

## Le récit sportif hautement médiatisé : quelques réflexions<sup>1</sup>

Gérard DERÈZE

Professeur  
EJL/ORM  
Département de communication  
Université catholique de Louvain  
Louvain-la-Neuve, Belgique  
gerard.dereze@uclouvain.be

*Le dernier refuge de la littérature  
« épique, c'est la presse sportive. De  
la chanson de geste, les journaux  
boxophiles et cyclolâtres ont gardé la gravité de  
ton, l'idéalisme naïf et cette touchante duperie  
de l'imagination qui exalte et gonfle la prouesse  
musculaire – sprint ou crochet du gauche  
– jusqu'au delà des humaines possibilités »  
(Arthur Masson, *Toine, maieur de Trignolles*,  
Bruxelles, Ed. Racines, 2004, p. 146 (1<sup>ère</sup> éd. :  
Bruxelles, Librairie Vanderlinden 1940)*

Cette citation, extraite d'un roman régional publié il y a près de 70 ans, interpelle d'emblée par sa clairvoyance descriptive. Depuis l'apparition de la presse sportive, les rapports entre le sport et le récit qu'en construisent les médias ont constitué, sous des formes diverses, un objet d'analyse et d'interprétation. « *Genre de récit populaire avec sa réserve de personnages et d'aventures, son univers cohérent de choses vues et racontées*<sup>2</sup> », le récit sportif a trouvé dans les médias un terrain particulièrement propice à son développement et un matériau particulièrement manipulable pour son analyse. Les représentations sociales et journalistiques du sport ont été et sont appréhendées comme des catégories discursives, narratives ou encore anthropologiques. De nombreux auteurs, comme Marc Augé ou Christian Bromberger, par exemple, ont proposé, en empruntant une perspective *maussienne*, d'envisager le sport comme un « fait social total ». En allant un peu plus avant, on peut soutenir l'idée que les grands rendez-vous

sportifs font aujourd'hui l'objet d'une *mise en spectacle* et d'une *mise en récit totales*. Débordant le cadre strict du déroulement des compétitions elles-mêmes, les grandes manifestations sportives hautement médiatisées deviennent l'objet de mises en récit anticipatives, totales et quasiment permanentes. Différentes dimensions (techniques, passionnelles, d'appartenance, esthétiques, éthiques, économiques, politiques, etc.) s'y trouvent exploitées et redéfinies les unes par rapport aux autres. Cette reconfiguration de l'espace médiatico-sportif s'inscrit dans un processus plus vaste d'enchaînement où la globalité de chaque événement et la totalité des événements se trouvent médiatisées et spectacularisées.

Il me semble donc opportun, en ce moment où Internet favorise l'émergence de pratiques et de produits médiatiques nouveaux, de faire une pause réflexive et d'essayer de dégager quelques traits spécifiques du récit sportif hautement médiatisé. Autrement dit, je vais proposer, dans cet article, une réflexion à propos de quelques éléments qui, à mon sens, participent de la caractérisation actuelle du corps à corps historique entre le sport et les médias. Dans ce texte, je privilégie l'idée générale, la proposition compréhensive par rapport à l'analyse pointue ou à la discussion conceptuelle et j'opte pour une appréhension sociale des phénomènes sportifs. Je propose simplement un état de ma réflexion en forme de tentative descriptive.

## Un regard situé

En ne rejetant pas la banalité, cette approche se veut fondamentalement empirique. Je nourris ma réflexion de rencontres avec des journalistes, d'échanges avec des acteurs du monde sportif et d'observations de divers publics. En m'intéressant prioritairement aux choses vues, entendues, lues, discutées, montrées, relatées à propos de *l'univers sportivo-narratif*, je n'aborde pas, ici, les propriétés formelles des différents régimes de médiatisation ou de télévisualisation.

En envisageant le récit médiatique dans un sens extensif (le sport traité par les médias), j'essaie de fournir un espace réflexif qui relève davantage du *regard incarné* que de l'analyse systématique. En clair, « le terme *récit* excède le cadre strictement contenu dans lequel l'inscrivent les linguistes, il peut même s'étendre jusqu'à un usage métaphorique, par exemple quand Michel de Certeau, dans *L'invention du quotidien*, évoque nos sociétés contemporaines hantées par l'incessante récitation du monde : "Du matin à la nuit, sans arrêt, des récits hantent les rues et les bâtiments. Ils articulent nos existences en nous apprenant ce qu'elles doivent être. Ils « couvrent l'événement », c'est-à-dire qu'ils en font nos légendes

[...]. Notre société est devenue une société récitée, en un triple sens : elle est définie à la fois par des récits [...], par leurs *citations* et par leur interminable *récitation*<sup>3</sup> »<sup>4</sup>.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, trois précisions doivent être faites. En premier lieu, il est utile de relever que, dans le champ qui nous occupe, les publics et les chercheurs partagent le plus souvent des expériences communes et ordinaires. Ils se trouvent, les uns et les autres, engagés dans un rapport concret et sensible avec cet univers à la fois très différencié et très homogénéisant des affirmations, des explications et des exhibitions partisans. Il suffit de participer à une quelconque rencontre ou journée d'étude portant sur le sport pour percevoir combien les chercheurs n'hésitent pas à affirmer leur intérêt, leur goût, leur affection pour telle discipline ou pour tel club. Praticants, spectateurs, supporters, amateurs, ils ont, pour la plupart, une histoire commune avec le sport. Bien entendu, des courants critiques pointent, dénoncent et stigmatisent cet attachement. Ensuite, il est important de préciser que mon implantation géographique n'est pas sans incidence : la Belgique francophone, c'est moins de 4,5 millions de personnes, c'est cinq journaux quotidiens d'information générale, c'est une télévision publique et deux télévisions privées (dont une domine le paysage), c'est un seul hebdomadaire sportif *footballistico-généraliste*, c'est un territoire pénétré par les médias français... Les réflexions qui suivent sont nourries de ce contexte spécifique. Enfin, je ne traiterai, dans ce qui suit, que du sport hautement médiatisé.

## **Deux amplitudes du récit médiatique sportif**

Tout récit médiatique ne peut se comprendre que dans ses diverses amplitudes et ses démultiplications. Se bâtissant sur le potentiel narratif du sport, le récit médiatique sportif offre, me semble-t-il, deux grands registres particularisés par l'étendue de leur spectre et par les combinaisons qui s'y actualisent.

### *L'amont journalistique et le "bain social"*

La première amplitude du récit va de l'amont, la production journalistique, à l'aval, la réception médiatique. Ce n'est pas l'amplitude elle-même qui particularise le récit médiatique de sport, mais plutôt la spécificité de la configuration médiatico-sportive<sup>5</sup> dont la particularité repose sur une complaisance réciproque, une connivence, à multiples niveaux puisqu'elle concerne tout autant les « gens des médias » et les « milieux du sport » que les publics sportifs et médiatiques.

Le journalisme sportif est ainsi le premier champ à cerner. Ce journalisme – souvent défini par ses propres praticiens comme semblable (au « journalisme généraliste », au « journalisme classique ») mais différent, commun mais paradoxal – semble, tout compte fait, souffrir d'un déficit de légitimité tant interne qu'externe. Naviguant entre l'information et le show, le sport occupe une position distinctive dans le champ journalistique. Flirtant sans cesse avec l'animation de spectacles de divertissement (chèrement acquis parfois par les télévisions), les journalistes sportifs adoptent souvent une espèce de position « de retrait par décence ». En d'autres mots, ils définissent généralement l'information sportive comme mineure (« un résultat sportif n'est jamais qu'un résultat sportif ») et légère (« le sport, c'est avant tout de la distraction pour les lecteurs et les téléspectateurs »), mais stratégique (« le sport est un élément important dans le positionnement rédactionnel des médias »).

Aujourd'hui, l'effervescence et la diversification médiatiques alimentent des logiques de flux et de surabondance. Le sport devient, comme d'autres secteurs de la vie sociale mais de façon particulièrement prégnante, l'objet d'une *hyperprésence* et d'une *hypervisibilité*. On sait tout sur tout : les tactiques des équipes ; les moindres faits de matchs ; la vie des stars, des clubs et des fédérations ; le recrutement des équipes ; les soupçons ; un peu moins souvent les problèmes de financement, de droits et de dopage. Les articles, les reportages, les retransmissions, les émissions (d'annonce, de traitement, de discussion, etc.), les interventions et autres capsules... nous disent tout. Jusqu'à la médiatisation de la médiatisation des événements sportifs. Les produits et les récits médiatiques sportifs sont intégrés, démultipliés, déclinés.

Deuxième champ à envisager, celui des pratiques et des usages des récepteurs. Dans le domaine sportif, les consommations médiatiques sont, le plus souvent, cumulatives. Les amateurs de sport médiatisé nourrissent leur passion en recourant à des offres médiatiques diverses (journaux, magazines, télévisions, Internet). Toutes ces informations, tous ces comptes-rendus, toutes ces retransmissions alimentent les conversations et les discussions de la vie ordinaire. Les récits construits et véhiculés par les médias se trouvent ainsi repris et retravaillés par les actes et les échanges de la vie quotidienne des récepteurs. Les récits médiatiques deviennent des *récits circulants*, des récits qui contribuent, par les interactions qui les instaurent, à constituer des représentations et des savoirs partagés.

Ces savoirs qui construisent des références et des points de vue communs n'en sont pas pour autant homogènes et uniformes. C'est en ce qu'ils sont à la fois collectifs et distinctifs qu'ils participent à la

mise en œuvre et à la consolidation de *systèmes affiliatifs* (fondés sur une adhésion formelle) et de *systèmes affinitaires* (fondés sur un régime de sympathie). Ces appartenances, ces reconnaissances, ces ancrages identitaires peuvent être structurels ou ponctuels. Lors des grands événements sportifs mondiaux, par exemple, les effets d’agenda cumulés aux tendances médiatico-narratives d’affirmation identitaire (souvent nationales) provoquent un élargissement considérable du périmètre des *sympathisants*.

Plongés dans le *bain social* du flot et les aléas de la vie de tous les jours, les *récits sportifs circulants* contribuent au fait qu’entre « amateurs de sports », on se reconnaît, on se soutient, on s’oppose, on se déteste.

### **Du micro au méga**

La deuxième amplitude est, d’une certaine façon, une pure évidence. Elle ne nécessite pas, dans une réflexion générale comme celle qui est proposée dans cet article, forcément de longs développements.

Les quatre dimensions qui seront évoquées ne constituent en rien des catégories intangibles et exclusives. Au contraire, il faut les concevoir comme un continuum fait d’enchevêtrements et comme des repères catégoriels pour l’analyse. Je propose de distinguer quatre niveaux<sup>6</sup> de récits sportifs hautement médiatisés : le *micro-récit* (récit d’un média particulier<sup>7</sup> portant sur un événement sportif particulier<sup>8</sup>) ; le *méso-récit* (récit global des médias portant sur un événement sportif particulier<sup>9</sup>) ; le *macro-récit* (récit – ambient – global portant sur un grand événement, une compétition, un sport) ; le *méga-récit* (récit – ambient – global portant sur « le » sport).

En passant du niveau 2 au niveau 3, du *méso* au *macro*, on passe d’une certaine façon du narratif au social, on élargit l’appréhension des récits médiatiques (au sens strict) aux *récits circulants* (au sens anthropologique). Bien entendu, les modes d’appréhension, d’investigation et d’analyse diffèrent en fonction du niveau sur lequel porte l’analyse. Ainsi en passant, en quelque sorte du « texte » aux « pratiques », les champs de la production (journalistique) et de la réception (sociale) devront susciter un intérêt et une investigation irréductibles dans le processus de recherche.

Si cette distinction en quatre niveaux a un intérêt heuristique et méthodologique, elle peut aussi avoir une certaine force interprétative dans la mesure où elle permet également de repérer, de décrire et d’essayer de comprendre des logiques de cumul et d’enchâssement<sup>10</sup>, de superposition ou d’opposition<sup>11</sup>.

## Deux caractérisations du récit médiatique sportif

Après avoir évoqué deux amplitudes du récit de sport hautement médiatisé, je tente maintenant de cerner deux traits qui pourraient le particulariser.

Le récit médiatique, tel qu'on l'entend habituellement, pourrait être sommairement défini comme un tressage narratif fondé sur une mise en intrigue inscrite dans un déroulement temporel. Fait d'entremêlements, le récit met en œuvre une performance qui doit rétablir un équilibre initialement perturbé. En d'autres mots, on peut poser les questions : qu'est-ce qui vient perturber les choses ? Qu'est-ce qui crée de l'incertitude ? Comment parvient-on à faire face ?

### *Une marge d'imprévisibilité constitutive*

Dans le champ sportif, il est relativement exceptionnel que quelque chose de totalement imprévisible advienne. On sait qu'il y aura toujours un vainqueur et des vaincus. On sait que seuls des perturbations majeures peuvent rompre le cadre des compétitions et leur succession dans le temps. L'imprévisibilité fondamentale (celle qui dépasse le seul résultat sportif) surgit donc d'une rupture de cadre, d'une fracture de ce « *qui nous permet dans une situation donnée, d'accorder du sens à tel ou tel de ses aspects, lequel autrement serait dépourvu de signification*<sup>12</sup> ».

Tant que l'on demeure dans le cadre de l'organisation de la compétition, ce qui est signifiant c'est la marge d'imprévisibilité, la frange d'incertitude qui réside dans la conclusion de l'affrontement sportif : la victoire de tel sportif ou de telle équipe. Ainsi l'*agôn* trouve sa pleine réalisation quand l'inattendu (le déroulement, mais essentiellement le résultat) surgit du prévu et du répétitif (reproduction et structure des compétitions), de l'annoncé et du médiatiquement couvert. Le sport et le récit sportif fondent alors, pour partie, leur identité et leur spécificité sur cette prévision d'un imprévisible, cette fameuse « incertitude du sport », à la fois constitutive et contrôlée.

En considérant cette marge d'imprévisibilité comme le lieu privilégié de l'irruption et du surgissement qui créent de la valeur, on comprend mieux que se cristallisent en elle les enjeux les plus importants du complexe sportivo-médiatico-marchand. La dimension agonale des confrontations sportives qui tendait à rétablir, entre autres par l'attribution de handicaps, l'égalité des chances au départ se trouve quelque peu mise à mal dans la mesure où tous les résultats n'ont pas la même valeur marchande et médiatique. Têtes de séries, équipes protégées, systèmes de qualification, etc., apparaissent fréquemment

comme des moyens de contenir et de contrôler le surgissement d'un inattendu sportif moins rentable. Tous les résultats n'ayant pas la même valeur, ils ne doivent pas avoir la même chance d'advenir. Dans la mesure où toutes les surprises ne sont pas payantes en termes commercial et médiatique, on assiste à un profilage des compétitions et des récits, même si la victoire d'un inconnu ou d'un « petit » peut toujours, occasionnellement, soulever des frémissements quasiment romantiques.

En reprenant une distinction que proposait Edgar Morin, on peut rappeler que « *la nature accidentelle aléatoire, improbable, singulière, concrète, historique de l'événement dépend du système selon lequel on le considère. Le même phénomène est événement dans un système, élément dans un autre. Exemple : les morts du week-end automobile sont des éléments prévisibles d'avance, probables, d'un système statistico-démographique qui obéit à des lois strictes. Mais chacune de ces morts, pour les membres de leur famille, est un accident inattendu, une malchance, une catastrophe concrète*<sup>13</sup> ». Dans le champ de l'organisation commerciale du sport hautement médiatisé, l'élément paraît nettement plus maîtrisable et plus profitable économiquement que l'événement. De plus, en étant prévisible, sa couverture médiatique peut être programmée. L'avènement d'un nouveau champion ou d'une nouvelle « grande équipe » doit donc, au plus vite, passer de son statut d'événement à celui d'élément, c'est-à-dire à un statut de processus gérable et profitable. Il s'agit d'une certaine façon d'« entrer dans le rang » du système sportivo-narratif des grands médias.

### **Le sport comme sur-lieu médiatique**

Marc Augé<sup>14</sup> définissait le « non-lieu » comme un espace où des présences s'additionnent sans faire sens. Bien sûr, on sera d'accord avec lui pour soutenir que la perception des acteurs tient de leur expérience et du regard qu'ils portent. Un même espace n'est pas forcément un non-lieu pour tout le monde. En regard de cette notion, on pourrait, assez classiquement, définir le « lieu » comme un espace vécu et le « haut-lieu » comme un espace célébré, commémoré.

À mon sens, le sport contemporain et spectacularisé – dans ses actualisations narratives et médiatiques – renverrait à une quatrième notion, le *sur-lieu*. La composante médiatique de ce dernier est essentielle et constitutive. Dans l'univers du *sur-lieu médiatique*, les acteurs sportifs *surjouent* et les médiateurs *surmédiatisent*. Dans cette figure particulière de la surmodernité, les publics suivent et embraient le pas de la *poly-médiatisation* (les récits sportifs transpercent les écrans et les pages pour

trouver à se développer sur des supports multiples). Dans le *sur-lieu médiatique sportif*, c'est l'excès qui fait sens.

Les mobilisations journalistiques et promotionnelles assurent aujourd'hui la « pré-vente » de l'événement. Il faut en suivre toutes les péripéties : actes de candidature, choix des pays organisateurs, explicitation des modalités d'organisation, estimation de coûts et des retombées, construction ou rénovation des infrastructures, prise en compte des problèmes logistiques et de sécurité, suivi de l'« état des troupes » et questions sportives ou techniques, établissement de scénarios sportifs, échauffement de l'enthousiasme et de la mobilisation populaires, présentation de l'action de partenaires... Cette mise en œuvre précoce et renforcée n'est pas nécessairement nouvelle ni spécifiquement sportive. Par contre, ce qui est remarquable, c'est de constater combien l'attention et l'insistance médiatiques s'y focalisent en en construisant le récit. Dépassant les problèmes sportifs au sens strict, la multiplicité et la puissance des mobilisations journalistiques et communicationnelles sollicitent et surexposent toute la configuration médiatico-sportive. L'attention des consommateurs de médias est convoquée et recherchée, de la mise en intrigue et de la mise en scène préalables jusqu'au terme de l'exploitation de l'événement (ou plus exactement de l'« élément »)... voire jusque dans les commémorations et autres anniversaires qui, très vite, viendront le célébrer ou le remettre à l'honneur de l'agenda.

Avec la *surprésence* qu'alimentent les multiples initiatives et innovations disponibles sur Internet, c'est une redéfinition générale des cadres journalistiques qui se trouve mise en branle. Qui seront demain les principaux fournisseurs du flux informatif et communicationnel ? Les équipes et/ou les fédérations ? Les médiateurs (journalistiques ou d'un nouveau genre) ? Les entreprises qui apportent leur soutien financier ? Les sportifs et leurs managers ? Les consommateurs eux-mêmes ?

En ces temps marqués par la montée en puissance des sources par rapport aux journalistes dans la volonté d'informer (les grands clubs ont leurs propres médias, des organisations sportives réservent des informations en primeur au site de leurs partenaires commerciaux...), par la confusion des statuts qui en découle ou encore par la contamination et l'hybridation des genres médiatiques, la question de la labellisation de l'information resurgit régulièrement. En effet, démêler l'écheveau qui, de plus en plus, embrouille et joue des limites et des démarcations entre le journalisme, la promotion, les variétés, les expressions spontanées ou suscitées des supporters (sur le Net, par exemple) est une tâche de plus en plus ardue. Le récit médiatique sportif échappe largement aux seuls journalistes. Des instances diverses contribuent à déverser dans



le grand bain médiatique (et donc social) des nouvelles, des émois, des avis, des « histoires » qui contribuent à construire les macro-récits sportifs et le méga-récit du sport. Ces récits sportifs, co-construits par le spectacle sportif lui-même et tous ces avatars, proposent des formes d'appréhension et de rationalisation du « réel ». Ils décrivent, racontent, euphémisent, transposent, exaltent. Les discours et les récits médiatiques concourent donc à donner « *forme à la communauté [des adeptes, des supporters, des amateurs de sports] et à créer les conditions d'émergence d'un sentiment d'appartenance à celle-ci*<sup>15</sup> ».

Les journalistes se trouvent donc plongés au cœur d'une tourmente médiatique à laquelle ils participent activement. Mais ce constat, bien que particulièrement actuel et crucial, n'est peut-être pas aussi nouveau qu'on pourrait le laisser entendre. Même si le contexte, les modalités narratives et les enjeux sociaux se sont fondamentalement modifiés au cours de ces dernières décennies, les journalistes ne découvrent pas aujourd'hui l'empathie, l'emphase et l'emportement. Avant la Deuxième Guerre mondiale, Arthur Masson évoquait déjà ces aspects dans *Toine, maître de Trignolles*, un roman dans lequel le passage du Tour de France suscitait l'intérêt de tout un village wallon : « *Dieu sait si les journalistes sportifs, chantres de l'universel et fanatique amour des peuples pour l'héroïsme sur pneumatiques, font leur possible pour nous servir des proses vibrantes. Rude métier que celui-la ! Il exige de son homme à la fois la cervelle épique et l'âme pindarisante. La concurrence y est grande. Les mots les plus éclatants du lexique laudatif ont subi l'usure du galvaudage quotidien... Mais noble métier aussi ! Car le chauvinisme s'est mêlé à l'affaire, quand ce n'est pas le nationalisme le plus exclusif ou même le racisme le plus pointu. Un champion, paraît-il, est toujours le chef-d'œuvre de sa terre. Il est tout son pays en un seul homme, avec la grande âme de chez lui. Il magnifie ainsi sa nation et sa race aux yeux de l'univers jaloux : Allez me chanter ça chaque jour dans une chanson nouvelle sur un air inédit !*<sup>16</sup> » ■

## Notes

1. Cet article reprend les éléments principaux d'une communication qui a été faite lors du colloque *Les nouveaux écrans du sport. Modes de diffusion, modèles économiques et pratiques journalistiques* (IEP Lyon - Centre Jacques Cartier, ENSSIB, Lyon, 04 décembre 2007). Cette intervention avait pour objectif d'ouvrir la réflexion sur les spécificités du récit sportif. Des passages du présent article reviennent donc sur certains éléments qui ont été publiés précédemment : par exemple dans « Le petit monde des journalistes sportifs de télévision », *Réseaux*, n°57, 1993, p. 49-64 ; *Société et sport. Sport(s) et médias*, Bruxelles, Fondation Roi Baudouin, 2000 ; « De la médiatisation des grandes compétitions sportives », *Communications*, n°67, 1998, p. 33-43.

2. J. GRITTI (1975), *Sport à la une*, Paris, A. Colin, p. 6.
3. M. de CERTEAU (1990), *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Gallimard, coll. « Folio Essais », p. 271.
4. M. LITS (1997), « Le récit médiatique : un oxymore programmatique », *Recherches en communication*, n°7, p. 43. Marc Lits ne défend pas précisément une extension aussi large de la notion de récit médiatique.
5. Pour Norbert Elias, une « configuration est un système social, de taille variable, où les individus sont liés les uns aux autres par un ensemble de dépendances réciproques, selon un équilibre de tensions plus ou moins stables » (R. RIEFFEL [1992], « Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration intellectuelle », *Réseaux*, n°51, p. 14).
6. Au sein de l'ORM (Observatoire du récit médiatique) de l'UCL, entre autres, des chercheurs ont proposé différents niveaux ou catégories de récit médiatique. On pourra ainsi se référer à B. GREVISSE (1997), *Le temps des journalistes*, Louvain-la-Neuve, CIACO, ou A. DUBIED (1997), « L'analyse médiatique au croisement de la narratologie et de l'ethnologie », *Recherches en communication*, n°7, p. 151-166.
7. Plus exactement d'un « support particulier » (tel journal, telle chaîne de télévision).
8. On peut utilement distinguer : des *micro-récits de niveau 1* portant sur des éléments minimaux d'une structure de compétition (type championnat national ou tournoi) à savoir tel match, telle rencontre ou telle course ; des *micro-récits de niveau 2* portant sur l'ensemble des matchs d'une journée de championnat ou d'un tour qualificatif, par exemple ; des *micro-récits de niveau 3* portant une compétition particulière (un championnat, un tournoi, un grand tour) ; des *micro-récits de niveau 4* portant sur l'ensemble d'une saison (cycliste, footballistique, etc.). On notera que les quatre niveaux ne co-existent pas nécessairement pour toutes les disciplines sportives, cela dépendant du niveau et de l'organisation des compétitions.
9. On peut distinguer les mêmes niveaux.
10. Par exemple, des *micro-récits de niveau 1* s'additionnant, au fil du temps, pour constituer un *micro-récit de niveau 3* ou 4.
11. Entre les *micro-récits* de deux supports médiatiques particuliers ou entre les niveaux médiatico-narratifs et les niveaux sociaux, par exemple.
12. E. GOFFMAN (1991), *Les cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, p. 30.
13. E. MORIN (1972), « Le retour de l'événement », *Communications*, n°18, Paris, p. 17.
14. M. AUGÉ (1992), *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil.
15. C. DESTRAQUE (1995), « Les grandes étapes du direct à la télévision », *Les écrits de l'image*, n°7, p. 50.
16. Arthur MASSON (2004), *Toine, maître de Trignolles*, Bruxelles, Ed. Racines, p. 146 (1<sup>ère</sup> éd. : Bruxelles, Librairie Vanderlinden 1940).