

## Introduction - Le journalisme de sport : en quête de légitimité

Fabien WILLE

Professeur des Universités.  
ER3S EA 4110 Université Lille2  
fabien.wille@univ-lille2.fr

« Le journaliste sportif est un professionnel d'un type particulier, un peu marginal, parfois dédaigné comme la matière qu'il traite et pour laquelle il se passionne toujours, mais souvent envié parce qu'il mène une vie active dans un milieu jamais sclérosé, parce qu'il voyage beaucoup, parce qu'il est à la fois un informateur, un reporter et un critique » (Jacques Marchand, 1989). Au-delà de cette vision positive, le journalisme de sport laisse apparaître une spécificité professionnelle qui émanerait de l'objet traité : le sport. Ce même objet semble, par ailleurs, jeter un double soupçon sur les pratiques journalistiques : celui de leur légitimité professionnelle et celui de l'éthique journalistique confrontée aux valeurs présupposées du sport.

Cette quête de légitimité proviendrait du fait que « le goût pour le sport a souvent été perçu comme la marque d'une inculture, notamment dans les pays qui ont développé et valorisé une « haute » culture littéraire issue d'une tradition de cour (comme la France) » (Defrance, 1995). Cette dénégation suffit-elle à définir la spécificité et la singularité du journalisme sportif ? Sur la base des travaux d'histoire de la presse sportive de Jacques Marchand (1989), de Jean Durry (1992) et d'Édouard Seidler (1964), il est possible d'identifier les éléments participant à la structuration du processus de médiatisation du sport qui dépend également des conditions techniques, de la dimension économique et du contexte social, culturel et politique, le tout conditionnant les manières de communiquer (Wolton, 2003).

Historiquement, cette question de la légitimation concernait l'imposition de l'objet « sportif » au sein des colonnes des journaux ainsi que les stratégies mises en œuvre dans une recherche de crédibilisation des discours pour en susciter l'adhésion. En effet, à propos d'Eugène Chapus qui créa le 17 septembre 1854 le bimensuel *Le Sport*, premier périodique français consacré à l'époque aux pratiques aristocratiques, Jacques Marchand précise que « ce courriériste mondain venait de découvrir, lors d'un voyage en Angleterre, le rôle que l'exercice physique pouvait jouer sur l'éducation ». Mais est-ce réellement la simple publicisation des vertus éducatives du sport ou un processus de légitimation des pratiques de loisir aristocratiques servant à promouvoir une nouvelle presse ? On retrouve des mécanismes de légitimation des pratiques en 1869, dans le contexte de la monarchie parlementaire de Napoléon III, avec Richard Lesclide qui crée *Les Vélocipèdes Illustrés* et qui s'oppose aux détracteurs des bienfaits de l'exercice physique par sa vision hygiéniste et pédagogique de la pratique.

Ce processus de légitimation trouve de nombreuses caisses de résonance, que ce soit au sein de la presse sportive en expansion ou de la mise en place de spectacles sportifs qui structurent cette industrie naissante. Richard Lesclide a établi la règle d'or de la presse sportive qui consiste à créer, organiser, encourager un événement au lieu de l'attendre, initiant de ce fait une relation ambiguë entre le support et l'objet : la presse fait vivre le sport parce qu'elle en vit. La structuration de la médiatisation du sport résulte donc d'un processus d'industrialisation des médias et elle en devient un fervent promoteur (Wille, 2003). Ce processus englobe la teneur des liens qui se créent entre la presse, organisatrice d'événements sportifs, et le secteur industriel. La création du Tour de France en 1903 est en ce sens exemplaire. Cet événement fut créé par un journal (*l'Auto*) pour concurrencer son adversaire direct (*Vélo*) et ceci, avec le soutien de l'industrie du cycle.

La journée d'étude *Le journalisme de sport révélé par ses grandes figures (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle)*, organisée le 21 mars 2012 à Paris-Dauphine, souhaitait mettre en lumière les trajectoires et les représentations de ces grandes figures historiques du métier pour questionner les conflits d'intérêts, le renouvellement générationnel et la question du genre. Dans ce numéro des *Cahiers du journalisme*, Gilles Monteremal et Karim Souanef synthétisent ces travaux qui ont abordé de manière transversale ces trois thématiques, permettant ainsi de penser la spécialité à partir de ces figures historiques.

L'analyse des mutations et des spécificités du journalisme de « sport » trouve également son ancrage dans la construction d'une double légitimité. S'il apparaît aisé de susciter l'adhésion du public (légitimité

d'audience), la légitimité journalistique semble plus complexe à réaliser (légitimité professionnelle). Ces deux formes semblent s'opposer. Elles dépendent des conditions techniques, des contextes sociaux historiques ainsi que des enjeux symboliques, économiques et médiatiques qui lui sont attachés et qui conditionnent l'exercice de la profession. Si la posture journalistique peut être en permanence questionnée, elle est confrontée aujourd'hui aux mutations contemporaines de ce contexte, déterminées par l'irruption de la technologie du numérique (Web, Internet) et par l'émergence de défis sociétaux nouveaux (le sport comme miroir de nos sociétés démocratiques).

### **Un triple processus de légitimation : l'objet sport, le support, les discours**

Cette question de la légitimation par l'objet « sport » est également centrale avec l'apparition des médias électroniques. La radio et la télévision n'ont eu de cesse que de promouvoir les pratiques dans le contexte d'une « sportivisation » croissante de la société. De façon parallèle, les directs sportifs ont co-construit la notoriété et la crédibilité des supports (radio et ensuite télévision), constituant un véritable enjeu industriel, dans la vente de récepteurs. À l'aube des années 1960, les exploits sportifs et médiatiques se jouaient à l'heure d'une télévision encore confidentielle<sup>1</sup> et le direct télévisé, synonyme d'exploit technique, permettait ainsi la mise en valeur du dispositif, que les commentateurs n'hésitaient pas à évoquer.

Cette situation facilitait les innovations car elle donnait à ces pionniers une grande autonomie de fonctionnement (choix des sujets, des événements à couvrir, etc.) mais aussi expressive (liberté de ton n'hésitant pas à interpeller le téléspectateur) et qui autorisait toutes les fantaisies : discursives, éditoriales et techniques. Mais le sport reste néanmoins un programme bouche-trou, négligé, voire méprisé. « *Il n'était pas rare, témoigne Raymond Marcillac, d'entendre dans les milieux dits intellectuels : « le sport, c'est bon pour les primaires » » [...] ou encore : « Les journalistes spécialisés dans le sport sont ceux qui ne sont pas capables de faire autre chose » (Marcillac, 1994).* À la fin des années 1980, le direct sportif va s'imposer sur le petit écran sans pour autant construire une légitimité professionnelle des journalistes de sport au sein de la corporation des journalistes.

Ce processus de légitimation se fonde également sur les signes donnés pour apparaître comme les détenteurs et les garants d'une expertise ou d'une pertinence du récit. Que ce soit au sein de la presse

écrite, à la radio au sein de la RTF dans les années 1950 ou à la télévision à partir des années 1960, les concurrences entre supports (presse écrite *vs.* radio *vs.* télévision) et à l'intérieur d'un même support conduisent à la construction d'une légitimité et d'une notoriété médiatique par la qualité du recrutement des journalistes. Il faut donc afficher et construire une légitimité rédactionnelle, et les « journalistes- commentateurs » deviennent les acteurs incontournables d'un produit médiatique. Des personnalités ou des couples-vedettes marquent de leur empreinte les écrits, les commentaires et les retransmissions.

**Karim Souanef** rappelle que l'étude des relations d'interdépendance entre le sport et les médias est une clé d'entrée récurrente pour comprendre le journalisme « sportif », révélant ainsi la complexité des conditions de production de l'information sportive. Au-delà de cette approche, le texte proposé permet de questionner la réponse collective qu'apporte le groupe à cette contrainte structurale. En cela, le processus de construction d'une identité commune, enclenché en 1958 par l'Union syndicale des journalistes de sport en France, informe sur les logiques de fonctionnement du journalisme « sportif ». L'article se concentre sur cette instance catégorielle pour rendre compte de ce qui peut relever de l'unité professionnelle. Les porte-parole du groupe, engagés dans des luttes syndicales pour la reconnaissance de leur spécialité, développent également tout un répertoire symbolique pour définir les contours du métier. Il en ressort alors une identité collective clivée, tiraillée entre un militantisme sportif et la revendication d'une appartenance au monde journalistique. L'évolution historique montre un mouvement progressif d'autonomisation sous l'effet de la professionnalisation du sport et qui génère un processus d'exclusion de la « grande famille du sport » par un accès de plus en plus réglementé aux événements et aux sportifs eux-mêmes (droits d'exclusivité, conférences de presse contrôlées par les organisateurs, etc.). Toutefois, la mobilisation d'un registre critique se fait dans le respect de la tradition d'engagement du journalisme « sportif », c'est-à-dire pour mieux défendre le sport « pur ».

Dans cette perspective, **Jean-François Diana** réinterroge cette légitimité professionnelle qui reste discutée. Le postulat de cette réflexion est d'en imputer une part de responsabilité à ces professionnels de l'information dont les pratiques sont globalement conditionnées par le spectacle et la polémique. Cette perspective critique se fonde sur la place du sport dans la société française, et ne nie pas les contraintes institutionnelles propres à l'exercice de cette spécialité. Cependant, elle questionne également la résistance vis-à-vis des valeurs fondamentales du journalisme en général : la distance, la vérité, l'authenticité,

l'éthique et l'impartialité. En effet, l'une des caractéristiques actuelles du journalisme de sport est surtout de s'enfermer dans son genre sur le seul motif de la passion exacerbée que le modèle télévisuel a progressivement façonnée, si l'on s'intéresse à la génération actuelle. Cette posture assumée invite donc à réfléchir à la spécificité de ce genre.

## La posture journalistique en question

Cette nécessité de structurer les formations au journalisme de sport est le résultat d'un intérêt grandissant pour la profession, et témoigne par ailleurs de la prise de conscience que depuis plus d'un siècle, le spectacle sportif s'est ouvert à la communication de masse. Il s'est internationalisé et il occupe désormais une place considérable dans la société médiatisée, ce qui appelle à des compétences nouvelles. Depuis les années 1990, en lien avec l'imposition massive du sport à la télévision, on assiste à la résurgence d'un débat éthique et déontologique à propos de la presse sportive, une question qui a structuré le numéro 11 des *Cahiers du journalisme* (Wille-Hervouet, 2002). Ce débat est la conséquence des interrogations des journalistes face à l'évolution de leur pratique. Il exprime un certain nombre de réalités, soulignées par les praticiens des médias eux-mêmes, quant aux confusions et aux dérives observées : les droits d'exclusivité, l'accès aux sources, la structuration des conférences de presse et des interviews, l'urgence du travail, etc., conduisent à déposséder les journalistes d'un objet qu'ils ont historiquement été amenés à construire. Elle modifie la pratique journalistique, remettant ainsi en question les règles d'indépendance du journalisme : quelle est la pratique, quel est le discours, quelles sont éventuellement les règles admises lorsque le média est à la fois *juger et partie* ?

La complicité objective médias-mouvement sportif renvoie aussi à la légitimité professionnelle par rapport à un sentiment d'appartenance à la *famille du sport*. Mais face à ces enjeux, faut-il pour le journaliste avoir obligatoirement un discours de complaisance pour accéder aux informations ? Dans ce cas, il s'agit d'une interrogation à propos de l'attitude du monde sportif, qui régule l'accès aux informations pour des raisons de droits, mais également pour des raisons de convenances personnelles. Ainsi, après avoir observé que le champ journalistique était de plus en plus hétérogène et que les différents médias ainsi que leurs déclinaisons n'entretenaient pas les mêmes relations avec les différents espaces sociaux des univers qu'ils couvraient, Marchetti (2002) évoque la notion de « sous-champ journalistique ». Ceci pose, d'une manière

particulière, la question des conditions d'exercice de la profession de journaliste de sport, qui apparaît être une profession sous influence et sous contraintes. Alors que les journalistes de sport revendiquent leur pratique professionnelle comme étant comparable à toute autre forme de journalisme, ils sont souvent décriés par les *confrères*<sup>2</sup> des autres rubriques. Considérés comme des acteurs appartenant à la sphère « médiatico-économique » du sport, leur posture est ambiguë et critiquée, dans la mesure où elle impliquerait des relations de proximité, voire de connivence, avec les champs économiques et sportifs, ce qui nous permet de définir deux degrés d'autonomie, l'une fonctionnelle et l'autre expressive ou éditoriale (RauL, 2007).

La nature et l'importance des différents moyens matériels, financiers et humains mis à disposition pour la couverture de l'événement, les contraintes en termes de temps (heure de bouclage pour la presse écrite), l'accès aux sources et/ou la place disponible pour l'article (nombre de feuillets pour la presse écrite) déterminent le degré d'autonomie fonctionnelle. Celui-ci dépend directement de l'importance accordée à l'événement par l'organe de presse, en termes économique et commercial ou éditorial. Des journalistes de *L'Équipe* disposent ainsi d'un degré d'autonomie fonctionnelle plus élevé que les autres journalistes de quotidiens de presse écrite. L'achat de droits, la recherche d'un capital « sympathie », d'une reconnaissance mutuelle ou d'intérêts réciproques posent alors la question du degré d'autonomie expressive ou éditoriale qui concerne, cette fois, la liberté d'expression et l'indépendance des journalistes. La liberté d'informer s'oppose ainsi à la liberté d'expression

Ce degré d'autonomie peut donc être conditionné par des influences extrinsèques. La sphère économique-sportive impose au journaliste la nécessité de maintenir un capital de relations et de légitimité avec les acteurs du sport (ne pas nuire aux sources d'information, pratiquer l'autocensure). À ces influences externes s'ajoutent des contraintes internes, dépendant de la position de la rubrique sportive dans la hiérarchisation interne du média, du statut du journaliste dans l'espace de sa rédaction, mais également du respect de normes de genres, de styles d'écriture, d'une ligne éditoriale.

Si la légitimité professionnelle est controversée, on voit néanmoins apparaître un regain d'intérêt pour ce métier de journaliste « sportif ». Longtemps délaissé par les écoles de journalisme, on voit se structurer des formations qui préparent de façon spécifique à cette profession. **Gérard Derèze et Olivier Standaert** ont étudié les représentations du métier de journaliste sportif avant l'entrée effective sur le marché

du travail belge francophone. La population sélectionnée se compose d'étudiants en journalisme fraîchement confrontés aux réalités du sous-champ par l'entremise de stages au sein d'une rédaction sportive. L'analyse des entretiens semi-directifs révèle des discours dont les cadres de référence sont en pleine reconfiguration. Les représentations issues du milieu familial et du parcours étudiant se confrontent en effet avec celles qui émergent à l'issue de la première immersion en rédaction. Un discours fait de réticences par rapport aux pratiques observées n'empêche nullement une adhésion globalement forte au sous-champ. La volonté de faire carrière en est une des illustrations, ainsi qu'un discours volontariste par rapport à la précarité du marché du travail. Une rhétorique de la proximité et de l'adhésion, formulée après les stages, se voit conjointement critiquée et appliquée par les aspirants dans leurs démarches de socialisation professionnelle.

La vision angélique que nous propose Jacques Marchand en introduction est quelque peu chahutée au regard de cette réalité qui conditionne les manières de présenter le sport. **Jacques Blociszewski** aborde un cas concret de retransmission télévisée. La finale de la Coupe du monde de football 2010, Espagne/ Pays-Bas, a été marquée par nombre de comportements répréhensibles, notamment des joueurs hollandais. L'arbitre anglais Howard Webb a ainsi distribué 14 cartons jaunes et un rouge. Avec comme base principale le match diffusé sur TF1, l'auteur a listé les différentes missions des professionnels des médias et mené une analyse du récit médiatique lors des conduites sportives déviantes confrontées aux décisions de l'arbitre. Si, pour ce match, le bilan d'audience s'est avéré pour TF1 plutôt satisfaisant, cette analyse, *in fine*, met à jour l'absence actuelle de définition précise de la responsabilité sociale et éthique des médias. Cette question de la responsabilité sociale des médias sportifs mérite un débat à lui seul. Thierry Watine et le groupe de réflexion NORSOM<sup>3</sup>, puis Jean-Claude Bernard (2000) avec les MARS, et plus récemment Jean-Luc Martin-Lagardette (2006), Denis Ruellan (2001, 2007) et l'ensemble des chercheurs et professionnels des médias qui constituent l'Alliance internationale des journalistes<sup>4</sup> ont développé une expertise sur cette question. Elle mérite d'être étendue à l'objet « sport », c'est le sens du groupe de réflexion que nous avons mis en place au sein de l'ISCC<sup>5</sup> en 2010. Nous proposons également de rafraîchir ce concept de responsabilité sociale dans la contribution commune avec **Reynald Blion**<sup>6</sup>, dans une configuration particulière relative aux missions du Conseil de l'Europe. Cette perspective interroge l'exercice de la profession au regard des mutations contemporaines.

## L'exercice de la profession confronté aux mutations contemporaines

L'évolution des techniques ainsi que les finalités allouées au sport ont structuré, dans le temps, cette forme spécifique de journalisme. Avec la révolution du numérique, le spectacle sportif médiatisé se métamorphose, d'une part par l'usage de nouvelles technologies de l'image et, d'autre part, par l'émergence de nouveaux supports (largement débattu dans le numéro n°19 des *Cahiers du journalisme*, « Les nouveaux écrans du sport », 2009). Les dispositifs d'information en ligne impactent également l'ensemble des processus communicationnels. La révolution du numérique bouscule les modèles historiques de production, de diffusion et de consommation de contenus informationnels. Il s'agit d'une mutation médiatique, qui se double d'une transformation des usages et des pratiques professionnelles.

Alors qu'émergent de nouvelles formes d'exercice du journalisme parfois hâtivement rassemblées sous le terme de « journalisme citoyen », l'activité des journalistes trouve actuellement un prolongement dans des dispositifs d'auto-publication, tels que les blogs ou les médias sociaux, qui ouvrent des espaces nouveaux d'expression en dehors des contraintes éditoriales ou institutionnelles habituelles. **Françoise Papa** et **Laurent Collet** explorent cette tension entre expertise et expérience vécue, partagée à partir de l'analyse des dispositifs d'information sportive sur le Web, afin d'identifier les fondements possibles de la légitimité du journaliste de sport. Après une présentation liminaire de la littérature questionnant les pratiques journalistiques à l'ère des réseaux, l'article dresse un panorama général des manières d'impliquer les amateurs dans les dispositifs médiatiques. Un focus tout particulier porte sur l'analyse des dispositifs d'information en ligne, notamment dans le contexte de couverture médiatique des grands événements sportifs tels que les Jeux Olympiques, pris comme exemple.

Au-delà des innovations techniques, d'autres éléments de contexte interrogent également la mise en récit du sport. L'universalité des valeurs présupposées du sport se trouve aujourd'hui confrontée à l'internationalisation des spectacles sportifs médiatisés. Le sport est, par construction sociale, le lieu symbolique de concrétisation des idéaux démocratiques d'une juste compétition entre égaux : il est, dès lors, un terreau propice à la diversité et, tout à la fois, un terrain où émergent les problèmes (la question du racisme dans les stades, les violences, de l'homophobie, des discriminations liées au genre ou au handicap) qui contrarient ce modèle. Le sport peut-il répondre à ces attentes sociales

de tolérance, d'interculturalité, dans un contexte d'affrontements et de violences symboliques souvent surdimensionnées par les médias ? Ces questionnements nouveaux interrogent autrement les pratiques journalistiques, à l'exemple de la place des femmes dans une production médiatique, pensée à l'origine essentiellement par des hommes à destination des hommes. Sandy Montañola<sup>7</sup>, dans sa thèse sur la médiatisation des sportives de haut niveau dans la presse écrite, privilégie une approche du social en termes de constructions symboliques, façonnées par les situations et les dispositifs, susceptibles d'être historicisés et déconstruits. Elle réinterroge alors les préceptes de sous-médiatisation et de stéréotypisation. Dans ce numéro, **Lucie Schoch** engage un autre débat qui interroge les effets de l'accroissement de la présence des femmes journalistes au sein des rubriques sportives de la presse quotidienne romande depuis les années 2000. Elle montre, dans son étude, que les femmes journalistes ont tendance à produire des articles originaux qui se démarquent des conventions professionnelles auxquelles adhèrent la majorité de leurs confrères masculins.

L'ouverture d'un débat constatée en France en faveur de la mise en place de mesures pour l'expression de la diversité dans les médias s'inscrit dans une dynamique impulsée, à l'échelle européenne, par le Conseil de l'Europe et l'UNESCO. Toutefois, depuis la fin des années 1990, et de façon plus importante encore après les émeutes de 2005 qui révèlent un dysfonctionnement démocratique lié au déficit d'intégration des populations issues de l'immigration et de leur enfants dans la société (Maslet, 2012), on constate une multiplication des rapports ministériels, des recherches académiques et des initiatives des instances de régulation (CSA) en faveur d'une expression de la diversité dans les médias. La publication en 2000 du rapport du Commissariat général du plan *Médias, promouvoir la diversité culturelle* (Dagnau, 2000), les travaux de Claire Frachon et Virginie Sassoon intitulés *Média et diversité. De la visibilité aux contenus* (2008) et la création de « l'Observatoire de la diversité audiovisuelle » par le CSA en 2008<sup>8</sup> démontrent une volonté des pouvoirs publics et d'une partie des professionnels de reconsidérer la diversité dans les médias français. L'accent est mis plus spécifiquement sur la télévision, principal média de masse, mais également sur les nouveaux médias afin de permettre à la diversité de ne pas « louper » le virage du numérique.

Dans le contexte qui est le nôtre, le sport est considéré comme un lieu important de construction de cohésion, d'intégration sociale et d'expression de la diversité (Ragi, 2003 ; ONU, 2005 ; Gasparini et Comett, 2010) tout en étant un secteur majeur d'investissement de l'industrie

médiatique. Toutefois, la couverture médiatique du sport est loin de refléter la diversité sociale et culturelle et de garantir une équitable représentation de toutes et tous. Cette articulation entre le sport, dans ses relations aux médias, confronté à la question de la diversité – et donc en creux des discriminations – a donné lieu à la mise en place du programme MARS<sup>9</sup> (Média Against Racism & Sport), coordonnée par le Conseil de l'Europe (Coe) et financé par l'Union Européenne (UE). Avec **Reynald Blion**, nous dresserons la genèse et les fondements de ce programme qui révèle une mutation profonde concernant la façon dont est appréhendée le sport au sein des institutions européennes. Si l'objet « sport » semble faire consensus, centré sur les valeurs qu'il est censé incarner, il révèle alors un certain nombre de paradoxes. Ce point précis interroge la spécificité de l'objet « sport » et des liens qu'il est susceptible d'entretenir avec l'espace médiatique, à propos de cette question de la diversité. Dans ce cas, s'il existe une injonction forte de la part des différentes institutions pour mobiliser les médias, comment engager la profession dans une forme de responsabilité sociale à ce sujet ?

Le journalisme de sport recouvre des réalités complexes et hétérogènes. Il puise ses origines dans une triple stratégie de légitimation, celle du sport, celle du support et celle des discours, inhérente à un processus d'industrialisation du sport et des médias. Les liens qui s'établissent entre eux révèlent des postures journalistiques controversées et pose la question de la légitimité d'un ordre professionnel qui, comme son confrère en politique, est parfois soupçonné de connivence. L'un comme l'autre sont confrontés à une interrogation sociétale profonde sur les valeurs fondatrices de la démocratie, d'une part, et du sport comme pratique sociale, d'autre part. Mais le sport doit être porteur de comportements exemplaires alors qu'il révèle les excès et les dérives des sociétés contemporaines. Il se trouve donc également engagé dans un processus sociétal, une vision du monde, une éthique du futur. Le sport médiatisé constitue un opérateur de changement dans la production médiatique, un laboratoire technique pour les médias ; il peut désormais constituer un laboratoire médiatique, tourné vers des préoccupations sociétales contemporaines, ce qui engage les journalistes de sport vers une forme nouvelle de responsabilité sociale, au même titre que toute autre forme de journalisme qu'il reste à construire ■

## Notes

1. En 1950, on ne recense que 3 794 postes, 260 508 en 1955, puis plus d'un million en 1960.
2. À ce stade de notre réflexion, nous prenons le parti de dire qu'il s'agit réellement de « confrères ».
3. Nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes, Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille.
4. L'Alliance internationale des journalistes possède deux collections qui interrogent plus spécifiquement la RSJ : 1. la collection « Journalisme responsable » (<http://www.alliance-journalistes.net/rubrique65.html>) et 2. la collection « Chercheurs et journalistes » (<http://www.alliance-journalistes.net/rubrique74.html>).
5. *Responsabilité Sociale des Médias : Sport et Société*, financé par l'ISCC (Institut des Sciences de la Communication du CNRS), dans le cadre du programme interdisciplinaire de Recherche (PIR) du CNRS.
6. Responsable *Média & Diversité* au sein de la Direction Générale *Démocratie* du Conseil de l'Europe. Manager du programme *Media Against Racism and Sport (MARS)*.
7. <http://www.diffusiontheses.fr/59534-these-de-montanola-sandy.html>.
8. <http://www.csa.fr/Juridical-area/Decisions-du-CSA/Le-Conseil-cree-l-Observatoire-de-la-diversite-audiovisuelle>.
9. [http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default_en.asp).

## Références bibliographiques

- BERTRAND Jean-Claude (2000), *L'arsenal de la démocratie / Médias, déontologie et MARS*, Paris, Economica (Média-Poche).
- DAGNAUD Monique *et al.* (2000), *Médias, promouvoir la diversité culturelle*, Commissariat général du plan, Documentation française (<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/004001233/index.shtml>).
- DEFRANCE Jacques (1995), *Sociologie du Sport*, Paris, La Découverte.
- DURRY Jean (1992), « Une presse prolifique », dans *L'histoire en mouvement, Le sport dans la société Française (XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècle)*, sous la direction de Ronald Hubscher, Paris, Armand Colin.
- GASPARINI William *et al.* (2010), *Le Sport à l'épreuve de la diversité culturelle - intégration et dialogue interculturel en Europe : analyse et exemples de pratique*, Council of Europe.
- MARCHAND Jacques (1989), *La presse sportive*, Collection connaissance des médias, Paris, CFPJ, septembre 89.
- MARCHETTI Dominique (2002), *Les sous-champs spécialisés du journalisme*, Réseaux, CNET, n°111.
- MARCILLAC Raymond (1994), *À vous Cognacq-Jay ! Les dessous de la radio et de la télévision*, Paris, Grancher, p. 135-136.

- MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc (2006), *L'information responsable. Un défi démocratique*, Paris, éditions Charles Léopold Mayer.
- MASCLET Olivier (2012), *Sociologie de la diversité et des discriminations*, Paris, Armand Colin, p. 79.
- RAGI Tariq (2003), *Sport et intégration sociale*, revue Agora, Paris, L'Harmattan.
- RAUL Pauline *et al.* (2007) « The professional constraints of the sports journalist : Autonomy versus Heteronomy. The example of the treatment of the stages in the Tour de France (19-20 July 2006) », *Sport in a Global World : Past, Present and Future*, World Congress at the University of Copenhagen, 31 July-5 August 07.
- RUELLAN Denis (2007), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- RUELLAN Denis (2011), *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- SEIDLER Édouard (1964), *Le Sport et la Presse*, Paris, Armand Colin.
- WATINE Thierry *et al.* (1996) « La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes », *ESJ Lille, Les Cahiers du journalisme*, n°2, « Le journaliste, acteur de société », p. 108-127.
- WILLE Fabien (2002) (dir.), « Journalisme sportif, le défi éthique », *ESJ Lille, Université Laval (Québec), Les Cahiers du journalisme*, n°11, 245 p.
- WOLTON Dominique (2003), *L'autre mondialisation*, Paris, Flammarion.