à faire du football un spectacle télévisuel prisé par les fans du monde entier que les dirigeants de la FIFA ne pouvaient négliger. Cette percée médiatique a su convaincre les présidents de clubs de football nationaux (notamment français) quant à la retransmission télévisée des performances de leurs joueurs. Et pour cause. Comment se passer de revenus – lié aux droits de retransmission – qui ne pouvaient qu'être multipliés, au même titre que des audiences qui promettaient au football un avenir radieux ?

On retiendra donc que les rencontres de sélections nationales ont été le fer de lance de ce football télévisuel qui, chaque année, fait atteindre des sommets aux courbes d'audience.

I. 1. c. La domination du football à la télévision

Afin de mettre en exergue cette évolution forte et continue, il convient de se référer aux matchs à succès de la télévision, dont nos trois rencontres internationales font partie.

Les chiffres sur lesquels nous allons nous baser concerne notre territoire, mais rappelons que cet attrait pour les matchs diffusés à la télévision est viral et qu'il touche l'Europe mais aussi l'Amérique, l'Afrique, et même l'Asie où des pays comme la Chine et le Japon représentent des parts de marché importantes pour le football télévisé. Rappelons tout d'abord que l'équipement des Français reste conséquent malgré des fluctuations ces dernières années. Un rapport du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) datant de 2013 indique que 98,3% des foyers français disposent d'au moins un poste de télévision en 2012 selon une source Médiamétrie – L'Année TV 2012. Concernant les foyers multi-équipés (au moins deux téléviseurs), le nombre est aussi significatif puisque plus de la moitié des logements français (50,3%) sont équipés de deux télévisions, un taux qui atteignait les 54% en 2009¹⁹. Dans un observatoire de

19

https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjNue6AuoPUAhVCuhoKHagcBSQQFghNMAY&url=http%3A%2F%2Fwww.csa.fr%2Fcontent%2Fdownload%2F33430%2F432161%2Ffile%2FChiffres_cles_de_laudiovisuel-2013-S1.pdf&usg=AFQjCNHw-MK256Lzp2Zz4SOxEA9I_egQpQ (Consulté le 3 mai 2017).

l'équipement audiovisuel des Français au quatrième trimestre 2016, le président de l'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers Nicolas Curien rappelle que la télévision est le média roi au sein des foyers de l'hexagone : « *Le suivi de l'équipement télévisuel confirme que le téléviseur reste l'écran dominant, avec un taux de pénétration de 94 % au quatrième trimestre 2016 [...]* »²⁰. Ce chiffre confirme l'intérêt que les Français porte pour la télévision. Mais pas seulement. Les sports font partie des programmes les plus visionnés chaque année, et davantage en temps de grandes compétitions telles que les Jeux olympiques ou la Coupe du monde de football. Le quart de finale France-Allemagne joué lors de cette épreuve a rassemblé près de 17 millions de Français pour un match à élimination directe mais qui, toutefois, ne bénéficie pas du caractère exceptionnel d'une finale et qui, de surcroît, était diffusé à 18 heures, compte tenu du décalage horaire avec Rio de Janeiro.

Aujourd'hui, l'offre télévisuelle en matière de football est bien (trop ?) abondante. Championnat du *big five* (Angleterre, Espagne, Allemagne, Italie, France), Ligue des champions, Ligue Europa, qualifications pour les prochaines Coupes du monde ou Euros, matchs amicaux... A chaque période de l'année ses rencontres, à l'exception des matchs de championnat, qui ont lieu, en règle générale, chaque week-end. De plus en plus de chaînes les retransmettent : Canal+, beIN Sports, Eurosport, L'Equipe 21, SFR Sport... Cette multiplicité d'offre atteste la suprématie du ballon rond à la télévision, et pourrait justifier sa spectacularisation prononcée.

Les deux rencontres des Bleus qui nous intéressent dans le cadre de nos analyses ne dérogent pas à la règle et deux d'entre elles font partie des matchs les plus regardés de l'histoire. 20,6 millions de téléspectateurs ont assisté au sacre de la France en 1998. Cela est sans compter sur les téléspectateurs qui se sont rassemblés devant un écran géant et dans les bars qui diffusaient l'opposition franco-brésilienne. Lucy Mc Keever écrit à ce sujet qu'à cette époque, « *jamais encore, on n'avait autant regardé la télévision – l'année précédant la Coupe du Monde vit une augmentation des ventes de téléviseurs de 144% [...]* »²¹. La finale de l'Euro 2016 a recensé 20 827 000 spectateurs, un record pour la

²⁰ <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-observatoires/L-observatoire-de-l-equipement-audiovisuel-des-foyers/L-equipement-audiovisuel-des-foyers-au-4e-trimestre-2016-TV-et-pour-l-annee-2016-radio> (Idem.).

²¹ McKeever, L. « La couverture de la Coupe du Monde : médias traditionnels, nouveaux médias », dans Dauncey, H. Hare, G. (dir.) *Les Français et la Coupe du Monde de 1998*, Nouveau Monde éditions, « Culture-Médias », 2002, 234 pages, p. 193.

chaîne M6 qui a battu à trois reprises ses propres records d'audience durant le Championnat d'Europe. Qu'en aurait-il été s'il s'agissait d'une finale de Coupe du Monde ? Ces chiffres confirment que plus l'enjeu est de taille, plus le match est suivi. L'audience est fortement influencée par l'enjeu des matchs et la nature des compétitions.

L'Euro de football, rassemblant les sélections européennes (faisant partie de l'élite mondiale avec quelques exceptions sud-américaines : Brésil, Argentine, Uruguay) ne génère pas d'aussi importantes audiences. On constate qu'un match de poule entre la France et le Togo (Coupe du monde 2006) rassemble tout de même 18,3 millions de personnes, un des scores les plus élevés en matière d'audience. Si l'on exclut les très appréciés demi-finales, finales et le match d'ouverture (qui arbore un statut particulier si la compétition se déroule sur les terres du diffuseur) de l'Euro 2016, il faut remonter au premier tour de l'Euro 2004 et à un Suisse-France pour relever une audience importante (15 300 000) mais pas identique à celle enregistrée pour le match face au Togo qui arbore un enjeu semblable.

La nature de la compétition est donc un gage de spectacle, une promesse de voir des buts et des équipes « mouillant le maillot » pour leur pays par les diffuseurs et les médias.

Le caractère prestigieux et donc éventuellement spectaculaire d'un affrontement suscite de fait un intérêt accru de la part des téléspectateurs. La demi-finale et la finale du Mondial 2006 et la finale de l'Euro 2000 ont respectivement fait des audiences de 22,2 millions, 22,1 millions et 21,4 millions ²² de téléspectateurs. De ce fait, si le suspense représente l'une des recettes pour faire grimper ces chiffres, nous pouvons observer que le football à la télévision, quel qu'il soit, est synonyme de forte audience pour les chaînes nationales, bien au-dessus des fictions et des journaux télévisés qui attirent pourtant un grand nombre de Français chaque année²³. Cela n'empêche toutefois pas les acteurs médiatiques de mettre en scène le football tout au long de l'année afin d'octroyer une dimension spectaculaire à un rendez-vous sportif qui ne manque pas, *a priori*, de considération de la part du public.

C'est ainsi que les chaînes de télévision et les productions ont tout intérêt à innover en matière de retransmission. Le football représente une manne financière de l'ordre de

²² <https://news.sfr.fr/divertissement/tv/quelles-sont-les-meilleures-audiences-de-tous-les-temps.html> (Consulté le 3 mai 2017).

²³ <http://people.bfmtv.com/actu-tele/quelles-sont-les-meilleures-audiences-de-tous-les-temps-1002146.html> (Consulté le 3 mai 2017).

milliards d'euros aujourd'hui. Bien qu'il ne soit pas question dans notre sujet d'évoquer son économie, nous pouvons cependant faire référence à cet argent du football, élément moteur de cette spectacularisation.

En dix ans seulement, les grands championnats européens ont tous connu une augmentation spectaculaire en matière de droits télévisuels. Ces droits représentaient en 1991 : 21 millions d'euros en France, 36 millions en Allemagne, 44 millions en Espagne, 55 millions en Italie. Ces chiffres n'ont cessé d'augmenter et 10 ans plus tard les championnats français, allemands, espagnols et italiens représentaient respectivement 389, 384, 237 et 486 millions d'euros en 2001²⁴. Ces sommes montrent aussi tout l'attrait des téléspectateurs pour trois rendez-vous footballistiques, la *Champions League* (ou Ligue des champions), la Coupe du monde et le championnat anglais : la Coupe d'Europe des clubs champions avait déjà, à l'aube des années 2000, une valeur de 540 millions d'euros (contre 73 millions en 1991), la Coupe du monde 890 millions (96,7 millions en 1991) et la *Premier League*, 907 millions (ils n'étaient que de 21 millions dix ans plus tôt).

Cette évolution fulgurante montre que le sport à la télévision est un marché lucratif pour les diffuseurs, qui redoublent d'efforts afin d'obtenir ces précieux droits qui leur assureront très probablement d'importantes recettes. On pensera à SFR Sport qui, au début du mois de mai 2017, s'est accaparé l'appel d'offres concernant la Ligue des champions et la Ligue Europa pour période 2018/2021. Durant trois saisons, SFR sera le diffuseur exclusif de ces deux compétitions très prisées par les fans de football européen. Le concurrent des géants télévisés que sont Canal+ et beIN Sports qui n'est autre qu'un opérateur de téléphonie a réussi le pari d'enrôler ces droits très précieux (qui en général sont partagés entre les deux chaînes) contre un montant colossal : 350 millions par saison²⁵. Lucy McKeever évoquait en 2002 cette formidable croissance du football :

« C'est ainsi que les 10 heures d'émissions de football de 1973 passèrent à 257 en 1988 avant d'atteindre presque le double en 1995 [...] en 1995, le football représentait 47,5% de l'audience des émissions de sport, mais seulement 22% des émissions elles-mêmes et, sur les 21 événements sportifs les plus regardés d'Europe en 1996, on comptabilisait 18 matchs de football.

²⁴ Bolle, G. Desbordes, M. *Marketing et football : une perspective internationale*, PUS-Presses universitaires du sport, Les dossiers thématiques des Presses universitaires du sport, 2005, 384 pages, p. 6.

²⁵ <https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/La-ligue-des-champions-et-la-ligue-europa-sur-sfr-sport/800271> (Consulté le 11 mai 2017).

Cette demande phénoménale [...] a conduit le football à être aujourd'hui la seule discipline sportive ou presque à occuper le petit écran français aux heures de grande écoute »²⁶.

Ces audiences, dont les records n'ont eu de cesse d'être battus des décennies durant, se sont nourries du succès du ballon rond et de la diffusion télévisuelle de celui-ci. Une diffusion qui adopte des techniques aux confins de celle de l'œuvre cinématographique.

I. 2. Retransmettre le match de football

Jacques Blociszewski salue dans son ouvrage *Le Match de football télévisé* le travail des équipes techniques qui optimisent la diffusion des rencontres footballistiques. Il dresse aussi un inventaire des équipements requis pour assurer la qualité d'une retransmission : caméras haute définition, loupes, *tournette*, *kiwi*... Ce dispositif permet au téléspectateur de regarder son match en lui promettant de retrouver une atmosphère singulière, celle présente dans le stade. Au fil des décennies, les magnétoscopes ont fait place à l'informatique et le football cathodique a de la même façon modernisé ce spectacle footballistique, au risque de le dénaturer comme le martèle l'auteur :

« Le ralenti est devenu le credo, mais il entraîne une perte de contact avec le match vivant. [...] La rencontre – qui continue « sous » le ralenti – est amputée de plusieurs secondes, que le téléspectateur ne verra jamais. [...] Le réel subit un défi violent qui peut conduire à une disqualification de ce qui se passe dans le stade. Le match entrant dans une forme de fiction, surgit alors une remise en cause et une révision du réel. »²⁷.

Il est question d'un arsenal d'appareils de capture d'images et de sons qui se révèlent utiles voire indispensables, mais qui présentent le risque d'amputer au match des images que le téléspectateur aimerait voir. Les rencontres télévisées sont-elles si morcelées aujourd'hui comme l'affirme le spécialiste des technologies audiovisuelles ?

I. 2. a. La suprématie des ralentis

Le *replay* (de l'anglais, « rejouer, « repasser ») et le ralenti (nous distinguerons les deux) sont utilisés dans les matchs de football télévisés à partir des années 1960, à

²⁶ Dauncey, H. Hare, G. *Op. Cit.* p. 450.

²⁷ Blociszewski, J. *Le match de football télévisé*, Apogée, Médias & Nouvelles technologies, 2007, 270 pages, p. 57.

l'occasion des rencontres France-Argentine et France-Yougoslavie²⁸. Si l'un désigne la rediffusion d'une séquence à vitesse réelle, l'autre permet est quant à lui le « passage à une vitesse inférieure à la normale d'images enregistrées »²⁹.

Cette invention que l'on doit à la chaîne américaine *Columbia Broadcasting System*³⁰ (CBS) a marqué l'histoire de ce sport. Utilisé avec parcimonie à cette époque, il fait de nos jours partie intégrante de la rencontre de football télévisée. Certains dénoncent une utilisation abondante du *replay* au détriment du direct. D'autres, ne peuvent s'en passer afin de revoir une action marquante. Et il y a ceux qui, pour défaire des erreurs d'arbitrage, veulent que le corps arbitral puisse user de la vidéo pour rétablir une vérité (hors-jeu, simulation...). Rarement une composante du football télévisé n'aura autant fait débat. Les innovations numériques ont ouvert la voie à un *replay* (et lui ont offert d'autres avancées telles que la loupe également appelée *super slow motion* qui permet de réduire davantage la vitesse d'un ralenti) de meilleure qualité et surtout, obtenu de façon bien plus rapide.

A l'image des gros plans dont il sera question plus loin, le ralenti a vu son utilisation augmenter significativement au fil des décennies. A défaut d'être au stade, le téléspectateur veut tout voir, tout entendre, tout ressentir en somme. Il espère que la télévision tiendra sa promesse : celui de lui faire vivre une expérience quasi-identique à celle dont il aurait bénéficié à quelques encablures du terrain. C'est la mission des ingénieurs son, cadres, réalisateurs, et autres membres d'une équipe constitués de dizaines de techniciens pour assurer la retransmission de chaque match. Autant dire que l'effectif est comparable à celui d'une équipe de football, remplaçants et équipe médicale inclus. L'auteur du *Match de football télévisé* a pu suivre le réalisateur Jean-Paul Jaud pour les besoins de son ouvrage et a constaté l'omniprésence de ces individus « de l'ombre », de ceux qu'on ne voit pas : « Une équipe, sur un match de Canal, cela représente soixante-dix personnes [...] »³¹.

A l'aune de l'analyse de nos trois matchs, nous remarquons diverses évolutions quant au ralenti.

²⁸ <http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Consulté le 24 avril 2017).

²⁹ Dictionnaire de français Larousse: « ralenti ».

³⁰ <http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Idem.).

³¹ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 33.

Ces *replays* et ralentis ont su trouver leur place. Cela se remarque d'abord par les dizaines d'utilisations qu'on en fait durant les matchs. La première évolution est positive pour le téléspectateur et le sport spectacle : elle est relative aux points de vue qui se sont multipliés. Aujourd'hui, les ralentis sont diffusés afin de revoir un fait de jeu sous différents angles. De ce fait, une action peut être revue jusqu'à quatre voire cinq fois quelques secondes après qu'elle se soit déroulée. Les réalisateurs semblent choisir des actions plus que d'autres. Si certaines sont dignes d'être revues à de multiples reprises, d'autres en revanche, ne pas être visionnées plus d'une fois. On observe une volonté moindre de « spectaculariser » un match chez les réalisateurs des années 1980. Lors du match RFA-Belgique, plusieurs actions ou tirs ne seront pas remontrés au téléspectateur. Evidemment, les avancées techniques de l'époque ne permettaient sans doute pas aux réalisateurs d'être aussi réactifs ou exhaustifs qu'aujourd'hui. Néanmoins, d'une manière générale, on remarque que seuls les buts et tirs très dangereux sont revus. Une grande place est accordée au direct et le jeu se fait sous nos yeux, en continu, ce qui pourrait être déroutant pour un téléspectateur s'étant familiarisé avec une diffusion plus contemporaine. Nous pouvons, à titre d'exemple, faire référence au début de ce match dans lequel Hansi Müller, attaquant de l'équipe d'Allemagne est sur le point de tromper le gardien belge Pfaff grâce à un ballon frappé au ras du sol qui prenait la direction du petit filet³² et ce, dès la 4^e minute de jeu (cf. Annexe n°1). S'il y a bien un *replay*, celui-ci ne sera diffusé qu'une seule fois alors que cette première action était loin d'être inoffensive. Le *replay* montré au téléspectateur provient d'une caméra située à quelques mètres en hauteur (offrant une vue en plongée³³) et est, lors de cette rencontre, la principale caméra des actions rediffusées : centres, tirs, arrêts, buts... Quasi chaque action est revue de cet angle aérien. Lorsqu'un fait de jeu est revu deux fois dans ce match et que l'angle varie, c'est avec celui du direct que l'action est revue. Seul un « nouvel » angle nous est donc donné à voir peu avant le corner qui s'en suit, moment privilégié des réalisateurs pour nous remontrer ces moments-clés. Le *replay* suivant n'intervient qu'à l'ouverture du score qui est allemande, à la 10^e minute de jeu alors qu'une faute a pourtant été sifflée cinq minutes plus tôt (la plupart des fautes sont revues aujourd'hui). Ce fait est à prendre en considération, en particulier au vu des deux autres rencontres de 1998 et 2016 dont nous ferons allusion. Ainsi, à cette époque, mis à part les buts, seuls quelques

³² https://fr.wikipedia.org/wiki/Lexique_du_football (Consulté le 24 avril 2017).

³³ <http://www.commentcamarche.net/contents/2186-plongee-et-contre-plongee> (Consulté le 24 avril 2017).

centres³⁴ et frappes sont revus. Si les *replays* et ralentis existent bel et bien à cette époque, ils ne semblent pas être utilisés à outrance contrairement à aujourd'hui. A cette période, chaque action est questionnée quant à capacité à être revue.

La première période de ce match donnera lieu à quatre hors-jeu. Mais durant ces quarante-cinq premières minutes, seul un d'entre eux sera revu alors que, rappelons-le, les techniciens ont la possibilité remonter les actions. Si la diffusion d'un ralenti semble donc être plus laborieuse qu'actuellement, elle n'est toutefois pas impossible. Les réalisateurs de l'époque privilégient donc les faits de jeu « majeurs » à l'image des buts par exemple. Concernant les buts, leur traitement entre 1980 et 2016 échappe à toute similarité en ce qui concerne les ralentis et *replays*. Aussi, l'utilisation des ralentis se détache nettement de celle des *replays* au fil du temps : l'action revue à vitesse réelle ne semble plus faire l'unanimité ces dernières décennies. Il convient, pour étayer nos propos de prendre en exemple quelques buts de chacun de nos trois matchs.

A la vue du but allemand du premier match, nous pouvons tout d'abord souligner la rapidité avec laquelle le but est remontré. Le ralenti est quasi-immédiat, preuve que l'ouverture du score est synonyme, dans les années 1980, d'un événement sans pareil au sein du match de football télévisé. Si cela est encore le cas dans les rencontres actuelles, certains faits de jeu comme les fautes sont presque aussi importants que ces buts en question. Encore une fois, cette ouverture du score est revenue depuis l'arrière du but belge, en hauteur. Le mot « *REPLAY* » apparaît en haut à gauche pour préciser qu'il s'agit de la rediffusion de l'action. Aucun autre *replay* ne comportera cette indication, si ce n'est une faute donnant lieu à un penalty, preuve que seules les actions significatives jouissent d'un traitement de faveur audiovisuel. A l'image de l'égalisation belge, le but est revu une deuxième fois (seulement dirait-on). A l'occasion de ce *replay*, l'action du but est diffusée telle que vue lors du direct. Notons qu'au moment de la frappe, la diffusion du *replay* est ralentie, et l'on voit le ballon se diriger plus lentement, de façon saccadée, vers les buts de Pfaff qui effleure le ballon.

³⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Lexique_du_football (Consulté le 24 avril 2017).



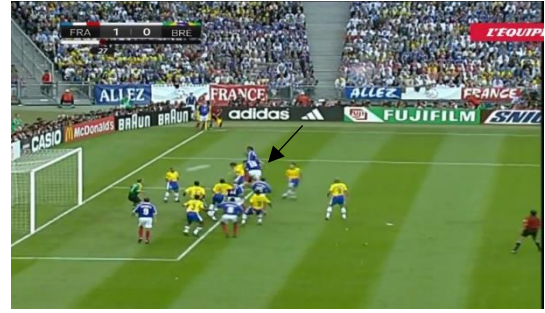
A la suite d'une remarquable succession de passes, Horst Hrubesch trompe Pfaff d'une demi-volée.

Le 2-1 allemand est quant à lui repassé trois fois (cf. Annexe n°1), sans doute en raison de cette 88^e minute jouée. Il s'agit donc d'une période cruciale de la rencontre. Une nouvelle fois, la célébration des joueurs allemands est totalement éclipsée compte tenu de l'arrivée instantané du ralenti. Suite à cette action qui couronnera les Allemands du titre de champions d'Europe, le *replay* est diffusé à trois reprises : une première fois toujours grâce à la caméra surplombant le terrain, et les deux autres, avec la prise de vue du direct. Lors de la tête de Horst Hrubesch, le réalisateur choisit à nouveau d'opérer un ralentissement du *replay* (et d'utiliser le fameux ralenti) afin de mettre en exergue ce geste : puissance, précision, détente, le joueur de la République Fédérale d'Allemagne a su anticiper la sortie du gardien belge, une sortie manquant de promptitude et d'agressivité pour intervenir avant le coup de tête du double buteur allemand. La lettre « R » apparaît pour préciser qu'il s'agit du *replay*.

Zinédine Zidane, joueur de 27 ans évoluant à la Juventus Turin va faire exulter la France entière en reprenant lui aussi de la tête un corner frappé par Emmanuel Petit. Cette tête est depuis ce jour de juillet 1998, inscrite dans l'imaginaire d'une grande partie des Français, et de Cláudio Taffarel qui voit « Zizou » le tromper d'une tête croisée à la trajectoire descendante. Ce geste, le réalisateur va nous le remonter à quatre reprises, contre deux pour le premier but allemand. L'arrivée du numérique permet évidemment une diffusion sous plusieurs angles, et c'est particulièrement l'un des points d'orgue de cette forte spectacularisation. Rien ne doit échapper au téléspectateur et tout doit être vu. Et pour cause : à l'occasion de la finale au Stade de France, plus de cent caméras étaient présentes pour filmer l'exploit des Bleus³⁵.

³⁵ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 29.

Une caméra a filmé le but depuis l'opposé du point de corner où se situe Emmanuel Petit. Cela permet d'apprécier au mieux la trajectoire rentrante de ce corner. Cet effet rend le ballon plus dangereux, puisqu'il a une chance accrue de trouver un joueur de l'équipe de France.



Un autre ralenti est diffusé, celui de la traditionnelle caméra située à l'arrière du but adverse. Il permet de voir le ballon, de face, pénétrer les cages de Cláudio Taffarel.

Le troisième ralenti, proposé grâce à ce que l'on appelle une « caméra opposée » (introduite en 1986 à l'occasion de la Coupe du monde au Mexique) permet, comme son nom l'indique, de voir l'arrivée du ballon grâce à un angle opposé et surtout, de voir le saut de Zidane et le timing avec lequel il pousse ce ballon de la tête en faisant pivoter tout le haut de son corps. Un pictogramme d'une petite caméra sur le coin inférieur gauche de l'écran avec écrit « opposée » précise qu'il s'agit là d'un angle opposé.



Enfin, le dernier *replay* montre Zidane de profil, ce qui nous donne un nouvel angle de vue pour revoir cette tête (cf. Annexe n°1).

Deux minutes après l'ouverture du score française, le but nous est montré une cinquième fois, soit trois fois de plus que le deuxième but allemand de l'Euro 1980. A la fin du temps additionnel, sur une tête ratée de Baiano, Dugarry récupère le ballon et le transmet à Vieira qui lui le donne à Emmanuel Petit pour le troisième but des Français, synonyme de victoire définitive à une minute du terme. Ce coup de massue pour les Brésiliens est revisionné à trois reprises. Hormis la prise de vue en hauteur et celle de la caméra opposée, on relèvera le fait que le but est vu depuis l'arrière du petit filet du portier brésilien permettant d'apprécier au mieux la précision de cette frappe.

Eder, remplaçant portugais de Renato Sanches à la 79^e minute de jeu marque le seul et unique but du match Portugal-France, à dix minutes du terme de celle-ci, au grand désarroi d'une équipe de France qui dominait les débats. La réalisation du joueur lillois sera également revue quatre fois.

En vue aérienne (à distinguer de la prise de vue en plongée) pour suivre le déplacement du joueur et sa frappe. Cette vue est probablement obtenue par une *spidercam*, une caméra « *gyrostabilisée suspendue par 4 câbles [qui se déplace]* » dans les airs. Elle a la possibilité de prendre de la hauteur ou, au contraire, s'approcher du terrain³⁶. Notons que la première rediffusion de ce tir est un *replay* et non un ralenti contrairement aux buts que l'on a l'habitude de revoir aujourd'hui, montrés à vitesse réduite. La fin de l'incursion d'Eder, et donc la frappe, est montrée pour le deuxième *replay*, au ralenti cette fois.



Le troisième *replay*, toujours au ralenti, nous montre de biais Eder qui frappe ce ballon échappant de peu à Lloris (cf. Annexe n°1).

En ce qui concerne le quatrième *replay*, nous pouvons supposer qu'il a été obtenu par une caméra *Hyper Slow* d'AMP/Visual TV³⁷, une caméra « *utilisée uniquement pour les ralentis après une action. [Elle] a l'originalité de pouvoir être utilisée à la fois [...] comme une caméra classique en direct et ensuite comme une caméra super loupe pour les ralentis* ».



Ainsi, constatons que non seulement le nombre moyen de ralentis par but a doublé entre 1980 et 2016, mais aussi que les angles sous lesquels sont revus les buts ont varié. Le ralenti qui, par abus de langage, désigne de nos jours le *replay* lorsqu'il est utilisé, comporte désormais vue aérienne, zoom, loupe, et bien plus encore.

Mais ce n'est pas tout. En effet, les ralentis sont utilisés aujourd'hui pour revoir (et donc mettre en exergue) certaines fautes, célébrations et autres gestes d'humeur. En 1980, les 22 acteurs présents sur le terrain se disputaient parfois le cuir de manière

³⁶ <http://www.mediaunautre REGARD.com/2012/06/11/exclusif-un-plan-de-cameras-officiel-de-leuro-2012-39-cameras-par-match/> (Consulté le 24 avril 2017).

³⁷ Idem. Nous pouvons émettre l'hypothèse qu'il s'agisse de la caméra 17 du plan proposé par le réalisateur français Jean Jacques Amsellem.

virulente. Le corps arbitral sanctionnait ces mauvais gestes par des fautes. Mais ces dernières n'étaient quant à elles pas ou peu revues. Pour preuve, on retiendra que parmi les 6 fautes d'RFA-Belgique, aucune ne sera revue. Il est évident que les avancées techniques de l'époque ne permettaient pas de profiter d'une loupe ou d'une caméra située à proximité des joueurs commettant ces gestes. Toutefois, comme l'atteste la faute et le penalty sifflé contre l'Allemagne à la 75^e minute de jeu, l'équipe technique avait bel et bien la possibilité rediffuser des *replays* de ces actes manqués. En effet, la faute sur le Belge François Van Der Elst est rediffusée trois fois, et un arrêt sur image est même effectué au moment où le joueur allemand commet la faute en posant le pied sur celui du Belge. Ce penalty sifflé relève de l'erreur de l'arbitrage car le *replay* (qui est ralenti au moment du contact) montre que la faute a été commise à l'extérieur de la surface de réparation. Le traitement des fautes n'est pas le même pour France-Brésil et Portugal-France. Le match de l'Euro 2016 prend le parti de nous remonter certaines fautes. C'est le cas pour celle de Dimitri Payet sur Cristiano Ronaldo qui entraînera sa blessure. Au fil des minutes, il s'avère que la blessure de la star portugaise soit plus grave que prévue. Cela peut expliquer le parti pris du réalisateur de nous remonter (trois fois) la faute du joueur marseillais et qu'il existe, par le biais de ces ralentis, une volonté de « spectaculariser » cette faute et cette blessure. Elle nous est montrée sous plusieurs angles, aux antipodes de la blessure de Briegel, joueur de la finale de 1980. Bien qu'il n'ait pas la même stature que le champion d'Europe portugais, Briegel est l'un des hommes forts de cette RFA. Néanmoins, seuls quelques gros plans seront assurés pour suivre la blessure de ce joueur. De ce fait, on remarque que les stars d'hier ne sont pas celles d'aujourd'hui.

France-Brésil est le théâtre de contacts physiques qui seront revus. En effet, un peu moins de dix fautes sont passées au crible lors de cette rencontre. Elles sont presque toutes revues et ce, qu'importe leur niveau de gravité. Les fautes font partie de ce spectacle footballistique comme en témoigne cette répétition de tacles ou de chocs que l'on voit en boucle sur nos écrans. Il s'agit d'une autre forme de spectacle qui certes, inclut une forme de violence, mais qui n'en demeure pas moins spectaculaire. Comment qualifier, par exemple, la sortie de Barthez sur le Brésilien Ronaldo qui s'écroule à la suite d'une charge du gardien de Monaco (cf. Annexe n°1) ? Ce contact violent qui fait également tomber Fabien Barthez est revu quatre fois, sous quatre angles différents dont un nous montrant de très près les deux joueurs en train de se percuter. Un choc de cet de

cette ampleur est passé sous silence lors du match de l'Euro 1980, peu avant la fin de la première mi-temps. Il semblerait donc qu'à cette époque, la réalisation souhaite se concentrer sur des éléments concrets, à savoir des buts ou des situations litigieuses à l'inverse des matchs de 1998 et 2016, où il est question de repasser à l'écran une scène comportant une faute.

Enfin, le football à la télévision est sujet à une dramatisation alimentée par les commentateurs, mais aussi par des *replays* de toutes sortes. Qu'ils soient rediffusés à vitesse réelle ou réduite, ils entretiennent cette narration du match de football, propre à la télévision. Il s'agit ici d'évoquer les moments du match où l'on voit à l'écran divers expressions faciales ou gestes des joueurs, après une occasion de but ratée ou un but concédé. S'il n'est pas question de cela lors d'RFA-Belgique, on remarque, en revanche, que France-Brésil et Portugal-France regorgent de séquences où l'on voit des joueurs dont les faits et gestes sont dictés par l'émotion. L'utilisation du *slow motion* ou ralenti met l'accent sur un moment fort de la rencontre pouvant avoir un impact sur ses acteurs. Philippe Viallon dans la revue *Communications* tente de lever le voile sur ce procédé dont les réalisateurs sont parfois friands :

« [...] par exemple, lorsque les mouvements des personnages sont ralentis, le spectateur décode très vite ce procédé ; il l'accepte au même titre que le montage. En dilatant le temps de l'événement médiatique par rapport au temps absolu, les réalisateurs sportifs expriment, comme leurs collègues qui travaillent sur la fiction, des moments importants. Ce procédé permet non seulement de maîtriser l'espace, mais aussi de créer un temps, le temps du spectacle sportif médiatique. »³⁸.

Chaque séquence narre un fait, traduit une émotion. Voici une liste non exhaustive de séquences (qui exclut les buts et les fautes) en direct revues au ralenti (cf. Annexe n°2) :

- Avant même le début du match, le joueur Laurent Blanc, blessé et absent pour cette finale, embrasse Fabien Barthez sur le front. Un geste fort, encourageant le gardien de but avant cette finale historique.

³⁸ Viallon, P. « La télévision comme accélérateur du mouvement », dans *Communications*. 67, 1998, Leconte, B. Vigarello, G. *Le Spectacle du sport*, p. 179-191 [En ligne]. http://www.persee.fr/docAsPDF/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2016.pdf (Consulté le 7 avril 2017).

- Au sortir de la mi-temps, Júnior Baiano est filmé en train d'encourager à son tour Ronaldo. Il essaie de remobiliser l'attaquant dont l'équipe est menée deux à zéro. Cette scène nous montre la détermination des Brésiliens à aller chercher cette victoire en inscrivant au moins trois buts en une mi-temps. L'équipe du Brésil ne compte donc pas en rester là.

- A quelques minutes du terme, Christophe Dugarry rate son face à face avec Cláudio Taffarel. Il s'agissait de l'une des actions les plus dangereuses pour les Français. Le réalisateur nous montre un Barthez regrettant, genoux au sol, ce raté de son coéquipier. Ce troisième but aurait pu sceller la victoire des Bleus.

- A la 23^e minute de la rencontre entre les Portugais et les Français, le téléspectateur voit revoit une séquence, celle de Cristiano Ronaldo qui, au ralenti, demande à son entraîneur le changement avec un signe de la main qui indique qu'il ne peut plus continuer à jouer. S'en suit une autre séquence, celle de Fernando Santos, le technicien lusitanien mimant un signe, celui du remplacement. Le sélectionneur semble avoir compris le message de Ronaldo. Cela nous montre que le joueur majeur de cette équipe et de ce match s'apprête à sortir et que le spectacle s'en trouvera réduit car l'athlète de 32 ans est capable d'effectuer les plus beaux gestes techniques.

- A l'heure de jeu, Antoine Griezmann manque de peu d'ouvrir le score. Le réalisateur ne manquera pas de nous montrer l'entraîneur Didier Deschamps et son adjoint, contrariés par ce ballon qui n'a pas fini sa course au fond des filets. Griezmann a le regard hagard et la tête basse lors du ralenti qui cristallise une peur : celle de voir les Portugais profiter des actions manquées par les Français.

- Le but du Portugal pousse la dramatisation à son paroxysme. Quatre *replays* dont trois au ralenti sont passés à l'écran par le réalisateur. On y voit Pogba, rageur, dire à l'un de ses coéquipiers « *On lâche pas ! On va gagner !* », Fernando Santos levant les poings en l'air alors que les remplaçants portugais quittent leur banc pour se ruer vers Eder. Cristiano Ronaldo ainsi que le public, émus, célèbrent en larmes, ce but synonyme de victoire finale. Un spectacle heureux pour certains et tristes pour d'autres, mais en tous les cas émouvant.

Le ralenti est donc devenu le credo d'un grand nombre de ces réalisateurs qui tiennent à inclure une dimension émotionnelle à ces rencontres de sport télévisées. A tel point que ces rendez-vous sportifs en soient saturés : Jacques Blociszewski a comptabilisé

lors du Lille-Paris Saint-Germain (PSG) de septembre 2012 pas moins de 152 ralentis³⁹ ! Si la télévision cherche à retranscrire le réel, elle est toutefois soumise au règne du moment passé.

I. 2. b. Une mise en scène permise grâce aux gros plans

Contrairement à ces séquences revues plusieurs fois au cours d'un même match, les gros plans sont monnaie courante dans les années 1980 même si, nous nous en doutons, ceux-ci sont plus nombreux en 1998 et 2016. Procédé propre au domaine cinématographique, les gros plans (ou plans serrés), mais aussi plans américains, généraux (ou d'ensemble), moyens et rapprochés sont couramment utilisés pendant les retransmissions sportives, ce qui érigerait presque ces matchs au rang d'œuvre.

Chaque match est empreint de la sensibilité du réalisateur à l'égard de certains procédés. Un réalisateur va diffuser un nombre important de ralentis, quand d'autres vont s'en abstenir. Il en est de même pour ces plans. Chacun va préférer se focaliser sur un joueur ou un entraîneur plutôt qu'un autre pour des raisons qui lui incombent. Mais en règle générale, ces zooms sur les joueurs se sont multipliés à l'image des *replays*.

La confrontation entre les Belges et les Allemands donne lieu à ces différentes techniques de filmage. Dès les années 1980, les réalisateurs dotés de caméras permettant le zoom, n'hésitent pas à mettre en lumière un joueur qui effectue une touche, ou un corner. On remarque en revanche que ce procédé n'est pas toujours automatisé. Le zoom semble se focaliser maladroitement sur un joueur et l'on se doute qu'il s'agit là d'une entreprise humaine. Aussi, le changement de joueur se fait de façon brusque lorsqu'il est question de suivre un autre joueur. Le traditionnel plan large (celui nous permettant de voir l'ensemble du jeu, des joueurs et du terrain) domine cette retransmission. Malgré de nombreux duels physiques entre les joueurs présents sur le terrain, le réalisateur accorde une place moindre à ces plans rapprochés, *a contrario* de ce qui se fait dans le match du XXI^e siècle. Les plans rapprochés les plus fréquents en 1980 sont faits pendant la conduite de balle d'un joueur. Lorsque celui-ci avance avec le ballon au pied, la caméra en profite parfois pour le suivre de près, afin de montrer sa technique et la prise de décision (passer ou continuer d'avancer) qu'il est en train d'opérer. On remarque, comme c'est le cas à la

³⁹ <http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Consulté le 24 avril 2017).

46^e minute de jeu que le suivi des joueurs est parfois mal orchestré. Le changement de direction se fait de façon brutale ou, à l'inverse, manque de vivacité pour suivre les protagonistes.



Dès les années 1980, on mettait en avant les tireurs de coups de pied arrêtés (coups francs, corners, remises en jeu...) en plan moyen, c'est-à-dire que les joueurs étaient filmés de la tête aux pieds et que les éléments présents autour d'eux⁴⁰ n'étaient que partiellement visibles à l'écran. Seule une partie du décor sera capturé avec le joueur (gazon, panneau publicitaire, poteau de corner...). Si ce plan est encore d'actualité, il est aujourd'hui « remis au goût du jour ». A plusieurs reprises durant la rencontre Portugal-France, les cadres ont fait le choix de mettre en lumière le joueur lors d'un corner puis, en arrière-plan, le stade qui éclaire les tribunes et le terrain de ses feux. Les footballeurs sont filmés de dos, ce qui offre une vue d'ensemble d'une partie de l'enceinte.



Mais les matchs de ces dernières années vont plus loin en matière de prise de vue en agrémentant leurs séquences des fameux gros plans, celui où le visage et les émotions des joueurs sont cadrés et diffusés auprès de millions voire de milliards de téléspectateurs dans le monde. Si RFA-Belgique donne lieu à des plans moyens, parfois à la limite de ce gros plan que nous connaissons tant aujourd'hui (on parle alors, à quelques nuances près, de « plan taille » voire « américain »⁴¹ : on distingue les expressions du joueur et une partie de son corps), il ne nous offre pas à voir d'aussi près l'état d'esprit des acteurs du match. La rencontre de juillet 2016 regorge de plans utilisés à l'occasion de nombreux arrêts de jeu, afin de ponctuer les temps morts (changements de joueurs, fautes et remises en jeu comme les touches, le dégagement du gardien...), les commentaires aidant (cf. Annexe n°3). La première mi-temps de ce match ne manque pas de suivre de près les joueurs. La blessure de C. Ronaldo, les regrets de Griezmann, les hymnes nationaux, les joueurs prêts à reprendre un ballon de la tête lorsqu'un corner est sur le point d'être frappé, sont autant de moments charnières de cette rencontre sur

⁴⁰ <http://devenir-realisateur.com/lechelle-des-plans/plan-moyen-ou-plan-pied/> (Consulté le 24 avril 2017).

⁴¹ <http://devenir-realisateur.com/lechelle-des-plans/plan-rapproche/> (Consulté le 24 avril 2017).

lesquels les techniciens s'attardent. Le match de football n'est plus seulement qu'une retransmission sportive, elle est une histoire racontée par ses protagonistes en proie à leurs ressentis. Placées au bon moment, ces séquences particulières intensifient le registre dramatique d'une rencontre qui, en apparence, ne relève que du sport.



« Un gros plan montre plus de mouvement qu'un plan large ; les répétitions de séquences au ralenti, fréquentes dans les spectacles sportifs, soulignent également l'importance du phénomène. [...] la médiatisation télévisuelle du sport s'organise toujours en contemplation et célébration du beau geste »⁴².

Aujourd'hui, le beau geste n'est plus seulement celui du direct. C'est aussi celui que l'on n'a peut-être pas aperçu, celui où joueurs et entraîneurs motivent leurs troupes après un but concédé ou lorsque l'on voit le public se lever pour soutenir ses protégés. La télévision souhaite, à notre époque, montrer et surtout remonter à sa manière, comme si le direct ne suffisait plus. A l'inverse, quand le jeu en temps réel propose un spectacle fourni, la réalisation utilise une quantité non négligeable d'hors-champ⁴³ : on se focalise sur le joueur qui, le long de la ligne de touche, tente d'effacer son défenseur. Si ce filmage s'impose car le jeu se fait à l'aune des deux protagonistes, qu'en est-il des autres joueurs de champ (notamment des coéquipiers de celui qui a le ballon) qui vont essayer de se démarquer afin de recevoir le ballon (cf. Annexe n°3) ? Le football est un sport où chaque joueur se doit de fournir le meilleur de lui-même quand la situation s'impose, et lorsque ses partenaires ne peuvent lui venir en aide. Cela étant, il reste un sport collectif et le jeu sans ballon, de plus en plus considéré dans le football moderne, n'en reste pas moins essentiel et doit, comme le reste, être montré à la télévision. La même remarque peut être faite quant aux touches où la plupart du temps, le réalisateur se concentre ne serait-ce que

⁴² Viallon, P. « La télévision comme accélérateur du mouvement », dans *Communications*. 67, 1998, Leconte, B. Vigarello, G. *Le Spectacle du sport*, p. 179-191 [En ligne]. http://www.persee.fr/docAsPDF/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2016.pdf (Consulté le 7 avril 2017).

⁴³ <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/hors-champ/> (Consulté le 24 avril 2017).

quelques secondes sur le joueur qui le ballon en main, un cadrage qui occulte des zones entières du terrain (cf. Annexe n°3).

Cela nous amène à évoquer les plans de coupe, davantage sollicités dans cette entreprise de spectacularisation. Les plans de coupe désignent un « plan bref inséré dans la continuité d'un autre plan ou introduit entre deux plans [...] »⁴⁴. Ces successions de plans tendent à se répéter dans le cadre de retransmissions modernes. Elles sont marginales à l'occasion d'RFA-Belgique mais incessantes lors de Portugal-France. La vue d'ensemble que nous avons du match peine à dépasser la quinzaine de secondes sauf lorsqu'une action dangereuse s'éternise. Il semblerait donc que le jeu ne doive souffrir d'aucun temps mort, en particulier lorsque le jeu est en train d'être construit comme c'est le cas pendant une succession de passes, ce qui est pourtant l'essence de ce sport collectif (cf. Annexe n°3)...

Jacques Blociszewski cite Pierre Badel qui en avril 1968, livrait le secret d'un bon filmage :

« Pour faire une retransmission il faut en quelque sorte rester modeste, ne pas chercher à faire une mise en scène d'un match de football qui n'en a pas besoin, mais simplement rechercher les plans nécessaires pour qu'on voie bien le jeu, c'est-à-dire chercher le plus souvent des plans larges »⁴⁵.

Les affrontements footballistiques prennent donc des allures de longs-métrages dans lesquels deux équipes rivales s'affrontent, le temps de 90 minutes voire plus. Le cadrage est ainsi un élément essentiel dans cette démarche de spectacularisation.

I. 2. c. Le son et l'habillage du match

Contrairement au spectateur présent dans les tribunes, le téléspectateur a lui la possibilité d'assister à un spectacle différent, d'un autre genre, où il peut bien sûr voir et revoir des faits de jeu, tout en ayant à disposition les clés de la rencontre à laquelle il est en train d'assister. La modernisation des techniques de diffusion va de pair avec une autre modernisation, celle de « l'habillement » des matchs télévisés. Statistiques, transitions, affichage du score et d'autres éléments présents à l'antenne sont soignés dans le but d'assurer un esthétisme concomitant à celui du jeu diffusé.

⁴⁴ http://angellier.biblio.univ-lille3.fr/ressources/glossaire_filmterms.html (Consulté le 24 avril 2017).

⁴⁵ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 42.

Au cours des affrontements, le téléspectateur a plusieurs données à sa disposition : nom des équipes, score, temps de jeu joué, partenaires officiels de la compétition, éventuellement la nature de la rencontre (phase de groupe, quart de finale, demi-finale, finale, match aller ou retour...), le lieu, le nombre de spectateurs, et bien plus. Certaines d'entre elles sont inscrites en continu sur nos écrans de télévision. Il s'agit du score, des équipes qui s'affrontent (dont les trois premières lettres sont inscrites) et du temps joué. Par moments (mais systématiquement après un but, au début, et à la fin d'une période), lesdites informations refont leur apparition le temps de quelques secondes en redonnant le nom des buteurs et la minute de leur réalisation. Les données affichées à l'écran il y a quelques décennies diffèrent de celles d'aujourd'hui par leur disposition. Les diffuseurs affichaient le score (en l'occurrence 2-1 pour la RFA au terme de la partie), le buteur si un but a été inscrit (dont sa minute), la mi-temps et le moment joué. Toutes ces informations sont affichées de façon assez disparate, au risque de gêner le téléspectateur pendant quelques secondes. Qu'en aurait-il été si le résultat avait été plus lourd (cf. Annexe n°4) ?

En 1998, le téléspectateur pouvait voir le nom des deux équipes sur un ruban à fond bleu sur la partie inférieure de l'écran, toujours aux moments précédemment cités. Ce ruban crée grâce aux progrès de l'ingénierie et des algorithmes affiche, en outre, le drapeau animé des deux équipes sous (ou à côté de) leur nom. Les termes « Première période » laissent désormais place à un chrono, sur le coin supérieur droit de l'écran accompagné du chiffre « 1 » synonyme de mi-temps jouée. Sur le côté gauche le logo du diffuseur ainsi que le score sont affichés en permanence, à l'image de ce qui se fait aujourd'hui. La monstration de ces données du match est bien plus épurée qu'il y a dix-huit ans en arrière.

Le match de la finale de l'Euro 2016 montre de la même manière cette évolution de l'affichage. Sur le côté gauche de l'écran et sur le haut de celui-ci, une petite banderole à fond bleu foncé (l'une des couleurs de la compétition) reprend ces données essentielles : équipes, temps de jeu, nombre de buts. On remarquera la présence d'une pastille de couleur rouge près des initiales « POR », précisant que l'actuel champion d'Europe joue ce match en rouge, alors qu'une pastille bleue figure près des lettres « FRA ». Quel que soit le diffuseur (les trois principaux étaient TF1, M6 et beIN Sports), cet habillage était le même à chaque match. Tout est donc fait que le téléspectateur soit, dès son arrivée sur la chaîne, informé de l'état de la rencontre, de façon claire et précise. A noter que le logo

de la compétition (le trophée de l'Euro) est compris dans un autre rectangle, de couleur blanche sur lequel figure la minute jouée, écrite en noir. Evidemment, ce logo ne figure pas lors des matchs amicaux. En revanche, la mention de la couleur du maillot ne disparaît pas, qu'importe l'enjeu. Il s'agit ici d'un ajout mis en place il y a quelques années (cf. Annexe n°4).

Le spectacle est de fait assuré par les chaînes de télévision qui agrémentent leurs diffusions, ici et là, d'éléments graphiques censés assurer la transition entre les *replays* et les directs (cf. Annexe n°4). En effet, des animations surgissent à l'écran entre les périodes de jeu et les temps morts. Le dernier match de l'Euro 1980 alterne entre le jeu en direct et les *replays* des événements marquants, si bien que l'on peut avoir des difficultés à distinguer les deux séquences. La dernière opposition du Mondial 1998 nous donne à voir une transition assurée grâce à une ligne verticale traversant l'écran de gauche à droite, balayant l'écran du direct ou du *replay*. 18 ans après, les transitions se font avec une l'animation ou l'on voit s'approcher de nous un logo, identique à celui que l'aperçoit sur le coin supérieur gauche près du chrono. Ces deux changements marquent clairement la distinction entre les deux moments de jeu, pour le confort de ceux qui assistent aux rencontres télévisées.

Les statistiques sont de surcroît un ajout intéressant pour le téléspectateur, qui jouit de ce privilège de connaître les faits d'armes des sportifs présents sur le rectangle vert (cf. Annexe n°4). De nombreuses statistiques sont disponibles en direct grâce à Opta Sports, entreprise anglaise chargée de fournir des données et statistiques sportives. Concluant des accords avec les médias et les fédérations de football de diverses nationalités, Opta nous renseigne sur des statistiques variées. Du nombre de tirs cadrés durant un match jusqu'au nombre de passes réussies d'un joueur sur une saison entière, en passant par les zones où un footballeur a touché le plus souvent le ballon, tout se joue sous les yeux humains et informatisés de ce chasseur de données. Le dernier de nos trois matchs ne fait pas figure d'exception (contrairement aux deux premiers où rien ne nous est transmis) : à la 26^e minute apparaît, au bas de l'écran, un ruban de statistiques montrant le nombre de passes des deux équipes, ainsi que leur possession de balle. A la 42^e minute, c'est encore la statistique sur la possession de balle (exprimée en pourcentage) et les tirs effectués (dont les frappes cadrées) qui est affichée. Environ trente minutes plus tard, les mêmes mesures sont affichées, mais elles concernent le dernier quart d'heure joué. Ces

chiffres sont généralement exposés pendant la construction du jeu, c'est-à-dire lorsque le cuir circule au milieu du terrain, et non lorsque les joueurs accélèrent la cadence de jeu.

Qu'en est-il de notre ouïe ? Longtemps négligée, elle fait partie, de nos jours, de la diffusion télévisuelle du football. Les commentaires, par moments répétitifs ou tout simplement trop nombreux, restent *a priori*, le seul repère que l'on a au regard du son. La première chose que nous entendons en allumant notre poste pour visionner une rencontre sportive sont les observations des journalistes et consultants. Jacques Blociszewski rappelle les étapes d'un son qui s'est continuellement amélioré :

« Au Mondial 1998, le numérique et le son stéréo font leur grande entrée. (...) Le son stéréo apporte, lui, une qualité sonore égale à celle du CD. En Allemagne, pour le Mondial 2006 [...] [France Football] annonçait comme innovation majeure que tous les matches seraient offerts en HD (haute définition), en son surround [...] »⁴⁶.

Le son stéréo est celui renvoyé, à l'identique, par les deux canaux d'un équipement apte à retranscrire un son. Le son *surround* (« entourer », « encercler » en anglais)⁴⁷, est lui, considéré comme un format (ou un type de son, comparable au format d'images numériques comme le .jpg, .png, etc.) permettant au possesseur d'un équipement adapté (home cinéma par exemple) de profiter d'un son provenant de différentes directions. Le fond sonore ne vient plus de face, mais de plusieurs directions. Un élément de taille permettant d'améliorer l'expérience du match de football télévisé. Dans son œuvre éponyme, l'auteur ajoute que pas moins de 16 micros sont disséminés sur le terrain en 2007, donnant lieu à l'écoute des paroles prononcées par les entraîneurs, comme c'est le cas pendant Portugal-France, entre les deux périodes de la prolongation :

« [...] à chaque fois qu'on peut, on met un coup d'accélérateur ! On va l'avoir ! On va l'avoir l'occaz ! [...] Bien au contraire, restez lucides ! Et les coups on les joue à fond ! Et on baisse pas la tête ! Hein ! Personne doit baisser la tête ! Jusqu'au bout on y croit les gars ! ».

L'amélioration du dispositif nous fait entendre le public, entonnant en chœur la Marseillaise pour encourager les joueurs en bleu (renforcement du registre dramatique qui sera traité ultérieurement). Le son d'il y a une trentaine d'années n'a donc plus d'équivalent avec celui d'aujourd'hui. Un éventail de bruits peut être distingué : ballon botté (pour une passe ou un tir) qui provoque un bruit sourd, ballon qui s'écrase sur la

⁴⁶ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 29.

⁴⁷ <http://www.homecine-compare.com/definition-de-surround.htm> (Consulté le 24 avril 2017).

barre engendrant un bruit à l'inverse aigu⁴⁸... Un concert est ainsi joué par les joueurs que l'on considère comme des maîtres balle au pied. Notre analyse ne dénote aucun bruit semblable à la vue d'RFA-Belgique. Nous oyons grossièrement le public, alors qu'en 1998 et en 2016 il est possible de différencier les paroles scandées (« *Allez les Bleus !* », « *Qui ne saute pas n'est pas français !* ») ou les contestations des joueurs (plus récurrentes qu'en 1980) suite à un coup de sifflet de l'arbitre (« Eh ! » probablement crié par le Brésilien Leonardo qui n'a pas obtenu de corner à la 5^e minute). La qualité du son concorde avec la multiplication des avancées techniques, en témoigne les respirations de Jean-Michel Larqué et Thierry Roland que l'on peut entendre à la vue de la finale entre Belges et Allemands. L'équilibre des sons est plus prononcé, les commentaires et les bruits ambiants sont restitués de façon équilibrée en comparaison à la première des deux finales Européennes analysées. J. Blociszewski évoque le micro accroché à la tenue de l'arbitre afin que l'on entende les mots qu'il adresse aux footballeurs sur la pelouse et à ses assistants (contribuant à renforcer le spectacle, comme ce fut le cas lors de la finale de la Coupe de la ligue en 2012⁴⁹) :

« Ainsi les arbitres sont munis toujours davantage de prothèses électroniques comme oreillettes et micro, qui leur permettent de communiquer avec leurs assistants pendant le match. [...] Mais oreillettes et micros peuvent aussi servir au spectacle, et ce que dit l'arbitre est alors entendu des téléspectateurs. La dramatisation due à ces micros attire vivement l'attention et peut donner l'impression qu'il se passe plus de choses sur le terrain qu'en réalité »⁵⁰.

II – Un football sous influence médiatique

Nous l'avons constaté, le football est né et s'est codifié à l'écart de tout média au début de son existence. Il a notamment évolué grâce à la télévision et a contribué à l'émergence de celle-ci. Ce mariage de raison a précipité des changements notables. C'est tout un sport qui subit cette métamorphose : joueurs, dirigeants, et journalistes œuvrent à accentuer le spectacle sportif, peut-être au point de faire primer le spectacle, au détriment du sportif.

⁴⁸ <http://www.universal-soundbank.com/sport-football.htm> (Consulté le 24 avril 2017).

⁴⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=9OAMAND7V-0> (Consulté le 24 avril 2017).

⁵⁰ Blociszewski, J., *Op. Cit.*, p. 44.

II. 1. Le match de football télévisé, produit médiatique

Le football est devenu un produit, celui de la télévision. Cette dernière se sert des matchs les plus prestigieux pour accroître son audience et justifier cette spectacularisation. La mise en scène du football se déroule sur les terrains mais également en dehors : les affrontements sont présentés comme immanquables et les médias arrivent à créer une attente chez les passionnés de ce sport. Comment s'y prennent-ils ? Cette influence est-elle nocive pour le football télévisé et son fonctionnement ?

II. 1. a. Surmédiatisation de l'événement sportif et enjeu sacralisé

Les tournois internationaux comme la Coupe du monde, le Championnat d'Europe des nations ou la *Copa América* doivent leur réputation, entre autres, au caractère exceptionnel qu'ils présentent. La périodicité de ces compétitions contribue à créer une effervescence tant chez les joueurs que chez les supporters. Le Mondial et l'Euro sont organisés tous les 4 ans, avec un intervalle de deux ans entre ces deux rendez-vous.

C'est ainsi que l'effectif d'une multitude d'équipes se prépare, pendant deux ans, à l'une de ces deux prestigieuses échéances. Les médias ne manquent pas, eux non plus, d'en assurer la promotion. Une promotion qui, tout naturellement, mettra les principales chaînes de télévision au premier plan. L'intégralité du tournoi est couverte par les médias qui ne cessent de mettre en lumière l'avant et l'après-compétition. Aux Etats-Unis, c'est le *Super Bowl* qui fait office d'événement sportif majeur. S'il est une finale entre deux des meilleures équipes de football américain, il est aussi une fête, une échéance permettant à des dizaines de millions d'Américains de se réunir, afin de suivre le match le plus attendu de tout un pays. Il est considéré comme un rituel, à l'image d'une autre fête nationale, rituel pour lequel rien n'est laissé au hasard. Naturellement, les publicitaires profitent de ce succès pour vendre quelques secondes de pub. Certaines grandes marques n'hésitent pas à déboursier des millions de dollars pour faire parler d'elles durant la mi-temps. Le comparatif peut être établi pour le football en Europe, et sur les quatre autres continents. Un constat est dressé à la vue de ces audiences imperturbables : le média recrée le football. Il le façonne, lui octroie de nouvelles considérations, le rend exceptionnel, le « spectacularise ». Olivier Perelman va même

plus loin, et à juste titre, en affirmant que le « média est sportif »⁵¹. La liaison concrète entre sport et média continue de se vérifier à notre époque. Une complémentarité s'est créée entre ces deux partis qui cherchent à magnifier, rendre épique un simple match de sport entre deux équipes. La télévision, comme la presse, doit évoquer ces face-à-face à venir de façon à créer (ou décupler) une attente chez les téléspectateurs. L'annonce même de l'événement donne lieu à une mise en scène et produit un scénario en rappelant les enjeux des matchs. Gérard Derèze explique le phénomène de « médiatisation anticipative » :

« En clair, aujourd'hui, il ne suffit plus d'annoncer les grands rendez-vous sportifs. Il faut, en plus de la « pré-vente » de l'événement, en suivre toutes les péripéties préalables. [...] [Ce qui est nouveau], c'est l'attention médiatique qui s'y focalise et qui en construit le récit. Même sans réaliser une comparaison historique systématique qui serait pertinente en la circonstance, nous pouvons constater la montée en puissance narrative, ces dernières années, de tout ce qui entoure et conditionne la compétition, entendue au sens strict comme le lieu et le temps de l'affrontement sportif »⁵².

Rares seront ceux qui méconnaîtront l'organisation plus ou moins imminente de tournois, présentés comme capitaux pour une sélection nationale voire un pays. Tempérons ce discours médiatique en rappelant que le football est avant tout un jeu. Le professeur à l'université catholique de Louvain poursuit :

« Les grands rendez-vous footballistiques sont ainsi pris dans des logiques et des problèmes de communication qui englobent le temps de leur gestation. [...] On passe aussi de l'événement à l'événementiel, adjectif substantivé pour les besoins des stratégies de la communication. On ne montre plus, on exhibe ».

La couverture médiatique d'événements sportifs de ce prestige est faite sous la forme d'émissions spéciales, d'annonces publicitaires et de bandes-annonces de ces rencontres. Une importante communication est assurée de la part des diffuseurs qui font encore plus occurrence au football qu'à l'accoutumée. Les émissions et autres magazines traitant du ballon rond à la télévision connaissent un succès notoire. Etablissons-en un

⁵¹ Perelman, M. « Médiatisation du sport et sportivisation des médias : Le stade comme vision du monde », dans *Chimères*, 74, 2010 [En ligne]. <https://www.cairn.info/revue-chimeres-2010-3-page-185.htm> (Consulté le 20 décembre 2016).

⁵² DEREZE, G. « De la médiatisation des grandes compétitions sportives », dans *Communications*, 67, 1998 [En ligne]. http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2014 (Consulté le 20 décembre 2016)

échantillon : « Téléfoot », « Jour de foot », « 100% Foot », « Canal Football Club », « L'Equipe du soir »... Ces émissions faisant la part belle à ce sport dédient parfois l'entièreté de leur diffusion pour couvrir l'actualité d'un match ou en faire son compte-rendu (cf. Annexe n°5).

L'annonce de la diffusion d'une rencontre marque également les esprits des amateurs du ballon rond (et des autres) *via* une contextualisation souvent très poussée.

A l'approche de ces grandes dates, les bandes-annonces de match comportent des énoncés comme « *La France a rendez-vous avec l'histoire...* »⁵³, « *Toi Antoine, toi qui nous a délivrés des champions du monde, et hissés en finale... [...]* *Ce soir, le choc des titans... A vivre sur M6.* »⁵⁴ et font une promesse, celle de diffuser une opposition d'exception et ultra-spectaculaire. Bande-son, images, voix hors-champ (ou voix *off*), témoignages de joueurs⁵⁵... Les procédés ne manquent pas pour magnifier une future rencontre qui, en principe, ne peut subir un quelconque désintérêt, surtout lorsque deux équipes du gotha mondial comme la France et l'Allemagne s'affrontent. Les diffuseurs transforment la partie de football en un rendez-vous médiatique incomparable en lui consacrant, par exemple, la majeure partie de la journée. Nous pouvons prendre pour exemple ladite rencontre entre les Français et les Allemands qui a vu se mettre en place un « dispositif exceptionnel », une « journée spéciale » du côté de la chaîne TF1. Des mesures atypiques sont mises en place : les journaux télévisés du jour sont « au cœur de l'événement en direct de Marseille ». Ensuite, environ deux heures avant le coup d'envoi, une émission spéciale « Tous en bleu » suit l'Equipe de France jusqu'à son arrivée au stade Vélodrome avant que le match ne débute à 20h45. Puis, l'émission « Le Mag » fait le compte-rendu de ce choc (cf. Annexe n°5).

A noter que pour ce cas de figure, il n'est question « que » d'une demi-finale. La sacralisation de l'événement sportif fait indubitablement partie de la stratégie du média télévisuel (pour ne citer que lui). Le téléspectateur doit ressentir l'attention qui est portée à son égard de la part des télédiffuseurs qui lui livrent toutes les clés du match.

Les médias promotionnent ces grandes confrontations sportives par l'argumentation (certains magazines footballistiques s'interrogent sur l'intérêt d'un match) et surtout la persuasion, en vertu de la passion pour le football témoignée par les

⁵³ https://www.youtube.com/watch?v=rx_CeetpCzs (Consulté le 15 mars 2017).

⁵⁴ https://www.youtube.com/watch?v=RLlj8NpP_6E (Idem.).

⁵⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=yn4jepI5vhs> (Idem.).

afficionados. Selon Alexandre Obœuf, les médias exercent, dans une certaine mesure, une « hypnose médiatique ». Une hypnose tout de même nuancée puisque nous serions tout de même réceptifs à ce que montrent les médias selon nos habitus et autres expériences du passé :

« D’abord, nous ne sommes jamais des récepteurs passifs (Winkin, 2000 ; Le Grignou, 2003) mais bien des individus pourvus d’un panel d’expériences, d’une trajectoire singulière qui nous offrent l’opportunité de réquisitionner ou de contester les propositions médiatiques. »⁵⁶.

D’après Erik Neveu, cité par l’auteur de *Sports et médias*, les médias persuadent « là où les sujets sont étrangers à l’expérience pratique de leur public ». De ce fait, un connaisseur n’aura pas la même lecture de l’événement sportif qu’un téléspectateur occasionnel. Les médias n’ont donc pas un pouvoir direct. Ils exercent une forme d’influence à travers la « *légitimation de certaines pratiques, qu’elles soient sportives ou non* »⁵⁷. Serge Tchakhotine écrit, dans *Le Viol des foules par la propagande politique* (1939), que les médias « incorporent » des signes, des contenus colonisant l’inconscient des foules. Cela se fait notamment par la référence (explicite ou implicite) des pulsions d’un individu, un maniement habile d’associations d’idées, ou encore au guidage de pulsions vitales auxquelles chaque individu de la population répond : combatives, alimentaires, sexuelles et parentales. Sans aller jusqu’à octroyer aux médias une image contestable, nous pouvons rapprocher les travaux du sociologue russe à la thèse évoquée dans l’œuvre d’Alexandre Obœuf et notre observation. Enfin, le maître de conférences à l’université Paris Descartes observe que les médias ne contraignent pas le public à regarder certains programmes, mais que néanmoins, ils incitent le suivi d’événements sportifs comme la Coupe du monde dans la mesure où il s’agit d’un événement suivi par une grande frange de la population. Ainsi, visionner des matchs seraient aussi un moyen de « faire bonne figure », de ne pas « perdre la face » (Goffman, *La Mise en scène de la vie quotidienne - La Présentation de Soi*, 1973) face à des pairs. Il s’agirait d’une façon détournée d’exercer cette influence, les normes sociales aidant.

De simples bandes-annonces nous montrent ici que le football devient un produit médiatique car médiatisé, qui se plie de plus en plus à ses standards au point d’en voir son essence être modifiée.

⁵⁶ Obœuf, A. *Op. Cit.* p. 16.

⁵⁷ Obœuf, A. *Op. Cit.* p. 18.

II. 1. b. L'ingérence de la télévision dans l'organisation du football

Nous venons de voir que la télévision met un point d'honneur à accentuer la dimension exceptionnelle de ses programmes sportifs. Le *medium* télévisé, de la même manière, soumet ce sport à son succès en interférant avec son évolution directe. Le règlement du jeu sera abordé ci-dessous.

En 1674, Boileau énonce dans *l'Art Poétique* « *qu'en un lieu, en un jour, un seul fait accompli tienne jusqu'à la fin le théâtre rempli* ». Une analogie peut être faite ici avec cette médiatisation des sports. Au cours d'une journée, les programmes se bousculent parfois, et doivent s'enchaîner, sans temps de publicité, suite à des imprévus survenus durant l'un d'entre eux. Deux éléments doivent être pris en compte pendant la retransmission de matchs sportifs : la grille des programmes et les conditions (enclin à des variations climatiques) dans lesquelles ils sont joués. Forte pluie, orages, neige, ou tout simplement obscurité, certaines rencontres sportives ne s'achèvent dans leurs conditions initiales. De ce fait, les règles de certains sports sont modifiées afin de répondre à des contraintes de temps. Mais la modification de ces règles, bien qu'elles évitent au match de s'éterniser, influe de façon probante sur le déroulement du jeu (mentionnons pour exemple les six secondes balle en main accordées au gardien de football). Ce format condensé permet de provoquer des faits de jeu, appréciés du public. En 1990, l'IFAB proscrit au gardien la possibilité de toucher le ballon de la main si celui-ci provient d'un coéquipier⁵⁸. Lors d'RFA-Belgique, en moins de deux minutes de jeu, trois passes en retrait de la sorte ont été effectuées, déclenchant les premiers sifflets du public. L'IFAB souhaite à la fin des années 1980 enrayer des actes d'antijeu qui « *menacent de prendre le pas sur le plaisir et le spectacle* ». Il serait de mauvais augure de porter atteinte à l'aspect sport spectacle du football qui séduit de plus en plus de téléspectateurs. Les instances du sport affirment cette volonté de montrer un sport plus « présentable », télévisuel, en atteste les propos de Juan Samaranch, le président Comité International Olympique (CIO) : « *En raison de l'importance de la télévision, nous recommandons aux fédérations de se réunir avec des experts de la télévision pour améliorer le sport* ». Les diffuseurs souhaitent offrir à leur match une large visibilité,

⁵⁸ <http://fr.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-laws/index.html> (Consulté le 26 décembre 2016).

celui-ci étant adapté à un format télévisé parfois contestataire⁵⁹. Le spectacle et donc l'intérêt du public qui en découle suffit à justifier cette métamorphose du sport tant sur ses règles que sur sa diffusion.

Les règles sont pensées puis éventuellement modifiées pour une question d'équité et d'ordre sur le terrain, mais également pour entretenir la dimension spectaculaire des matchs. La problématique de l'arbitrage vidéo concrétise cette quête vers la spectacularisation. Michel Platini, ancien président de l'UEFA s'oppose vivement à cette possibilité d'avoir recours à la vidéo sous peine de dénaturer le football. Il se doit d'être le plus fluide possible sans marquer de temps d'arrêt supplémentaire. Autrement dit, il doit être le plus « télévisuel » possible, le plus attractif, aussi bien pour le public que pour les téléspectateurs, comme nous l'affirmions précédemment.

L'hégémonie de la télévision ne s'arrête pas là. Nous avons fait allusion aux chaînes de télévision qui ont su convaincre les instances du football, dès le début des années 1960, de ne pas faire jouer deux matchs aux mêmes heures, afin d'accroître une audience qui restait à séduire. Cette domination ne s'arrête pas là, puisqu'en 1970 la FIFA va même jusqu'à faire jouer les protagonistes en tout début d'après-midi sous un soleil ardent afin que le téléspectateur européen puisse assister aux quarts de finale et à la finale. Il serait inutile de rappeler que la récupération d'autres équipes ayant joué dans des conditions et à des horaires différents est nettement meilleure⁶⁰... La spectacularisation n'est certes pas le point d'orgue des débats à cette période, mais nous avons ici l'exemple d'une télévision à laquelle on accordait un passe-droit significatif il y a déjà cinq décennies. D. Féménias et J. Blociszewski font remarquer à juste titre que le rythme imposé par la télévision met en péril la santé des joueurs et l'organisation du football. L'un dénonce la période à laquelle se jouera la Coupe du monde 2022 au Qatar (en hiver, pour ne pas jouer sous de fortes températures ce qui trouble le déroulement des championnats européens)⁶¹, l'autre, accable la Ligue de football professionnelle (LFP) qui « *a pris une mesure qui contraint certains clubs à jouer deux matches en 48 heures [...]* » afin de « *valoriser le magazine télévisé de football du dimanche* »⁶². Nous

⁵⁹ Marie Moles, J. « Émergence d'une éducation au spectacle sportif : impact des nouvelles technologies dans le sport télévisé », dans *Corps et culture*, 5, 2000 [En ligne]. <https://corpsetculture.revues.org/721> (Consulté le 20 décembre 2016)<https://corpsetculture.revues.org/721> (Consulté le 26 décembre 2016).

⁶⁰ Obœuf, A. *Op. Cit.* p. 73-74.

⁶¹ Féménias, D. « Sur la construction des vedettes sportives », dans Obœuf, A. (dir.) *Sport et médias*, Paris, CNRS Editions, « Les Essentiels d'Hermès », 2015, 224 pages, p. 78.

⁶² Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 156.

pouvons qualifier ces décisions de discutables voire contradictoires car cette course à la promotion du spectacle sportif présente le risque de nuire aux principaux concernés, lesquels fourniront un jeu moins attractif et par conséquent moins beau à regarder.

II. 2. Les protagonistes du match de football télévisé

Ces dernières années, la télévision a poussé la spectacularisation à un niveau sans précédent. Elle organise le football de sorte à ce qu'il soit attrayant aux yeux d'un très grand nombre de personnes. Elle a pour cela recours à une médiatisation à outrance des grands événements qui, à la différence des rencontres de championnat, se déroulent une fois tous les quatre ans. Au-delà de cette influence aux apparences d'ingérence, le média télévisuel utilise aussi des procédés plus traditionnels mais efficaces. La starisation et l'héroïsation sont compris dans ces stratagèmes pour capter l'attention d'un public plus exposés aux écrans qu'il y a quelques décennies. Pour comprendre comment ce sport est influencé, il nous faut observer ces deux phénomènes mais également ce qui se déroule à quelques instants des plus grands matchs, marqués par la venue de célébrités mondialement connues qui offrent aux caméras un spectacle en marge d'en autre. La participation de chanteurs et danseurs, auteurs de prestations spectaculaires diffusées à la télévision, souligne encore plus le caractère supposément inédit de certains matchs.

II. 2. a. Des joueurs starisés et héroïsés

Parmi les acteurs du match de football figurent les joueurs. Chacun de ces athlètes connaît une trajectoire de carrière qui varie en fonction de ses choix, ses performances et sa communication. En outre, le joueur de football des temps modernes doit de plus en plus composer avec les médias qui à eux seuls ont le pouvoir de nuire à sa carrière. Frases et déclarations polémiques font partie des écueils à éviter pour des joueurs parfois mis trop rapidement au-devant de la scène.

A l'inverse, les médias ont cette capacité à faire de ces sportifs de véritables stars dès leur plus jeune âge. Les exemples ne manquent pas : Rashford, Sancho, Mbappé, Augustin, Dembélé. Ils ont vingt ans ou moins, mais brillent déjà sur les pelouses européennes depuis plusieurs mois. Leurs aînés ne leur envient toutefois pas ce traitement de faveur puisqu'eux aussi font l'actualité du ballon rond. Si bien que l'adapte de rugby ou de basket-ball connaîtra inévitablement les noms des stars d'hier et d'aujourd'hui : Platini, Papin, Henry, Zidane, Cristiano Ronaldo, Messi, Neymar... Si ces grands noms

du football font tant parler d'eux, c'est en raison de leur talent qui a fait tomber bien des records. La rivalité (vivement alimentée par les médias au point de leur attribuer une relation hostile que les intéressés nient catégoriquement^{63 64}) entre le Portugais Ronaldo et l'Argentin Lionel Messi ne semble pas, en 2017, vouloir s'essouffler. Chaque week-end, leurs performances sont suivies et ce, depuis une dizaine d'années afin de savoir qui du joueur de Madrid ou de Barcelone est le meilleur. Ces joueurs, comme d'autres, rallient des stades entiers à leur cause. Par leurs gestes techniques, leurs tirs, leurs qualités athlétiques, ces stars sont suivies à chaque sortie de leur équipe.

Ainsi, si nous pouvons légitimement nous accorder à dire que leurs performances forcent le respect (que dire d'un joueur dont le nombre de buts est supérieur à celui de ses apparitions ?) des uns et des autres, nous pouvons de la même manière nous pencher sur cette starisation opérée par les médias. Il ne sera pas question de revenir ici sur la façon dont le match de football est diffusé et filmé, mais plutôt sur les joueurs que le petit écran met en avant. Durant l'avant-match de leurs équipes respectives, les journalistes se mettent à faire des comparaisons et traitent du match dans le match, malgré le fait que Barcelone et Madrid ne jouent pas l'un contre l'autre. Ce duel entre les stars a tendance à taire l'apport des autres joueurs alors que ces athlètes, aimés pour leur jeu qui est un gage de spectacle, nécessitent la présence de coéquipiers, comme dans tout sport collectif. A moins de se référer aux chaînes de télévision ou pages Web dédiées à un seul club (où l'actualité de tous les joueurs et de l'équipe est traitée), les chaînes généralistes se concentreront sur une poignée de joueurs majeurs de chaque équipe, au détriment des autres. Ne parle-t-on pas de l'Ajax de Cruyff, du Real de Ronaldo et du Barça de Messi ? Forts de ce succès à l'international, les sportifs jouent également, à l'instar des journalistes, de l'enjeu d'une rencontre pour vendre leur image, leurs exploits, en célébrant (cela peut passer par des danses, des provocations...) leurs buts et autres succès contribuant à la victoire d'une équipe, ou en simulant certaines fautes afin de pénaliser (par le biais du corps arbitral, figure du juge pouvant statuer sur le mauvais comportement de l'un des protagonistes) un homologue. Tout comme l'équipe à laquelle elles font partie, ces stars cristallisent certaines pratiques et valeurs. On constate que la figure du joueur star fait vendre : maillots, équipement... Tout ce qui est vêtu ou utilisé par le sportif de

⁶³ http://sport.gentside.com/lionel-messi/lionel-messi-parle-enfin-de-sa-rivalite-avec-cristiano-ronaldo-lors-d-039-une-interview_art49723.html (Consulté le 13 avril 2016).

⁶⁴ http://www.marca.com/2014/08/28/en/football/real_madrid/1409211779.html (Consulté le 13 avril 2016).

très haut niveau connaîtra un grand succès dans la mesure où « l'égérie » de ces produits et donc d'une marque (à travers laquelle le joueur est « fidèle ») fait partie d'un des meilleurs de sa catégorie (cf. Pogba dont les spots publicitaires se sont multipliés lors de sa venue à Manchester United). Nombre de ces stars sont créées de toutes pièces à partir d'un style de jeu, d'un trait de caractère qui leur sont propre comme nous le verrons par la suite. Elles héritent d'une image, d'un charisme influençant les ventes de produits des grandes marques, suite à la célébrité qu'elles connaissent au bout de quelques mois grâce à médiatisation du sport. Celle-ci résulte d'un intérêt exponentiel du public pour le spectacle offert par la pratique sportive, un phénomène relevé par Damien Féménias :

« L'élément médiatique ajoute ainsi à la production sportive des champions leur consécration en tant que vedettes [...] il s'agit d'alimenter en vedettes un spectacle télévisé devenu presque continu. »⁶⁵.

La starisation semble davantage profiter aux joueurs évoluant en attaque et au milieu car ils sont les créateurs de ce sport spectacle si demandé par le grand public. En revanche, les défenseurs et les gardiens (dans une moindre mesure, compte tenu de leurs parades qui sont, elles, bien spectaculaires) sont davantage en retrait, dans l'ombre des buteurs qui accaparent la scène médiatique. En se rendant sur le site Web d'hébergement de vidéos YouTube, et en saisissant les mots clés « Pub Nike » et « Pub Adidas », on distingue plusieurs spots publicitaires dont la version courte (on connaît l'appétence de l'équipementier américain pour des publicités aux airs de courts-métrages) a été diffusée à la télévision. C'est sans surprise que ces vidéos ont pour protagonistes Cristiano Ronaldo, Kane, Martial, Ronaldinho, Pogba, Messi et Bale. Des footballeurs qui évoluent aux postes d'attaquant et de milieu. Dans un article du 11 juillet 2016⁶⁶, le quotidien *Ouest France* dresse la liste des quatre joueurs portugais ayant fortement contribué au succès des champions d'Europe. Parmi ces joueurs figurent certes Pepe le défenseur central expérimenté et titré du Real Madrid (donc médiatisé), aux côtés de trois attaquants. Pourtant, Rui Patrício gardien du Sporting Portugal et de la sélection portugaise réalise 14 arrêts lors de cette finale et est élu gardien de la compétition. Cet oubli serait-il dû à son poste ou sa « faible » médiatisation ? Cet ultime match a été l'occasion de comparer

⁶⁵ Obœuf, A. *Op. Cit.* p. 142.

⁶⁶ <http://www.ouest-france.fr/euro-2016/equipe-portugal/euro-2016-deder-cristiano-ronaldo-les-5-hommes-du-titre-4359738> (Consulté le 13 avril 2017).

Antoine Griezmann et l'inévitable Ronaldo^{67 68}, jouant dans deux des plus grands clubs espagnols. Ce dernier a fait l'objet de suppositions à l'occasion du Portugal-Islande de la phase de groupe en adressant un sourire à une hôtesse d'accueil française⁶⁹. En effet, les médias se sont peu après la fin du match empressés de rediffuser cette scène qui s'est déroulée pendant l'entrée des joueurs et surtout, révéler l'identité de celle qui a obtenu un sourire de la part de la star planétaire⁷⁰. Le sport, au même titre que l'industrie du cinéma ou de la musique génère des personnalités célèbres comparables aux artistes du show-business. Elles sont surveillées, voire espionnées et parfois leurs moindres faits et gestes sont commentés. Il s'agit de célébrités pour lesquelles les télévisions sont un vecteur de leur ascension médiatique. La star est entourée de dizaines de caméras qui, contrairement à celles présentes lors du tournage des clips publicitaires, ne peuvent édulcorer le réel. Tout peut être vu et sous tous les angles. Alors que ce suivi des joueurs est fait, entre autres, dans le but de fournir les statistiques d'un joueur, il est bien évidemment profitable au média cathodique qui pourra ensuite statuer sur les performances et le comportement du joueur sur le terrain. Au plus haut niveau, enchaîner les matchs sans marquer ni/ou être passeur décisif est vite perçu comme une régression, ou du moins, une énigme à résoudre pour les consultants et journalistes :

« Basé sur des données considérées comme objectives, les statistiques, le système de notation glorifie les « bonnes » performances, mais stigmatise aussi les « mauvaises ». [...] Les médias (Eurosport, L'Express, etc.) ont ainsi multiplié les articles sur K. Benzema où ils mettaient en avant le nombre de minutes jouées par Benzema sans marquer le moindre but. [...] La manière dont [la médiatisation du football] s'empare des footballeurs est contingente. [...] Être regardé est un privilège. Mais être regardé est aussi un fardeau, qui exige des acteurs observés d'être irréprochables, de se montrer sous leur meilleur jour »⁷¹.

L'idée de starisation créée et entretenue par les médias, notamment la télévision, est à rapprocher avec la notion de « glorification » ou « héroïsation ». Les stars du ballon rond jouissent de cette réputation de « héros » en vertu de leurs aptitudes physiques, techniques et leur intelligence de jeu qui font gagner leur équipe. Chaque sportif a un rôle

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=yOxt19g0nz4> (Idem.)

⁶⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=wcZRbzauGR0> (Idem.)

⁶⁹ <http://www.leparisien.fr/sports/football/euro-2016/euro-2016-l-hotesse-d-accueil-tape-dans-l-oeil-de-cristiano-ronaldo-14-06-2016-5884303.php> (Idem.)

⁷⁰ <http://www.leparisien.fr/sports/football/euro-2016/portugal-france-celine-l-hotesse-qui-a-charme-ronaldo-sera-aussi-en-finale-09-07-2016-5955299.php> (Idem.)

⁷¹ Gérard, B., « Les footballeurs sous surveillance », dans Alexandre Obœuf (dir.), *Sport et médias*, CNRS Editions, « Les Essentiels d'Hermès », 2015, p. 98-99.

rapproché au contexte et à l'enjeu du match. Certains d'entre eux seront, par exemple, des passeurs hors pair, d'autres en revanche incarneront les sauveurs d'un affrontement, celui qui, par ses capacités physiques ou mentales, pourra dénouer le scénario d'un match. Ainsi, chaque individu projettera ses attentes sur un joueur, un sportif. Bien plus que de simples showmen, ces protagonistes fédèrent des gens autour de leurs prouesses sportives :

« Par [...] leur activité, ils réfléchissent des attentes (l'opportunisme du buteur, le panache du grand joueur, etc.) suscitent des projections et des identifications [...] donnent à participer symboliquement (on en a bavé, on a marqué, on a gagné) [...] ils donnent matière à échanger et à raconter [...] »⁷².

Ces appellations nous rappellent certains super-héros, popularisés dans les bandes dessinées puis au cinéma pour leurs aptitudes surnaturelles. Bien que les joueurs soient dotés de certaines capacités (comprendre le jeu, vitesse soutenue lors d'un sprint...), les médias et notamment la télévision, amplifient ces capacités par des noms qui se sont popularisés dans la communauté du football. Ainsi, Cristiano Ronaldo peut être appelé « Le Commandant » (en lien avec son leadership, son charisme), Lionel Messi « La Puce » (en rapport avec sa vitesse et son agilité ballon au pied), Zlatan Ibrahimovic « Ibracadabra » (en vertu de ses gestes techniques très difficilement réalisables ou qui n'ont encore été jamais réalisés auparavant), Luis Suarez est appelé « Le Pistolet » (pour sa capacité à marquer de nombreux buts)... Les joueurs sont donc glorifiés, magnifiés pour des compétences qui sont pourtant humaines et la qualification de ces joueurs vire par moments à l'exagération. Aujourd'hui, le culte de la performance et du dépassement de soi semble justifier une tout autre approche d'un sport comme le football. Si ce dernier est considéré comme étant collectif, sa version « moderne » tend à mettre en valeur des joueurs pouvant à eux seuls déstabiliser nombre d'adversaires. Les commentateurs sportifs, qu'ils soient journalistes ou consultants ne dérogent pas à la caractérisation de ces hommes aux capacités singulières. Le très connu tandem constitué de Thierry Roland et de Jean-Michel Larqué a commenté deux des trois matchs sur lesquels nous nous basons pour rendre compte de l'évolution du sport spectacle. Ce duo de commentateurs procède aussi à cette mise en valeur des joueurs à l'image de leurs confrères (les noms et prénoms laissent place aux initiales) :

⁷² Obœuf, A. *Op. Cit.* p. 140-141.

Jean-Michel Larqué, 8^e min. de jeu (RFA-Belgique) : « *Alors que les Allemands cherchent depuis le début de ce match à lancer Briegel, à se servir de sa vitesse de pointe, n'oublions pas que Briegel est un ancien athlète et qu'il court le 100m en 10'08 [...]* ».

Thierry Roland, à l'approche de la mi-temps : « *Briegel... Ah il a réussi à passer dans un trou de souris malgré son mètre quatre-vingt-douze, ses quatre-vingt-dix kilos...* »

J.-M.L., à la reprise du match : « [...] Briegel qui est un ancien athlète, un ancien décathlonien, qui se permettait de courir le 100m en 10'08, de faire 7 mètres 50 en longueur et de sauter 1 mètre 90 en hauteur, vous voyez, qu'il n'est pas dépourvu de qualités physiques. »

J.-M. L., 1^{re} min. (France-Brésil) : « [...] *les Brésiliens adorent partir en contre... Ils ont les joueurs pour cela, et notamment bien sûr la qualité de Ronaldo.* »

J.-M. L., 31^e min. : « *Oui, et devant Ronaldo il vaut mieux faire des sorties toniques car lui aussi va très très vite...* »

J.-M. L., 61^e min. : « *On ne bouge pas la tour Baiano...* »

Denis Balbir et Jean-Marc Ferreri ont quant à eux commenté Portugal-France, et eux non plus n'ont pu s'empêcher de redoubler de qualificatifs.

Denis Balbir, 35^e seconde de jeu : « *Avec Patrice Evra... L'homme aux 800 matches professionnels, aux sept titres, cinq avec Manchester et deux avec la Juventus de Turin* »

Jean-Marc Ferreri, 4^e min. : « *Attention la vitesse de Nani et Ronaldo dans le dos de nos deux défenseurs centraux, ça peut être un danger...* »

J.-M. F., 4^e min. : « *Oui, c'est la force Carine de cette équipe portugaise, capable de jouer en attaque placée mais [excellente] aussi en contre-attaque, avec les appels, la vitesse de Ronaldo et de Nani.* »

D. B., 5^e min. : « [...] *mais il s'est heurté à Pepe, le roc portugais du Real [...]* », et 10^e min : « [...] *il a canalisé son impulsivité Umtiti, c'est un véritable travailleur, il a simplifié son jeu, c'est une des pièces maîtresses et surprenantes peut-être pour ceux qui ne le connaissent pas assez, de cette équipe de France.* »

J.-M. F., 11^e min. : « *Ce soir c'est un gros test pour lui et pour Koscielny, ils ont deux clients avec Ronaldo -le meilleur joueur du monde avec Messi devant eux- plus Nani...* »

D.B., 14^e min. : « [...] *Et maintenant Paul Pogba, avant peut-être de s'envoler pour Manchester United. Avec la Juventus de Turin c'est 49 matches, 10 buts, 16 passes décisives [...]* »

J.-M. F., 42^e min., 47^e min. et 65^e min. :

« Oui, rester effectivement très collectif, on a de toute façon la qualité individuelle là pour débloquer la situation, à tout moment avec un Antoine Griezmann, un Dimitri Payet ou un Olivier Giroud... Capables de faire des différences à tout moment ».

« Ça peut être effectivement pour déstabiliser ce bloc portugais, la vitesse d'un Coman, ses qualités de dribble, il fait souvent des très bonnes rentrées, il a un pouvoir d'accélération phénoménal le joueur du Bayern de Munich, ça peut être une des solutions effectivement pour Didier... »

« Et ce qui est pas une bonne nouvelle Denis pour nous, parce qu'Adrien Silva il a été transparent, c'est plutôt un milieu de terrain récupérateur... Par contre João Moutinho il a la qualité de passe, c'est un créateur... »

Denis Balbir répond qu' « *il a une supériorité technique évidente...* », avant que le consultant n'ajoute : « *Oui, et il peut faire du bien à cette équipe portugaise, grâce à sa science du jeu...* »

Les exemples ne manquent donc pas pour illustrer cette glorification à outrance de ces protagonistes. Gilles Juan écrit sur le site *Les Cahiers du football* en 2014 que les footballeurs sont comparables à des super-héros. Ce rapprochement (repris par G. Juan), l'auteur Thierry Rogel l'illustre en définissant les caractéristiques de ces derniers, ils doivent avoir : « *des capacités extraordinaires ou des super pouvoirs, un costume distinctif pour effectuer des actes héroïques, retiré pour la vie normale et une double identité* »⁷³. Des critères parfaitement remplis par ces héros du football qui corroborent cette comparaison loin d'être insensée.

Pour accueillir ces individus vus comme hors du commun par les supporters, les organisateurs du football font venir des stars tout aussi prestigieuses qu'elles dans le cadre de grandes cérémonies.

II. 2. b. Un spectacle dans un autre

Le football joué dans le stade est l'occasion d'assister à un spectacle, celui du football. Avec son lot de gestes spectaculaires, de tirs puissants et autres courses à grandes enjambées, les auteurs de ce show font de ce sport un moment de divertissement où le regard des (télé)spectateurs est rivé sur le cuir et ceux qui le manipulent.

⁷³ <http://www.cahiersdufootball.net/article-les-footballeurs-sont-ils-des-super-heros-5522> (Consulté le 13 avril 2017).

Toutefois, il s'avère que ce rendez-vous soit bien plus qu'une simple heure et demi de football. A l'occasion du lancement et de la fin de compétitions internationales telles que la Coupe du monde, le Championnat d'Europe ou la Ligue des champions, des cérémonies d'ouverture et de clôture sont organisées. Danse, chant, et parfois discours marquent l'importance de ces échéances. Le football-spectacle fait place le temps de quelques minutes à un concert d'artistes de renommée mondiale comme cela a été le cas avec les deux cérémonies de l'Euro 2016. David Guetta et Zara Larsson sont accompagnés de l'orchestre de la brigade des sapeurs-pompiers de Paris dans le cadre de cette seconde cérémonie suivie par plus de 81 000 spectateurs présents dans les tribunes. Les accordéonistes et violonistes donnent de la profondeur à la prestation du disc-jockey français et de la chanteuse suédoise. Il s'agit d'une cérémonie aux véritables airs de concert. Les mouvements des danseurs, dont une partie est bénévole, forment une animation colorée, compte tenu de leur habillement aux couleurs des drapeaux de la France et du Portugal (cf. Annexe n°6).

Ce spectacle dans le spectacle permet de faire état des prouesses techniques que l'audiovisuel est capable de réaliser de nos jours en affichant à l'écran des téléspectateurs une vue aérienne du stade témoignant du travail de ces bénévoles qui ont déployé deux maillots géants, de très grande taille, à la verticale. De longs rubans de couleurs sont également tendus autour de la réplique du trophée. Cette multitude de couleurs symbolisent la fête, la gaieté et cette compétition doit se terminer comme elle a commencé : sur un ton festif (cf. Annexe n°6). Si le spectacle offert pendant la rencontre est digne de ce nom, celui de l'avant-match l'est tout autant. La sortie des joueurs se fait près du trophée tant convoité, à l'image de la finale de la Coupe du monde. La mise en scène est soigneusement pensée. Nous sommes loin du simple orchestre de la mi-temps d'RFA-Belgique ou du classique tifo incarné par les supporters lors de l'entrée des joueurs de la finale 1998. 2016 contraste donc en tous points avec ces dispositifs (bien que l'on retrouve les orchestres et tifos humains lors des cérémonies d'ouverture et de clôture) avec ses numéros artistiques. On dénotera en revanche la mise en œuvre grandissante des moyens techniques et artistiques pour honorer ces grandes dates. La remise du trophée en 1980 se fait en compagnie d'Artemio Franchi président de l'UEFA et le président italien de l'époque. Celle de 1998, elle, se fait aux côtés de Michel Platini ancien joueur de l'équipe de France et de Jacques Chirac alors président de la République sur un air qui nous est familier : celui du générique de la saga culte Star Wars, qui résonne

dans le Stade de France pendant que le capitaine Deschamps soulève le trophée, entouré de ses coéquipiers et d'une foule en liesse. En 2016 le changement est radical. La haie d'honneur pour l'équipe de France battue par le Portugal est faite, tout comme en 1998 avec les joueurs auriverdes, mais cette fois, la consécration des champions va bien au-delà de celle qui s'est tenue en 1998. La remise de la coupe d'Europe voit son aspect spectaculaire augmenter (cf. Annexe n°6). Sous la plateforme où les officiels (président de l'UEFA, de la FIFA, chefs d'Etat) et les joueurs se trouvent pour célébrer cette victoire, se trouve un écran où figurent les inscriptions : « Portugal », « *congratulations* » et « *parabéns* » (« Félicitations » en anglais et en portugais) sur un fond bleu ciel avec des miniatures du drapeau portugais. Ici, la remise du trophée est plus longue à s'effectuer qu'en 1980 qui était, elle, beaucoup plus succincte. Il y avait moins de protocoles. La musique ajoute, une fois de plus, une dimension héroïque à cette remise. Les joueurs soulèvent avec fierté ce trophée, alors que des confettis tombent du ciel du stade. Des feux d'artifices sont tirés depuis le socle sur lequel réside la réplique du trophée pour une fin de direct riche en couleurs.

II. 3. Le spectacle poussé à son paroxysme

Après avoir montré comment les joueurs pouvaient solliciter un vif engouement auprès des médias et du grand public, intéressons-nous à nouveau à la remarque hausse de cette spectacularisation qui est symbolisée, entre autres, par le suspense et la dramatisation, très recherchées par les commentateurs sportifs et consultants. Une dramatisation et une mise en tension que l'on rapprochera avec leur entreprise de magnification qui diffère de ce dont nous avons fait référence auparavant : si ces grands sportifs peuvent être appréciés à leur juste valeur, ils sont, en revanche, les sujets d'exagérations dans le but de rendre un match (encore) plus attractif.

II. 3. a Le suspense et la dramatisation, composantes essentielles du sport spectacle

Que différencie une rencontre de bas de tableau d'un championnat national à une finale de *Champions League* ? Sûrement le caractère imprévisible du match européen. Il est probable qu'un supporter d'une modeste équipe suive en toutes circonstances son équipe de cœur. Mais il est encore plus plausible qu'il concède le fait que les matchs aux parfums européens soient une référence en matière de football. Parce qu'elles font jouer

les meilleurs footballeurs de ce sport, parce qu'elles rassemblent les clubs les plus puissants de la planète, parce qu'elles proposent un scénario où tout peut se produire (l'histoire des grandes compétitions nous montre que les matchs à enjeu sont plus propices aux retournements de situation), ces oppositions font partie des plus suivies au monde. La dramatisation de celles-ci entrent également en ligne de compte. Certains paramètres transforment un match de football que l'on gardera en mémoire en une rencontre de légende. Nos trois face-à-face ne sont pas marqués du sceau de l'improbable, il ne s'agira que de blessure ou d'expulsion (excepté RFA-Belgique), des faits notables, mais pas marquants. Cela dit, ils suffisent à amplifier un suspense (déjà) créé par ces affiches et à écrire une histoire propre à nos trois duels.

Daniel Dayan directeur de recherche français au CNRS et Elihu Katz sociologue américain ont l'idée d'analyser la « télévision cérémonielle » dans leur ouvrage *La télévision cérémonielle : anthropologie et histoire en direct*. Une télévision dont les programmes sont diffusés en direct et suivis par une audience de plusieurs centaines de millions de téléspectateurs. Ils prennent en exemple les funérailles du président Kennedy, le mariage du prince Charles et les Jeux olympiques de 1984 et 1988. Dans le compte-rendu de cette lecture⁷⁴, Jacques Gutwirth note que si ces événements se distinguent par leur thème, ils restent tout de même similaires en certains points :

« À chaque fois elles suscitent la constitution d'immenses communautés de téléspectateurs qui assistent et « participent » à des événements solennels et parfois dramatiques [...] Ce type d'émissions, pour la plupart très ritualisées et chargées de symboles, sont surtout vécues dans l'espace domestique [...]. Dayan et Katz classent ces cérémonies en trois types : les « conquêtes », les « confrontations », les « couronnements ».

Comme leur nom l'indique, ces émissions traitent de la notion d'exploit dans les « conquêtes », d'opposition, de face-à-face dans les « confrontations », et de consécration comme nous l'évoquions pour France-Brésil et Portugal-France au sujet des « couronnements ». Cette télévision se présente comme

« [...] [mettant] en scène des personnages hors normes, nous montre des images symboliques et narre des histoires captivantes. La « télévision cérémonielle » est gouvernée par cette tendance à l'exagération, à la théâtralisation, elle est poussée à son extrême. Elle a le désir

⁷⁴ Gutwirth, J. « D. Dayan & E. Katz, La télévision cérémonielle. Anthropologie et histoire en direct », dans *L'Homme*, 38 n°145, 1998 [En ligne]. www.persee.fr/doc/hom_0439-4216_1998_num_38_145_370446 (Consulté le 20 janvier 2016).

de montrer des choses peu banales et peu ordinaires. Elle captive des milliers de personnes et entraîne souvent des audiences [record] »⁷⁵.

Alors, si nous ne pouvons pas être bel et bien présents à ces événements présentés comme immanquables, nous pouvons toutefois y être transportés par la diffusion de ladite confrontation à la télévision. Ce spectacle observé par les spectateurs dans les gradins, s'apparente à celui vu par les téléspectateurs chez eux, bien qu'il ne soit pas exactement le même. Les commentateurs et consultants, forts de leurs connaissances du football, vont jouer de celles-ci pour accentuer le suspense et dramatiser ce qui se déroule sous nos yeux alors que, par moments, rien ne semble justifier de telles entreprises. Les deux duos de commentateurs n'omettent pas, à plusieurs reprises, de faire référence au caractère exceptionnel des finales que nous analysons (cf. Annexe n°7). En 1980, Jean-Michel Larqué et Thierry Roland faisaient d'ores et déjà référence à ce rendez-vous spécial avec des phrases comme « [...] *c'est parti, [pour] cette dixième finale de la Coupe d'Europe des nations.* », prononcées qu'à deux reprises seulement, à l'entame de chaque mi-temps. 18 ans plus tard, les occurrences à ce statut de finale se sont multipliées : J.-M. Larqué et T. Roland rappellent le caractère exceptionnel de ce match à deux reprises avant même le coup d'envoi de France-Brésil : « [...] *le pays tout entier est en train de vivre un moment capital de son histoire sportive.* », « *Grande, grande Marseillaise à l'occasion de cette seizième finale de Coupe du monde [...]* ». Puis aux 10^e, 26^e (« [...] *dans une finale de coupe du monde, ces gestes-là n'avaient pas de raison d'être.* »), 27^e, 45^e, 57^e, 59^e, et 90^e minutes. Les deux commentateurs du dernier affrontement de l'Euro 2016 font eux aussi allusion à cette finale : trois fois en avant-match, et aux 22^e, 26^e, 27^e, 46^e, 81^e et 90^e minutes, puis une fois à la pause des prolongations. Ainsi, les duos de commentateurs n'hésitent pas, à partir du deuxième match analysé, à rappeler de façon plus ou moins explicite que cette rencontre représente un moment important voire unique vécu par les téléspectateurs.

Les commentaires d'après-match (cf. Annexe n°7) soulignent également cette victoire précieuse pour l'équipe de France et du Portugal qui deviennent respectivement

⁷⁵ Toughrani, N. « La télévision cérémonielle : le cas de l'élection de Barack Obama en 2008 » sur *Najet Toughrani*. < <https://najettoughrani.wordpress.com/2014/01/04/la-television-ceremonielle-le-cas-de-lelection-de-barack-obama-en-2008/> > (20 janvier 2017).

champions du monde et d'Europe pour la première fois de l'histoire. Ils font écho aux « couronnements » de ces très grandes échéances télévisuelles définies par Dayan et Katz.

Mais ce couronnement est décroché en menant une dure bataille, en sortant victorieux d'un duel épique où la combativité doit primer sur l'appréhension. Ce sont les mots qu'aurait pu prononcer l'ancien joueur de Saint-Etienne et acolyte de T. Roland après avoir commenté la poignée de main entre Français et Brésiliens : « *Le geste de deux équipes loyales qui se serrent la main avant le combat* ». Le caractère exceptionnel d'un match ne tient pas pour seul facteur de spectacularisation. Le suspense d'un match, qui amène la dramatisation, contribue grandement à cette mise en scène. Nous ne retiendrons ici que trois faits qui nous semblent être le tournant, le moment clé des trois oppositions : l'égalisation Belge de René Vandereycken, l'expulsion de Marcel Desailly et la blessure de Cristiano Ronaldo. Concernant le troisième match, rappelons que le Français Gignac rate le 1-0 à la fin du temps additionnel de la seconde période. Nous aurions pu retenir cet épisode de la rencontre, néanmoins, celui de la sortie de Ronaldo est davantage commenté car il dure de longues minutes. Ces faits de jeu relancent les trois matchs et offrent la possibilité aux commentateurs d'amplifier ces épisodes qui influencent le jeu des deux équipes certes, mais pas au point de s'attarder dessus de longues minutes (cf. Annexe n°7). A la 75^e minute de RFA-Belgique, les Allemands mènent toujours 1-0 suite à un but précoce de Hrubesch. Après une percée de François Van Der Elst qui se présente face au gardien allemand, Uli Stielike n'a d'autre choix pour empêcher un éventuel but que de tacler le joueur d'Anderlecht et de commettre une faute synonyme de penalty (converti quelques secondes plus tard) pour la Belgique. La rencontre se débride à cet instant précis et l'Allemagne de l'Ouest domine à nouveau son adversaire, alors qu'elle lui laissait depuis plusieurs minutes la possession du ballon. Thierry Roland, qui commentait le match d'une voix monocorde jusque-là (sauf au moment de l'ouverture du score) s'exclame : « *Oh la balle qui part bien, à François Van Der Elst ! Penalty ! Penalty ! Oui oui oui ! Ahhh ! [...] La faute est commise à l'extérieur de la surface de réparation !* », et précise avec Larqué qu'une autre confrontation débute : « *Un but partout... Et tout est à refaire. En fait, le match recommence... - En tout cas un match relancé depuis cette égalisation de Vandereycken* ». Cette assertion se confirme. A partir de là, une dangereuse action est provoquée par les joueurs allemands. En règle générale, deux scénarios se produisent lorsqu'un but est marqué. Scénario 1 : l'équipe qui a encaissé le but est piquée dans son orgueil et se remet à attaquer après avoir laissé le

champ libre à son adversaire durant quelques minutes. Scénario 2 : l'équipe qui vient d'ouvrir le score ou d'égaliser, reprend confiance et continue ses offensives. En tous les cas, cela anime de nouveau le match et explique par la même occasion cette appétence du public pour les buts. Ils peuvent relancer un match, modifier un scénario, et donc, provoquer ou entériner le spectacle. Le suspense est à son comble pour cette finale de l'Euro 1980 car si l'Allemagne faisait une bonne première mi-temps, la Belgique a haussé son niveau depuis l'heure de jeu et a pris l'ascendant sur son adversaire. T. Roland revient sur cette métamorphose du match peu après l'égalisation en faisant état de la rencontre sans pour autant se répéter, ni accentuer ce retournement de situation (seul l'adverbe « seulement » constitue une discrète allusion à un scénario incertain) :

« Alors que c'est un match au finish qui se déroule maintenant, avec des actions dangereuses sur un but, et bien sur l'autre... [...] Alors un coup d'œil au chrono... Ouais ! Une douzaine de minutes seulement avant la fin du temps réglementaire et un but partout entre la RFA et la Belgique. ».

En 1998, peu après l'heure de jeu, une contre-attaque s'enclenche pour les Bleus. Celle-ci va connaître un triste sort : Desailly n'arrivant pas à accaparer le ballon avant le défenseur brésilien, se jette pour le toucher. Il heurte la jambe de son opposant, ce qui entraîne une faute qui lui vaut un carton jaune, alors qu'il avait déjà été sanctionné. Les onomatopées ne tardent pas à ponctuer (et dramatiser) ce fait de jeu (cf. Annexe n°7) :

Thierry Roland 67^e min. de jeu (France-Brésil): « *Oh attention...* »

Jean-Michel Larqué : « *Aïe... (On voit l'arbitre s'approcher de Desailly) Oh non non non non... [...] Oh la la...* »

T. R. : « *Il va être exclu...* »

J.-M. L. : « *Il est exclu...* »

T.R. : « Eh oui... Il est exclu... Deuxième faute pour Marcel Desailly... Juste à la moitié de la deuxième période... La France se retrouve à dix contre le Brésil... Alors que Charbonnier est allé dire quelque chose à Roberto Carlos... [...] Alors là, attention attention, là y a grand grand danger... »

La France va devoir lutter avec un joueur de moins durant vingt minutes, face à des Brésiliens armés offensivement (de surcroît avec l'entrée d'Edmundo), prêts à tout pour revenir à la marque. Le Brésil débute sa Coupe du monde en France en étant quadruple champion du monde. L'équipe « France 98 » orchestrée par Aimé Jacquet n'a

quant à elle encore rien gagné sur la scène internationale, mis à part l'Euro 1984, 14 ans auparavant. Bien qu'elle soit constituée de joueurs ayant déjà fait leurs preuves comme ceux de la charnière Thuram-Desailly et les indispensables milieux Deschamps-Zidane, cette sélection débute le match en n'arborant pas le statut de favori. C'est la raison pour laquelle les vingt dernières minutes de la finale profitent d'un suspense grandement amplifié par les commentateurs (cf. Annexe n°7). Presque chaque offensive est perçue comme un très grand danger pour les Bleus qui gagnent pourtant 2-0 tout en ayant dans ses rangs des défenseurs talentueux. Jusqu'à la dernière minute de jeu, T. Roland et J.-M. Larqué ne cessent pas de s'adresser aux joueurs, de les encourager et de les avertir. Ils vivent à ce moment-là les mêmes émotions que la majorité des supporters, et mettent en scène cette « résistance française » en donnant de la voix, en comptant les minutes qui passent.

18 ans plus tard, la démarche de rendre le football encore plus captivant par la dramaturgie est encore présente. Le couple Balbir-Ferreri illustre cette dramatisation avec la blessure du ballon d'or portugais à laquelle nous avons fait référence (cf. Annexe n°7). La perte de ce joueur constitue, une déception, tant pour le camp des joueurs en rouge que pour le public. Le camp portugais perd son meilleur joueur quand le meilleur footballeur de l'Euro A. Griezmann est quant à lui, toujours présent. Et pour les spectateurs neutres, la déception n'est pas moindre non plus. Les ralentis et les gros plans d'un CR7⁷⁶ en larmes suite à cette fin de match prématurée représente un moment fort de cette confrontation, relayé par les médias du monde entier^{77 78 79 80}. Aussi, ce match sonne comme un affrontement à l'image de France-Brésil, puisqu'en 2016, l'armada offensive des Bleus s'oppose à la solidité défensive des portugais. Mise en tension, suspense... Les commentateurs « vendent » également les matchs en plus de saluer les performances des deux équipes. Avant le début de la première mi-temps, D. Balbir n'hésite pas à qualifier cette opposition de « match de leur vie » pour les lusitaniens, eux qui n'ont gagné aucun

⁷⁶ « CR7 » est le surnom de Cristiano Ronaldo. Composé de ses initiales et du chiffre « 7 », celui de son maillot, ce surnom n'est pas le seul du genre. « KB9 » (Karim Benzema) ou encore « ZZ » (Zinédine Zidane) se font également appeler ainsi.

⁷⁷ http://www.eurosport.fr/football/euro-2016/2016/25e-minute-cristiano-ronaldo-sort-sur-blessure_sto5682611/story.shtml (Consulté 20 janvier 2017).

⁷⁸ <http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-3683544/Cristiano-Ronaldo-tears-Portugal-star-suffers-knee-injury-Euro-2016-final-clash-Dimitri-Payet.html> (Idem.).

⁷⁹ <http://www.lux.iol.pt/nacional/famosos/euro2016-lesionado-cristiano-ronaldo-abandona-jogo-em-lagrimas> (Idem.).

⁸⁰ http://deportes.elpais.com/deportes/2016/07/10/actualidad/1468179382_351977.html (Idem.).

trophée majeur dans leur histoire. Plusieurs coups de théâtre surviennent jusqu'à l'ouverture du score d'Eder en fin de prolongations. Griezmann rate son face-à-face à l'heure de jeu (D. Balbir : « *Griezmann ! Oh qui rate la balle de match ! (...)* », J.-M. F. : « *Rui Patrício n'était pas sorti, quelle occasion pour les tricolores ! Et il la voit au fond comme nous Didier Deschamps...* »), Sissoko manque de précision dans son dernier geste à plusieurs reprises, Gignac rate la balle de match en tirant sur le poteau (D.B. : « *Comble de la malchance Jean-Marc, Griezmann était là pour [pousser le ballon] dans le but vide, mais l'effet du ballon sur le poteau a éloigné ce ballon d'Antoine Griezmann (...)* »...

De la scène d'exposition au dénouement, les commentateurs donnent vie au match à la manière d'une pièce de théâtre, non sans rappeler à plusieurs reprises l'intrigue : « *Ça va aller jusqu'à 48, pour l'instant on en est à 44 :20. On joue les arrêts de jeu ! On joue les arrêts de jeu !* » (Thierry Roland), « *Evidemment Jean-Marc, le chronomètre fait monter la tension [...]. Ça promet d'être très chaud.* » (Jean-Marc Ferreri). Les sports collectifs plaisent car ils entretiennent un suspense et donnent à voir un retournement de situation que les spectateurs ne soupçonnent pas, en s'opposant parfois à certaines prévisions partagées par le plus grand nombre. A la manière d'un film hollywoodien, les péripéties et faits de jeu participent à ce sport spectacle. Divers exemples peuvent être cités : France-Angleterre (2-1, 13 juin 2004), Quevilly-Marseille (3-2, 20 mars 2012), Paris Saint-Germain-FC Barcelone (4-0 / 6-1, 8 mars 2017)... A ce sujet, Gérard Derèze constate « *[...] la montée en puissance narrative, ces dernières années, de tout ce qui entoure et conditionne la compétition, entendue au sens strict comme le lieu et le temps de l'affrontement sportif.* » et précise ce troublant constat :

« [...] les journalistes sportifs ne sont pas de « faux journalistes », ce sont plutôt des journalistes (trop) souvent réduits, par le complexe médiatico-sportif, à pratiquer l'emballage du produit plutôt que l'analyse, l'animation médiatisée des jeux du stade plutôt que la tentative de compréhension du contexte dans lequel ils se déroulent [...] ce qui est demandé au journaliste-commentateur est de soutenir et de magnifier l'événement et son contexte [...] »⁸¹.

En outre, évoquons la teneur des commentaires qui ont pour but, quand le suspense diminue, de tenir en haleine le téléspectateur afin qu'il ne subisse pas un temps mort trop conséquent. Aucun moment de latence ne semble régner durant le match. Des

⁸¹ Derèze, G. « De la médiatisation des grandes compétitions sportives », dans *Communications*, 67, 1998 [En ligne]. http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2014 (Consulté le 20 décembre 2016).

petites anecdotes, statistiques ou faits insolites ne renseignant en rien sur le jeu et sa tactique sont parfois racontées afin de continuer à divertir le téléspectateur :

Jean-Michel Larqué, 6^e min. de jeu (France-Brésil) : « Bixtente Lizarazu qui a tout le soutien de Saint-Jean de Luz, parce qu'à la sortie de Saint-Jean de Luz, sur un bâtiment dans la zone industrie de Jalday il y a un drapeau français de 300 mètres carrés [...] ». Jean-Marc Ferrieri, 45^e min. de jeu (Portugal-France) : « Des supporters de l'équipe de France qui attendent comme les supporters du Portugal un but, le premier but qui sera évidemment très important, car en général l'équipe qui marque en premier soulève le trophée, ça s'est vérifié trois fois dans les dernières finales, la seule exception étant la France, le France-Italie en l'an 2000... ».

L'auteur-chercheur Jacques Blociszewski formule la pertinente remarque selon laquelle « [...] *les pauses dans la continuité du match sont considérées comme du temps vide [pour les télévisions].* » et que « *pour une chaîne, risquer le moindre soupçon de bâillement chez le téléspectateur est insupportable* »⁸². *Le temps mort n'est plus considéré comme un « temps de vie »*⁸³.

II. 3. b Des joueurs magnifiés

Avec de tels investissements, les diffuseurs font des matchs de football un produit qu'ils exposent afin de récolter les bénéfices de l'achat de droits : « *Ou bien le foot est-il vendu comme un simple produit ? [...] Les commentateurs [...] tendent à ne pas critiquer les matches, et ils vendent chacun d'entre eux autant qu'ils le commentent* »⁸⁴. A ce titre, l'auteur du *Match de football télévisé* définit le sport actuel comme euphorisé, et il serait imprudent de le contredire. Ce sport hyperbolique a pour mission de répondre à des exigences de plus en plus relevées de la part des téléspectateurs. Car malgré la somme des talents réunis sur un terrain, il est possible que le spectacle soit décevant voire inexistant (on pensera aux matchs internationaux du mois de juin pendant lesquels certains joueurs ne semblent pas en mesure de fournir des prestations de qualité⁸⁵).

La valorisation des joueurs d'hier est différente de celle d'aujourd'hui, à l'instar du phénomène de starification et d'héroïsation. De nos jours, elle se fait, en majeure partie, en termes linguistiques, par l'utilisation de superlatifs et de l'hyperbole. Vérifions

⁸² Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 46.

⁸³ Derèze, G. *Ibid.* (Blociszewski cite Haldas et sa *Librairie des Méridiens* (1984), p. 23).

⁸⁴ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 88.

⁸⁵ <http://diatosports.com/matches-mois-de-juin-cauchemar-selectionneurs/> (Consulté le 5 juin 2017).

cette thèse par une comparaison des termes employés pendant les trois finales. La première d'entre elles nous donne à voir quelques actions de grande qualité. Certains tirs sont commentés et valorisés par T. Roland malgré un enthousiasme bien moindre qu'en 1998 ou que celui des commentateurs de 2016 (« *Tir, ohh ! Jolie parade de Pfaff, très bon tir d'Hansi Müller...* »). L'usage d'adjectifs ici et là contraste avec le temps de parole bien plus long alloué à certaines autres actions quelques décennies plus tard. A l'inverse, seule une poignée de gestes sera commentée dans cet Allemagne de l'Ouest-Belgique. A la 4^e minute s'enclenche une contre-attaque belge vite avortée par la défense allemande en place. Kaltz arrive à faire le « coup du sombrero »⁸⁶ sur un joueur belge. Celui-ci sera totalement passé sous silence de la part des deux commentateurs préférant commenter la passe qui suit. Quelques minutes plus tard, le premier but allemand est annoncé par Thierry Roland : « *Et but de Hrubesch ! Très belle action [allemande] et très joli but réussi par Horst Hrubesch qui marque donc son premier but sous le maillot ouest-allemand.* », et 18 ans plus tard, le natif de Boulogne-Billancourt s'écrit « *Zidane, sur ce premier corner français place un coup de tête magistral et ouvre le score alors que l'on depuis vingt-sept minutes !* » (et son collègue : « *[...] d'une tête smashée remarquable il est devant Leonardo Zinédine Zidane et il marque le premier but de cette finale de coupe du monde... Bonne intuition !* »). Evidemment, la nationalité des commentateurs ne fait aucun doute quant à leur célébration plus marquée qu'à l'accoutumée, mais le téléspectateur aurait été en droit d'attendre un quasi-égal traitement de faveur pour ce but allemand préparé, construit à base de passes précises et bien dosées (cf. Annexe n°8). Et sur cette ouverture du score, Hrubesch n'a rien à envier à Zidane en matière de finition en trompant Pfaff d'une demi-volée requérant un timing similaire à la tête du meneur de jeu français. A la 19^e minute de jeu, après une relance du gardien belge, Van Moer trouve Meeuws après un contrôle orienté⁸⁷ de qualité. La course de Meeuws, dans le dos des défenseurs allemands provoque cette belle passe. Suite à cette bonne et rapide séquence de jeu, le défenseur central gagne plusieurs dizaines de mètres (et n'est gratifié que d'un « *Bien joué* (adressé à Van Moer), *Meeuws.* » de la part de Thierry Roland) sans se faire reprendre le ballon et distille un ballon parfait à Ceulemans qui est à deux doigts de se retrouver en face à face avec le gardien. Mais Forster réalise un tackle parfait qui sera qualifié par Jean-Michel Larqué de « régulier » ! Si le défenseur allemand a le mérite de

⁸⁶ http://www.francetvinfo.fr/sports/foot/euro/video-le-foot-explique-a-l-envers-le-coup-du-sombrero_1499821.html (Consulté le 20 janvier 2017).

⁸⁷ [https://www.foot-entrainements.fr/le-controle-orienter/](https://www.foot-entrainements.fr/le-controle-orient/) (Consulté le 20 janvier 2017).

ne pas faire faute, il le fait avec la manière à l'aide d'un tackle qui ne souffre d'aucune contestation. Pourtant, l'ancien joueur de Saint-Etienne ne revient pas sur l'efficacité de ce geste défensif. Nous sommes encore loin de cette valorisation de ces acteurs qui, s'ils sont parfois érigés en héros à outrance, auraient bien mérités ici, d'être complimentés. Lors de ce match, les bonnes frappes ne sont pas toujours commentées. Les passes et conduites de balle bien exécutées sont presque passées sous silence tant les adjectifs les caractérisant sont inexistantes ou « trop faibles ». Au début de France-Brésil, après un tir raté de Guivarc'h, Jean-Michel Larqué dresse l'historique de l'action : « *Alors qu'au départ il y avait un excellent, remarquable et tout à fait extraordinaire mouvement de Zinedine Zidane, et un relais avec Djorkaeff...* » Les trois adjectifs et la locution adverbiale prononcés par Jean-Michel Larqué sont à relever ici. En effet, bien qu'il s'agisse d'une accélération et d'une dernière passe pleine de créativité de Zidane qui sent le déplacement de son attaquant, on ne peut que penser aux actions allemandes et belges qui méritaient également un même commentaire. Quelques secondes plus tard, l'insistance se fait ressentir : « *Ah oui, et l'action Djorkaeff-Zidane était tout à fait remarquable* ». Ci-dessous, une liste non exhaustive de termes liés aux actions franco-brésiliennes :

« bel amorti » et « superbe » (8^e minute), « bonne » et « très bon » (9^e), « superbe » (12^e), « énormément » et « terriblement » (14^e), « *Oh la fabuleuse prise de balle, extraordinaire (...)* » (22^e), « historique » et « tonitruant » (répété) (33^e)...

Cette liste que nous interrompons à la 33^e minute témoigne de la recrudescence de ces mots qui enjolivent nombre d'actions. Les commentateurs de Portugal-France prononcent plusieurs fois les adjectifs (hyperboliques au vu de certaines situations) « excellent », « magnifique ». A la demi-heure de jeu de ce troisième match analysé, Jean-Marc Ferreri regrette : « *Et Sissoko qui joue dans le cœur du jeu... Qui s'est retrouvé dans la surface de réparation... Qui a cadré sa frappe, bien repoussée par Rui Patrício...* ». Doit-on forcément tout dire, tout commenter ? De nos jours, le téléspectateur aura la sensation qu'il y a le besoin chez le commentateur de tout décrire, à une ère où les images du direct et les *replays* laissent le champ libre au commentaire et à l'interprétation du téléspectateur. Mais c'est à la 74^e minute que l'exagération est la plus forte. L'attaquant Kingsley Coman marche sur le ballon et les défenseurs, qui ne s'attendaient pas à cette erreur de la part de l'ailier du Bayern, partent dans la mauvaise direction. L'attaquant français se relève, continue son action et transmet le ballon à Olivier Giroud pour une

frappe qui sera déviée par Rui Patrício. La spectacularisation est pour ce cas de figure clairement démesurée au vu de l'adjectif employé : « *Coman qui se relève, c'est fantastique ce qu'il a fait !* »

A la page 88 de son livre, Jacques Blociszewski donne à tour de rôle la parole à Maurice Loiseau et André Rémy, respectivement réalisateur principal à la RTBF (Radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Bruxelles) et directeur du service des sports de Canal+ Belgique :

« [...] je trouve parfois que leurs commentaires ne pas très critiques, et il m'a répondu : « Ecoute, je dois assurer deux heures et demie de spectacle avec un match, je ne peux pas répéter toutes les cinq minutes que ce n'est pas bon. Il faut vendre notre produit aussi, vendre les statistiques, les angles différents, les super ralentis, etc. »⁸⁸.

Les reportages et documentaires footballistiques dont Canal+ a été l'un des précurseurs (le groupe réalise le film documentaire *Les Yeux dans les Bleus* au sortir du Mondial 1998), se multiplient aujourd'hui et sont les vecteurs de la création de ces héros et de leur importante mise en valeur. Les reportages et entretiens avec les joueurs sont créés à partir de plusieurs éléments : une musique entraînante censée retranscrire une ambiance (légère lorsqu'il qu'il est question du parcours du joueur, grave ou « épique » quand il est question de l'enjeu d'un match à venir), les ralentis des meilleures actions du joueur, des images de lui à l'entraînement... Les interviews sont également plus travaillées qu'autrefois^{89 90 91 92}(cf. Annexe n°8). Les réponses face caméra sont agrémentées, lors de la diffusion, d'un fond sonore pour rendre l'entretien plus vivant. Les footballeurs loin des terrains, s'expriment sereinement, contrairement aux 90 minutes où ils sont sur le terrain en train de replacer leurs partenaires avec vigueur. Les témoignages des proches (entraîneurs, coéquipiers, famille...) du joueur en question « humanise » la star, la désacralise. Néanmoins, il n'est nullement question de limiter les plus belles images de celui-ci ballon au pied. La spectacularisation ne doit jamais

⁸⁸ Blociszewski, J. *Op. Cit.* p. 88.

⁸⁹ Exemple : <https://www.youtube.com/watch?v=hGJwctqodfA> (Consulté le 20 janvier 2017)

⁹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=VaQKlzGjiuY&list=PL12HsEoV5YADSrbUfv3uu7ZmY2Dh-HNoZ&index=4> (Idem.).

⁹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=5JktfaQeQxE> (Idem.).

⁹² <http://www.canalplus.fr/c-sport/football/ligue-1/pid6219-canal-football-club.html?vid=1437560> (Idem.).

s'interrompre, même si le match ne se joue pas sous les yeux du téléspectateur, preuve que les termes « sport » et « spectacle » sont fédérés à bon escient.

La médiatisation du football a pour but de promouvoir ce sport en échange de quelques gestes et buts qui lui ont assuré une audience incontestable et des retombées économiques conséquentes. Le « foot » a conquis le dispositif médiatique télévisuel, plus propice à véhiculer certaines émotions que la presse ou la radio. La télévision est aujourd'hui mise en concurrence par Internet et les réseaux sociaux, vitrines des sociétés orientales et occidentales. Le sport n'échappe pas à la règle et est encore plus soumis à la réception du public, une réception d'un nouveau genre qui lui donne encore plus la parole, de façon quasi-libre. Alors l'arrivée du Web dans le monde du football et de sa spectacularisation lui profite-t-il tout autant ?

III – Internet et réseaux sociaux : quand le spectacle se poursuit

Marshall McLuhan, théoricien de la communication, soutient qu'un nouveau média reprend, lors de son émergence, les caractéristiques de ceux qui le précèdent⁹³. Nous allons constater cela en nous penchant sur les liens entre Internet et le football. Nous pourrions affirmer que l'écran d'ordinateur tend à remplacer celui de la télévision, surtout lorsque l'on prend connaissance du taux d'équipement des Français, de plus en plus à la hausse en ce qui concerne les ordinateurs et autres appareils dits « intelligents ». Le sport est suivi différemment et exploite dorénavant les possibilités offertes par le numérique pour prospérer. Toutefois, la télévision n'est jamais bien loin, car ce monde des nouveaux médias s'inspire d'elle. Les formats de ses émissions sont repris, et les images vues sur son écran se retrouvent sur un autre. Ainsi s'il est question, dans notre société, d'une remarquable évolution du numérique et de ses moyens d'interaction et de communication, celle-ci se fait en aux côtés d'un média plus âgé, mais pas dépassé. Les téléspectateurs (ainsi qu'internautes) et les footballeurs forment un duo identique à celui du sport et des médias. L'un promeut l'autre, pour offrir un spectacle différent que celui que l'on connaît déjà.

⁹³ Larrue, J. « Introduction », dans Larrue J. (dir.) *Théâtre et intermédialité*, Presses Universitaires du Septentrion, « Arts du spectacle », 2015, 451 pages, p. 14.

III. 1. L'internaute, un téléspectateur actif

Intéressons-nous, tout d'abord, au public. Les nouvelles technologies ont fait naître avec elles de nouvelles formes de communication. Ce public reste demandeur et consommateur de spectacle footballistique, non sans œuvrer à concevoir le sien. Facebook, Instagram et YouTube participent à la création de de sport spectacle de nouvelle génération. Les émissions sportives auxquelles les téléspectateurs participent sont des vecteurs de cette spectacularisation car elles montrent ce spectacle au moyen de *replays* ou de débats. Les passionnés de football évoluent, à l'image des médias, vers une forme d'« activisme » médiatique, mais continuent d'être de fervents spectateurs. Ces deux rôles semblent donc se compléter, comme nous allons le voir.

III. 1. a. Une nouvelle consommation du football

Les possibilités de consommer du sport, et plus particulièrement du football, sont désormais plus nombreuses et plus variées.

Le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC) nous révèle que 93% des Français de 12 ans et plus disposent d'un téléphone portable et qu'ils sont 65% à avoir un smartphone. 82% de la population ont au moins un ordinateur avec lequel ils s'adonnent à diverses pratiques (divertissement, recherches, travail...) ⁹⁴. Nous serions donc particulièrement sensibles aux nouvelles technologies qui nous permettent de renouveler nos pratiques quotidiennes. Ces données peuvent être rapprochées avec le football médiatisé pour voir de quelle manière il a conquis d'autres supports. Car dorénavant, il se regarde de différentes manières sur Internet : sur des sites de streaming, en rediffusion ou grâce au site Web des diffuseurs (TF1, L'Equipe...). A l'image des chaînes de télévision qui proposent, pour chacune d'entre elles, une grille des programmes différente, les sites Web souhaitent de la même manière proposer leur contenu sportif, leur façon de voir du football. Des statistiques et informations fournies en temps réel aux soirs de match entièrement diffusés, Internet devient l'antre d'un nouveau football visualisé, celui où nous sommes notre propre réalisateur (qui ne s'est pas épris à revoir inlassablement une action litigieuse lors d'une rencontre suivie en

⁹⁴ https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/presentation-barometre-du-numerique-291116.pdf (Consulté le 26 avril 2017).

direct ?). Le Web est également un lieu où chaque statistique est découverte puis commentée par les internautes (qui n'hésitent pas à comparer leur joueur favori avec d'autres, la rivalité entre les pro-Messi et les pro-CR7 est ranimée à chaque publication médiatique les concernant). On comprend que réseaux sociaux et *World Wide Web* contribuent à cette digitalisation du football. En 2012, 49% du public sportif suivent le sport sur Internet. La consommation de ce dernier sur mobile et les réseaux sociaux ferment ce classement : 18% et 16% de ces amateurs utilisent ces moyens dans le but de s'informer et regarder des matchs⁹⁵.

Canal+ a été l'instigateur de profonds changements dans le paysage audiovisuel. Cette chaîne née en 1984 qui se veut « créat[rice] et original[e] » s'est différenciée en proposant entre autres la diffusion de films et de matchs à travers son offre payante, la première du genre en France, et ses cinq caméras présentes lors de sa première retransmission de football (Nantes-Monaco, 9 novembre 1984). Une nouvelle fois, le groupe Canal a pour ambition de proposer une nouvelle expérience de football télévisé avec son application lancée en 2012. Réservée aux abonnés de la chaîne, elle permet aux téléspectateurs de ne rien rater de la rencontre qu'ils s'apprêtent à suivre : arrivée et échauffement des joueurs, prises de parole d'après-match de la part de l'entraîneur et de son effectif, conférences de presse... Les abonnés pourront en outre donner une note aux protagonistes et la comparer avec celle des autres téléspectateurs de Canal, et surtout profiter de *replays* et ralentis exclusifs, tout en ayant connaissance des nombreuses statistiques de chaque joueur (cf. Annexe n°9). L'arrivée des smartphones et des tablettes numériques a révolutionné la façon de voir un sport qui accepte timidement l'utilisation de l'arbitrage vidéo. Le numérique repousse les limites de ce « voyeurisme » engendré par les caméras en nous exposant un flot de données couplées à des séquences de jeu qui promotionne encore et toujours le sport spectacle.

Victime de son succès, le football et ses dirigeants génèrent des sommes d'argent colossales, un argent qui, dans la conjoncture footballistique actuelle, se doit d'être réinvesti afin d'avoir la mainmise sur les meilleurs joueurs. Au-delà des sommes promises en cas de victoire en finale d'une compétition, de la vente de maillots et des produits dérivés, les clubs profitent, grâce aux différentes ligues professionnelles

⁹⁵ <http://www.institut-numerique.org/21-la-digitalisation-de-la-consommation-du-sport-528105c9711b1> (Idem.).

(l'Espagne et le Mexique ont pris les devants début 2017⁹⁶), de la diffusion en direct de leurs matchs grâce au « Facebook *Live* » dans le but d'endiguer le streaming, une pratique de diffusion clandestine et illégale. Les dirigeants du championnat espagnol, ont décidé, à l'occasion de la 23^e journée du championnat 2016/2017, de procéder à un test de retransmission en direct sur Facebook⁹⁷ en diffusant le match Granada – Betis Séville. Un bon moyen pour les clubs de profiter d'une visibilité accrue et aux aficionados d'assister à un spectacle gratuit. De ce fait, on comprend que le football suit inévitablement les évolutions des dispositifs qui le retransmettent. Après s'être adapté à la télévision, le football-spectacle suit actuellement de très près l'essor du digital qui s'est invité dans l'écrasante majorité des foyers du XXI^e siècle.

Depuis une dizaine d'années, les géants américains Facebook et Twitter enregistrent un nombre de visites mensuelles vertigineux. Le réseau social fondé par Mark Zuckerberg en 2004 recense 1,86 milliards d'utilisateurs (30 millions d'entre eux sont Français) actif chaque mois. Facebook se présente comme un site offrant la possibilité à ses inscrits de publier divers types de contenus (photos, vidéos, fichiers), de discuter par messagerie instantanée et de créer des groupes (publics ou privés) dans lesquels les membres peuvent montrer et échanger ces contenus. Ce réseau au 2 milliards d'inscrits⁹⁸ a rapidement séduit les internautes par son algorithme qui permet de retrouver des amis grâce à ceux avec qui l'on communique déjà. Ce fonctionnement est donc propice au partage.

D'autres moyens de réseautage social ont par la suite vu le jour :

Twitter et son système de « hashtag » (ou « mot-dièse »)⁹⁹ rassemble quant à lui, 319 millions d'utilisateurs^{100 101} par mois en 2016. Ce média social connu pour son logo d'oiseau bleu a su se distinguer de Facebook grâce à une caractéristique et une

⁹⁶ <http://footballstories.konbini.com/entertainment/etats-unis-facebook-diffuser-live-championnat-mexicain/> (Idem.).

⁹⁷ <http://www.europe1.fr/sport/la-liga-va-diffuser-son-match-du-vendredi-sur-facebook-2984030> (Idem.).

⁹⁸ <http://branchez-vous.com/2017/05/04/facebook-frole-desormais-les-2-milliards-dutilisateurs/> (Consulté le 26 avril 2017).

⁹⁹ Le dictionnaire de français Larousse en ligne définit l'hashtag de la manière suivante : « Mot-clé cliquable, précédé du signe dièse (#), permettant de faire du référencement sur les sites de microblogage (...) ».

¹⁰⁰ <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/> (Chiffres du quatrième trimestre 2016, consulté le 26 avril 2017).

¹⁰¹ <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/> (Chiffres de l'année 2016, consulté le 26 avril 2017).

fonctionnalité. L'une impose aux « twittos » (surnom des utilisateurs de Twitter) de rédiger leurs messages en 140 caractères maximum. L'autre, propose aux internautes de rechercher des « tweets » (ou « messages ») liés au thème de leur choix en saisissant un mot précédé de son mot-dièse.

Instagram ne manque pas d'inciter au réseautage social : pas moins de 600 millions de comptes sont actifs chaque mois et 70 millions de photos sont publiées quotidiennement¹⁰². Il s'agit à l'heure actuelle de l'application phare de partage de photos. Cela est en partie dû à la possibilité d'appliquer des filtres à son cliché qui modifiera ainsi la luminosité, la saturation, le contraste... Le photographe amateur ou professionnel peut donc, s'il le souhaite, utiliser ces filtres dans le but de modifier le rendu de sa prise.

En termes d'audience, YouTube rivalise avec Facebook, Twitter et Instagram avec plus de 23 millions de connexions au mois. Ce site n'est pas un média social mais une plateforme de partage de vidéos qui regroupe néanmoins certaines fonctionnalités connues des autres réseaux sociaux. Il est possible de commenter des vidéos, communiquer par messagerie privée et s'abonner à des chaînes (ou comptes) d'autres membres pour ne pas rater la diffusion de leurs nouvelles vidéos. La première vidéo à avoir atteint le million de vues est celle du Brésilien Ronaldinho pour un spot publicitaire de la marque Nike¹⁰³.

Les utilisateurs de ces sites mondialement connus participent à ce spectacle donné à voir par la télévision. Ils sont de plus en plus incités à réagir à ce qui se dit lors des émissions ou pendant les matchs. A l'image des télé-crochets par exemple, il n'est plus rare, de nos jours, d'être invité à livrer nos impressions grâce aux hashtags. Nous pouvons citer en exemple « Téléfoot » qui avec son « Téléfoot, l'After » fait la part belle à ces nouveaux médias en affichant à l'écran du téléspectateur les publications que les footballeurs partagent sur les réseaux sociaux. Mais surtout, la parole est donnée aux téléspectateurs qui peuvent participer au sondage de l'émission et poser des questions à ses protagonistes. « L'Equipe du soir » reprend ce mode de fonctionnement par le biais de ses comptes Facebook (qui recense plus de 977 000 mentions « J'aime ») et Twitter. Ces pages font office d'arbitrage pour les débats qui sont organisés au cours de l'émission

¹⁰² <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-instagram/> (Chiffres de l'année 2016, consulté le 26 avril 2017).

¹⁰³ <http://sport24.lefigaro.fr/le-scan-sport/buzz/2015/08/25/27002-20150825ARTFIG00129-il-y-a-dix-ans-ronaldinho-etait-le-premier-a-depasser-un-million-de-vues-sur-youtube.php> (Idem.).

et les téléspectateurs votent, souris ou smartphone à la main, pour celui ou celle qui les a convaincus. Ils peuvent également demander aux journalistes de noter la prestation d'un footballeur, dans le cadre d'un débat portant sur un match joué plus tôt dans la soirée. Certaines de leurs questions sont affichées en direct, ce qui contribue à faire avancer ledit débat en questionnant les spécialistes présents sur le plateau, qui voient leurs observations être corroborées ou infirmées par le public (cf. Annexe n°9). « Le Petit Débrief » est une émission qui a été lancée début 2017. Elle est entièrement diffusée sur Facebook, Twitter, Periscope et Dailymotion sur lesquels les utilisateurs posent leurs questions qui sont ensuite débattues sur le plateau. En ce sens, nous pouvons affirmer que ces utilisateurs ont, dans une certaine mesure, une influence sur les thèmes traités dans l'émission. Thierry Cheleman, directeur des sports du groupe Canal+ déclarait, peu avant le lancement :

« Le traitement du football sur CANAL+ se diversifie dès ce lundi avec l'arrivée de cette nouvelle émission dédiée à l'univers digital. L'actualité du football est traitée sans cesse sur nos antennes mais avec LE PETIT DEBRIEF nous souhaitons à la fois prolonger l'expertise CANAL sur les réseaux sociaux, et aussi la proposer au plus grand nombre »¹⁰⁴.

La portée des principaux réseaux sociaux Facebook et Twitter (sans oublier Instagram, cf. Annexe n°9) est par conséquent non négligeable pour cette spectacularisation et le feuilleton que le sport du ballon rond veut nous faire vivre. Les grandes compétitions sont l'occasion de vérifier ce succès digital. L'Euro a abondamment fait participer les « twittos ». Lors de la seule phase de groupe, 45 millions de « tweets » ont été postés. Le but de D. Payet en toute fin de rencontre contre la Roumanie a, en plus d'avoir fait le tour du monde, fait réagir 89 940 fois par minute sur Twitter le 10 juin 2016, soit 1 500 fois par seconde¹⁰⁵... 14,2 millions de messages ont été partagés sur le même réseau social pendant le dernier match du championnat d'Europe 2016¹⁰⁶. Fort de son statut, la Coupe du monde 2014 avait elle aussi confirmé qu'elle se déroulait sur Internet en battant le record d'interaction sur Facebook du Super Bowl (245 millions

¹⁰⁴ <http://www.sportbuzzbusiness.fr/le-petit-debrief-canal-plus-facebook-live-twitter.html> (Consulté le 26 avril 2017).

¹⁰⁵ <http://fr.uefa.com/uefaeuro/news/newsid=2383823.html> (Idem.).

¹⁰⁶ <http://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/messages-secrets-cryptes-facebook-messenger-8602/> (Idem.).

contre 280 pour le Mondial)¹⁰⁷. Le *soccer* domine sans conteste le football américain et les emblématiques Jeux olympiques.

De tels chiffres rendent compte de la ferveur provoquée par ce sport roi et envoient de pertinents signaux aux diffuseurs. Optimiser les conditions du direct et mettre au centre de toutes les attentions les traits du spectacle sportif assurera aux chaînes des résultats probants dans la course à l'Audimat. Les consommateurs de ce contenu sont, en conséquence, capable d'influencer les médias, bien qu'ils soient des téléspectateurs. Par ces résultats, on comprend qu'ils plébiscitent un football moderne dont les faits peuvent être revisionnés et discutés. Au point de concevoir leur propre spectacle sportif.

III. 1. b. Des internautes créateurs de spectacle

Comme nous venons de le constater, le *World Wide Web* a su renouveler nos habitudes de visionnage d'un grand nombre de sports. Depuis quelques années, une tendance fleurit sur lesdits réseaux sociaux, celle de la création audiovisuelle. Inspirés par des vidéastes (ou « youtubeurs »)¹⁰⁸ aux contenus toujours plus aboutis graphiquement, les internautes n'hésitent pas à se lancer dans la conception de vidéos en tous genres. Et le football n'échappe pas à ce phénomène.

YouTube, plus grande plateforme de vidéo du Web, abrite un nombre insoupçonné de vidéos particulières au sport : les vidéos de *skills* (que l'on pourrait traduire, depuis l'anglais, par « compétences », « habileté ») et *goals* (« buts »). Ces courts-métrages sont communément créés par les fans d'un joueur qui démontre, lors d'un match, toute l'étendue de son talent par des gestes techniques, des accélérations, des ballons joués de la tête, et autres mouvements qui séduisent les fans en quête de beau jeu. Ces créations poussent la mise en scène précédemment évoquée à son apogée. Vues par plusieurs millions d'utilisateurs¹⁰⁹, les vidéos de CR7, Lionel Messi, Ronaldo¹¹⁰, Ronaldinho, Zidane et Ibrahimović pullulent sur YouTube. Ces courts-métrages sont bien évidemment une opportunité pour ces internautes d'exprimer leur admiration à l'égard du sportif en question. Ils racontent généralement une histoire (visant à susciter l'émotion),

¹⁰⁷ <https://rslmag.fr/2014-la-plus-belle-coupe-du-monde-sur-les-reseaux-sociaux/> (Idem.).

¹⁰⁸ <https://www.definitions-marketing.com/definition/youtubeur/> (Consulté le 27 avril 2017).

¹⁰⁹ Les vidéos de défenseurs, même les plus célèbres, comptabilisent nettement moins de vues. Il semblerait que le spectacle soit uniquement matérialisé par des actions offensives.

¹¹⁰ Qui, malgré sa popularité inébranlable, ne fait l'objet que d'une minorité de vidéos de la première page de résultats masqué par son homonyme Portugais, et ce, en saisissant seulement « Ronaldo et non « Cristiano Ronaldo ». Un signe de la « surmédiation » actuelle ?

celle d'une star qui a dû, dès son enfance, s'entraîner durement pour devenir ce qu'elle est maintenant (cf. Annexe n°10). La musique est, selon les vidéos, pertinemment bien choisie. Le rythme s'accélère aux moments où ces héros décident, ballon au pied, de surclasser leur adversaire direct. Ces mini-films exacerbent le talent de ces athlètes à l'aide de séquences rigoureusement sélectionnées (cf. Annexe n°10). L'imagination ne manque pas à ces réalisateurs amateurs qui allient moyens de la télévision (réutilisation des ralentis, points de vue, caméras opposées...) et outils mis à disposition par l'informatique. Ces films peuvent traiter de plusieurs thèmes. Par exemple, Zlatan Ibrahimović fera l'objet d'une vidéo où il sera question de ses gestes d'humeur. D'autres joueurs feront partie d'une vidéo sur le thème de l'humour appelée *funny moments* (moments « drôles » ou « amusants » où les footballeurs sont les auteurs de facéties à l'égard de leurs coéquipiers), ou du fair-play. Les titres attribués aux créations publiées sur YouTube font écho à ce spectacle dont il a été question pour les trois rencontres analysées : « Ronaldo National Hero Best Skills & Goals », « Cristiano Ronaldo - The Master Of Skills HD Ultimate Video [...] », « Zlatan Ibrahimovic - Bad Boy [...] Crazy Moments », « Gareth Bale vs. Arjen Robben 2016/17 - Skills & Goals [...] »... Armés d'ordinateurs et de logiciels de montage, ces amateurs prennent d'assaut les serveurs de cette vidéothèque numérique dans l'espoir de voir leurs vidéos faire le buzz¹¹¹ en récoltant un maximum de mentions « J'aime » et de vues pour la qualité de leur travail.

Les téléspectateurs, éblouis par des gestes à l'exécution complexe, relayent ces derniers et façonnent leur propre spectacle. Ces réalisateurs de la génération « Y » proposent un nouveau genre de spectacle. Sur Instagram, les fans postent aussi leur clichés et vidéos en l'honneur de footballeurs. Cette communauté d'admirateurs s'adonne à une pratique que l'on retrouve sur le réseau dédié aux photos : la création de *fanpages* ou *fan accounts* (« comptes fan »). Une quantité innombrable de comptes ont été ouverts à la gloire du numéro 7 portugais (cf. Annexe n°10). Ces comptes sont comparables à des médiathèques qui recensent photos, vidéos, statistiques et actualités du Portugais de 32 ans et sont, de ce fait, à l'affût de la moindre indiscretion (cf. Annexe n°10). Ses célébrations, dribbles et moments en famille sont, entre autres, exposés sur ces pages qui se présentent comme des pages incontournables. Si CR7 a 104 millions d'abonnés sur Instagram, d'autres comptes fan ont, pour certains, 800 000 *followers* (ou suiveurs) à leur

¹¹¹ Le dictionnaire de français Larousse en ligne définit le buzz comme un « (...) retentissement médiatique, notamment autour de ce qui est perçu comme étant à la pointe de la mode (événement, spectacle, personnalité, etc.) ».

actif. Le sport spectacle se prolonge sur ce réseau social où des comptes entiers consacrés aux buts marqués récemment voient également le jour (cf. Annexe n°10).

Les « mèmes »¹¹², détournements humoristiques d'images, occupent les internautes entre la diffusion de deux matchs. Ces « mèmes » ont fait naître ou entériné la popularité de plusieurs footballeurs en provoquant le rire sur les réseaux sociaux. La communication (pourtant soignée) du défenseur Raphaël Varane et de l'attaquant Kylian Mbappé est régulièrement moquée. En effet, leur jeune âge et leur joie contenue au lendemain de grandes victoires étonnent les utilisateurs d'Internet¹¹³. Joueurs et entraîneurs divertissent ainsi, malgré eux, les internautes qui muent le spectacle du football en une sorte de one-man-show.

Le public n'est pas seul dans cette entreprise de prolongement du spectacle. Les principaux acteurs de ce dernier contribuent à l'alimenter par des moyens similaires.

III. 2. Les réseaux sociaux, second terrain de jeu

Le public du Web n'est pas le seul à s'approprier cet espace de création et d'échange que représente Internet. Les acteurs de ce sport continuent de divertir les téléspectateurs en dehors du match, et, eux non plus, ne manquent pas d'imagination. Photos, vidéos et messages polémiques nourrissent cet autre spectacle sportif.

III. 2. a. Dans les coulisses du match de football

A l'image de Canal+ dans le domaine télévisuel, Facebook a été l'instigateur d'un Web participatif où l'interaction entre les utilisateurs prime. En dépit de cet « avant-gardisme », le réseau de Mark Zuckerberg n'avait pas pensé à un outil, propice au partage, le streaming, autrement dit la diffusion en continu d'un événement.

C'est avec cette possibilité que Periscope a connu un franc succès en 2015 et 2016 en couvrant des événements tels qu'une visite de François Hollande dans une entreprise¹¹⁴

¹¹² <http://jactiv.ouest-france.fr/actualites/multimedia/quest-ce-quun-meme-internet-47729> (Consulté le 26 avril 2017).

¹¹³ <http://www.90min.com/fr/posts/4890756-quand-les-internautes-se-moquent-du-tweet-de-mbappe-apres-la-qualif> (Consulté le 26 avril 2017).

¹¹⁴ http://www.lemonde.fr/videos/video/2016/03/02/le-periscope-de-francois-hollande_4875057_1669088.html (Consulté le 30 avril 2017).

ou un mouvement comme « Nuit debout »¹¹⁵. Mais l'affaire du footballeur Serge Aurier est celle qui a concrétisé le succès grandissant de Periscope. La fonctionnalité du live (peu importe le site où elle est utilisée) réveille en nous cette envie de tout voir et de tout savoir. Les athlètes (et équipes) du football l'ont bien compris puisqu'ils usent des live et des vidéos pour partager des avant ou après-matches, ou encore des moments de leur vie privée. Très actif sur les médias sociaux, Paul Pogba se sert de leurs fonctionnalités en vue de célébrer quelques-unes de ses victoires avec ses abonnés. On le voit, sur une vidéo datant d'août 2016, provoquer avec humour le suédois Z. Ibrahimović, son coéquipier à Manchester United¹¹⁶ ou faire une chute dans les vestiaires de la Juventus Turin quelques mois plutôt¹¹⁷. Sur Instagram, le défenseur Serge Aurier a organisé un live pour célébrer la victoire du Paris Saint-Germain face à son historique rival de l'Olympique de Marseille (5-1) le 26 février. On y voit les joueurs de Paris rire et danser¹¹⁸. Edinson Cavani a fêté plus modestement ladite victoire en publiant une photo sur son compte Twitter où on le voit tout sourire avec Julian Draxler, le pouce en l'air en signe de joie. La télévision répond à Internet et à son Web participatif en diffusant dans ses émissions footballistiques, et donc à l'antenne, ces séquences dans un lieu qui pourrait être considéré comme secret mais où de plus en plus de caméras s'immiscent... Ne parle-t-on pas d'« intimité du vestiaire » ?

Le vestiaire du club de la capitale n'est pas le seul à être filmé par ses pensionnaires. Les plus grandes écuries européennes (Real Madrid, FC Barcelone, Bayern Munich, Manchester United...) ont recours à cet autre type de spectacle dont les téléspectateurs sont friands. Les danses et les chants sont les plus représentés dans les publications, bien que le sujet de celles-ci varient (cf. Annexe n°11). L'OGC Nice proposait dès 2015 la possibilité à ses supporters de suivre le club sur Periscope pour ne rien rater de l'activité des joueurs, y compris les séances d'entraînement¹¹⁹. Le site du club azuréen affiche sur son site le message « *Nos matchs durent bien + que 90 min.* ». Il

¹¹⁵ http://www.liberation.fr/france/2016/04/04/comment-nuit-debout-a-reveille-periscope_1443896 (Idem.).

¹¹⁶ <http://rmcsport.bfmtv.com/football/video-entre-pogba-et-thor-ibrahimovic-c-est-l-eclate-1025780.html> (Idem.).

¹¹⁷ <http://www.programme-tv.net/news/sport/football/84605-football-paul-pogba-celebre-le-titre-de-la-juventus-et-tombe-video/> (Idem.).

¹¹⁸ <http://lebuzz.eurosport.fr/fun/danse-periscope-et-photos-les-joueurs-du-psg-ont-bien-fete-leur-victoire-a-marseille-dans-les-vestiaires-36272/> (Consulté le 2 mai 2017).

¹¹⁹ <http://www.ogcnice.com/fr/actualite/23598/des-live-sur-periscope-aujourd'hui> (Idem.).

semble que ce soit la ligne directrice des équipes de football actuelles qui misent sur les live pour entretenir l'image d'une équipe proche de son « 12^e homme »¹²⁰.

Cette stratégie de communication convient aux deux partis, les fans se réjouissent de ce spectacle supplémentaire, alors que les dirigeants de ces équipes augmentent la popularité de leur club.

III. 2. b. Les joueurs sur les réseaux sociaux : entre communication et règlements de compte

Le Net est un outil intéressant pour les footballeurs. Il optimise leur communication et les aide à soigner leur réputation. Les footballeurs se servent, à l'instar de leur public, des outils de communication qu'Internet met à leur disposition. Sur le terrain, les joueurs ont leur propre style de jeu, et sur celui des réseaux sociaux, ils se distinguent tout autant.

Différents profils existent : certains sont discrets et n'utilisent pas de ces médias d'interaction sociale, d'autres, ont clairement choisi d'y avoir recours afin de maximiser leur médiatisation, de sorte qu'ils puissent donner un nouveau tournant à leur carrière car le football moderne, la réputation, tant au stade que sur le Web, joue un rôle prépondérant. Il se peut, en revanche, que ces moyens de communication desservent ces stars surtout lorsque leur utilisation est négligée.

Nous avons encore à l'esprit les insultes de S. Aurier qui, en février 2016, a insulté son entraîneur Laurent Blanc et dénigré son ancien coéquipier du PSG Salvatore Sirigu. Très vite, la session de questions-réponses faite sur Periscope a valu à l'ivoirien les foudres de son entraîneur, des dirigeants parisiens, des médias et de l'opinion publique. Les plateformes telles que Facebook et Twitter font l'objet d'une attention devenue considérable de la part des médias. Chaque message sera interprété (parfois à tort lors des périodes de mercato¹²¹) et les images ou vidéos publiées bénéficieront d'une analyse sémiotique poussée. Bixente Lizarazu, ex-défenseur de l'équipe de France met en garde :

¹²⁰ <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/douzieme-homme/> (Dictionnaire L'Internaute, consulté le 2 mai 2017).

¹²¹ <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Video-transferts-le-mercato-comment-ca-marche/803848> (Consulté le 27 mai 2017).

« [...] nous étions tranquilles et relativement préservés. Aujourd'hui, tout cela a radicalement changé avec l'explosion des réseaux sociaux. Les moindres faits et gestes des joueurs, y compris dans leur vie privée, peuvent être épiés. [...] je suis encore circonspect sur certains aspects des réseaux sociaux. Notamment cette course échevelée à l'information, à celui qui sortira en premier le truc qui va buzzer et faire augmenter son nombre de fans. Dans le football, c'est une tendance particulièrement prononcée. Tout le monde est à l'affût de tout [...] »¹²².

Le football attire et passionne. Tout ce qui s'en rapproche est susceptible d'être repris par la presse, la télévision et Internet. Chaque jour des rumeurs naissent à propos du transfert d'un joueur, et ainsi, le moindre fait peut constituer un élément de discussion, de spéculation voire de polémique. Ces actualités sont très suivies par le public d'un sport dans lequel le spectacle ne se limite plus aux virtuosités exécutées dans les stades. Parmi les joueurs pouvant illustrer notre propos, retenons-en trois : Joey Barton milieu de terrain anglais et le duo Sergio Ramos-Gerard Piqué, tous deux espagnols.

Le milieu de Burnley en Angleterre est connu pour ses frasques sur le terrain, mais aussi en dehors. Sa mauvaise réputation fait de lui un *bad boy* (« mauvais garçon » en français) du football similaire à Paul Gascoigne ou Eric Cantona. L'ancien joueur de Marseille avait, sur Twitter, traité le parisien Thiago Silva de transsexuel. Suivi par plus de trois millions de personnes, Joey Barton (dont les performances footballistiques peinent à être proportionnelles à son succès sur Twitter) a vu ses messages à l'encontre du défenseur central être partagés plus de 4 200 fois et être, bien évidemment, vivement discutés dans les médias (cf. Annexe n°12).

Exemple d'une relation étonnante, le tandem Ramos-Piqué fascine les amateurs de *soccer*. Ces derniers ne savent toujours pas, au bout de plusieurs années de « querelles numériques », si les joueurs de Madrid et de Barcelone sont en bons termes. A première vue, rien ne nous laisse penser que les deux défenseurs centraux s'apprécient, d'autant plus que les attaques sur Twitter perdurent au fil des saisons, continuant à nourrir cette rivalité. Les attaques sur les réseaux sociaux sont vindicatives. Au sortir du quart de finale retour contre le Bayern en avril 2017, entaché d'erreurs d'arbitrage en faveur du Real Madrid, le natif de Camas en Andalousie a répondu à Piqué qui l'a une fois de plus attaqué sur Twitter (cf. Annexe n°12). *Le Parisien* écrivait à ce sujet :

¹²² <http://www.leblogducommunicant2-0.com/2016/05/18/bixente-lizarazu-les-reseaux-sociaux-sont-parfois-des-reseaux-associaux/> (Consulté le 25 mai 2017).

« Bingo ! Les journalistes espagnols obtiennent ce qu'ils étaient venus chercher : un nouvel épisode de la guerre de communication Ramos-Piqué. Du pain bénit à cinq jours du clasico ».

En effet, Ramos, rétorqua d'un grand sourire ce soir-là : « *Qu'il rembobine et regarde Barça-PSG* »¹²³ ¹²⁴. Le ton était donc à nouveau donné suite à une énième provocation. Après le « Clasico » (nom spécialement donné au duel entre le Real et le Barça) du 23 avril 2017, c'est cette fois-ci le madrilène qui attaque le compagnon de Shakira : « [...] *Piqué aime parler des arbitres. Je lui ai dit : avec autant de pression dans tes tweets, tu finis par arriver à tes fins* »¹²⁵. Qu'on ne s'y trompe pas : cette rivalité n'affecte cependant pas les deux protagonistes. Déjà car la fédération espagnole ne se satisferait pas d'une ambiance délétère au sein de l'équipe nationale où Piqué et Ramos sont des titulaires indiscutables. Et parce qu'ils considèrent cette guerre par écran interposé comme un jeu dont les observateurs ne se comptent plus : ils sont respectivement 10,7 et 15 millions à suivre Gerard Piqué et Sergio Ramos sur Twitter, sans compter la presse et la télévision qui portent un intérêt particulier à cette dispute de longue date qui n'en est plus vraiment une :

« C'est un show, que les gens consomment non seulement sur le terrain mais aussi en dehors. Sergio et moi savons la relation que nous avons. Une relation avec beaucoup de respect, très cordiale. [...] Quand on se rassemble avec l'équipe nationale pendant un mois pour des compétitions comme l'Euro et le Mondial, on se rapproche »¹²⁶. (G. Piqué)

Des propos tenus par le madrilène, allant dans le sens de notre affirmation :

« Les polémiques avec Piqué ? [...] C'est la rivalité entre le Real Madrid et le FC Barcelone, et cela ne changera pas. Nous sommes habitués à nous lancer quelques piques, mais nous le faisons sans malice et de façon saine... et qui vous sert à vendre (aux journalistes). La clé reste l'unité de l'équipe, et ça, on ne peut pas le perdre »¹²⁷.

¹²³ S. Ramos sous-entend ici que Barcelone a pu éliminer le PSG par un large score de 6-1 en huitième de finale de Ligue des champions grâce une potentielle complaisance de l'arbitre.

¹²⁴ <http://www.leparisien.fr/sports/football/liga-clasico-ramos-pique-la-guerre-des-mots-22-04-2017-6878289.php> (Consulté le 25 mai 2017).

¹²⁵ <https://le10sport.com/football/espagne/real-madrid/real-madrid-clash-sergio-ramos-utilise-le-psg-pour-repondre-a-pique-307737> (Idem.).

¹²⁶ <http://rmcsport.bfmtv.com/football/pique-avoue-qu-il-fait-le-show-avec-ramos-mais-se-moque-quand-meme-du-real-1180865.html> (Idem.).

¹²⁷ <http://www.90min.com/fr/posts/4749903-rivalite-ramos-fait-le-point-sur-sa-relation-tumultueuse-avec-pique> (Idem.).

Conclusion

Nous nous sommes demandés, dans le cadre de cette recherche, de quelle manière la retransmission du match de football a-t-elle évolué au gré des avancées techniques dont la télévision a bénéficié. En partant de l'hypothèse que ces avancées ont entraîné de profonds bouleversements, nous avons pu, grâce à l'analyse de nos trois matchs et de leurs éléments, mesurer l'étendue de ces changements entre le début des années 1980 et le XXI^e siècle.

Entre temps s'est déroulée la Coupe du monde en France, un événement majeur qui a contribué à assoir l'hégémonie de la télévision qui, au même titre que le football, jouit du statut de « roi » des médias. Les audiences d'il y a presque 20 ans faisaient déjà état de ce succès, mais celles des années 2000 sont encore plus conséquentes. Formidable alliance entre l'image et le son, la télévision a pu grâce au magnétoscope, puis au numérique permettant un traitement rapide de l'information, avoir recours à de multiples procédés afin d'embellir sa retransmission du football. En partie comparé à une œuvre cinématographique par Jacques Blociszewski, le match de notre époque est empreint de *replays* (souvent au ralenti), et de gros plans qui influencent notre vision de la rencontre sportive. La retransmission RFA-Belgique témoignait déjà en 1980 de l'intérêt évident que l'on porte au but marqué par un joueur, à cette action pour laquelle des milliards de téléspectateurs suivent par exemple la Coupe du monde à chacune de ses éditions. Mais aujourd'hui, un but marqué lors d'un match de football n'est plus le gage d'une rencontre riche en spectacle pour les diffuseurs. Une rencontre qui, d'ailleurs, s'est vue rebaptisée « choc », « duel », « affrontement » par les journalistes, et les spécialistes de notre corpus comme Jean-Michel Larqué, Gérard Derèze ou Dayan et Katz qui considèrent certains programmes comme des confrontations. Ces termes propres au champ lexical de la guerre révèlent la mutation dans laquelle s'inscrit notre objet d'étude. Le match raconte une histoire, avec ses personnages et leur clan. Les fautes sont souvent remontrées, à des moments où le jeu semble s'essouffler, dans l'attente d'une contre-attaque. Il arrive aussi que ces fautes soient rediffusées en plein direct, au bon vouloir du réalisateur qui estime que le jeu proposé n'est pas à la hauteur de nos attentes.

Rappelons l'importance de cette relation entre ce sport et les médias, un lien dont la réciprocité paraît fragilisée en raison cette importante influence du petit écran. L'une de nos questions s'intéressait aux acteurs du football, des joueurs et de leur traitement. Reconnus pour leurs capacités athlétiques prononcées, ils font l'objet d'une couverture

médiatique diamétralement opposée à celle d'il y a quelques décennies. C'est le football qui a offert à la télévision les meilleures audiences de son histoire. Mais ce sport aurait peut-être connu un destin différent s'il n'avait pas été autant médiatisé. En l'espace d'une cinquantaine d'années, le match de football télévisé a vu ses caractéristiques changer. Les *replays* ont été concurrencés par les ralentis, les joueurs bénéficient d'une attention permanente grâce aux gros plans lors des matchs et sont perçus (car montrés) comme des héros. Le suspense est maintenu pendant les 90 minutes du match et chaque action mérite d'être abondamment commentée par des journalistes qui doivent « vendre » le match en toutes circonstances. Ces changements, mis en relief dans nos analyses, pointent cette transformation qui, en 2017, est toujours en cours.

Les auteurs que nous avons cités s'accordent à dire que la manière dont le football est filmé et organisé permet d'en faire l'objet d'une mise en scène. Nous ajouterons à cela qu'il est orchestré par tout ce qui l'entoure, car le match de football ne se termine jamais véritablement et échappe au coup de sifflet final pour s'inviter sur les plateaux de télévision, les journaux et depuis une dizaine d'année déjà, sur Internet. On constate l'émergence d'un nouveau spectacle plébiscité par les fans sur les réseaux sociaux : les sportifs se mettent à communiquer sur Facebook, Twitter et Instagram principalement, à entretenir un sport spectacle par le biais d'affaires extra sportives notamment.

L'amélioration de la retransmission du football ne peut qu'enchanter ses amateurs qui peuvent se vanter d'assister à n'importe quel match à la télévision en profitant, de surcroît, des innovations dont elle a bénéficié ces dernières années. Revoir les plus belles images d'une rencontre représente un atout pour le sport télévisuel.

Mais nuancions ce sentiment. Ce luxe a un prix, celui de voir le football être dénaturé à bien des égards. Et on se rend compte, alors, que le jeu visionné à l'écran lors d'RFA-Belgique est plus fluide, moins haché que pendant France-Brésil et Portugal-France. Des rencontres dans lesquelles le joueur actuel n'est plus qu'une simple figure footballistique, mais aussi un personnage se donnant en spectacle sur cette immense scène médiatique. Que dire des commentateurs qui sont les voix *off* d'une rencontre sportive qui, par la façon dont elle est retransmise, ressemblerait presque à une fiction ? Ce phénomène de spectacularisation va-t-il vraiment dans le sens de ce sport apprécié pour sa spontanéité ? Le football d'hier a peut-être été définitivement remplacé par celui du XXI^e siècle, bien plus théâtralisé qu'il n'y paraît.

Bibliographie

Ouvrages :

Blociszewski, J. *Le match de football télévisé*, Apogée, Médias & Nouvelles technologies, 2007, 270 pages.

Bolle, G., Desbordes. M. *Marketing et football : une perspective internationale*, PUS-Presses universitaires du sport, Les dossiers thématiques des Presses universitaires du sport, 2005, 384 pages.

Dauncey, H. Hare, G. (dir.) *Les Français et la Coupe du Monde de 1998*, Nouveau Monde éditions, « Culture-Médias », 2002, 234 pages.

Derèze, G. Diana, J. Standaert, O. (dir.) *Journalisme sportif : Méthodes d'analyse des productions médiatiques*, De Boeck Supérieur, Infocom, 2015, 245 pages.

Larrue J. (dir.) *Théâtre et intermédialité*, Presses Universitaires du Septentrion, Arts du spectacle, 2015, 451 pages.

Dietschy, P. *Histoire du football*, Perrin, Tempus, 2014, 808 pages.

Obœuf, A. (dir.) *Sport et médias*, Paris, CNRS Editions, Les Essentiels d'Hermès, 2015, 224 pages.

Smith, A. *La Passion du sport*, PU Rennes, Res Publica, 2002, 126 pages.

Wahl, A. *La balle au pied : Histoire du football*, Gallimard, Découvertes Gallimard (n°83), 2002, 144 pages.

Revues en ligne :

Bonnet, V. « La culture sportive est-elle transmissible par les médias ? », dans *Questions de communication*, 20, 2011 [En ligne]. <http://questionsdecommunication.revues.org/2105> (Consulté le 20 décembre 2016)

Coulon, A. « Le plaisir de l'arbitraire », dans *Communications*. 67, 1998 [En ligne]. http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2013#comm_0588-8018_1998_num_67_1_T1_0027_0000 (Consulté le 20 décembre 2016)

CHATEAU, D. « Horlogisme et programme sportif », dans *Communications*. 67, 1998, Leconte, B. Vigarello, G. *Le Spectacle du sport*, p. 59-70 [En ligne]. http://www.persee.fr/docAsPDF/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2016.pdf (Consulté le 20 janvier 2017)

Derèze, G. « De la médiatisation des grandes compétitions sportives », dans *Communications*, 67, 1998 [En ligne]. http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2014 (Consulté le 20 décembre 2016)

Gutwirth, J. « D. Dayan & E. Katz, La télévision cérémonielle. Anthropologie et histoire en direct », dans *L'Homme*, 38 n°145, 1998 [En ligne]. www.persee.fr/doc/hom_0439-4216_1998_num_38_145_370446 (Consulté le 20 janvier 2016)

LECONTE, B. « Pour moins de dix secondes d'éternité », dans *Communications*. 67, 1998, Leconte, B. Vigarello, G. *Le Spectacle du sport*, p. 71-80 [En ligne]. http://www.persee.fr/docAsPDF/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2016.pdf (Consulté le 20 janvier 2017)

LE POGAM. Y. « Philippe Gaboriau, Les spectacles sportifs. Grandeurs et décadences », dans *Corps et culture*, 6/7, 2004 [En ligne]. <https://corpsetculture.revues.org/988> (Consulté 10 janvier 2017)

MARIE MOLES, J. « Émergence d'une éducation au spectacle sportif : impact des nouvelles technologies dans le sport télévisé », dans *Corps et culture*, 5, 2000 [En ligne]. <https://corpsetculture.revues.org/721> (Consulté le 20 décembre 2016)

OHL, F. « Discussion – La médiatisation du sport. Convergences et divergences des analyses ». *Sociologie du sport*, Paris, Presses Universitaires de France, 2006, p 85-87 pages [En ligne]. <http://www.cairn.info/sociologie-du-sport--9782130553076-page-85.htm> (Consulté le 23 décembre 2016)

PERELMAN, M. « Médiatisation du sport et sportivisation des médias : Le stade comme vision du monde », dans *Chimères*, 74, 2010 [En ligne]. <https://www.cairn.info/revue-chimeres-2010-3-page-185.htm> (Consulté le 20 décembre 2016)

VIALON, P. « La télévision comme accélérateur du mouvement », dans *Communications*. 67, 1998, Leconte, B. Vigarello, G. *Le Spectacle du sport*, p. 179-191 [En ligne]. http://www.persee.fr/docAsPDF/comm_0588-8018_1998_num_67_1_2016.pdf (Consulté le 7 avril 2017)

Sites Internet :

<http://www.lsa-conso.fr/sondage-exclusif-toluna-lsa-10-des-francais-ont-deja-achete-une-tele-pour-la-coupe-du-monde,175720> (Consulté le 3 mai 2017)

<http://www.europe1.fr/emissions/sante-et-bien-etre/euro-2016-quelle-television-acheter-2734195> (Consulté le 3 mai 2017)

http://agora.qc.ca/documents/football--le_sport_et_les_jeux_dexercice_dans_lancienne_france__la_soule_par_jean-jules_jusserand (Consulté le 3 mai 2017)

<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-sport/20130301.RUE4598/la-tradition-du-calcio-florentin-sport-ou-combat-de-rue.html> (Consulté le 3 mai 2017)

<http://www.cam.ac.uk/news/football-association-tribute-to-the-cambridge-rules> (Consulté le 3 mai 2017)

<http://englandstats.com/matches.php?mid=1> (Consulté le 3 mai 2017)

<http://archive.wikiwix.com/cache/?url=http%3A%2F%2Ffr.fifa.com%2Fworldfootball%2Fbigcount%2F> (Consulté le 3 mai 2017).

<http://fr.fifa.com/worldcup/news/y=2015/m=12/news=la-coupe-du-monde-de-la-fifa-2014tm-a-attire-plus-de-3-2-milliards-de--2745550.html> (Consulté le 3 mai 2017)

<https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjNue6AuoPUAhVCuhoKHagcBSQQFghNMAY&url=http%3A%2F%2Fwww.csa.fr%2Fcontent%2Fd>

ownload%2F33430%2F432161%2Ffile%2FChiffres_cles_de_audiovisuel-2013-S1.pdf&usg=AFQjCNHw-MK256Lzp2Zz4SOxEA9I_egQpQ (Consulté le 3 mai 2017)

<http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-observatoires/L-observatoire-de-l-equipement-audiovisuel-des-foyers/L-equipement-audiovisuel-des-foyers-au-4e-trimestre-2016-TV-et-pour-l-annee-2016-radio> (Consulté le 3 mai 2017)

<https://news.sfr.fr/divertissement/tv/quelles-sont-les-meilleures-audiences-de-tous-les-temps.html> (Consulté le 3 mai 2017)

<http://people.bfmtv.com/actu-tele/quelles-sont-les-meilleures-audiences-de-tous-les-temps-1002146.html> (Consulté le 3 mai 2017)

<https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/La-ligue-des-champions-et-la-ligue-europa-sur-sfr-sport/800271> (Consulté le 11 mai 2017)

<http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Consulté le 24 avril 2017)

https://fr.wikipedia.org/wiki/Lexique_du_football (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.commentcamarche.net/contents/2186-plongee-et-contre-plongee> (Consulté le 24 avril 2017)

https://fr.wikipedia.org/wiki/Lexique_du_football (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.mediaunautre REGARD.com/2012/06/11/exclusif-un-plan-de-cameras-officiel-de-leuro-2012-39-cameras-par-match/> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.cahiersdufootball.net/article-une-histoire-acceleree-du-ralenti-4692> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://devenir-realisateur.com/lechelle-des-plans/plan-moyen-ou-plan-pied/> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://devenir-realisateur.com/lechelle-des-plans/plan-rapproche/> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/hors-champ/> (Consulté le 24 avril 2017)

http://angellier.biblio.univ-lille3.fr/ressources/glossaire_filmterms.html (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.homecine-compare.com/definition-de-surround.htm> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://www.universal-soundbank.com/sport-football.htm> (Consulté le 24 avril 2017)

<http://fr.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-laws/index.html> (Consulté le 26 décembre 2016)

http://sport.gentside.com/lionel-messi/lionel-messi-parle-enfin-de-sa-rivalite-avec-cristiano-ronaldo-lors-d-039-une-interview_art49723.html (Consulté le 13 avril 2016)

http://www.marca.com/2014/08/28/en/football/real_madrid/1409211779.html (Consulté le 13 avril 2016)

<http://www.ouest-france.fr/euro-2016/equipe-portugal/euro-2016-deder-cristiano-ronaldo-les-5-hommes-du-titre-4359738> (Consulté le 13 avril 2017)

<http://www.leparisien.fr/sports/football/euro-2016/euro-2016-l-hotesse-d-accueil-tape-dans-l-oeil-de-cristiano-ronaldo-14-06-2016-5884303.php> (Consulté le 13 avril 2017)

<http://www.leparisien.fr/sports/football/euro-2016/portugal-france-celine-l-hotesse-qui-a-charme-ronaldo-sera-aussi-en-finale-09-07-2016-5955299.php> (Consulté le 13 avril 2017)

<http://www.cahiersdufootball.net/article-les-footballeurs-sont-ils-des-super-heros-5522> (Consulté le 13 avril 2017)

http://www.eurosport.fr/football/euro-2016/2016/25e-minute-cristiano-ronaldo-sort-sur-blessure_sto5682611/story.shtml (Consulté 20 janvier 2017)

<https://najettoughrani.wordpress.com/2014/01/04/la-television-ceremonielle-le-cas-de-lelection-de-barack-obama-en-2008/> (20 janvier 2017)

<http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-3683544/Cristiano-Ronaldo-tears-Portugal-star-suffers-knee-injury-Euro-2016-final-clash-Dimitri-Payet.html> (Consulté le 20 janvier 2017)

<http://www.lux.iol.pt/nacional/famosos/euro2016-lesionado-cristiano-ronaldo-abandona-jogo-em-lagrimas> (Consulté le 20 janvier 2017)

http://deportes.elpais.com/deportes/2016/07/10/actualidad/1468179382_351977.html (Consulter le 20 janvier 2017)

<http://diatosports.com/matches-mois-de-juin-cauchemar-selectionneurs/> (Consulté le 5 juin 2017)

http://www.francetvinfo.fr/sports/foot/euro/video-le-foot-explique-a-l-envers-le-coup-du-sombrero_1499821.html (Consulté le 20 janvier 2017)

<https://www.foot-entrainements.fr/le-controle-orienté/> (Consulté le 20 janvier 2017)

<http://www.canalplus.fr/c-sport/football/ligue-1/pid6219-canal-football-club.html?vid=1437560> (Consulté 20 janvier 2017)

https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/presentation-barometre-du-numerique-291116.pdf (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.institut-numerique.org/21-la-digitalisation-de-la-consommation-du-sport-528105c9711b1> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://footballstories.konbini.com/entertainment/etats-unis-facebook-diffuser-live-championnat-mexicain/> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.europe1.fr/sport/la-liga-va-diffuser-son-match-du-vendredi-sur-facebook-2984030> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://branchez-vous.com/2017/05/04/facebook-frole-desormais-les-2-milliards-dutilisateurs/> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/> (consulté le 26 avril 2017)

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/> (consulté le 26 avril 2017)

<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-instagram/> (consulté le 26 avril 2017)

<http://sport24.lefigaro.fr/le-scan-sport/buzz/2015/08/25/27002-20150825ARTFIG00129-il-y-a-dix-ans-ronaldinho-etait-le-premier-a-depasser-un-million-de-vues-sur-youtube.php> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.sportbuzzbusiness.fr/le-petit-debrief-canal-plus-facebook-live-twitter.html> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://fr.uefa.com/uefaeuro/news/newsid=2383823.html> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/messages-secrets-cryptes-facebook-messenger-8602/> (Consulté le 26 avril 2017)

<https://rslnmag.fr/2014-la-plus-belle-coupe-du-monde-sur-les-reseaux-sociaux/> (Consulté le 26 avril 2017)

<https://www.definitions-marketing.com/definition/youtubeur/> (Consulté le 27 avril 2017)

<http://jactiv.ouest-france.fr/actualites/multimedia/quest-ce-quun-meme-internet-47729> (Consulté le 26 avril 2017)

<http://www.90min.com/fr/posts/4890756-quand-les-internautes-se-moquent-du-tweet-de-mbappe-apres-la-qualif> (Consulté le 26 avril 2017)

http://www.lemonde.fr/videos/video/2016/03/02/le-periscope-de-francois-hollande_4875057_1669088.html (Consulté le 30 avril 2017)

http://www.liberation.fr/france/2016/04/04/comment-nuit-debout-a-reveille-periscope_1443896 (Consulté le 30 avril 2017)

<http://rmcsport.bfmtv.com/football/video-entre-pogba-et-thor-ibrahimovic-c-est-l-eclate-1025780.html> (Consulté le 30 avril 2017)

<http://www.programme-tv.net/news/sport/football/84605-football-paul-pogba-celebre-le-titre-de-la-juventus-et-tombe-video/> (Consulté le 30 avril 2017)

<http://lebuzz.eurosport.fr/fun/danse-periscope-et-photos-les-joueurs-du-psg-ont-bien-fete-leur-victoire-a-marseille-dans-les-vestiaires-36272/> (Consulté le 2 mai 2017)

<http://www.ogcnice.com/fr/actualite/23598/des-live-sur-periscope-aujourd'hui> (Consulté le 2 mai 2017)

<http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/douzieme-homme/> (Consulté le 2 mai 2017)

<https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Video-transferts-le-mercato-comment-ca-marche/803848> (Consulté le 27 mai 2017)

<http://www.leblogducommunicant2-0.com/2016/05/18/bixente-lizarazu-les-reseaux-sociaux-sont-parfois-des-reseaux-associaux/> (Consulté le 25 mai 2017)

<http://www.leparisien.fr/sports/football/liga-clasico-ramos-pique-la-guerre-des-mots-22-04-2017-6878289.php> (Consulté le 25 mai 2017)

<https://le10sport.com/football/espagne/real-madrid/real-madrid-clash-sergio-ramos-utilise-le-psg-pour-repondre-a-pique-307737> (Consulté le 25 mai 2017)

<http://rmcsport.bfmtv.com/football/pique-avoue-qu-il-fait-le-show-avec-ramos-mais-se-moque-quand-meme-du-real-1180865.html> (Consulté le 25 mai 2017)

<http://www.atlantico.fr/decryptage/football-america-madonna-spectacle-super-bowl-championnat-gerald-olivier-279515.html> (Consulté le 23 décembre 2016)

Vidéos YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=9OAMANd7V-0> (Consulté le 24 avril 2017)

https://www.youtube.com/watch?v=rx_CeetpCzs (Consulté le 15 mars 2017)

https://www.youtube.com/watch?v=RLJj8NpP_6E (Consulté le 15 mars 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=yn4jepI5vhs> (Consulté le 15 mars 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=yOxt19g0nz4> (Consulté le 13 avril 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=wczRbzauGR0> (Consulté le 13 avril 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=hGJwctqodfA> (Consulté le 20 janvier 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=VaQKlZGjiuY&list=PL12HsEoV5YADSrbUfv3uu7ZmY2Dh-HNoZ&index=4> (Consulté le 20 janvier 2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=5JktfaQeQxE> (Consulté le 20 janvier 2017)

Table des matières

Remerciements.....	3
Sommaire	4
Table des abréviations.....	5
Introduction.....	6
I – La retransmission du match de football.....	10
I. 1. De la naissance au succès mondial du sport roi.....	10
I. 1. a. Historique de la pratique du football.....	10
I. 1. b. Des débuts télévisuels laborieux.....	13
I. 1. c. La domination du football à la télévision.....	15
I. 2. Retransmettre le match de football	19
I. 2. a. La suprématie des ralentis.....	19
I. 2. b. Une mise en scène permise grâce aux gros plans	29
I. 2. c. Le son et l’habillage du match	32
II – Un football sous influence médiatique	36
II. 1. Le match de football télévisé, produit médiatique	37
II. 1. a. Surmédiation de l’événement sportif et enjeu sacralisé	37
II. 1. b. L’ingérence de la télévision dans l’organisation du football.....	41
II. 2. Les protagonistes du match de football télévisé.....	43
II. 2. a. Des joueurs starisés et héroïsés.....	43
II. 2. b. Un spectacle dans un autre	49
II. 3. Le spectacle poussé à son paroxysme.....	51
II. 3. a Le suspense et la dramatisation, composantes essentielles du sport spectacle	51
II. 3. b Des joueurs magnifiés	58
III – Internet et réseaux sociaux : quand le spectacle se poursuit	62
III. 1. L’internaute, un téléspectateur actif.....	63

III. 1. a. Une nouvelle consommation du football.....	63
III. 1. b. Des internautes créateurs de spectacle	68
III. 2. Les réseaux sociaux, second terrain de jeu.....	70
III. 2. a. Dans les coulisses du match de football	70
III. 2. b. Les joueurs sur les réseaux sociaux : entre communication et règlements de compte	72
Conclusion	75
Bibliographie.....	76