

Introduction

Des articlets aux pages sportives : état des lieux et intentions¹

Philippe TÉTART

« Je revois à distance le ton de nos anciens journaux, au temps si regrettés de l'époque 1900 à 1914. À ce moment-là, les journaux de chez nous avaient le temps de la grâce du pays. La vie plus douce pour tout le monde permettait de s'étendre sur les détails d'une existence d'une époque où l'art, la montée du sport français et, excusez-moi, et l'amour, sous toutes ses conditions et à tous ses échelons, suffisaient à pimenter la facilité et le contentement de la besogne de vivre. Le son des journaux n'est en somme que la réflexion du diapason du temps. »

Maurice Chevalier,
« Un quart d'heure avec Maurice », RDE,
1^{er} octobre 1948

Depuis une dizaine d'années, l'histoire des rapports entre sport et presse ne cesse de s'enrichir. Grâce aux travaux de journalistes et de mémorialistes passionnés². Grâce à quelques rares thèses et articles³. Grâce enfin à une poignée de publications issues de colloques et d'appels à contribution⁴. Loi

1. Nous tenons à remercier Luc Robène, Olivier Chovaux, Denis Jallat et Paul Dietschy pour leurs relectures et leurs suggestions.
2. J. MARCHAND, *Les Défricheurs de la presse sportive*, Biarritz, Atlantica, 1999 ; *Journalistes de sport. Militants, institutions, réalisations, rapports avec le mouvement sportif*, Biarritz, Atlantica, 2004 ; J. SERAY, *Henri Desgrange. L'homme qui créa le Tour de France*, Saint-Malo, Éditions Christel, 2006 ; J. LABLAINE, « *L'Auto-vélo* ». *Le journal précurseur du Tour de France*, Paris, L'Harmattan, 2010 ; J. SERAY, *La Presse et le sport sous l'Occupation*, Toulouse, Le Pas de l'Oiseau, 2011 ; *Pierre Giffard, prince des journalistes*, Toulouse, Le Pas de l'Oiseau, 2008.
3. Par exemple : E. BUTTARD, *Presse et sport : images et représentations, 1896-1914*, université de Savoie, 2009.
4. E. COMBEAU-MARI (dir.), *Sport et presse en France (XIX^e-XX^e siècles)*, Paris, Le Publieur, 2007 ; P. CLASTRES, C. MÉDAEL, « La Fabrique des sports », *Le Temps des médias*, n°9, 2008 ; M. ATTALI (dir.), *Sports et médias du XIX^e siècle à nos jours*, Biarritz, Atlantica, 2010. On ajoutera à cette liste, d'une part les actes à venir d'un colloque de 2012 (K. SOUANEF, G. MONTÉRÉMAL (dir.), *Le Journalisme de sport révélé par ses grandes figures*, à paraître en 2016), d'autre part le travail collectif initié par Benoît Caritey (université de Dijon) sur l'histoire de *L'Auto* (lequel devrait aboutir à une publication en 2016).

du genre, ces dernières sont marquées du sceau de la diversité : l'écrit et l'image, l'audiovisuel et la radiophonie, le cinéma et même l'affichisme y cohabitent dans une mosaïque ouvrant ou rouvrant maintes perspectives de recherche. Ainsi, sur la presse écrite, elles relancent le défrichement entrepris par Édouard Seidler dans son étude pionnière de 1964⁵. Toutefois, le pari d'embrasser tous les genres médiatiques au fil des XIX^e et XX^e siècles porte ses propres limites. Il laisse derrière lui de nombreuses zones d'ombre. Nous voudrions ici en éclairer une. L'ouvrage auquel nous introduisons ne prend donc pas le contrepied du stimulant hétéroclisme décrit à l'instant. Il s'en veut complémentaire. Considérant que l'histoire des rapports fondateurs entre sports et médias gagne à emprunter la voie des approches sérieuses et périodisées⁶, nous y évoquerons, strictement, la naissance et l'essor de l'information sportive dans la presse quotidienne et hebdomadaire régionale des années 1870 à 1914.

Ce travail collectif constitue la seconde étape d'un chantier ouvert en 2010. Avec Sylvain Villaret et une quinzaine d'auteurs nous éditions alors deux tomes sur les périodiques sportifs de province à la Belle Époque⁷. Ce travail appelait une suite. C'est l'objet du présent volume. Il vise à une meilleure connaissance des cultures et des représentations médiatiques du sport et des pratiques physiques au sens le plus large ; d'une part en dépassant la seule étude de titres spécialisés à faible diffusion observés en 2010 ; d'autre part et plus largement en contribuant à l'histoire de l'information et de la culture médiatique à l'heure de la première massification du phénomène sportif⁸.

Le/les sport(s) au sens le plus large

Une mise au point s'impose pour clore ce préambule : qu'entend-t-on par « sport » ? Sans entrer dans un débat lexicographique et conceptuel qui dépasse notre projet, nous considérons que la notion recouvre le champ hétérogène de pratiques formelles et informelles qui, en soi, par les sociabilités qu'elles révèlent, agglomèrent, mettent en jeu et en scène, par leur finalités et/ou expressions (utilitaire, régimentaire, compétitive, récréative, festive...) permettent d'appréhender globalement le rapport des Français aux *pratiques physiques*. Le vaste mouvement d'acculturation (corporel, mental, culturel, politique) engagé dans les années 1860-1880 qui déter-

5. E. SEIDLER, *La Presse et le sport*, Paris, Armand Colin, 1964.

6. Cf. Ph. TÉTART, « La presse sportive au regard de l'historien. Questions, méthodes & sources », in J.-F. DIANA, G. DERÈZE (dir.), *Journalisme sportif. Méthodes d'analyse des productions médiatiques*, De Boeck, 2015.

7. Ph. TÉTART, S. VILLARET (dir.), *Les Voix du sport. La presse sportive régionale à la Belle Époque*, Biarritz-Paris, Atlantica/Musée National du Sport, 2010.

8. Nous développons plus avant ces questions historiographiques et méthodologiques dans « Spectacle sportif, médias et représentations sociales », in T. FROISSART, Th. TERRET (ed.), *L'Historien, l'histoire, le sport*, Reims, Épure, 2013.

mine l'entrée dans le premier temps sportif des masses, à la charnière des années 1900-1910, ne peut pas en effet être enfermé dans le huis clos sémantique du seul *sport moderne*.

Nous privilégierons donc la « continuité » entre les enjeux des pratiques physiques plutôt que le seul « épisode⁹ » sportif – même s'il sera central. Notre définition est extensive. Au sens le plus large, elle renvoie à la révolution du rapport au corps déterminée par la poussée des pratiques physiques entre le dernier tiers du XIX^e siècle et la Grande Guerre, de la gymnastique au football, de l'athlétisme à la préparation militaire en passant par le tennis, la vélocipédie ou la tauromachie¹⁰.

Sport et presse généraliste

L'historiographie du sport a toujours abondamment recouru à la presse spécialisée, surtout à *L'Auto* puis à son héritier, *L'Équipe*, mais aussi à *La Vie au grand air* pour la Belle Époque ou à *Match* pour l'entre-deux-guerres. Dans ce recours, la presse est plus souvent une source qu'un objet d'histoire. Usage légitime et essentiel. Nul ne peut en effet contredire l'importance de ces titres. Cela vaut en matière informative bien sûr. Cela vaut également en termes de patronage puisqu'ils participent activement à l'invention du calendrier sportif. Leur étude, indispensable, permet donc de faire et parfaire l'histoire du sport. Il suffit de se remémorer l'action d'Henri Desgrange à la tête de *L'Auto* et du Tour de France pour en être persuadé. Nonobstant, ce centrage sur la presse spécialisée a fini par devenir un tropisme archivistique ; tropisme masquant cette autre réalité : dès les années 1870-1890, l'information sportive vient plus massivement aux Français par la voie de la presse généraliste que par celle de la presse sportive. Or cette information née dans le creuset généraliste a peu occupé les historiens du sport et des médias¹¹. On ne sait pas précisément ses intentions, ses formes, son volume, son rôle dans l'acculturation des Français. On ne sait qu'imprécisément le rôle des chroniqueurs, des journalistes et des patrons de presse qui la font. Sans être une *terra incognita*, ce champ n'est donc guère plus qu'une friche, mais une friche d'autant plus riche que le secteur quotidien et périodique de l'information générale et/ou politique est, à l'époque qui retient notre attention, pléthorique.

9. G. VIGARELLO, *Une Histoire culturelle du sport. Techniques d'hier et d'aujourd'hui*, Paris, R. Laffont-Revue EPS, 1989, p. 15.

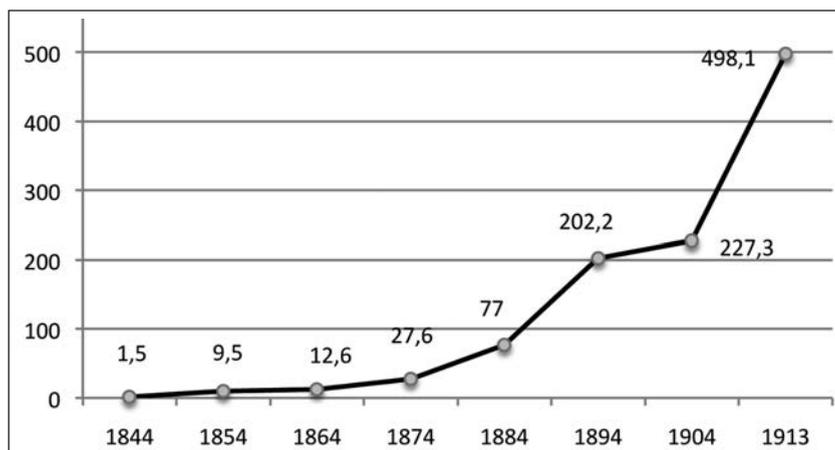
10. Sur ce point, il faut notamment voir P. ARNAUD, *Le Militaire, l'écolier, le gymnaste. Naissance de l'éducation physique en France, 1869-1889*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1987, p. 79-80 en particulier ; P. CLASTRES, P. DIETSCHY, *Sport, société et culture en France du XIX^e siècle à nos jours*, Paris, A. Colin, 2006, chapitre 2 en particulier (p. 41-72).

11. En dehors de réflexions éparées dans *l'Histoire générale de la presse en France*, Paris, PUF, 1972-1975, voir Ch. GIOL, « La rubrique des sports », in D. KALIFA, Ph. RÉGNIER, M.-E. THÉRENTY, A. VAILLANT (dir.), *La Civilisation du journal : histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle (1800-1914)*, Paris, Éd. Nouveau Monde, 2011, p. 1077-1080.

La recension de la vie sportive apparaît en effet dans les rubriques mondaines et les nouvelles à la main des périodiques généralistes dès les années 1850-1870. En témoignent les premiers entrefilets, puis les articles sur le turf et les sociabilités des champs de courses – surtout –, l’escrime, la boxe ou la natation dans le *Figaro* dès 1854-1855. Le lancement du *Sport* d’Eugène Chapus, en 1854, traditionnellement présenté comme l’acte fondateur (et isolé) de l’information sportive, mérite d’ailleurs d’être réapprécié à l’aune de cette promotion du sport – précoce à et certains égards militante – dans les organes généralistes lus par les élites du Second Empire¹².

Les premières rubriques quotidiennes naissent pour leur part entre la fin des années 1860 et les années 1890. *Le Figaro* et *Le Gaulois* sont parmi les premiers à en tenir, le premier en 1866, le second en 1873.

Enfin, à la charnière des XIX^e et XX^e siècles, tandis que les premières associations de journalistes sportifs révèlent l’émergence corporatiste d’un nouveau milieu professionnel, cependant que *L’Auto* s’impose comme « l’organe spécialisé du sport, au moment où, enfin, le marché des périodiques sportifs se déploie (192 titres créés à Paris et 369 en province entre 1890 et 1910), ces rubriques intègrent tous les chemins de fer des quotidiens parisiens. Le graphique suivant montre comment, à partir de ce moment, l’information sportive connaît un essor d’autant plus notable que les dirigeants de presse augmentent la pagination de leurs journaux.



Sources : *La Presse* (1836), *Le Siècle* (1836), *Le Temps* (1861), *Le Petit Journal* (1863), *Le Figaro* (1854, quotidien en 1867), *L’Univers* (1867), *Le Gaulois* (1868), *Le Petit Parisien* (1876), *Le Matin* (1883), *L’Intransigeant* (1883), *La Croix* (1883), *L’Écho de Paris* (1884), *L’Aurore* (1897), *L’Humanité* (1904), *L’Action Française* (1906).

GRAPHIQUE 1. – Nombre moyen par titre de colonnes dédiées au sport dans la PQN (1844-1913)

12. Cf. Ph. TÉTART, « Journaux et rédacteurs de “sport” (1851-1857). Un cercle littéraire et mondain », in G. MONTÉRÉMAL, K. SOUANEF (dir.), *op. cit.*, 2016.

L'équation est simple : malgré cette pagination à la hausse, le volume d'information sportive ne cesse de croître. Au final, en 1913, sa part moyenne dans la surface des quotidiens est de 5,5 à 6 %, soit cinq fois plus qu'au milieu des années 1880. Plus encore, certains titres n'hésitent pas à faire du sport un de leurs principaux produits d'appel. Or l'historiographie situe habituellement ce cap dans les années 1920-1930, en référence à la stratégie éditoriale de *L'Intransigeant* puis de *Paris-Soir*. C'est dire comme le sport a gagné un plein droit de cité médiatique avant la Grande Guerre.

Dans cette séquence 1880-1914, la presse quotidienne, du Nord au Sud de l'Hexagone, connaît ses Trente Glorieuses. Les quotidiens à vocation nationale (ou y prétendant) sont 36 en 1870, 60 en 1885 et 80 en 1914. Leur tirage passe de 2 millions en 1885 à 5,5 millions en 1914. Les quotidiens imprimés en région, mais qu'on vend aussi à Paris, sont une centaine en 1870 et plus de 250 en 1885. Malgré la pression d'un marché toujours plus concurrentiel, ils sont encore 242 en 1914, pour un tirage de 4 millions d'exemplaires contre 1 million en 1885. Ces quotidiens régionaux ou départementaux florissants s'emparent eux aussi du sport. Au fil des ans, cette nouvelle veine informative connaît des fortunes diverses, mais, dans la plupart des cas, elle se développe puis se systématisé. Ainsi en va-t-il avec *L'Ouest-Éclair*. Le titre rennais publie des notules sportives dès son lancement en 1899. La rubrique sportive devient régulière en 1902. En 1905, elle est quasi quotidienne et, à la veille de la Grande Guerre, elle s'offre chaque jour à 150 000 lecteurs. Même constat dans les Alpes-Maritimes, sur une temporalité certes plus diluée, avec *L'Éclaireur de Nice*. Dans un département où la presse sportive et mondaine est pionnière et nombreuse¹³, ce titre fondé en 1883 tarde à parler de sport. Toutefois, lorsqu'il s'y emploie, il le fait pleinement, finissant par imiter *Le Petit Niçois* dont Suzanne Cervera souligne en ces pages qu'il se sportivise très vite après sa fondation en 1879. Au final, en 1900, le turf a souvent l'honneur de la une de *L'Éclaireur de Nice* tandis que le cyclisme, les régates, les courses automobiles, etc., sont commentés en ses pages intérieures.

Ce processus affecte la plupart des quotidiens dans les années 1890-1900. La venue puis l'essor de l'information sportive dans la presse nationale et dans la presse quotidienne régionale relève donc d'un en-commun médiatique propre à la Belle Époque.

Les quotidiens au proscenium de la diffusion sportive

Au moment de questionner l'identité de cette information sportive en région et de réfléchir à son rôle dans l'acculturation des Français, affinons le tableau d'époque.

13. Cf. Ph. TÉTART, « La presse sportive azuréenne et niçoise (1876-1914) », in J.-P. DERAÏ, Y. GASTAUT (dir.), *Le Patrimoine sportif azuréen*, édition en ligne, Musée National du Sport, 2015.

Dans l'historiographie, l'accent est depuis longtemps posé sur l'histoire des institutions, des pratiques, des cultures sportives. Autant de thèmes dont l'étude est indispensable. Du reste, la tâche de l'historien est aussi de « produire du manque là où règnent » sinon des « certitudes¹⁴ » du moins des habitudes historiographiques. Or la pratique de l'histoire du sport montre et rappelle sans cesse que, d'hier à aujourd'hui, le phénomène sportif est profondément médiatique, voire – du moins dans sa dimension spectaculaire – avant tout médiatique. Il n'est pas besoin d'être historien pour faire ce constat. En 2013, nul n'échappe, qu'il le veuille ou non, à *l'agenda setting* sportif. L'histoire récente de la surexposition du football tricolore, du sacre de 1998 à la rédemption de 2013-2014 en passant par les affres de 2006-2012 (du « coup de tête » de Zinedine Zidane aux incivilités de l'Euro 2012 en passant par la grève tragicomique de Knysna lors de la Coupe du Monde 2010), ne cesse, d'une part de suggérer comme le ballon rond est de plus en plus vu comme un baromètre social, d'autre part de souligner l'étroitesse des intérêts mutuels des acteurs du sport et des médias. Or cette imbrication, qui justifie une exposition médiatique majeure, est déjà à l'œuvre à la Belle Époque. Si elle joue un rôle central dans l'entretien de la consommation de masse – consentie ou non – du sport de nos jours, elle avait déjà cette fonction, dans un autre contexte et selon d'autres formes de médiations, en 1900-1910.

Il y a un peu plus d'un siècle, la diffusion sociale du sport se massifie en effet bien plus par le biais de l'attraction et de la consommation du spectacle sportif (des courses de natation aux matchs de football-association, de la boxe au cyclisme en passant par l'automobilisme, le canotisme motorisé ou le rugby) que par la pratique *stricto sensu*. L'historiographie a peu interrogé l'histoire de ce spectacle, de ses formes, de ses temporalités, de ses usages, de son impact sur l'espace urbain, social, de ses représentations¹⁵. Quoiqu'il en soit, ce processus de consommation collective et de partage social s'engage avec la popularisation des hippodromes dans le dernier quart du XIX^e siècle, puis avec la fréquentation assidue et croissante des vélodromes, des premiers stades. Néanmoins, vers 1900, ces espaces réunissent au mieux quelques milliers de spectateurs, de curieux et les premiers supporters, encore nommés « fanatiques » ou « partisans ». Ce processus prend corps de façon plus nette et massive avec les rendez-vous compétitifs organisés hors des enceintes sportives, telles les épreuves de marche, fort prisées au

14. A. FARGE, *Le Goût de l'archive*, Paris, Hachette, 1990, p. 147.

15. Sur le dernier point on peut voir : Ph. BAUDORRE et al. (dir.), *Écrire le sport*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, 2005 ; J.-F. DIANA (dir.), *Les Dispositifs d'écriture du spectacle sportif*, *Revue de Communication*, série Actes n° 19, 2013. Également : P. DIETSCHY, « Sport spectacle », in Ch. DELPORTE, J.-Y. MOLLIER, J.-F. SIRINELLI, *Dictionnaire d'histoire culturelle de la France contemporaine*, Paris, PUF, 2010, p. 763-767 ; P. CLASTRES, P. DIETSCHY, *op. cit.*, 2006, p. 73-80 en particulier ; E. LÊ-GERMAIN, Ph. TÉTART, « Naissance et développement du spectacle sportif », in Ph. TÉTART (dir.), *Histoire du sport en France*, t. 1, Paris, Vuibert, 2007, p. 227-251.

tout début du xx^e siècle. En 1903, celles des Cafetiers de Paris et celle des Midinettes réunissent déjà des foules. Dans ce dernier cas, la presse rapporte qu'un demi-million de spectateurs se serait réparti sur les 16 kilomètres du trajet Paris-Versailles. Les courses de natation en eau vive sont elles aussi bien plus populaires que les épreuves en piscine qui existent depuis la fin des années 1890. En 1907, la presse avance le chiffre de 200 000 spectateurs lors de la Traversée de Paris à la nage. Cette course sert en outre de prélude à la course « Paris à la mer », épreuve au cours de laquelle les canots à moteur se mesurent entre la capitale et la côte normande. Là encore la presse évalue le nombre de spectateurs à 200 000 en faisant l'addition, au fil de la Seine, des foules citadines, villageoises et des grappes de spectateurs postées sur les ponts, les écluses, les berges. Pensons enfin aux centaines de milliers de spectateurs présents sur le tracé d'un Tour de France dont la popularité s'accroît notablement à partir de 1906-1907.

Or ce spectacle sportif jouit d'une couverture de presse sans cesse croissante entre les années 1880 et la veille de la Grande Guerre. Vient alors une double massification : celle de la consommation du spectacle lui-même et celle de sa consommation – différée – par le biais du récit médiatique. Ainsi, en 1914, *L'Auto* tire en moyenne 200 000 exemplaires chaque jour. Mais il connaît des pointes supérieures à 300 000 en juillet durant le Tour de France. Il a ainsi multiplié de 10 à 15 son tirage d'origine et s'est hissé au septième rang des tirages des quotidiens français. On ne saurait mieux illustrer le succès de ce type d'entreprise : capitaliser sur un régime d'événementialité créé de toute pièce.

Mais la presse spécialisée n'est pas seule sur le terrain de la promotion du spectacle sportif. À cette même date, *La Presse* et *L'Intransigeant* sont à l'avant-garde de la sportivisation en cours de la presse généraliste. L'un et l'autre méritent un arrêt sur image.

La rédaction de *La Presse* (70 000 lecteurs en 1912) est la première à développer des pages sportives au sens moderne du terme, à l'instigation d'Armand Massard et de Léon Bailby, ses rédacteurs en chef (1891-1895, puis 1895-1906), et sous la plume de Pierre Laffite. En 1914, sous l'impulsion d'Armand Massard, qui a repris les rênes de la rédaction en 1906, de Gustave de Lafreté, chef de rubrique et grand avocat du sport¹⁶, et des rédacteurs – Daniel Deutch, Daniel Cousin et Louis Baudet notamment – le turf et le sport couvrent, à parts égales, près de 30 % du journal. Avec *L'Intransigeant*, l'autre grand titre du soir, et *L'Auto*, le quotidien de la rue de Montmartre joue donc un rôle clé dans l'accélération de la médiatisation du spectacle sportif au début des années 1910. La tentation de concurrencer

16. Responsable des pages sportives à partir de 1898, il ne se lasse pas d'appeler à la pratique du sport et de s'engager dans l'organisation d'épreuves, voire dans la création de pratiques à l'instar des « Trois Sports » qu'il tente d'imposer au début du siècle. Il collabore notamment à *La Revue des Sports* et à *La Vie au Grand Air* et terminera sa carrière comme chef de la rubrique sportive de *L'Écho de Paris*.

L'Auto se fait d'ailleurs sentir lors du lancement, en mars 1913, d'un hebdomadaire satellite, *La Presse sportive*, qui ne survit pas. Bref, couvrant l'actualité sportive dans toutes ses dimensions, des courses de garçons bouchers et de coiffeurs jusqu'aux événements internationaux, sans oublier de lancer des enquêtes diverses – sur les « émotions sportives » par exemple – *La Presse* est le quotidien généraliste de référence pour le sport à la fin de la Belle Époque.

L'Intransigeant est dirigé par Léon Bailby, transfuge de *La Presse*. Dès la fin des années 1900, il fait aussi du sport son principal objet. Sans doute cette stratégie vise-t-elle à stopper l'hémorragie de lecteurs (70 000 en 1910, 46 000 en 1912) et – probablement – à satisfaire des bailleurs, tel le comte de Dion Bouton, déjà actionnaire de *L'Auto* et qui renfloue le titre lorsque Bailby en prend la direction en 1906. En 1913, les lecteurs achètent donc un journal de droite, aux accents nationalistes (longtemps proche de la Ligue de la Patrie Française) consacrant plus de 25 % de ses quatre pages au sport. À la veille de la Grande Guerre, cette prégnance sportive se traduit par un propagandisme croissant illustré par un des premiers appels à la création d'un ministère des Sports¹⁷.

On pourra à bon droit dire que les choix éditoriaux de ces deux titres et leurs 120 000 exemplaires cumulés (2,2 % des tirages parisiens en 1912) ne sont pas très significatifs. La mesure s'impose en effet. Au demeurant, ils ne font qu'incarner jusqu'à l'hypertrophie la sportivisation de toutes les rédactions. Des services spécialisés existent déjà au *Petit Parisien*, au *Matin*, au *Journal*. Sur le plan des techniques journalistiques, le sport est un laboratoire : ainsi *Le Matin* introduit-il la bande dessinée dans ses pages au prétexte sportif. Le cas du *Temps* est lui aussi emblématique de cette percée du sport. Plutôt réfractaire, comme le sera *Le Monde* en d'autres temps, le très austère quotidien de référence s'ouvre au turf dans les années 1880. Une rubrique « Sport » est créée en 1894. En 1904, Adrien Hébrard sollicite Paul Rousseau, figure du journalisme sportif et homme d'institution (cyclisme, boxe), pour la développer. Paul Rousseau, dont le quotidien sportif, *Le Monde sportif*, vient de sombrer après huit courts mois de publication, rejoint alors la rédaction. En 1913, sa rubrique occupe 4 % de la surface du *Temps*.

Par ailleurs, logique d'autopromotion aidant¹⁸, les quotidiens sont des acteurs-clé du patronage sportif. *Le Matin* possède son propre stade (Colombes). Il promeut les épreuves qui s'y déroulent auprès de ses 650 000 lecteurs. *L'Intransigeant* fait la publicité de ses propres challenges. Parmi bien d'autres exemples, arrêtons-nous sur le cas du Salon de l'Automobile 1905. À cette occasion, *L'Auto* organise des épreuves de canots. Elles constituent un des temps forts du salon. Or elles sont copatronnées par

17. *L'Intransigeant*, 21 et 22 janvier 1914.

18. Cf. B. LENOBLE, « L'autopromotion de la presse en France (fin XIX^e-début XX^e siècle) », *Le Temps des médias*, n° 2, 2004, p. 29-40.

Le Matin, *Le Gaulois*, *Le Figaro*, *La Presse*, *Le Petit Parisien*, *L'Éclair*, *L'Écho de Paris*, *Le Petit Journal* et *Le Journal des débats*, mais aussi par *La Vie au Grand Air*, *Yachting-Gazette* et *La France Automobile*¹⁹. Bien sûr, ces titres font une relation précise des courses pour un public cumulé supérieur à 3,2 millions de lecteurs²⁰. Voici, nous semble-t-il, une des plus franches illustrations de la mobilisation de la grande presse sur le terrain de l'organisation, de la promotion et de la rentabilisation d'un spectacle sportif qu'on peut déjà assimiler à une industrie culturelle.

En somme, dès les premières heures du xx^e siècle, la presse, et pas uniquement les organes spécialisées, produit et promeut l'actualité sportive; et tout particulièrement les quotidiens généralistes, « matérialisation exemplaire » des mutations culturelles et de leurs « accélérations²¹ », sollicitent l'opinion en dictant une tension événementielle croissante, gérée sur le mode de la répétition annuelle ou pluriannuelle, avec les championnats locaux, régionaux, nationaux, avec les classiques cyclistes, la saison de boxe, etc. Cette polyphonie sportive et médiatique à la fois justifie et appelle le besoin d'information, laquelle invente son propre régime de légitimité tout en aiguillonnant et en répondant à la fois à la demande sociale.

En somme, ne serait-ce qu'à travers de la visibilité et/ou de la disponibilité quotidienne des rubriques sportives, le régime médiatique du sport s'imisce d'une façon de plus en plus ordinaire dans le quotidien des Français, au sens temporel et spatial. *Ordinaire* parce que la chose intervient dans le temps d'une accessibilité et d'une sensibilité accrues à l'imprimé²². Le taux d'alphabétisation des Français de 6 à 60 ans est de 65 % en 1872²³. À la fin des années 1890, couronnement républicain d'un processus entamé au cœur du xix^e siècle, il est de 90 %²⁴. Le public, toutes classes sociales confondues, est en mesure de s'emparer et de s'enticher de la presse. Il le fait d'autant plus volontiers qu'à l'heure où le débat démocratique s'offre à tous, les crises politiques, du scandale de Panama à l'affaire Dreyfus, les mouvements sociaux, les combats idéologiques et électoraux, entraînent une mobilisation inédite de l'opinion. Le sacre de la lecture est donc une

19. Sur le succès médiatique, emblématique, du canotisme automobile, cf. Ph. TÉTART, « Au cœur de la mode des *moteurbots* (1894-1914) », in J.-P. DERAÏ, Y. GASTAUT (dir.), *op. cit.*, 2015.

20. « environ » car, faute de mieux, nous nous référons aux chiffres 1909 que nous empruntons à P. ALBERT, G. FEYEL, J.-F. PIQUART, *Documents pour l'histoire de la presse nationale aux XIX^e et XX^e siècles*, Paris, CNRS, 1976.

21. D. KALIFA, « L'ère de la culture marchandise », *Revue d'histoire du XIX^e siècle*, n° 19, 1999, p. 7-14.

22. Cf. A.-M. THIESSE, *Le Roman du quotidien : lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, Paris, Le Seuil, 2000 [1984]; M. LYONS, *Le Triomphe du livre. Une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIX^e siècle*, Paris, Promodis, 1987; H.-J. LUNSEBRINK, J.-Y. MOLLIER, P. SOREL (dir.), *Lectures du peuple en Europe et dans les Amériques*, Bruxelles, Complexe, 2003.

23. F. FURET, J. OZOUF, *Lire et écrire. L'alphabétisation des Français de Calvin à Jules Ferry*, t. 1, Paris, Éd. de Minuit, 1977, p. 203. En 1872, 76,11 % des 6-20 ans savent lire (plus de 62 % sachant lire et écrire). Les 20-60 ans sont alphabétisés à 66,63 % (près de 57 % sachant lire et écrire).

24. M. LYONS, « Les nouveaux lecteurs au XIX^e siècle. Femmes, enfants, ouvriers », in G. CAVALLO, R. CHARTIER (dir.), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, Le Seuil, 1997, p. 393.

part essentielle du « sacre du citoyen²⁵ » ; et cette citoyenneté nouvelle se définit entre autres par la flambée associationniste (la loi de 1901 profite d'ailleurs à l'accélération du maillage en clubs) et par ce commerce étroit avec la presse. Ce point est capital. Les Français deviennent de grands consommateurs de journaux. En 1870, le taux de pénétration pour 1 000 habitants est de 37. En 1914 il est passé à 244. Le tirage des quotidiens est alors de 9,5 millions/jour. À la même date et par comparaison, les quotidiens spécialisés, turfistes surtout et omnisports (dans le cas de *L'Auto*), tirent environ 400 000 exemplaires. Une même évidence que celle dite plus haut s'impose : en matière de diffusion, la rupture d'échelle entre le secteur généraliste pourvoyeur d'information sportive et le secteur spécialisé est énorme. Elle l'est d'autant plus si la logique est poussée plus loin. En effet, le rituel quotidien, individuel et collectif, de la lecture d'un journal est un des usages de la Belle Époque. Il nourrit les conversations. Il éprouve et forge les opinions. Il favorise la socialité. Aussi peut-on reporter sans grand risque le taux de circulation actuel des journaux (lectures multiples) sur 1914²⁶. Ce faisant, les quotidiens nationaux et régionaux donnant des informations turfistes et sportives passeraient non pas entre les mains de 9,5 millions d'acheteurs à la veille de la guerre, mais entre celles de 42 millions de lecteurs. Or, à cette date, les Français sont 41,6 millions.

Pour mieux appréhender cette question, il faut rappeler en premier lieu que 1 à 1,5 million de Français sont liés à une organisation sportive en 1913-1914, soit *a maxima* 3,6 % de la population. En deuxième lieu, plus ou moins 400 000 lecteurs achètent des quotidiens spécialisés, soit, si on ne considère pas le principe du pluri achat, 1 % de la population au mieux. En troisième lieu, l'ensemble des lecteurs de la presse nationale et régionale est putativement au contact du récit de sport, de la culture médiatique du sport à cause de la parution, dans la quasi-totalité des quotidiens, de rubriques sportives plus ou moins fournies. Partant de l'assertion d'un « baron » du journalisme sportif, Géo Lefèvre, à la veille du premier Tour de France – « qui a vu courir veut courir²⁷ » – on peut alors avancer que, bien plus que le mimétisme sportif suscité par la proximité – familiale, amicale, liée au métier – avec des pratiquants, bien plus que la consommation *in situ* du spectacle sportif, l'information et d'abord celle de la presse généraliste est en première ligne de l'acculturation sportive du plus grand nombre et, pour certains, le ressort d'un éventuel passage à la pratique sportive²⁸.

25. P. ROSANVALLON, *Le Sacre du citoyen. Histoire du suffrage universel*, Paris, Gallimard, 1992.

26. Si on reporte le « taux de circulation » actuel : ratio de 3,9 à 4,8 pour la PQN et de 4 à 6 pour *L'Équipe*. Cf. « Projet de loi de finances : médias 2006 » (sondage Lavalie, mai 2005) et enquêtes Euro-PQN-Ipsos 1994, Euro-PQN 2002, Audipresse 2005-2010, 2012. Nous partons ici d'une moyenne de 4,35 (PQN).

27. *L'Auto*, 27 juin 1903.

28. Nous nous permettons de renvoyer à Ph. TÉTART, « Lire le sport. Culture de masse & médiatisation du sport à la Belle Époque », *Historiens et Géographes*, à paraître en 2015.

Sous l'angle du sport comme culture et comme consommation de masse, il est difficile de négliger cette dimension et l'hypothèse qui en découle : dès 1890-1910, l'infusion sociale du sport serait d'abord et avant tout médiatique.

Accréditer ce postulat revient à considérer que cette période constitue le cœur d'une première accélération de la diffusion médiatique du sport et l'affirmation du sport comme culture médiatique. Accélération et affirmation prises dans les raies de la conquête des masses, l'évolution des mentalités et du rapport au monde. Au risque de nous répéter, rappelons alors l'importance de l'aspiration à une information locale, nationale, internationale ; l'amélioration du niveau d'instruction ; le mûrissement de la conscience civique ; la pérennisation et le renouvellement du débat politique ; l'ouverture au monde grâce à la modernisation accélérée des communications (train, voiture, téléphone). Ajoutons, en suivant Marc Martin, que la concurrence entre éditions, en région, de plus en plus forte, concourt à aiguïser la curiosité et à accroître l'exigence d'un public soucieux d'adopter et/ou de concevoir des points de vue sur l'état du monde, de la France, de telle ou telle région²⁹.

C'est à l'aune de ces constats que nous nous intéressons ici à l'histoire de l'information sportive dans la presse régionale. Il s'agit de tenter de mesurer son rôle dans la construction des représentations du sport et dans la poussée du phénomène sportif. Il s'agira, au travers d'une série d'études de cas, de sonder la presse pour quantifier et discuter l'information sportive offerte aux lecteurs. Études *a priori* significatives puisqu'elles portent sur une catégorie de titres dont la croissance notable sous la III^e République est le signe même du bon accueil que leur font les lecteurs.

Quid de la réception ?

Dans une telle démarche, l'historien se heurte à la question de la réception. Une des difficultés de l'histoire de la presse sous la III^e République est « la quasi impossibilité de reconstituer l'évolution des tirages de chaque organe », ce qui prive l'historien « d'un élément essentiel d'analyse³⁰ ». Par ailleurs, nous ne disposons pas de témoignages de lecteurs et de journalistes. La chose est encore plus vraie pour la presse de province et, en général, pour un XIX^e siècle peu porté sur la production et l'enregistrement d'archives. Cette limite renforce la couleur spéculative de tout propos sur la réception, sur la diffusion sociale des représentations. Elle pose le problème d'une objectivation à laquelle les auteurs se heurtent lorsqu'ils travaillent sur des sources lacunaires.

29. Cf. M. MARTIN, *La Presse régionale. Des Affiches aux grands quotidiens*, Paris, Fayard, 2002, p. 156 et sq.

30. Cl. BELLANGER et al. (dir.), *Histoire générale de la Presse en France*, Paris, PUF, 1973, p. 147-148.

La question de la réception constitue donc un « point aveugle³¹ ». Mais cela ne doit pas être un frein. Certes, on ne peut pas sonder effectivement l'opinion des lectorats, les modalités précises de leur réception, la façon dont ils digèrent le récit médiatique. De la même façon, nous ne pouvons pas pénétrer l'intimité des décisions prises en conférence de rédaction. Il n'en reste pas moins que le rapport d'intérêts ou de goûts mutuels entre le lecteur et le journal est tangible. Sur cette question, Jacques Julliard écrit :

« Lorsque je parle d'un "journal d'opinion", qu'est-ce que je désigne?... L'expression des opinions des rédacteurs..., des éditorialistes. Mais aussi, assurément, fussent-ils muets, les opinions des lecteurs. La forme d'échange commercial à la base de la vente et de l'achat d'un journal implique une commune adhésion à des idées, voire à des valeurs. Imagine-t-on un instant, dans cette forme de démocratie croisée..., un lectorat qui serait à l'opposé des opinions de ses rédacteurs et inversement? Bien sûr que non. L'opinion représentée par un journal est donc le résultat de la transaction permanente [...] entre l'émetteur et le récepteur. Il s'agit ici d'un *commerce*, au sens le plus élevé du terme³². »

Jacques Julliard nous renvoie ainsi à la possibilité d'étudier les formes des pratiques professionnelles et leurs évolutions (jusqu'à la langue du sport), les discours et les idéologies sportives, en formulant des hypothèses sur ce en quoi ils contribuent à la construction ou à la recomposition des opinions, des identités et des imaginaires sociaux et culturels auprès du large public de la presse et, pour ici, de la presse régionale³³.

La prudence sur la valeur heuristique d'une telle démarche reste certes de mise. D'une part, l'opinion n'est pas réductible à une mesure moyenne et moins encore aux choix d'instantanés³⁴. D'autre part, l'écrit journalistique, les choix rédactionnels, habités par leurs auteurs, ne sont pas neutres. Il faut donc se garder de confondre « information sur le réel » et « illusion du vrai³⁵ ».

En plaçant *a priori* la presse en amont et au centre de l'essor sportif nous grossissons donc sans doute le trait. Et peut-être faisons-nous de même en spéculant – après tout – sur la nature de la réception. Nous pouvons ainsi céder au principe d'une théorie qui précéderait l'histoire. « L'historien choisit à son gré : les données se prêtent complaisamment à sa démonstration et s'accommodent de tout système... Il trouve toujours ce qu'il cherche³⁶. »

31. D. KALIFA, *op. cit.*, 1999.

32. J. JULLIARD, « Foule, public, opinion », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, n° 28, 2010.

33. Ch. DELPORTE, *Les Journalistes en France (1880-1950). Naissance et construction d'une profession*, Paris, Le Seuil, 1999, p. 14.

34. Cf. A. FARGE, *Des lieux pour l'histoire*, Paris, Le Seuil, 1997, p. 97 et sq.

35. A. CORBIN, « Le vertige des foisonnements. Esquisse d'une histoire sans nom », in P. ORY (dir.), « Pour une histoire culturelle du contemporain », *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, n° 39, 1992, p. 103-126.

36. H.-I. MARROU, *De la connaissance historique*, Paris, Le Seuil, 1954, p. 187-188.

Aussi méfions-nous de tomber dans une complaisance anachronique nous incitant à plaquer sur hier l'omniprésence médiatique du sport contemporain. Alain Corbin nous met d'ailleurs en garde contre le « fixisme postulé des significations³⁷ ». Reste que le jeu de miroir entre médiatisation première du sport et hypermédiatisation actuelle n'est pas sans inviter, au moins de façon expérimentale, à cette exploration.

Ces mises en garde posées, admettons que la presse a pu être la première et la principale interface entre producteurs, actionnaires et consommateurs de sport.

Pistes et questions

Nous avons envisagé l'information sportive et son histoire comme une facette de la culture médiatique. À la charnière de l'histoire culturelle (au sens défini par Pascal Ory et Philippe Poirrier notamment³⁸) et de celle des médias, les concepts de « culture médiatique » (le discours des médias comme expression des représentations et des imaginaires sociaux), de « contamination de la culture par les médias³⁹ », d'agenda setting et, plus largement, de « civilisation du journal⁴⁰ », permettent, nous semble-t-il, d'appréhender la presse et son rôle dans l'histoire du sport sous de nouvelles perspectives. Sur ce point, Christian Delporte nous éclaire :

« En histoire culturelle, l'objet média est central. Sa principale originalité, c'est son regard tendu vers l'aval des phénomènes, c'est-à-dire vers la réception. Il ne s'agit pas seulement de bâtir une histoire des pratiques et des publics, mais de réfléchir à la question de la constitution, du fonctionnement, de l'imprégnation sociale d'une culture médiatique, révélatrice d'un système médiatique qu'on ne peut comprendre en cloisonnant ses différents éléments, en ignorant les circulations, les croisements, les interactions. Ce qui est [...] stimulant dans le concept de culture médiatique, c'est qu'il suppose de considérer le champ des médias comme un système de représentations nourri par des supports divers, concurrentiels, complémentaires, en constante mutation [...] ancrés dans la perception du réel comme dans la création fictionnelle⁴¹. »

37. Cf. A. CORBIN, *op. cit.*, 1992, p. 124.

38. « On posera donc de la culture une définition large qui pourrait se résumer dans la formule : ensemble des représentations collectives propres à une société et des pratiques sociales nécessaires à leur production, leur diffusion et leur réception », ce qui revient à faire une « histoire sociale des représentations », P. Ory, *L'Histoire culturelle* Paris, PUF, 2004, p. 8-13.

39. M. LITS, « La culture médiatique ou la contamination de la culture par les médias », in J.-Y. MOLLIER, J.-F. SIRINELLI, F. VALLOTON (dir.), *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris, PUF, 2006, p. 51-62.

40. Voir D. KALIFA, A. VAILLANT, « Pour une histoire culturelle et littéraire de la presse au XIX^e siècle », *Le Temps des médias*, n° 2, 2004, p. 197-214 ; puis l'aboutissement de ce chantier dans D. KALIFA, Ph. RÉGNIER, M.-E. THÉRENTY, A. VAILLANT (dir.), *op. cit.*, 2011.

41. Ch. DELPORTE, « Où en est l'histoire des médias ? », *Le Débat*, n° 139, 2006.

Ces propositions entretiennent un lien étroit avec l'histoire des sensibilités⁴², avec l'histoire anthropologisante des émotions et la problématique de la culture comme « production immatérielle⁴³ ». Alain Corbin nous propose ainsi d'imaginer la fécondité d'une histoire des émotions et de la sensibilité envahissant la question de la « culture sportive⁴⁴ ». Sans doute pense-t-il d'abord aux pratiques. Mais l'expérience de la lecture ne peut-elle pas être assimilée à une expérience sensible? Postulons que le goût pour le récit ou la recension de sport, sous tous ces genres, renvoie à l'inscription progressive dans les usages culturels d'une nouvelle manière de consommer l'information: « participer sans y être », participer de loin, participer par l'expérience sensible de la lecture. Expérience difficilement éprouvable pour l'historien et qui pose, selon l'expression de Lucien Febvre, la question du « matériel mental », des hommes à la charnière des XIX^e et XX^e siècles⁴⁵. Mais comme se le demande Peppino Ortoleva, la culture sportive se définit-elle seulement par l'action ou par une participation émotionnelle, au besoin fictive, tenant d'un sentiment d'ubiquité⁴⁶? Cette question ouvre notamment sur le problème du processus fictionnel et du journalisme comme espace de production littéraire et de diffusion de codes narratifs⁴⁷.

De telles perspectives ouvrent un champ mobilisateur au cœur duquel le présent ouvrage voudrait trouver sa place.

Partant de l'exemple de la presse quotidienne nationale et de son rôle, capital, dans la mobilisation sportive des années 1890 aux années 1910, et posant en hypothèse que la presse quotidienne et hebdomadaire régionale joue un rôle similaire, on peut remettre en cause l'idée que l'institutionnalisation du sport et les pratiques, à partir de la fondation des premières unions (1881-1898), sont les deux principaux leviers du phénomène sportif. Situons-nous en 1889. Peut-on, à cette date, comparer l'audience – l'influence – d'une USFSA qui vient d'être constituée et qui reste groupusculaire, élitiste et très parisienne, à celle du *Gaulois*, du *Figaro* et de *L'Écho de Paris* dont les rubriques sportives touchent déjà 220 000 acheteurs. Certes, ces titres privilégient alors de façon écrasante le turf. Suivent le cyclisme, l'escrime et la gymnastique. L'athlétisme et les courses à pieds n'occupent encore qu'une toute petite proportion de leurs rubriques (2 à 3 %). Certes, en 1887, l'échec du supplément *Gaulois-Sport* montre une

42. A.-E. DEMARTINI, D. KALIFA., *Imaginaire et sensibilités. Études pour Alain Corbin*, Paris, Créaphis, 2005.

43. On pense à J.-Y. MOLLIER et al. (dir.), *La Production de l'immatériel. Théories, représentations et pratiques de la culture au XIX^e siècle*, Saint-Étienne, Publication de l'université de Saint-Étienne, 2008.

44. A. CORBIN, « Sensibilités », in Ch. DELPORTE, J.-Y. MOLLIER, J.-F. SIRINELLI, *Dictionnaire d'histoire culturelle de la France contemporaine*, Paris, PUF, 2010, p. 738.

45. Disons notre dette ici à Alain CORBIN, cf. *op. cit.*, 1992.

46. P. ORTOLEVA, « Plaisir ludiques et dynamique des médias dans les sports de masse », in P. CLASTRES, C. MÉADEL (dir.), *op. cit.*, 2008, p. 19-34.

47. Cf. D. KALIFA, A. VAILLANT, *op. cit.*, 2004. Rappelons par ailleurs l'importance de penser la question de l'histoire même de la langue et des formes du récit journalistique.

information sportive, sur les sports dits « modernes » entre autres, encore en mal de public. Par ailleurs, l'existence des rubriques est justifiée par la création des compétitions par les sociétés de courses, par l'USFSA, par l'UVF. Mais d'où vient l'impulsion décisive ? Qui baptise la conscience partagée du sport, la sensibilité collective au sport, au-delà de l'émotion cumulative et partagée – mais momentanée – des encore toutes petites foules spectatrices ? N'est-ce pas, d'abord, l'impact et bientôt la permanence de l'information (au sens d'imprégnation et de mobilisation du corps social), par exemple la très importante couverture de l'actualité vélocipédique des années 1890-1905 ? Georges Vigarello le souligne : ce sont moins les pratiques (et leur institutionnalisation) que leur « show » – en tant qu'émotion collective et qu'écho médiatique – qui scellent très tôt la diffusion sociale du sport⁴⁸.

Pour insister sur l'idée, centrale, d'impact liée à la venue d'une civilisation du journal et de la lecture, lisons Dominique Kalifa et Alain Vaillant : traiter de l'« histoire culturelle de la presse » – pour nous de la presse en sa part sportive – invite à « partir du constat suivant : avec les caractères de sa production, l'ampleur de sa diffusion et les rythmes nouveaux qu'il impose aux cours ordinaire des choses, l'essor du journal tend à modifier profondément l'ensemble des activités (sociales, économiques, politiques, culturelles, etc.), des appréciations et des représentations du monde, projetées toutes ensemble dans une culture, voire dans une "civilisation" de la périodicité et du flux médiatique [...] pleinement achevée à l'aube de la Grande Guerre⁴⁹ ». Partant de ce propos, on peut revenir vers la chronologie. Faut-il revoir la périodisation du sport moderne, qui privilégie les années 1880, certes déterminantes, pour descendre vers les balbutiements de l'information turfiste, premier biais par lequel les Français entendent parler de « sport » (hippique, nautique surtout), de spectacle sportif ? En 1873, avant la naissance des unions⁵⁰, *Le Gaulois* tient sa chronique « Sport » pour 11 000 lecteurs, *Le Figaro* pour 56 000. Elles sont certes irrégulières, certes sommaires. Du reste, leur public d'amateurs de sport est déjà là alors que les institutions n'existent pas. Et, d'autre part, ce ne sont pas les unions qui soutiennent les journaux, mais l'inverse, à l'image de cet exemple : en 1884, *La Presse* s'adressant au tout jeune Racing Club de France, déclare : « Le club peut compter sur nous⁵¹. » Bref, ne doit-on pas, en fonction de divers facteurs, dont le facteur médiatique, revisiter la chronologie de l'histoire du sport ? En effet, comme l'écrit Patrick Clastres, « de nombreux indices laissent à penser que c'est entre la Restauration et le Second Empire que se situe le "décollage athlétique" français⁵² ». De fait, sur le plan médiatique, les courses, l'hippisme,

48. Nous suivons G. VIGARELLO, *Du jeu ancien au show sportif*, Paris, Le Seuil, 2002.

49. D. KALIFA, A. VAILLANT, *op. cit.*, 2004, p. 201-202.

50. On excepte ici le cas de l'USGF (1873) qu'on ne saurait définir comme « sportive » à son origine.

51. *La Presse*, 25 novembre 1884.

52. P. CLASTRES, « Sport et pratique de masse », in Ch. DELPORTE, J.-Y. MOLLIER, J.-F. SIRINELLI, *op. cit.*, 2010, p. 760-761.

l'escrime, la boxe, ont déjà une place – congrue certes, mais une place tout de même – dans les quotidiens des années 1820-1830 et, plus encore, dans les titres hippiques.

Ces questions en appellent d'autres sur les journalistes et des actionnaires de presse. Dès l'origine, la plupart des chroniqueurs semblent venir du sérail sportif. En 1854, *Le Siècle* confie la rédaction de ses premières chroniques de turf à Léon-Joseph Gatayes. Collaborateur du *Ménestrel*, du *Journal des haras* et du *Figaro*, il est aussi bon escrimeur, cavalier émérite et membre dirigeant de la Société des Régates Parisiennes. À le lire, nul doute qu'il est observateur et partie à la fois. Cinquante ans plus tard, le cas de *L'Auto* est connu. Il est fondé par un homme, Henri Desgrange, qui a dirigé un des premiers hauts lieux du sport parisien (le Parc des Princes), avec le soutien d'industriels de l'automobile et du cycle désirant investir dans une entreprise qui, en dehors ses possibles bénéfiques et son antidreyfusisme, est considérée comme une vitrine publicitaire. Pensons encore à la polyvalence d'un Frantz Reichel, à la fois sportif (rugbymen, coureur, boxeur à ses heures), journaliste (*Le Figaro*, *Le Vélo*), entrepreneur (*L'Instantané sportif*) et dirigeant (USFSA). Paul Rousseau, cité pour sa rubrique dans *Le Temps*, appellerait le même portrait. En région, le cas des rédacteurs de la rubrique de *L'Ouest-Éclair* en 1902-1914 est emblématique. Les deux principales plumes, Ernest Folliard et Joseph Gemain, sont d'abord des entrepreneurs et des dirigeants sportifs bretons. Ils se font journalistes que parce que leurs fonctions associatives, leur zèle propagandiste et leurs intérêts les y invitent et le leur permettent à la fois. Cette confusion des genres mérite d'être étudiée plus avant. Qui l'emporte du journaliste ou du sportif, du dirigeant sportif, dans la production de l'information ?

Pour finir, notre démarche vise à dessiner un tableau de la popularité des pratiques selon les périodes. Vers 1900, les marottes de la plupart des rubricards de la presse parisienne se nomment turf, aéronautique, aérostation, automobilisme, yachting automobile. Entre 1898 et 1913, la rubrique sportive de *L'Aurore* se consacre à 95 % (1898), 98 % (1904) puis 89 % (1913) au turf, au cyclisme et aux sports motorisés, ne laissant que quelques miettes à l'éventail grandissant des sports athlétiques⁵³. Nous sommes loin, ici, d'un privilège donné aux sports de plein air, à la gymnastique. Or c'est plutôt sous cette couleur que l'historiographie esquisse trop commodément les modes sportives de la Belle Époque. Sonder la presse quotidienne régionale doit alors nous permettre de réinterroger la notion de culture sportive et, en creux, le goût des lecteurs, pour vérifier – ou non – si la passion du turf et des sports motorisés l'emporte de façon écrasante, en 1890-1914,

53. Luc Robène émet les mêmes remarques en partant de la presse spécialisée. « Exploits techniques, exploits sportifs ? Le traitement médiatique de l'aviation dans *La Vie au Grand Air* (1900-1914) », in S. TISON (dir.), *La Conquête de l'air. Naissance d'un nouvel imaginaire ? (1900-1920)*, Rennes, PUR, 2011.

sur les autres pratiques. Que privilégient *Le Midi Socialiste*, *Le Progrès de Lyon*, *Le Petit Var*, *Le Courrier du Pas-de-Calais*, etc. ?

Une dernière interrogation enfin est à l'origine de cet ouvrage : les rapports entre la périphérie et le centre. La problématique provincialisme/parisianisme⁵⁴ est inscrite avec force dans l'histoire des unions. En témoignent les crispations, les frondes et autres sécessions qui émaillent l'histoire des rapports entre les unions dirigées depuis Paris et leurs correspondants en région. Face au centralisme des unions, les périphéries sportives regim-bent, résistent⁵⁵. Cet autonomiste rejaillit-il dans les rubriques sportives de province ?

Le choix de l'unité méthodologique

Partant de ce cadre théorique et de toutes ces questions, cet ouvrage propose une radiographie d'une petite partie de la presse régionale et/ou départementale des années 1870 à 1913-1914 afin de repérer, décrire et analyser la poussée de l'information sportive. Le régime de quotidienneté n'étant pas systématisé dans tous les départements, nous nous sommes permis quelques entorses à la règle dans les cas oranien, ardéchois, morbihannais, vendéen. La nature de l'échantillon (une vingtaine de titres) pose en elle-même les limites de l'exercice face à plus de 200 quotidiens de région publiés au cours des années 1900.

Au plan méthodologique, tout en gardant toute leur liberté de plume et d'interprétation, les auteurs ont choisi d'adopter le même protocole pour les sondages dans la presse. Cette unité méthodologique offre la possibilité de parler depuis des points de vue convergents et d'aboutir à des synthèses chiffrées souvent comparables (tableaux, graphiques) permettant de dégager, à partir d'indicateurs simples, des tendances significatives.

Pour satisfaire à cette approche quantitative – mais, comme nous y invite Antoine Prost, sans s'y enfermer⁵⁶ – les auteurs ont sondé les journaux pour toutes les années en « 3 », le plus souvent de 1873 à 1913 – dans certains cas sur moins d'années en fonction de la date de fondation des titres. Le calage sur ces années en « 3 » s'imposait pour disposer d'une pleine année de sondage avant la Grande Guerre. Dans la mesure où les rubriques sportives disparaissent en août 1914 avant de renaître en octobre-novembre

54. Débat très présent dans la presse spécialisée et dans certains quotidiens comme *L'Ouest-Éclair*. Cf. P. DIETSCHY, Ph. TËTART, « *L'Ouest-Éclair*, le sport, la guerre, 1914-1919 », in L. ROBÈNE (dir.), *Le Sport et la guerre, XIX^e-XX^e siècles*, Rennes, PUR, 2012, p. 135-144. Pour une vue synthétique : J.-Cl. YON, *Histoire culturelle de la France au XIX^e siècle*, Paris, A. Colin, 2010, p. 210-215.

55. Cf. Ph. TËTART, S. VILLARET, « Introduction », *op. cit.*, 2010 ; E. LE ROY LADURIE, *Histoire de France des régions. La périphérie française des origines à nos jours*, Paris, Le Seuil, 2001, p. 358 ; D. JALLAT, S. STUMPP (dir.), *Identités sportives et revendications régionales (XIX^e-XX^e siècles). Contribution des pratiques sportives à l'Europe des « petites patries »*, Grenoble, PUG, 2013.

56. Cf. A. PROST, *Douze leçons sur l'histoire*, Paris, Le Seuil, 1996, p. 202 et sq.

de façon irrégulière, sous des formes et avec des intentions placées sous le signe de la guerre, nous ne pouvions pas en effet retenir 1914⁵⁷.

À dessein d'unifier les carottages et le classement des résultats, ces sondages ont suivi trois règles principales.

Il s'agissait, en premier lieu, d'éviter la polarisation événementielle. Les relevés ont donc été effectués à l'aveugle, sans prêter la moindre attention aux temps forts de l'actualité sportive et aux saisons pleines ou creuses. Ceci permettait de radiographier de façon neutre une semaine d'information, sans se préoccuper de son caractère ordinaire ou non. Ces relevés ont été effectués dans la plupart des cas à raison d'une semaine par mois, généralement sur sept jours pour les quotidiens, les éditions dominicales étant alors usuelles. Au total donc, 84 numéros ont été sondés pour chaque année de publication pour les quotidiens. Pour les périodiques, la règle a tendu vers l'exploration de la moitié des numéros annuels, soit une grosse vingtaine par an. Une telle démarche aboutit à des résultats tenus pour représentatifs. Nous avons en effet pris la précaution préalable de la tester sur la presse quotidienne nationale. En l'espèce, pour les quotidiens, à 84 numéros/an et avec des nuances très peu sensibles, les ordres de proportions sont les mêmes qu'en faisant un sondage exhaustif sur l'année ou, à l'inverse, des sondages plus légers (mais qui gomme cependant les particularismes et les éléments plus ou moins fortuits, rares)⁵⁸.

	Colonnes	Une	Total totale	% surf. Info.	% surf.
mars	6,8	0,4	7,2	4,28	4,68
avril	5,6	0,35	5,95	3,54	3,87
mai	7,55	0,35	7,9	4,70	5,14
juin	5,4	0,35	5,75	3,42	3,74
juillet	7,95	0,7	8,65	5,14	5,63
août	5,65	1,15	6,8	4,04	4,42
septembre	5,35	0,45	5,8	3,45	3,77
octobre	5,35	0,35	5,7	3,39	3,71
novembre	4,4	0,2	4,6	2,73	2,99
décembre	5,75	0,3	6,05	3,60	3,93
Total 1	59,9	4,6			
Total 2	64,5			3,95	4,19

Surface: 6 colonnes x 4 pages – 7 jours sur 7 (168 colonnes/semaine). Surface publicitaire: 14,35 colonnes/semaine (8,5 %).

TABLEAU 1. – *L'Action Française*, 1908.

57. Cf. Ph. TÉTART, « La presse, le sport, la guerre (1913-1924) », in « Le sport dans la Grande Guerre », *Guerres mondiales et conflits contemporains*, n° 251, 2013.

58. Le journal devient quotidien en mars 1908.

En deuxième lieu, les relevés ont porté sur l'ensemble de la surface informative, pas seulement sur les rubriques sportives – en admettant du reste que celles-ci existent 1873, 1883... Ils devaient aussi intégrer l'emplacement : une, pages intérieures. L'ensemble de la surface dédiée au sport était alors transcrite en nombre colonnes en partant, au plus bas, d'un vingtième de colonne. Pour illustration, on verra ci-avant le relevé de *L'Action Française* en 1908, avec deux colonnes de pourcentages, le premier considérant la part de l'information sportive par rapport à la totalité de la surface du journal, le second par rapport à la totalité de la surface purement informative – la surface publicitaire étant alors défalquée du total des colonnes.

En troisième lieu, le calcul de surface intégrait le détail des pratiques : courses, cyclisme, gymnastique, tir au pigeon, informations fédérales, etc. Ce calcul s'effectuait de même en colonnes ou en fractions de colonnes afin de mettre à jour la distribution thématique de l'information.

	1884	%	1893	%	1903	%	1913	%
1	Courses – sports hippiques	91,6	Courses – Sports hippiques	55,5	Courses – Sports hippiques	50,9	Courses – Sports hippiques	47,5
2	Escrime	3,5	Cyclisme	36,1	Automobilisme	15,12	Aérostation – Aviation	26
3	Tir au pigeon	1,8	Athlétisme	2,9	Cyclisme	13	Automobilisme	5,8
4	Chasse	0,9	Football	1,4	Yachting automobile	2,3	Cyclisme	4
5	Course à pieds	0,7	Aviron	1,3	Aérostation & aviation	2,3	Rugby	3
6	Yachting	0,7	Rugby	0,6	Divers institutions/ débats	2,2	Aviron	1,6
7	Cyclisme	0,4	Tir au pigeon	0,5	Course à pieds	1,7	Athlétisme	1,6
8	Aviron	0,3	Cross country	0,4	Escrime	1,5	Yachting	1,3
9	Marche	0,1	Divers institutions/ débats	0,4	Aviron	1,2	Boxe	1,3
10			Tir	0,2	Football	1,1	Divers institutions/ débats	1,2

TABLEAU 2. – Répartition des thématiques traitées, *L'Écho de Paris*, 1884-1913.

La plupart des chapitre comprendra donc de courtes annexes synthétisant ces données, sauf dans le cas où les auteurs ont jugé bon de les intégrer au cœur de leur analyse.

Pour le reste, étude de la presse régionale aidant, une distinction « information locale/information nationale » apparaissait nécessaire. Les auteurs se sont donc aussi appliqués à relever le placement de la rubrique par rapport au reste du journal et sa forme (typographie par exemple). Ils ont pu procéder à un relevé régulier des formes de l'information : résultats bruts et/ou annonces de compétitions, brèves, articles proprement dit, etc., sans oublier de noter la présence éventuelle d'illustrations. L'attention portée aux détails – ainsi à la présence d'encarts publicitaires « sportifs » – a été un autre de leurs soucis.

Au fil de ce relevé il s'agissait enfin, comme dans tout exercice d'histoire de la presse, de relever le nom du ou des rédacteurs dans l'espoir de préciser leur identité, leurs responsabilités dans l'univers sportif, bref de tenter de savoir qui était aux commandes de la conception de l'information sportive. La pseudonymie ou de l'absence de signature étant fréquentes dans cet univers, tous les rédacteurs n'ont pas pu être identifiés. C'est une des limites de ce travail.

En pensant à la méthode de Jacques Kayser qui est loin d'avoir perdu toutes ses vertus⁵⁹, les auteurs ont donc en commun considéré que l'entrée par le quantitatif permettait de réunir la matière nécessaire à l'analyse qualitative du contenu, de la forme et des intentions, explicites ou non des rédactions.

Cette démarche collective comporte donc une dimension directive et normative. Les auteurs ont volontiers adhéré cette proposition de travail, se prêtant au jeu jusqu'au bout en considérant que pour réunir des connaissances unifiables sur la poussée de l'information sportive, pour laisser une trace dans une logique de « documents pour l'histoire⁶⁰ » cette coopération consentie et aimable était nécessaire. Qu'ils en soient ici chaleureusement remerciés.

59. J. KAYSER, *Le Quotidien français*, Paris, A. Colin, 1963.

60. P. ALBERT, *Documents pour l'histoire de la presse de province dans la seconde moitié du XIX^e siècle*, Paris, CNRS, 1975 ; P. ALBERT, G. FEYEL, J.-F. PIQUART, *op. cit.*, 1976.