

Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ?

FABIEN WILLE

Professeur
Université de Lille
GERiiCO
France
fabien.wille@univ-lille.fr



Face aux grands défis sociétaux, la question de l'intégration de la *diversité* dans les médias est le résultat d'un processus de construction aux facettes multiples (Frachon & Sassoon, 2008) à des choix idéologique et stratégiques émanant de l'État à travers les politiques publiques, d'ONG, d'instances supranationales (UNESCO, Conseil de l'Europe)¹, d'organismes de régulation (CSA)² ou d'entreprises médiatiques (label 'diversité').

En décembre 2010, la chaîne de télévision privée française TF1 annonçait qu'elle serait désormais labellisée « Diversité » après avoir reçu l'agrément de l'organisme certificateur Afnor, ce qui déclenchait au sein du secteur des médias une course au label, obtenu en 2013 par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), organisme régulateur des contenus médiatiques de radio et de télévision, puis en 2014 par France Télévisions. Ainsi le paysage audiovisuel français imposait une responsabilité supplémentaire à ses entreprises et à leurs employés. Cette notion de diversité, malgré ses contours flous, entraîne des conséquences bien réelles pour les acteurs du domaine médiatique et qui viennent s'ajouter à d'autres contraintes déjà installées, écrites ou non (Borel, 2015). Dans son travail de recension de l'ouvrage d'Ellen Berrey, Laure Bereni (2016), rappelle que la « Diversité » constitue bien souvent une posture stratégique « *qui* interpelle les intérêts servis, les points de vue représentés, et les

Pour citer cet article, to quote this article,
para citar este artigo :

Fabien Wille « Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ? », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.440>

stratégies d'action validées » (Berrey, 2005 : 5), ce qui questionne alors sa mise en œuvre ainsi que la portée de son application.

A propos du sport, s'ajoute la difficulté à circonscrire l'objet. En effet, sous le vocable « sport » ce sont des formes diverses de rapport au monde, au corps, au temps et aux autres qui se manifestent. L'imposition d'une définition légitime est une construction sociale, déterminée par sa temporalité, les contextes sociaux et les enjeux qui la portent. En effet, qu'il y a-t-il de commun entre la vélocipédie présentée comme un bienfait social à la fin du XI-Xème siècle, les finalités éducatives de l'Olympisme destinées, à son origine, aux jeunes hommes fortunés ou encore aujourd'hui les vertus intégratrices du sport ou ses effets sur la santé, telle qu'elle peut être définie par l'OMS³ ? En réalité, les discours sociaux à propos du sport tendent à le présenter comme un vecteur de diffusion d'une responsabilité sociale (Smith & Westerbeek, 2007). Il existerait un sport « *pur* » possédant en soi des vertus éducatives et humanistes, un sport qui serait indépendant de la société ou qui, en tout cas, doit être protégé de toute déviance ou utilisation à des fins qui ne le concernent pas. Mais ces présupposés relèvent du mythe (Arnaud, 2000) et les travaux de Michaël Attali (2004) abondent dans ce sens et dépassent les apparences trompeuses pour mettre à jour les contradictions sur la capacité du sport à intégrer et à porter des valeurs, tout en précisant la fonction de ces assertions tenaces. Il devient impératif de dépasser ces présupposés et ainsi *in fine* déconstruire les lieux communs à propos de ces valeurs « mythiques » qui répondraient *ipso facto* aux problèmes sociétaux actuels tels que la santé publique, le bien être mais également la sécurité des populations ou l'intégration des minorités. Or, les différents acteurs impliqués dans ce processus avec en premier lieu les sportifs, véhiculent ce discours formaté et circonstanciel. A l'identique, les acteurs politiques, les dirigeants sportifs ou les chefs d'entreprise instrumentalisent les valeurs supposées du sport à des fins de promotion, de valorisation, de légitimation des politiques publiques, de management ou encore de marketing.

Ce discours idéalisé se retrouve également dans la presse sportive qui publicisent ce « prêt-à-penser », les journalistes adoptant bien souvent la posture de défenseur et de gardien des valeurs démocratiques et des vertus du sport (Wille, 2013), dont ils tirent une part de leur légitimité (Souanef, 2013). Dans ce contexte, Dargelos et Marchetti (2000) précisent que le « journalisme spécialisé est révélateur de la faible autonomie du champ journalistique à l'égard des univers sociaux dont ils parlent. C'est particulièrement saisissant dans le cas du sport spectacle tant l'économie de ces deux espaces sont interdépendantes ».

Ainsi le sport, tout comme sa traduction dans les médias, est souvent considéré comme un lieu important de construction de cohésion, d'intégration sociale et d'expression de la diversité (Ragi, 2003) ; (Organisation des Nations Unies, 2005) ; (Gasparini & Commet, 2010) tout en étant un secteur majeur d'investissement de l'industrie médiatique (Jeanrenaud & Késenne, 2006). Or la couverture médiatique du sport est loin de refléter la diversité sociale et culturelle et de garantir une équitable représentation de toutes et tous. Le sport révèle ainsi des contradictions. Il est présenté comme le lieu symbolique de concrétisation des idéaux démocratiques d'une juste compétition entre égaux, comme une réponse à la question du vivre ensemble. Il est également un terrain où émergent les problèmes qui contrarient ce modèle, que ce soient la question du racisme dans les stades, de l'homophobie, des discriminations liées au sexe, au genre ou au handicap. Dans ce contexte, les vocations sociales allouées au sport méritent d'être déconstruites. Notre propos s'inscrit dans un questionnement plus global en lien avec le projet RSJ-MéDiS⁴ que nous avons mené entre 2015 et 2018 où l'étude de la responsabilité sociale (RS) des journalistes dans l'expression de la diversité est à envisager comme un travail participant à la réaffirmation du rôle des journalistes dans les démocraties modernes (Muhlmann, 2004).

Le sport, et plus particulièrement le spectacle sportif, occupe une place centrale dans la société médiatisée. Toutefois, la question de la RS, des journalistes et des médias, considérés comme un des 'lieux de la parole publique' (Rabatel & Koren, 2008) n'est pas véritablement posée à propos du sport. Il s'agit alors de changer de paradigme en interrogeant une autre forme de responsabilité, celle des journalistes de sport eux-mêmes, comme des acteurs co-construisant la parole publique.

Sur le plan théorique et méthodologique, notre analyse convoque les travaux de Denis McQuail (1997 & 2003) à propos de « the accountability of media ». Celles-ci démontrent la nécessité de changer d'échelle d'analyse et de passer de celle 'des médias' à celle 'des journalistes' pour étudier la RS du journalisme dans les sociétés modernes (Christians et al., 2009). L'*accountability* est ainsi appréhendé par l'articulation entre causalité et imputabilité et questionne les contextes d'énonciation dans leurs interactions avec les effets discursifs. Notre analyse prend alors également appui sur l'identification des procédés discursifs proposés par Schaeffer (1989), qui se structurent, selon cet auteur, d'une part par un acte communicationnel qui s'élabore sur la base des processus d'énonciation et d'autre part par l'acte réalisé.

Dès lors, les productions informationnelles sont ainsi appréhendées comme des denrées objectivées

(Quére, 2000) et « normalisées » dans le sens où le sport est traité en fonction de significations sociales existantes. Si Quére parle de normes « couramment acceptées », on ne peut occulter le fait que ces normes sont co-construites et légitimées par le journaliste lui-même. Si l'on revient à la question précise de la diversité, quelles sont alors ces normes explicites et/ou implicites ? Qui les porte ? Dans quelles circonstances ? La question de la diversité constitue-t-elle une norme ? Comment est-elle perçue par les journalistes ? Dans quelle mesure cela interfère-t-il dans les pratiques et les discours produits ?

En l'occurrence, les données de terrain utilisées émanent de celles recueillies dans le cadre du Projet RSJ-MéDiS et sont issues d'une démarche holistique et immersive, basée sur différentes rencontres, journées d'étude, de colloques, d'entretiens et d'échanges parfois informels et permettent de mieux appréhender le contexte d'énonciation :

- Participation au colloque organisé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (siège du CSA) «Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de la société française ?», le 6 octobre 2015. Prise d'informations lors du discours d'ouverture du Président du CSA de l'époque, lors des interventions de différents patrons de chaînes, des journalistes, de télévision et de radio. Une partie de ces informations étant disponible sur le site du CSA⁵.
- Entretien avec deux membres du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en charge de la diversité (un dans les locaux du CSA 20 mai 2016 et un entretien téléphonique 13 juin 2016).
- 4 jours d'immersion du 12 au 15 mai 2016 au sein de la rédaction des sports de France Télévisions et la rencontre des cadres (entretiens avec le directeur et le directeur délégué aux sports du groupe 13 mai 2016). Participation aux conférences de rédaction pour « Stade 2 » (le magazine du dimanche) et « Tout le Sport » (TLS. magazine quotidien diffusé sur France3), ainsi qu'aux directs, dans les studios depuis les coulisses et la régie. Rencontres et échanges informelles avec dix journalistes de la rédaction du service des sports du groupe, les réalisateurs des deux magazines (TLS et Stade2), les monteurs, le présentateur de TLS.
- France Télévisions constituant majoritairement notre terrain d'étude, nous avons pu y réaliser différents entretiens auprès des responsables successifs de la diversité dans les programmes et des médiateurs de la chaîne

qui nous ont accompagné dans le projet (Echanges réguliers entre avril 2015 et janvier 2018).

- Table-ronde d'une journée sur la diversité, (16 juin 2016) ce qui a permis de réaliser des débats et échanges directs avec différents acteurs du Conseil de l'Europe de l'Agence de certification des normes, des acteurs du sport et les membres du projet RSJ-MéDiS.

Notre analyse porte également sur les commentaires produits en direct lors de la diffusion des compétitions d'athlétisme à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio (2016) ou des Championnats du Monde de Londres (2017). Ces deux événements alimentaient la grille des programmes sur l'ensemble de la journée sur les différentes chaînes du groupe France-Télévisions (France 2-3-4). Ces images ont été consultées à l'INA-thèque⁶, l'ensemble des directs ont été retranscrits manuellement⁷.

CONTEXTE D'ÉNONCIATION ET DÉCLINAISON STRATÉGIQUE DES NORMES

L'analyse des procédés discursifs doit ainsi s'appréhender au regard des normes et des contraintes qui pèsent sur les acteurs en charge de la mise en récit du sport. Dans ce contexte en quoi « la diversité » constitue-t-elle une norme ? Comment est-elle susceptible ou non d'impacter l'acte communicationnel ? Quelle est alors son poids au regard des normes sportives communément admises ?

La diversité comme norme ?

Aux origines, la thématique de la diversité va s'imposer, selon Doytcheva⁸, dans un contexte de demandes et de revendications potentiellement concurrentes de différents groupes minoritaires et sera mobilisée comme finalité des politiques d'*affirmative action* aux États-Unis. Des revendications d'ordre culturel viendront s'y agréger de sorte que, loin de se réduire à un son volet ethnique, la diversité va intégrer les thématiques du genre, de l'âge, du handicap, de l'orientation sexuelle (etc.), à l'articulation des problématiques d'égalité raciale et du pluralisme culturel. En France, initialement circonscrit à une dimension ethno-raciale, le terme va rapidement englober des problématiques multiples sous le vocable flou de « diversité sociale » (Versini, 2004). La plasticité de la notion de diversité va faciliter son adoption par les acteurs sociaux qui pourront ainsi définir sur la base de leurs propres critères, de leurs priorités. La création de la HALDE⁹ va parachever cette approche globale d'unification des politiques publiques contre les discriminations. Dans le champ des médias, les problématiques de la diversité vont

se spécifier en tant qu'elles renvoient à une conception éducative et citoyenne des médias dans l'espace public ; ce qui produira un déplacement des enjeux vers les programmes et les contenus qu'ils diffusent. Sur ce sujet, les publications institutionnelles sont nombreuses : *Evaluation de la diversité des contenus dans les journaux et à la télévision* (CoE - Ward, 2006), *Les médias de la diversité en Europe* (CoE - Blion, 2007), *Méthodologie pour le suivi de la concentration des médias et de la diversité des contenus des médias* (CoE - 2009), *Investir dans la diversité culturelle et le dialogue interculturel* (UNESCO - Bokova, 2009) et *Les médias de la diversité culturelle dans les pays latins d'Europe* (UNESCO - Lenoble-Bart, & Mathien, 2011).

Régulation et autorité médiatique

Notre première réflexion concerne ainsi la déclinaison stratégique des normes susceptibles de peser ou non sur les pratiques. Les résultats laissent apparaître une hétérogénéité d'approches et révèle ainsi des enjeux stratégiques multiples qu'ils soient politiques, économiques ou symboliques. Dans ce contexte, quelle vision de la diversité propose le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel qui est l'organe de régulation des médias en France ?

Le discours du Président du CSA, prononcé lors du colloque du 6 octobre 2015, laisse apparaître trois principes :

- Une vision éminemment politique, humaniste, philosophique avec l'usage de références explicites aux valeurs républicaines, une forme de militantisme comme une rhétorique de la légitimation de l'action, qui ne donne pas pour autant les clés de son application.
- Une forme d'incantation du rôle des médias, prenant pour exemple la « communion sportive », comme « un espace de résonance qui nous fait prendre conscience de la communauté de notre destin ». Le sport est convoqué dans un prêt-à-penser non questionné.
- Des interrogations d'ordre méthodologique sur l'usage de données quantitatives et leur caractère réducteur. La notion des critères est, en réalité, un premier point de discorde et il fait débat en interne au CSA sur l'usage de cette forme de mise en représentation quantitative. Les statistiques ethniques étant interdites en France, pour objectiver la diversité ethnoculturelle, le CSA convoque un critère qui renvoie à la perception supposée de la réception. Le critère défini étant désormais les personnes perçues comme blanches ou non blanches, ce qui constitue un obstacle méthodologique à la quantification.

Le constat est sévère. Les émissions de la télévision française ne sont pas très représentatives de la diversité de la société française : Les femmes sont sous-représentées (36 % contre 52 %), de même que les personnes de moins de 20 ans (9 % contre 25 %), les adultes de plus de 60 ans (4 % contre 19 %) et les personnes handicapées (8 %). La représentation des personnes « perçues comme non blanches » est de 16%. (Baromètre CSA de la diversité - 2016)

Ainsi au sein du CSA, il existe une stratégie basée sur cette volonté d'influer d'abord sur les contenus médiatiques. Or, dans les faits, les personnes rencontrées évoquent surtout les aspects liés aux ressources humaines. Leurs points de vue s'accompagnent d'un impensé selon lequel si on met dans les rédactions ou à l'antenne des gens issus de la diversité, si on met des femmes, des gens de couleur, cela va automatiquement jouer sur le contenu des programmes. Si cela permet de répondre aux exigences quantitatives, il s'agit en réalité d'un allant de soi, rarement questionné. Dans les faits, cet automatisme fragilise également les personnes issues de la diversité lorsqu'elles sont recrutées, provoquant un sentiment d'illégitimité au sein d'une rédaction. Leur présence n'est pas perçue comme le résultat de compétences professionnelles mais il s'agit de satisfaire à cette exigence de visibilité ou de quota.

Un autre point qui mérite d'être questionné, c'est la nature de la contrainte. Entre incitation et aiguillon, avec un baromètre, qui ne donne pas entière satisfaction. Les résultats mitigés conduisent à vouloir augmenter la contrainte pour peser davantage sur les pratiques. C'est une façon également d'asseoir et de renforcer une autorité, celle qui lui est donnée comme organisme régulateur. En effet, il existe une défiance permanente alimentée également par une profession qui revendique à juste titre sa liberté et les attentes du public (Wille & Cernaianu, 2017) : « le public n'est pas prêt... pourquoi imposer des sujets qui n'intéressent pas le public... » Même si le discours consiste à dire « cela va mieux, que certaines chaînes s'engagent » on sent que le CSA tente de peser davantage. Le principe adopté est d'émettre le souhait que les chaînes s'engagent mais en fixant elles-mêmes dans un premier temps le cadre de leur engagement. La contrainte est donc limitée, puisque la déclinaison stratégique de ces normes se réalise ainsi de manière consensuelle et non formalisée.

LE SPORT EN EXEMPLE

La place du sport à l'antenne est le résultat d'un consensus entre le discours du CSA et celui des chaînes. Le sport n'est pas perçu comme un problème, mais plutôt comme une solution pour promouvoir de la diversité. On retrouve ainsi la rhétorique classique

des vertus bienfaitantes du sport, malgré les quelques critiques émanant des téléspectateurs qui dénoncent certains propos apparaissant comme sexistes. Mais ces dérapages verbaux sont souvent mis sur le compte de consultants et non sur celui des journalistes, les dégageant ainsi de leur responsabilité. Le discours critique semble minoritaire par rapport à celui mettant en avant le sport comme un élément qui permet à la diversité d'exister à la télévision. Il incarne ainsi le vivre ensemble et permet, par son côté fédérateur d'élargir son spectre d'audience. D'ailleurs, le CSA évite de réaliser le baromètre lors d'épreuves sportives majeures diffusées.

Finalement, les préoccupations propres au sport se portent surtout sur le sport féminin et l'handisport, toujours dans un aspect quantitatif : il faut promouvoir mais avant tout, montrer plus pour « lutter contre une vision trop lisse de la société française »¹⁰. Mais les actions volontaristes, ressemblent plus à des publicisations d'un agir avec des retombées limitées. Le mercredi 14 décembre 2015, à l'occasion de la 4^e saison du sport au féminin, Laurence Rossignol, Ministre à l'époque des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes, a remis, les Trophées du sport au féminin, aux côtés de l'association Femix'Sports et des partenaires de l'opération (le Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), et le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) et ceci dans l'indifférence générale.

Une mission de service public

« Bien différents, bien ensemble. Parce que la différence est une richesse, un fabuleux moteur d'innovation et de créativité, France Télévisions a mis en œuvre une politique de diversité volontariste. » C'est par cette accroche que France télévisions, positionne son action sur différents supports de communications. Le groupe français des chaînes publiques représente un cadre d'analyse particulièrement opportun car l'expression de « la diversité de la société française » est depuis 2006 une mission de service public au sein de l'audiovisuel français, faisant ainsi partie des priorités de son plan stratégique dont l'objectif est de garantir une égalité de traitement pour tous. Il existe une obligation légale et ainsi de répondre aux injonctions du CSA qui lui-même doit rendre compte des actions entreprises devant le parlement et l'État français, premier financeur des chaînes du groupe. Même si les chaînes du service public ne sont pas tenues d'obtenir ce label diversité, il est néanmoins un marqueur symbolique fort qui permet d'objectiver les politiques en matière de diversité et ainsi de prévenir les discriminations. Celles-ci se déclinent en 4 axes : l'égalité homme/femmes, les origines ethnoculturelles, les origines sociales et le handicap. Il est à noter que lors du précédent plan stratégique (2014-2016), les origines

ethnoculturelles se confondaient avec les origines sociales, ce qui avait un effet stigmatisant. Néanmoins ces actions recouvrent des domaines relatifs aux ressources humaines (recrutement, politique salariales, mise en place de relations avec des associations militantes) et sur la visibilité de ces populations diverses : animateurs, panel d'experts renouvelé, fiction et film d'animation, documentaires... Comme nous le précise en entretien la nouvelle Directrice déléguée à la diversité dans les programmes du Groupe¹¹, « la notion de service public ne doit pas constituer une voiture balai, le service public doit rassembler les publics et représenter la diversité, le téléspectateur n'est pas un consommateur mais un citoyen ». Dans ce contexte le sport est un allant de soi qui révèle des contradictions : « Il est clair que le programme sportif est un produit de positionnement et l'athlétisme est un programme famille qui touche des jeunes adultes que l'on n'a pas d'habitude d'avoir ». De plus c'est une « manifestation qui permet d'être déclinée sur l'ensemble des chaînes du groupe ». L'objectif annoncé est que la télévision publique reflète au mieux la société française, à l'antenne comme au sein de l'entreprise, le sport participant alors à cette mise en visibilité de la diversité autant qu'il en constitue le moyen de diversifier et de massifier ses audiences.

Un service des sports hors normes

Après une longue période de résistance, le service des sports a dû se résoudre à intégrer la stratégie mise en place par le groupe pour l'obtention du label diversité. Qualifié de forteresse au sein même du groupe¹² et pointé du doigt pour ces manquements¹³, il doit désormais faire un « reporting » à destination du CSA et de l'AFNOR qui a suivi ce service pendant une semaine lors de la précédente évaluation. Jusqu'en 2016, les postures de la direction des sports de la chaîne ne contribuaient pas à engager les journalistes dans une réflexion commune sur ces questions diversité. Avec leur propre perception de l'objet (sport) dont ils ont la charge, les journalistes interrogés renvoient à d'autres acteurs, notamment les consultants, la responsabilité de diversité qui pèse désormais sur eux au nom du respect de celles qu'ils identifient comme constitutive au journalisme (liberté et présupposés concernant les attentes du public) adoptant ainsi la figure de l'irresponsabilité telle qu'elle peut être définie par Génard (1999). Le discours du directeur des sports en poste jusqu'en 2016, interpellait sur sa propre responsabilité qui se construit autour d'un double impensé : son histoire personnelle et son manque de vision stratégique face aux défis contemporains que doit relever la chaîne du service public qu'il dirige. Lui-même provenant d'une famille issue de l'immigration, il projette son propre vécu pour penser les choses. Sa famille « a du se débrouiller toute seule », lorsqu'elle est arrivée

en France, vantant ainsi le mérite et l'intégration par le travail. Il n'est donc pas en mesure d'opérationnaliser cette responsabilité sociale qui consisterait à répondre de situations de vulnérabilité (Boutinet, 2017). Par ailleurs, la notion de chaîne du service public ne fait pas sens, tout comme cette capacité à répondre aux attentes institutionnelles.

Il est à rappeler également que le CSA, a été saisi par des téléspectateurs et une association antiracisme pour des commentaires inappropriés diffusés par France Télévisions lors des Jeux olympiques de Rio (2016). A titre individuel, il a été reproché au directeur des sports de tenir des propos «xénophobes» et «colonialistes» dans ses commentaires en direct au moment de la cérémonie d'ouverture.¹⁴

Par contre le directeur adjoint, en charge des contrats et des droits de diffusion assume pleine la dimension économique de sa fonction. Dans ce contexte, la diversité est alors perçue sous un double vocable. D'un côté, la diversité de l'offre sportive est considérée comme un élément de positionnement de la chaîne : «Nous, comme on a une mission de service public qui nous amène à faire pas mal de diversité de disciplines, on est plus en concurrence avec des chaînes payantes qui ont besoin de ces compétitions pour leurs abonnés». De l'autre, la diversité, ciblée au handisport s'insère dans une vision stratégique de la chaîne à l'image de Channel 4 en Grande Bretagne qui en diffusant les jeux paralympiques cherche à constituer des parts de marché.

Structurellement, rien ne pèse, de manière concrète sur les journalistes de France TV sur cette question de la diversité. Néanmoins, certains journalistes parlent d'implicites, *les choses ne sont pas dites*, et on peut aboutir à des stratégies individuelles. En effet, proposer un sujet qui se teinte de diversité (sujet sur le sport dans les banlieues, pratiques sportives féminines, sport et religions...) a plus de chance d'être accepté lors d'une conférence de rédaction. Mais on peut noter qu'il n'y a pas de réflexion collective sur la façon d'aborder les choses, le risque encouru est que les sujets proposés deviennent le lieu de renforcement des stéréotypes. Il y a néanmoins une prise en compte de ces questions. D'où proviennent-elles ? Notre hypothèse est que la prise en compte de ces questions tient à la circulation d'une parole au sein de l'espace public et médiatique au travers des déclarations politiques, des annonces stratégiques de la chaîne (support de communication, obtention Label diversité), une incorporation du rôle des médias et des professionnels par les différentes mises en garde mais qui sont individualisées et ciblées sur les consultants. Ces résistances s'accompagnent d'un allant de soi sur le rôle social du sport, car il est considéré, par les journalistes eux-mêmes, comme le lieu privilégié

de la mise en visibilité de cette diversité et la nature des discours produits est très peu questionnée.

RACONTER LE SPORT, AU CONFLUENT DES NORMES PROFESSIONNELLES, SPORTIVES ET SOCIALES.

Dans l'acte communicationnel, les assertions à propos de la responsabilité sociale du sport semblent s'imposer comme un espace normatif structurant le processus d'énonciation. Par contre, ce consensus masque une réalité plus controversée qui se traduit dans l'acte réalisé.

Le sport : hiérarchiser et différencier

Si différentes études (Mattelart, 2007 ; Frachon & Sassoon, 2008), font un constat critique concernant l'information généraliste qui semble constituer un lieu de renforcement des discriminations, le sport permet quant à lui une mise en visibilité des diversités, bien qu'inégalement représentées selon les sports et leur médiatisation. Cependant, nous ne pouvons que constater que la diversité ne constitue pas une catégorie qui fait sens au sein de la corporation des journalistes de sport. Il existe ainsi, une contradiction apparente entre une forme d'impuissance à changer le cours des choses, lorsque les attentes présumées du public, le maintien des bonnes relations avec les sources ou les contraintes de l'audience dictent la 'recherche de vérité' et le fait d'*être* le cours des choses, du moins en matière sportive (Wille, 2015). Mais cette posture peut être contredite par les impensés des discours journalistiques qui conduisent à stigmatiser les différences au travers de l'expression de lieux communs, ou à les naturaliser dès lors que, centrés sur le corps, ils permettent « d'objectiver » ces différences. La diversité relève alors d'un impensé, susceptible de générer un renforcement involontaire des discriminations par naturalisation des différences. En effet, le sport est par nature compétitif et hiérarchisant. « L'espace des sports et sans aucun doute un des univers les plus "clasants" qui soit. Il repose sur la mise en concurrence des individus et sur la recherche effrénée d'une performance hors du commun » (Marchetti, 2015). Les discours produits par les journalistes tendent en effet à mesurer, comparer ce qui semble contribuer au renforcement des discriminations (Goldberg, 1998). En choisissant de placer la question « médias et sport » au centre de notre questionnement, il ne s'agit donc pas de circonscrire l'analyse au traitement médiatique de la diversité (analyse de contenu), ni d'engager la profession dans une posture militante qui consisterait à promouvoir cette question de la diversité, mais bien d'interroger et de comprendre en quoi et comment l'exercice concret de la profession de journaliste est

susceptible de contribuer à l'objectif d'expression de la diversité ethnique, de genre et d'orientation sexuelle dans les productions informationnelles.

Quelle « sémantique de l'action »¹⁵ permet aux journalistes de sport de participer à la construction des représentations sociales de la diversité ? La Responsabilité sociale des journalistes, pensée de façon globale à la fois à l'échelle de l'éthique personnelle et professionnelle (Wille & Hervouet, 2002), doit ainsi être analysée au regard de la prise en compte des logiques politiques, des contraintes juridiques, de l'influence du public ou encore des groupes de pression à la fois économiques (actionnaires, sponsor et partenaires financiers) ou encore sociales (lobbys associatif, communautaire) sur la pratique et les productions informationnelles. Ceci attestant de la possible hétérogénéité des approches dans ce « sous champs »¹⁶ journalistique. Au-delà des chartes et des codes éthiques qui ont pour objectif de « réguler la conduite des journalistes dans la recherche, la transmission, la diffusion, le commentaire de l'information lorsqu'ils rendent compte d'évènements »¹⁷, l'étude menée considère l'information comme partie intégrante de l'activité sociale, de légitimation, d'imposition, de stratégies d'acteurs sociaux et de lutte symbolique, ce qui amène à l'étudier comme un fait social et non seulement comme un fait de langage (Veron, 1997 ; Esquenazi, 2002).

LES DISCOURS SUR LE SPORT : CO-CONSTRUIRE UNE VISION DU MONDE

Partant du postulat que la fonction essentielle des médias, et le rôle du journaliste, consiste moins à informer à propos d'évènements que de « *donner du sens* » au monde qui nous entoure, les travaux de Bernard Delforce (1996) attribuent au journaliste une RS individuelle dans la construction du « sens » de l'information comme dans celle de la vision du monde (Tétu, 1999). Les productions des journalistes ne peuvent donc que venir bousculer où, au contraire, conforter des discours sociaux qui leur préexistent. « *Donner du sens* » implique donc une RS de la part du journaliste dans la mesure où sa pratique professionnelle lui impose de prendre en compte les effets sociaux de l'acte médiatique (imputabilité). Cette fonction fait du journaliste un acteur social à part entière, et non un simple témoin-médiateur hors du jeu social. Le sport apparaît, souvent, comme un miroir de nos sociétés, il est le lieu de tous les débordements affectifs, il exacerbe les passions, il stigmatise les différences et, en tant que *fait social*, il place les journalistes face à la responsabilité de lui donner du sens (Delforce, 1996). Remplir pleinement ce rôle social, c'est adopter une posture citoyenne

qui impose des façons spécifiques de regarder les choses, de les penser et d'en parler.

L'exemple de la co-construction par les médias d'avant-guerre du mythe de l'athlète noir (Deville-Danthu, 1992)¹⁸ suite aux victoires des athlètes américains de couleur lors de Jeux de Berlin de 1936, est révélateur de ce processus. Plus récemment, lors des championnats du monde d'athlétisme de 2009, Caster Semenya, athlète sud-africaine, a déclenché débats et controverses à propos de sa féminité suite à sa victoire sur l'épreuve du 800m. (Montañola, 2013). Nous avons pu également assister lors de la coupe du Monde de Football féminine, organisée en France en 2019 à un glissement sémantique progressif de l'ensemble de la presse (Ollivier & Wille, 2020). Si la question de départ était celle de l'égalité homme - femme (comparaison du jeu, temps d'antenne, égalité salariale), elle évolue vers la question du genre (réaffirmation permanente de la féminité), de l'orientation sexuelle (publicisation de coming-out de joueuses), pour s'achever avec Megan Rapinoe sur la lutte contre les discriminations et son engagement politique contre le Président américain, Donald Trump. En France, les métaphores employées pour qualifier la performance sportive d'un(e) athlète issu de la diversité ethnique ou d'origine française font par exemple (ré)-apparaître la stigmatisation coloniale du temps de l'Empire français et le rapport dominant/dominé. Celui-ci s'observe par exemple dans la presse écrite à travers la métaphore 'technologique' pour le dominant, le colonisateur et la métaphore 'animale' pour le dominé, le colonisé (Richard, 2012). Les discours produits par les journalistes à l'occasion des Jeux Olympiques de Londres qualifient par exemple Christophe Lemaître de 'Bolidé' (Ouest France, 7/08/2012) et, 20 ans après son premier titre olympique sur 400m, Marie-José Pérec de 'Gazelle' (L'Express, 27/07/2012). Il n'est pas rare que Teddy Riner (judoka antillais) soit représenté, rugissant de façon animalière, pour affirmer une virilité ou signifier une détermination au combat. Il participerait ainsi, et ceci de manière involontaire, à cette assignation.

Différentes analyses ont également démontré l'influence des journalistes dans la catégorisation physique, intellectuelle, sociale des sportifs de couleurs par les téléspectateurs ou le public des salles de sport (Menesson & Sorignet, 2007 ; Charlot & Clément, 2007 ; McCarthy & Jones, 1997 ; 2004). Les discours co-construisent les représentations sociales des identités de genre et reproduisent des discours coloniaux et de catégorisation ethnique (Richard, 2012). C'est la conclusion de plusieurs études menées sur les médias d'Amérique du Nord (Billings & Eastman, 2003), des Pays-Bas (Van Sterkenburg & Knoppers, 2004 ; Van Sterkenburg et al. 2010 ; 2012), en Ecosse (Kelly, 2011) ou encore en Slovénie (Ličen, 2011). Les métaphores ou dénominations employées soulignent les routines

langagières et professionnelles des journalistes. Ainsi l'analyse des conditions concrètes de production des informations sportives, en particulier dans la configuration du direct continu qui lors des événements sportifs de grande envergure engage parfois les journalistes pour de longues heures d'antenne, est incontournable : c'est souvent là, dans le commentaire à chaud que sont mobilisés des cadres d'analyse stéréotypés.

Le direct : une résistance aux changements

L'une des spécificités de la configuration particulière de la production et de la diffusion de l'information sportive est d'être régie par le modèle du direct télévisuel. L'analyse des discours produits lors des compétitions d'athlétisme lors Jeux Olympiques de Rio (2016) ou des Championnats du Monde de Londres (2017), montre que la résistance au changement est, en effet durable, laissant apparaître les principes suivants (Wille et al, 2018) :

- Notre étude confirme, jusqu'à cette période (2017), la surreprésentation des hommes journalistes et consultants sportifs à l'écran. C'est un parti pris sexiste dans le traitement des informations sportives qui conduit également à la persistance de différents types de stéréotypes.
- Sur les ondes, la surreprésentation masculine parmi les journalistes et les commentateurs persiste qui conduit à la faible présence féminine à l'antenne et implique un déséquilibre marqué dans l'attribution de la parole. Malgré une présence équilibrée d'hommes et de femmes dans les compétitions internationales, le traitement de l'information sportive par les médias applique toujours un traitement éditorial sexospécifique (Wille et al, 2019) à l'information sportive.
- L'étude montre également que seulement 49 des 152 reportages télévisés en ligne sur la plateforme YouTube consacrée à l'athlétisme aux Jeux olympiques de Rio ont été consacrés aux athlètes féminines (30%), proportionnellement moins que la participation des femmes aux Jeux (45%).
- Lors des Championnats du monde de Londres 2017, les athlètes féminines étaient en minorité (moins de 25 %).
- Ces résultats corroborent des recherches antérieures celle de l'enquête réalisée par International Sports Press Survey (2011), qui montrait déjà l'hyper-masculinisation de l'information sportive dans la presse écrite

internationale (85% des articles de sport concernent des hommes), celle menée pour le CSA belge (2012) ou encore l'étude utilisant le Cambridge English Corpus (CEC) et le Sports Corpus, qui ont montré que les hommes sont mentionnés presque trois fois plus souvent que les femmes (Cambridge University Press, Grieves et al, 2016).

- La persistance de stéréotypes dans le traitement de l'information sportive. La dimension agonistique, intrinsèque à la compétition sportive, nourrit potentiellement les discours différenciateurs et les caractérisations essentialistes de l'adversaire. Le stéréotype fonctionne comme un raccourci. Les stéréotypes sont utiles aux journalistes lorsqu'ils commentent en direct, mais ils peuvent contribuer à renforcer la discrimination et à attribuer les rôles selon le sexe et l'origine (sociale, nationale, etc.). La comparaison, ou l'effet d'opposition, peut aussi être une marque stylistique journalistique.

Le sport, comme point d'ancrage (néo) normatif

Que se passe-t-il si les catégories sont floues ou en situation de violation des normes ? Quand les différences se révèlent ? Le flou des catégories habituelles d'intelligibilité place le journaliste dans une situation où les conventions de la pensée sont brisées, où le discours stéréotypé ne peut plus fonctionner parce qu'il n'y a pas de catégorisation a priori possible.

Cette perturbation amènera les journalistes à élaborer une grille d'interprétation adaptée à la nature de l'événement qu'ils commentent. Les journalistes s'efforceront de replacer ou d'ancrer leur discours dans le cadre normatif du sport et de ses valeurs (Wille et al, 2018). C'est particulièrement le cas lorsqu'il existe une différence entre l'origine perçue et l'identité sportive d'un athlète.

La définition de l'identité des concurrents devient problématique lorsque les athlètes adoptent une nationalité (par naturalisation) différente de celle de leur pays de naissance.

Les journalistes doivent gérer cette dualité et, pour tenter de qualifier chaque concurrent, ils ont recours à des formules ou des expressions qui tentent d'en rendre compte, telles que : «néo-turc», «Saydi Ndure, norvégien de Gambie».

L'écart entre l'origine perçue et l'identité sportive induit une difficulté dans la mesure où il rend impossible l'attribution automatique de caractéristiques distinctives et le processus de naturalisation de la perfor-

mance (“Fort comme un Turc“ “l’école allemande du lancer “...).

La question de l’identité des concurrents est soulevée comme problématique au regard des principes et valeurs du sport moderne (fair-play, tricherie, etc.) et non au regard des critères ethno-raciaux. L’une des conséquences est la disqualification symbolique des athlètes, lorsqu’ils ont été récemment naturalisés, ou en l’absence de liens historiques, généralement liés à la colonisation, entre le pays d’origine et le pays hôte. Les pays sans passé colonial ont moins de légitimité à accueillir des athlètes naturalisés : ex le Bahreïn qui naturalise des coureurs de demi-fond nés au Kenya.

Une autre source de déstabilisation est l’existence d’un conflit de normes auquel les journalistes doivent faire face, par exemple lorsqu’ils décrivent le corps et les performances des athlètes (Wille et al, 2018).

- Le corps performant contre le corps esthétique. La retransmission télévisée de la compétition sportive est une exposition des corps des athlètes en action. Il n’est pas toujours facile de commenter le corps d’un athlète en performance. Les journalistes doivent ancrer leur description dans un système de représentation partagée et définir une norme de référence.

Le corps des athlètes est examiné à la lumière de la norme esthétique dominante et du besoin d’efficacité. Un double système normatif, parfois contradictoire, est une source de difficultés pour les journalistes dont les commentaires oscillent entre ces deux normes culturelles.

L’appariement des disciplines sportives et des morphologies est le résultat d’une approche de classification a priori, qui est un outil de lecture et d’explication des performances. Le corps de l’athlète est d’abord évalué selon un ensemble de critères propres à chaque sport afin d’évaluer l’efficacité, la performance, la pureté et la technicité du geste.

Ensuite, le corps de l’athlète fait également l’objet d’une évaluation esthétique dont les critères sont ceux du marché des corps tels que les images (publicité, médias) contribuent à le définir. Les critères esthétiques dominants ne correspondent pas toujours aux exigences techniques des corps dans certaines disciplines (lancer du marteau, lancer du poids contre le saut en hauteur).

L’évocation des normes esthétiques corporelles dominantes touche en premier lieu les sportives. Lorsqu’elle est évoquée pour les sportifs, la disqualification esthétique de l’homme est compensée par d’autres vertus (comme la force). Lorsque le corps de l’athlète ne correspond pas à l’esthétique dominante

ou lorsqu’il y a une perturbation de l’identité de genre, ou en présence d’un corps non standard, alors les journalistes réassignent le caractère féminin et réaffirment l’appartenance à la catégorie féminine par l’évocation de la maternité, du mariage ou du respect des normes émises par les institutions sportives (exemple de Caster Semenya).

CONCLUSION.

« The Hutchins Commission », en posant les bases de l’éthique journalistique (*A Free and Responsible Press*, 1947), inspire la publication en 1956 de l’ouvrage de Siebert, Schramm et Peterson, considérée jusqu’à aujourd’hui comme le point de départ de la conceptualisation théorique de la RS des médias : *Four theories of the press*. Les années 1990, sur fond de crise économique, d’aggravation des inégalités, de concentration industrielle et de financiarisation accrue des entreprises de presse, en altèrent la vision (Watine T, 2003). En France, les travaux de Ruellan (1993) ré-interrogent la profession de journaliste et ceux de Bohec (2000) ; Ramonet (2001) et Champagne (2000) font explicitement référence aux positions théoriques de Bourdieu (1996) selon lesquelles la RS des médias reste incompatible avec la doctrine libérale de la presse. Ils dénoncent ainsi l’usage d’une rhétorique d’entreprise citoyenne à des fins de promotion commerciale et de relations publiques. Dans ce contexte, la « Diversité » apparaît avant tout comme posture stratégique, et constitue alors davantage un mot-clé « caméléon » plus qu’une injonction cohérente et consensuelle.

A propos de la RS, notre étude montre toute la difficulté à impliquer des acteurs des médias, au nom d’une prééminence de problématiques RH, en raison d’obligations, d’exigences, d’impositions, de devoirs ou de contraintes non formalisés. Concernant le sport, les postures renvoient à la rhétorique classique des valeurs et il est perçu positivement comme un lieu de mise en visibilité de la diversité qui questionne assez peu les discours médiatiques. Historiquement, la médiatisation du sport est structurellement intégrée dans la conception et la production des compétitions sportives : une des conséquences de l’existence du complexe sport-médias (Law et al, 2002) est la mise en place de logiques d’exclusivité ou d’accès limité au spectacle sportif (Papa, 2013 ; Hutchins, 2009). L’interdépendance de la production du spectacle sportif et sa diffusion par les médias font peser sur les journalistes des contraintes spécifiques auxquelles viennent s’ajouter celles résultant des modalités de délivrance de l’information sportive c’est-à-dire le poids du direct. Le journalisme se trouve donc « coincé » entre des lois non dites, des injonctions implicites, une conception de la diversité mal définie, des outils (baromètre, ‘label’) peu opérationnels dont les finalités managériales

brouillent la notion même de responsabilité. La référence explicite à la liberté d'expression ou aux attentes du public ne favorisent pas non plus la prise en compte de cette question sociétale.

Bien que le sport soit finalement le plus propice à l'expression de la diversité, notre étude souligne qu'il semble difficile, voire incompatible, de concilier les objectifs politiques et institutionnels de promotion de la diversité et de l'inclusion sociale avec les contraintes, les défis et les routines.

Outre la surreprésentation des journalistes et commentateurs masculins à l'antenne et la place prépondérante accordée aux compétitions masculines dans les informations sportives, il existe un traitement éditorial sexiste et genré marqué par la persistance des stéréotypes.

La diversité et l'inclusion sont rarement à l'ordre du jour des journalistes en termes de valeurs morales ou professionnelles personnelles.

Dans le cas du terrain exploré, celui des journalistes de France Télévisions et au regard des événements analysés, celui des compétitions internationales d'athlétisme, ce sont les normes et les valeurs communément associées au sport qui servent de cadre à l'interprétation des événements et des performances sportives. Tantôt inclusif, tantôt ségrégatif et exclusif (dopage, changement d'identité nationale, ...), il oscille en fonction des fluctuations des normes sportives.

Au-delà du discours des parcours individuels exemplaires - et de l'évocation des origines sociales et ethniques des champions - l'analyse des commentaires des journalistes montre les limites actuelles de l'instrumentalisation du sport de haut niveau au service des stratégies d'ingénierie sociale. L'existence de dissonances entre le système des valeurs portées par le sport et la réalité des pratiques compétitives dont les journalistes de sport doivent rendre compte, d'une part, entre les conditions d'exercice du métier de journaliste de sport au regard des règles et des représentations professionnelles telles que par exemple les

chartes les définissent, d'autre part, laisse finalement chaque journaliste face à lui-même et à son éthique. Le documentaire de Marie Portolano «*Je ne suis pas une salope, je suis journaliste*»¹⁹, révèle ainsi un double manquement et une opportunité. Le manquement structurel à l'égard des conditions d'exercice d'une partie de la profession, celle des femmes journalistes, confrontées au sexisme dans le sport et également un manquement éthique, pensée comme une morale en action, de la part de certains journalistes homme de sport. L'opportunité est celle de la responsabilité ainsi «*affirmer la responsabilité d'un sujet à propos d'un avenir identifié, c'est-à-dire circonscrit et dénommé, revient à construire ce sujet*» (Zilberger, 2007).

Proposé le 12 octobre 2020

Accepté le 11 juin 2021

Participants au projet RSJ-MéDiS

Françoise Papa et Jean-Marc Franconny :
UMR PACTE (UMR 5194 CNRS/UPMF-IEP/
UJF - Université de Grenoble-Alpes),

Sandy Montañola, Béatrice Damian Gaillard :
Arènes (UMR 6051 - Université de Rennes 1),

Arnaud Richard :
Praxiling : (UMR 5267 CNRS - Université
Montpellier),

Amandine Kervella - Fabien Wille :
Geriico (ULR 4073) Université Lille,

François Borel - Alessandro Porrovecchio :
URéPSSS (EA 7369) Université Lille.

NOTES

^{1.} http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Mediane/default_en.asp

^{2.} <http://www.csa.fr/Juridical-area/Decisions-du-CSA/Le-Conseil-creel-Observatoire-de-la-diversite-audiovisuelle>.

^{3.} Organisation Mondiale de la Santé définissant les contours de la santé dans sa constitution : <https://www.who.int/fr/about/who-we-are/constitution>

^{4.} Responsabilité Sociale des Journalistes : Medias, Diversité, Sport. N° de décision : ANR-15-CE26-0006

^{5.} <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Colloque-Audiovisuel-comment-mieux-representer-la-diversite-de-notre-societe>

^{6.} Institut National de l'Audiovisuel, Délégation du nord, 8 allée de la Filature 59000, Lille.

^{7.} Utilisation du logiciel PCM, les images ont été versées au dépôt légal mais sans la possibilité d'utiliser Hyperbase qui permet la recherche multicritères, le tri, l'impression et l'export de données documentaires. Ce corpus n'ayant pas été traité par les documentalistes au moment de l'étude.

^{8.} Doytcheva M., « Usages français de la notion de diversité. Permanence et actualité d'un débat ». in *Sociologie*, N°4, vol 1 | 2010.

^{9.} Halde, Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité, est une autorité administrative indépendante française ayant existé de 2004 à 2011.

^{10.} Entretien téléphonique avec un membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en charge de la diversité (13 juin 2016).

^{11.} Entretien du 9 janvier 2018 dans les locaux de France Télévisions.

^{12.} Entretien auprès de la médiatrice du groupe France Télévision 17 Avril 2015

^{13.} Propos tenu par le Directeur délégué pour la diversité en poste au moment de l'étude.

^{14.} Le directeur ayant évoqué en direct lors de la cérémonie d'ouverture, « le trafic d'esclaves jugé «nécessaire» pour l'essor du Brésil ».

^{15.} Au sens d'ensemble de concepts dans lequel les journalistes articulent l'ordre du faire (l'agir étant articulé à un ensemble de représentations).

^{16.} Le terme « sous-champs » renvoie aux travaux de MARCHETTI (2002).

^{17.} Déclaration de principe de la Fédération internationale des journalistes adoptée au congrès mondial de 1954/

^{18.} Deville-Danthu B., « Le Mythe de l'athlète noir. L'AOF pépinières d'athlètes Révélation, illusions et désillusions », in *Jeux et sport dans l'histoire*, tome 1, association et politique, mai 1992, 256-270.

^{19.} Canal+ qui a produit et diffusé le documentaire le présente de la manière suivante sur sa plateforme : « Le monde du journalisme sportif est marqué par une surreprésentation des hommes et une méfiance, souvent teintée de mépris condescendant, pour les femmes qui veulent s'y affirmer. Marie Portolano est allée à la rencontre d'autres femmes journalistes pour recueillir leurs témoignages sur les remarques vulgaires et sexistes qu'elles peuvent recevoir sur les réseaux sociaux et tenter de faire évoluer les mentalités ».

BIBLIOGRAPHIE

- Arnaud, P. (2000). « Le sport au XX^e siècle : crise d'identité ou logique perverse ? » in J. Vanwelkenhuyzen (ED.), *Les tumultes d'un siècle*, (pp. 251-266), Bruxelles. Complexe.
- Attali, M. et al. (2004). *Le sport et ses valeurs*, Paris : La dispute, 210 pages
- Bereni, L. (2016). « La diversité en discours et en pratiques. À propos de : Ellen Berrey ». <https://laviedesidees.fr/La-diversite-en-discours-et-en-pratiques.html>.
- Berrey, E. (2015). *The Enigma of Diversity: The Language of Race and the Limits of Racial Justice*. University of Chicago Press, May.
- Billings A.C. & Eastman S.T. (2003). «Framing identities: gender, ethnic, and national parity in network announcing of the 2002 Winter Olympics». *Journal of Communication*, 53(4), 369–386.
- Blion, R. (2007). *Mediactiv. Répertoire des médias des diversités*. Paris, L'Harmattan, Institut Panos.
- Blion, R. (2009). *Méthodologie pour le suivi de la concentration des médias et de la diversité des contenus des médias*. Conseil de l'Europe.
- Christians C.G. et al.(2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*, University of Illinois Press.
- Borel-Hänni, F. (2015). « Information through a Lens: Media and Journalists Social Responsibility towards French Football Referees ». *European Journal for Sport and Society*, 12 (4), 397-419.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*, Paris, Liber-Raisons d'Agir.
- Bourdieu, P. (1996). Journalisme et éthique. *Les Cahiers du journalisme*, (6). 70-77.
- Boutinet, J-P. (2017). « Les pratiques sportives face à leurs responsabilités ». In F. Wille (Dir.), *La responsabilité des acteurs du sport et de l'éducation. Expertises et controverses*, 8-12. Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq.
- Bruce, T. (2004). « Marking the boundaries of the 'normal' in televised sports: the play-by-play of race ». *Media Culture Society*, 26(6), 861-879.
- Charlot, V., & Clément J. P. (2007). « Blancs et clacks: stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. L'exemple du basket-ball professionnel à Pau (France) », in *Sciences de la société*, 72(10). 111-131.
- Champagne, P. (2000). « Le journalisme à l'économie », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131 & 132, Paris, Seuil, 3-7.
- Delforce, B. (1996). « La responsabilité sociale des journalistes : donner du sens », in *Les cahiers du journalisme*, 2, *Le journaliste, acteur de société*, Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, décembre, 16-33.
- Dargelos, B., & Marchetti, D. (2000). « Les «professionnels» de l'information sportive entre exigences professionnelles et contraintes économiques ». *Regards Sociologiques*, 20, 67-87.
- Deville-Danthu, B. (1992). « Le Mythe de l'athlète noir. L'AOF pépinières d'athlètes Révélation, illusions et désillusions », in *Jeux et sport dans l'histoire*, tome 1(5), association et politique, 256-270.
- Doytcheva, M. (2010). « Usages français de la notion de diversité. Permanence et actualité d'un débat ». in *Sociologie*, 4(1).
- Esquenazi, J. P.(2002). *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble : PUG, coll. La communication en plus, p. 6-8.
- Frachon, C., & Sassoon V. (2008). *Média et Diversité. De la visibilité aux contenus. État des lieux en France au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis*, INSTITUT PANOS, Paris, KARTHALA Edition.
- Gasparini, W., & Cometti, A. (2010). « Le Sport à L'épreuve de la diversité culturelle: integration et dialogue interculturel en Europe: Analyse et exemples de pratique », Council of Europe.
- Génard, J. L. (1999). *La grammaire de la responsabilité*, Humanités, Cerf, Paris.
- Goldberg, D. T. (1998). « Call and response: Sports, talk radio, and the death of democracy », in *Journal of Sport & Social Issues*, 22(2), 212-223.
- Grieves, S. (2016). « Aesthetics over athletics when it comes to women in sport ». <https://www.cambridgenetwork.co.uk/news/aesthetics-over-athletics-women-in-sport>
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2009). « From Broadcast scarcity to digital plenitude. The changing dynamics of the media sport content economy », in *Television & New Media*, 10, 354-370.
- Jeanrenaud, C., & Késenne, S. (2006). « Sport and the Media: an Overview », in *The Economics of Sport and the Media*, Cheltenham pp 1-25.
- Kelly, J., (2011). « Sectarianism and Scottish football: Critical reflections on dominant discourse and press commentary », *International Review for the Sociology of Sport*, 46 (4), 418-435.
- Law, A., Harvey, J., & Kemp, S. (2002). « The Global Sport Mass Media Oligopoly: The Three usual Suspects and More ». *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 279-302.
- Le Bohec J., *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000
- Lenoble-Bart, A., & Mathien, M. (2011). *Les médias de la diversité culturelle dans les pays latins d'Europe*, Bruxelles, Ed. Bruylant.
- Ličen, S. (2011). « Embaracing or dispising diversity? Sports broadcasts on public television, the case of Slovenia », *Play the Game 2011: Bringing change to the heart of sport*, German Sport University, Cologne, 3-6 Oct.
- Marchetti, D., Raséra, F., Schotté, M. & Souanef K. (dir) (2015). « Classements sportifs », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 209, Seuil, ISBN : 9782021219463.
- Mattelart, T. (2007). « Les révoltes urbaines au prime time: analyse des journaux télévisés de TF1 et France 2 », in Rigoni, I. (ed) *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les medias*. Montreuil: Aux lieux d'être, 195-208.
- McCarthy, D. & Jones, R.L. (1997). « Speed, Aggression, Strength, and Tactical Naivete: The Portrayal of the Black Soccer Player on Television », in *Journal of Sport and Social Issues*, 21(4), 348–362.

- McQuail, D. (1997). « Accountability of Media to Society Principles and Means », *European Journal of Communication*, Vol 12, n°4, Dec. 1997.
- McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*, Oxford University Press.
- Montañola, S. & Olivesi, A. (2012). « Quels locuteurs pour quelles définitions de l'identité sexuée dans les médias ? Le cas de Caster Semenya », in *Rapporter et être rapporté(e) : une affaire de genre(s) ?*, V^e colloque Ci-dit, Université de Stockholm 14-16 juin.
- Muhlmann, G. (2004). *Journalism for democracy* (trad Birrel J) , Paris, Payot et Rivages, pp 269.
- Ollivier, A. & Wille, F. (2020). « La coupe du Monde de Football Féminine 2019 : entre ruptures et désillusions ». Colloque international/ International, Web conférence *La Féminisation du Football : enjeux politiques, sociologiques et culturels /Football feminization: political, sociological and cultural issues*, 9-10 octobre.
- Papa, F. (2013). « When social media uses collide with communication economy of the Olympics: the Vancouver and London cases ». IAMCR 2013 Conference. 25-29 June, Dublin City University. Dublin, Ireland.
- Quéré, L. (2000). « Au juste, qu'est-ce que l'information ? », *Réseaux* 18, Communiquer à l'ère des réseaux, Numéro 100 pp. 331-357
- Rabatel, A. & Koren, R. (2008). « La responsabilité collective dans la presse », *Question de communication* , CreM, Université Paul Verlaine-Metz, 13, pp 7-24
- Ragi, T. (2003). *Sport et intégration sociale*. Coll Agora, l'Harmattan, 160 pages.
- Ramonet, I. (2001). *La Tyrannie de la communication*, Folio Actuel, n° 92.
- Rapport de l'ONU (2005). *Le Sport au Service du Développement et de la Paix: Vers la Réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement*, Nations Unies.
- Smith, C. T., Aaron. *et al* (2007). « Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility », *Journal of corporate citizenship*, 25. Pp 43-54.
- Richard, A. (2012). « Rire de l'autre. Analyse et enjeux des représentations d'un sportif marocain à la télévision française », *Langues et médias en Méditerranée : Usages et réception*, Éditions L'Harmattan, Paris, France, pp.146-153.
- Richard, A. (2012). « Discours et Représentations de sportifs africains aux Jeux Olympiques d'Albertville », *Sport & Communication*, in S. Laval & D. Guignard (dir.) Editions PUM (Presses Universitaires du Mirail), Toulouse, France, 215- 232.
- Ruellan, D. (2003). *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG.
- Schaeffer, J. M.(1989). *Qu'est ce qu'un genre littéraire*, Seuil, Avril.
- Schuck, P. (2006). *Diversity in America : Keeping Government at a Safe Distance*. Princeton : Belknap Press, p. 12, cité par Ellen Berrey, p. 26.
- Siebert, S *et al.*(1956). *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*, University of Illinois Press.
- Souanef, K. (2013). « Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité », *Les cahiers du journalisme n° 25*, (dir) Delforce, B. et Watine, T. *Journalisme de sport : mutations et spécificités*, , Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, Université Laval Québec.
- Tétu, J. F. (1999). Introduction , in Jamet, C. & Jannet, A. M. (1999). *La mise en scène de l'information*, Paris/Montréal : L'Harmattan, coll. Champs visuels, 1-13.
- Van Sterkenburg, J. & Knoppers, A. (2004). « Dominant Discourses about Race/Ethnicity and Gender in Sport Practice and Performance », *International Review for the Sociology of Sport*, 39(3), Sept, 301-321.
- Van Sterkenburg, J. *et al.* (2010). « Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: a critical reflection », *Media, Culture & Society*, 32(5), Sept, 819-839.
- Van Sterkenburg, J., Knoppers, A., & De Leeuw, A. (2012). « Constructing Racial/Ethnic Difference in and Through Dutch Televised Soccer Commentary », *Journal of Sport and Social Issues*, 36(4), Nov, 422-442.
- Véron, E. (1997). *Construire l'événement. Les Médias et L'accident de Three Mile Island*, Paris, Ed. De Minuit.
- Ward, D. (2006). « Evaluation de la diversité des contenus dans les journaux et à la télévision, dans le contexte d'une tendance croissante à la concentration des marchés des médias », Rapport final, Centre for Media Policy and Development, Conseil de l'Europe.
- Watine, T. (2013). « Le modèle du 'journalisme public' ». *Hermès*, n°35, 231-239.
- Wille, F., & Mastrogianakis, D. (2013). « Media Against Racism In Sport », Final Report, The Council Of Europe, Novembre.
- Wille, F., & Hervouet, L. (dir.) (2002). « Journalisme Sportif : le Défi éthique ». *Les Cahiers du Journalisme*, 11, ESJ-Lille, Université Laval (Québec), Décembre, 245 pages.
- Wille, F. & Cernaianu, S. (2017). « Social Responsibility of Sports Journalists in Expressions of Diversity: The Example of The London Olympic Games as Covered in La Voix du Nord ». In *Sport and Discrimination*, Series Routledge Research in Sport, Culture and Society, Abingdon, UK : Routledge pp 215-229.
- Wille, F., Papa, F. & Montañola, S. (2018). « Question the social responsibility of sports journalists: is diversity taken into account and how in the mediatization of major sport events? » *Reimagining Sustainability: Communication and Media Research in a Changing World*. IAMCR 20 - 24 June, Eugene, Oregon, USA.
- Wille, F., Papa, F. & Montañola, S. (2019). « Social responsibility of sports journalists and media coverage of diversity: illusion and disenchantment? » *Sociology of Sport and Alternative Futures*. World Congress of sociology of sport. ISSA 24-27 april, Dunedin. New-Zeland, 2019.
- Zilberberg, C. (2007). « De la responsabilité », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, N° 110.



Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ?

Sports journalists and diversity: a subordination of sports standards?

Jornalista esportivo e diversidade: uma subordinação aos padrões esportivos?

Fr Le sport occupe une place non négligeable dans la société médiatisée. Dès lors, les productions informationnelles, à propos du sport, doivent être appréhendées comme des denrées objectivées (Quére, 2000) et « normalisées » dans le sens où le sport est traité en fonction de significations sociales existantes, co-construites et légitimées par le journaliste lui-même. La diversité constitue-t-elle alors une norme ? Comment est-elle construite ? Comment est-elle perçue par les journalistes ? Dans quelle mesure cela interfère-t-il dans les pratiques et les discours produits ? Sur le plan théorique et méthodologique, l'analyse convoque les travaux de Denis McQuail (1997 & 2003) à propos de « the accountability of media ». L'analyse prend alors appui sur l'identification des procédés discursifs proposés par Schaeffer (1989), qui se structurent, d'une part par un acte communicationnel qui s'élabore sur la base des processus d'énonciation et d'autre part par l'acte réalisé. En l'occurrence, les données de terrain utilisées émanent du Projet RSJ-MéDiS, elles proviennent de différentes rencontres, journées d'étude, colloques, entretiens et échanges parfois informels. Si ces données permettent de mieux appréhender le contexte d'énonciation, l'analyse de l'acte réalisé, s'effectue quant à lui, au moyen des commentaires produits à l'occasion des directs consultés sur l'INAthèque. Les événements choisis sont les compétitions d'athlétisme à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio (2016) et les Championnats du Monde de Londres (2017) diffusés sur les différentes chaînes du groupe France-Télévisions (France 2-3-4). Dans le cas du terrain exploré, celui des journalistes de France Télévisions et au regard des événements analysés, celui des compétitions internationales d'athlétisme, ce sont les normes et les valeurs communément associées au sport qui servent de cadre à l'interprétation des événements et des performances sportives. Tantôt inclusif, tantôt ségrégatif et exclusif, le discours oscille en fonction des fluctuations des normes sportives.

Mots-clés : Sport – Diversité- Responsabilité (Accountability of media)

En Sports take a significant place in our media societies. Informational productions on sports should therefore be apprehended as objectified commodities (Quére, 2000) and «normalized». This implies that sports should be apprehended based on existing social meanings which are co-constructed and given legitimacy by the journalist himself. Can diversity be considered as a norm? What does it consist of? How is it perceived by journalists? To what extent does it interfere with practices and discourses produced? The analysis developed refers theoretically and methodologically to the work of Denis McQuail (1997 & 2003) on «the accountability of media». It builds on the identification of discursive processes suggested by Schaeffer (1989), which are structured on the one hand by a communicative act that is elaborated on the basis of the processes of enunciation, and on the other hand by the act performed. In this case, the field data analyzed was produced by the RSJ-MéDiS Project: it was gathered during multiple competitions, workshops, symposiums, interviews and occasional informal exchanges. This data allows to better comprehend the enunciation context; however, analysis of the performed acts was conducted thanks to the commentary produced during the live broadcasts of selected sporting events. Those were consulted on the French National Archive Institute online consultation service, the *INAthèque*. The sporting events considered were the athletics competitions of the 2016 Rio Olympic Games as well as the 2017 London World Athletics Championships, which were broadcasted on multiple channels of the French public broadcasting company *France Télévisions* (France 2-3-4). In the present field of research – the discourse of *France Télévisions* sports journalists, and with regard to the events analyzed – international athletics competitions, norms

and values commonly associated with sports appear to serve as a framework for the interpretation of sporting events and performances. At times inclusive, at times discriminatory, the discourse evolves based on the fluctuations of norms in sports.

Key words: Sports - Diversity - Accountability of the media

Pt. O esporte ocupa um lugar significativo na sociedade midiaticizada. Consequentemente, as produções informacionais sobre o esporte devem ser entendidas como mercadorias objetivadas (Quére, 2000) e “normalizadas” no sentido de que o esporte é tratado de acordo com os significados sociais existentes, co-construídos e legitimados pelo próprio jornalista. A diversidade é então uma norma? Como ela é construída? Como é percebida pelos jornalistas? Em que medida isso interfere nas práticas e discursos produzidos? No plano teórico-metodológico, a análise recorre ao trabalho de Denis McQuail (1997 e 2003) sobre “a responsabilização dos meios de comunicação”. A análise baseia-se, então, na identificação dos processos discursivos propostos por Schaeffer (1989), os quais se estruturam, por um lado, por um ato comunicativo que se desenvolve a partir dos processos de enunciação e, por outro, pelo ato realizado. Neste caso, os dados de campo utilizados provêm do Projeto RSJ-MéDiS, advindos de vários encontros, jornadas de estudo, seminários, entrevistas e por vezes trocas informais. Enquanto esses dados proporcionam uma melhor compreensão do contexto do enunciado, a análise do ato praticado é realizada por meio de comentários produzidos durante as visitas diretas ao INA-thèque. Os eventos escolhidos são as competições de atletismo dos Jogos Olímpicos do Rio (2016) e do Mundial de Londres (2017) transmitidos nos diversos canais do grupo France-Televisions (France 2-3-4). No caso do campo explorado, o dos jornalistas da France Télévisions e no que se refere aos eventos analisados, o das competições internacionais de atletismo, são os padrões e valores comumente associados ao esporte que servem de quadro para a interpretação dos eventos e desempenho esportivo. Às vezes inclusivo, às vezes segregativo e exclusivo, o discurso oscila de acordo com as flutuações dos padrões esportivos.

Palavras-Chave: esporte; diversidade; responsabilidade (prestação de contas da mídia)

