

Le programme MARS, Media Against Racism and Sport : une tentative de construction de la responsabilité sociale des médias de sport

Fabien WILLE

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

Reynald BLION

Responsable Media & Diversité,
Direction Générale Démocratie
du Conseil de l'Europe
Manager du programme
Media Against Racism and Sport
(MARS)
reynald.blion@coe.int

Résumé

Situé dans le prolongement des recommandations formulées par divers organes du Conseil de l'Europe sur le pluralisme des médias, l'expression de la diversité et la non-discrimination et des acquis de la Campagne antidiscrimination 2008-2010 du Conseil de l'Europe, le programme joint UE / CdE MARS – Media & Anti-Racisme dans le Sport – entend faire de l'expression de la diversité et de la non-discrimination un angle récurrent de couverture médiatique. Notre objectif est donc de recontextualiser ce programme MARS et d'en définir la genèse au carrefour de plusieurs éléments structurants : prérogatives institutionnelles, façon de penser le sport, nature du spectacle produit, rôles et fonctions assignés aux médias, émergence d'une responsabilité sociale des médias et des journalistes. Notre participation au programme MARS et les différents échanges réalisés avec Reynald Blion (manager du projet) nous permettent de montrer que ce programme s'inscrit dans la continuité des actions antérieures, au carrefour des stratégies relatives aux missions du Conseil de l'Europe et au terme de ce projet, il s'agit d'en présenter les premiers enseignements. Notre propos interroge alors 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. Si l'objet « sport » semble faire consensus, centré sur les valeurs qu'il est susceptible d'incarner, il révèle avant tout un certain nombre de paradoxes.

Cela concerne une vision positive du sport confrontée à une réalité qui vient la contredire. Il interroge ensuite la posture journalistique et soulève la question de sa responsabilité sociale. Notre analyse révèle enfin une très grande hétérogénéité à l'échelle européenne quant aux contraintes et enjeux nationaux, aux problématiques concernant la question même de la discrimination, au paysage médiatique, au poids culturel de tel ou tel sport, aux relations entre les centres de formation et la profession

Des institutions internationales aussi diverses que l'ONU, l'UNESCO, le Conseil de l'Europe et, en France, le ministère de la Culture et de la Communication ont, avec la mise en place d'un label « diversité » dans les médias, témoigné d'un volontarisme politique et ont signifié leur détermination à prendre en compte la question des diversités dans notre démocratie. Cette volonté s'accompagne d'une injonction forte vis-à-vis des médias, dont la mobilisation est requise.

C'est au cours des années 1960, aux États-Unis, que le concept de diversité – plus particulièrement celui d'expression de la diversité sociale – apparaît, et que l'accès des personnes issues des minorités ethniques se décline en tant que stratégie de ressource humaine au sein des entreprises de presse (Kamalipour, 1998). En France, depuis la fin des années 1990, le monde de l'entreprise mais également celui de l'enseignement et de la formation professionnelle se sont accaparés la question de la diversité (Harvey, 2002), et plus particulièrement de la représentation de la diversité culturelle au travail et à l'Université (Sabbagh, 1999).

De façon spécifique, il convient de préciser qu'en France certaines écoles de journalisme mènent depuis plusieurs années des initiatives afin de faciliter l'accès aux formations de journaliste à des jeunes, garçons et filles, issus de la diversité « sociale » et « ethnique ». C'est notamment ce que rapporte une étude sociologique récente (Chupin, 2012), commanditée par la conférence nationale des métiers du journalisme, sur les initiatives en faveur d'un recrutement accru d'étudiants issus de la diversité au sein des écoles de journalisme.

En 2007, le Conseil national des activités physiques et sportives (CNAPS), dans le rapport qu'il remet au ministère de la Santé et des Sports, se réapproprie cette question et révèle la façon dont est pensé le rôle des médias dans le sport à ce sujet. Celui-ci est limité à la promotion d'un partenariat entre les organisations sportives et les médias en faveur de la lutte contre les violences et les discriminations dans le sport. Les recommandations s'apparentent à la publicisation des bonnes pratiques qui consiste à engager la profession dans une

posture militante, sans s'interroger et sans comprendre l'exercice de la profession de journaliste dans cette configuration particulière.

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 MARS¹ (*Media Against Racism & Sport*), financé par l'Union européenne (UE) et le Conseil de l'Europe (CdE), et mis en place par ce dernier. Ce programme révèle une mutation profonde concernant la façon dont est appréhendé le sport au sein des institutions européennes.

Considérée au départ comme une activité économique par l'UE et la Commission, la question sportive se trouve désormais confrontée à une conception largement répandue qui est celle de valeurs intrinsèques, apparaissant alors comme un instrument d'intégration sociale, de dialogue multiculturel, de prévention à la santé et de lutte contre les discriminations. Le sport doit alors être porteur de comportements exemplaires. En effet, l'arrêt de 1974 (Walrave et Koch) rendu par la Cour de justice européenne a établi que le sport relevait du droit communautaire dans la mesure où il constituait une activité économique.

La Commission européenne, quant à elle, appréhendait le sport par son inscription dans un univers économique et marchand, comme en témoignent plusieurs affaires concernant la libre circulation des travailleurs (Lehtonen, Deliège, Kolpak), suite à l'affaire Bosman. Dans cette même perspective, la Commission Prodi a engagé, en 1999, un dialogue avec des organisations sportives dans le but « *de les aider à s'adapter à différents styles de management et à satisfaire aux nouvelles exigences de la libre concurrence et de la responsabilité financière* ».

En déclarant l'année 2004 « Année européenne de l'éducation par le sport », l'UE changeait de posture et voulait alors montrer clairement son intention de jouer un rôle important dans la promotion et la restauration des valeurs sportives et du potentiel éducatif et social du sport. Dans ce contexte européen, vouloir agir sur le traitement médiatique de la diversité dans le sport ne peut alors s'examiner indépendamment de la façon dont les instances communautaires pensent le rôle social du sport. Mais vouloir responsabiliser les médias, nécessite également de prendre en compte les logiques de fabrication de l'information sportive.

La responsabilité sociale des journalistes étudié à travers le prisme de l'expression de la diversité dans les productions journalistiques relatives au sport trouve ses racines dans le croisement d'une littérature pluridisciplinaire : entre la déontologie des médias, le rôle du journalisme dans la démocratie, mais également celui de l'expression

de la diversité dans les médias et enfin celui du rôle social et du positionnement médiatique du sport. Notre réflexion considère alors l'information sportive 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 comme un fait de langage (Veron, 1997 ; Esquenazi, 2002).

Partant du postulat que la fonction essentielle des médias consiste moins à informer à propos d'événements que de « *donner du sens* » au monde qui nous entoure, les travaux de Delforce (1996) attribuent au journaliste une responsabilité sociale 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 ou, au contraire, conforter des discours sociaux qui leur préexistent. « Donner du sens » implique donc une responsabilité sociale 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. Cette fonction fait du journaliste un acteur social à part entière, et non un simple témoin-médiateur hors du jeu social. Remplir pleinement ce rôle social, c'est, selon Bernard Delforce, adopter une posture citoyenne qui impose des façons spécifiques de regarder les choses, de les penser et d'en parler.

Devant la multiplication des sources d'information mises à disposition du grand public, « donner du sens » à l'information s'impose comme un besoin et une demande sociétale (Beciu & al., 2009 ; Pereira & Maia, 2010). Les années 1990, sur fond de crise économique, d'aggravation des inégalités, de concentration industrielle et de financiarisation accrue des entreprises de presse, altèrent cette vision (Watine, 2003). En France, les travaux de Ruellan (1993) ré-interrogent la profession de journaliste ; ceux de Bohec (2000), Ramonet (2001) et Champagne (2000) font explicitement référence aux positions théoriques de Bourdieu (1996) selon lesquelles la responsabilité sociale 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. Nerone (1995) et McQuail (1997, 2003) précisent qu'il convient de dépasser (sans pour autant l'exclure) l'argument des logiques financières et des contraintes imposées par les propriétaires des médias.

L'objectif de notre propos est donc de recontextualiser le programme MARS et d'en définir la genèse au carrefour de plusieurs éléments structurants. Guidé par une éthique du futur (Jonas, 1994), le sport est pensé comme pouvant contribuer aux finalités poursuivies par les instances européennes. Il n'est plus considéré uniquement comme une

activité économique, mais constituerait déjà à lui seul un vecteur de diffusion d'une responsabilité sociale (Smith, 2007). Si l'objet « sport » semble faire consensus, centré sur les valeurs qu'il est susceptible d'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. Notre participation au programme MARS et les différents échanges réalisés avec Reynald Blion nous permettent, enfin, de montrer que ce programme s'inscrit dans la continuité des actions antérieures, au carrefour des stratégies relatives aux missions du Conseil de l'Europe. Ce programme construit sa légitimité sur un premier constat quantitatif quant au traitement médiatique de la diversité dans le sport. Il intègre les spécificités des contextes nationaux par l'organisation de rencontres dans différents pays ciblés, avec pour intention finale de proposer des outils à destination des professionnels des médias. Néanmoins, ce programme laisse un bilan contrasté quant à l'implication réelle des acteurs des médias de sport, même si dans les hypothèses de travail, le programme MARS considèrerait que la couverture du sport ne devrait pas relever des seul/es journalistes et médias de sport.

Le sport : d'une activité économique à une implication sociétale

Lors de la fondation du Conseil de l'Europe le 5 mai 1949, les dix membres fondateurs ont déclaré vouloir mener « *une action commune dans les domaines économique, social, culturel et scientifique* », ce qui a abouti en 1954 à l'adoption de la Convention culturelle européenne. L'intégration institutionnelle du sport au sein du Conseil de l'Europe est intervenue en 1976 avec la création du Comité directeur pour le développement du sport (CDDS) qui était chargé de promouvoir activement les valeurs fondamentales du Conseil de l'Europe (droits de l'homme, démocratie parlementaire, primauté du droit) *dans et par le sport*. Le sport se devait en effet d'être, lui aussi, à la hauteur des idéaux de l'Organisation.

L'inscription du sport dans les politiques européennes correspond à une réalité hétérogène. L'UE, par l'introduction d'une « *déclaration sur le sport* » annexée au traité d'Amsterdam de 1997, a alors donné un signal politique concernant l'importance nouvelle accordée au sport, faisant alors référence à ses valeurs. Le sport a donc alimenté de nombreuses politiques communautaires : les 20-23 mai 1999 a lieu la

première conférence européenne sur le sport à Athènes (Grèce), les 11 et 12 décembre 1999, il s'agit du Rapport de Helsinki sur le sport. Les intentions et actions ciblent les secteurs tels que la santé, l'audiovisuel, l'éducation, la formation et la jeunesse, la promotion de l'inclusion sociale, la lutte contre la discrimination, l'environnement, etc.

Si l'Union européenne semble avoir joué de temps pour considérer le sport dans une dimension autre qu'économique, la politique du Conseil de l'Europe dans le domaine du sport a, quant à elle, été axée principalement sur le maintien de certains principes : l'autonomie et l'auto-réglementation du sport, la lutte contre certains phénomènes négatifs (comme le dopage et la violence des spectateurs). Une centaine de textes élaborés par le Conseil de l'Europe (recommandations, déclarations, résolutions et conventions) soutiennent et guident les activités sportives dans l'ensemble de l'Europe. L'autonomie du sport a constitué un principe essentiel dans le dialogue entre les représentants gouvernementaux et non gouvernementaux du secteur sportif. Les États s'intéressent donc également non seulement au développement du sport, mais aussi à l'influence que le sport peut exercer sur d'autres domaines de l'action publique comme la lutte contre la discrimination, la promotion de la santé ou l'intégration.

Les documents stratégiques qui sont la Convention européenne sur la violence des spectateurs dans le sport (adoptée en 1985, quelques mois après la tragédie du Heysel qui fit 39 morts et des centaines de blessés et aujourd'hui ratifiée et entrée en vigueur dans 41 États membres du Conseil de l'Europe), la Convention de lutte contre le dopage de 1989, préparée au lendemain des Jeux Olympiques de 1988 (et qui peut être considérée comme le premier texte international jamais établi dans ce domaine) ainsi que la Charte européenne du sport et le Code d'éthique sportive de 1992, (révisés en 2001) avaient pour objectif d'influer sur les activités sportives au niveau européen. Ils avaient également pour intention de constituer une référence mondiale pour l'engagement des autorités publiques « en faveur d'un sport sain ».

Dans le plan d'action du Troisième Sommet du Conseil de l'Europe (Varsovie, 2005), les chefs d'États et de gouvernements réaffirment la grande importance portée à la promotion du sport. Les ministres européens réunis à Moscou pour leur 17^e réunion informelle en 2006 ont souligné la nécessité de concevoir de nouvelles formes de coopération paneuropéenne et ont encouragé le Conseil de l'Europe à poursuivre son action dans le domaine du sport. Ils se sont déclarés favorables à la création d'un Accord partiel élargi sur le sport (APES²). L'APES, créé en mai 2007, a été définitivement établi le 13 octobre 2010 par le Comité

des ministres, avec pour mission d'établir des normes internationales, de développer un cadre pour une plateforme paneuropéenne de coopération internationale sportive afin de promouvoir « *un sport plus sain, plus juste dans le cadre d'une meilleure gouvernance* ».

Cet accord ouvre la voie à une action mieux ciblée dans le domaine du sport et renforce des partenariats avec le mouvement sportif. Pour l'APES, le souci d'exemplarité du sport est récurrent. En octobre 2012, il co-organise un événement avec la Fédération sportive européenne gaie et lesbienne (EGLSF). Exemplarité se mêle à contemporanéité. En effet, suite à la dernière conférence des ministres responsables du sport (Belgrade, 15 mars 2012), le Comité des ministres a invité l'APES à lancer la négociation d'une éventuelle convention du Conseil de l'Europe contre la manipulation des résultats sportifs, et notamment les matchs arrangés. Ce problème ne touche pas uniquement le monde du sport, mais est directement lié à la lutte contre les crimes organisés et la corruption. Au-delà de la manipulation des résultats sportifs, c'est la protection des valeurs fondamentales des 47 États membres du Conseil de l'Europe, notamment l'État de droit, qui est en jeu³.

Si le Comité des ministres du Conseil de l'Europe veut peser sur l'organisation du sport pour mieux en réguler les déviances, de son côté, la Commission européenne à travers Ján Figel, commissaire en charge de l'éducation, de la formation, de la culture et de la jeunesse, affirmait, lors de l'adoption de son livre blanc sur le sport, le 11 juillet 2007, sa volonté d'« *encourager l'utilisation du sport comme instrument de la politique de développement de l'UE* ». Jeu (1992) évoque le principe d'aliénation du mouvement sportif, *le sport se doit de servir la politique*. C'est dans cette perspective que le Conseil de l'Europe s'est engagé dans le projet MARS, conformément aux prérogatives qui lui sont attribuées. Pour Reynald Blion, Responsable *Media & Diversité* et du Programme *Mars* au sein du Conseil de l'Europe, « *MARS se structure essentiellement, mais non exclusivement, autour du sport considéré comme un lieu de construction de cohésion sociale et également un secteur majeur d'investissement de l'industrie médiatique mais dont la couverture médiatique est paradoxalement loin de refléter la diversité sociale et culturelle et de garantir une équitable représentation (expression) de toutes et tous.* »

Si le sport se doit d'être plus vertueux que la société dans laquelle il se trouve, le traitement médiatique de la diversité est alors un marqueur des capacités d'inclusion (ou d'exclusion) de cette même société. Dans le programme MARS, ni la priorité, ni l'objectif ne sont d'agir sur le sport, mais sur le traitement médiatique qui en est fait. Par contre, si le sport fait consensus, sa médiatisation révèle des paradoxes.

Le spectacle sportif médiatisé : un objet consensuel et paradoxal

En accompagnant le développement de la télévision, la Coupe du Monde 1954, organisée en Suisse, est à l'origine de la création de l'Eurovision en juin de la même année, pour favoriser les échanges d'images et de programmes au sein de l'Europe. Suite à une période de conflits armés récurrents, la perspective européenne était désormais celle de la collaboration et de l'échange. En 1960 ce sont les Jeux Olympiques de Rome qui sont retransmis, en direct, sur l'ensemble du territoire européen. Dans ce contexte, les compétitions médiatisées à l'échelle européenne avaient davantage pour effet de renforcer les sentiments identitaires, d'appartenance à un pays. Aujourd'hui, les vocations allouées au sport poursuivent un tout autre objectif, qui serait de participer à la construction d'une citoyenneté nouvelle (Schneeberger, 2008), basée sur le vivre ensemble (Touraine, 2010).

Cette démarche est a priori paradoxale. En effet, l'explosion de la communication se trouve au cœur d'un processus où les progrès techniques, les valeurs de liberté et de démocratie, participent à la construction d'un nouvel espace public européen. Le XX^e siècle fut, effectivement en Europe, l'avènement d'une société ouverte avec la libre circulation des hommes, des biens, des services et des idées (traité de Rome, 1957 ; traité de Maastrich, 1992), ce qui interroge le rôle des médias dans ce processus (Gripsrud, 2007).

Notre propos n'a pas la prétention d'y répondre, mais lorsque Lauristin (2007) rappelle Habermas (2001) lorsqu'il fait valoir que la construction européenne doit reposer sur deux piliers, le concept de société de bien-être et le rejet du nationalisme, cela interpelle directement le spectacle sportif médiatisé qui semble en constituer l'antithèse. En effet, les événements sportifs internationaux sont plutôt enclins à attiser les rivalités nationales plutôt que de les apaiser. De ce fait, un ensemble de questionnements émerge sur le traitement médiatique des phénomènes de violences, qu'elles soient sportives ou sociales, sur le rôle que peuvent jouer les médias concernant les actes de racisme ou de discrimination, ou encore, sur l'intégration des problématiques interculturelles dans un contexte européen.

Ces crises confrontent les acteurs des médias sportifs à des dilemmes éthiques contemporains, pris entre le devoir d'informer et l'obligation de passer sous silence ces comportements pour éviter toute forme de publicisation (valorisation, engrenage des conduites déviantes, etc.). Il serait bon, alors, d'interroger les tenants et aboutissants de la

responsabilité collective et de choisir entre deux types essentiels de prise de position : l'invocation de l'impuissance et/ou la recherche passéiste de coupables pointant du doigt une culpabilité médiatique ou l'acte d'assumer ses responsabilités et de chercher des modes innovateurs de résolution des crises, résolument tournés vers l'avenir à l'exemple du *public journalism* ou *civic journalism* qui se développent sur le continent nord-américain depuis le début des années 1980.

Il serait bon, alors, d'interroger les tenants et aboutissants de la responsabilité collective. Cela aboutirait alors à choisir entre deux types essentiels de prise de position ; soit les médias et leurs journalistes invoquent leur impuissance ou encore se réfugient derrière une recherche, au demeurant passéiste, de coupables pointant du doigt la culpabilité des médias, soit ils (médias et journalistes) assument leurs responsabilités et recherchent des modes innovateurs de résolution des crises, résolument tournés vers l'avenir à l'exemple de ce que proposent le *public journalism* ou le *civic journalism* développés sur le continent nord-américain depuis le début des années 1980 (Watine, 1996).

Alors que l'objet « sport » occupe une place importante dans l'espace social (comprenant le rôle joué par les médias), bien souvent les journalistes de sport ont encore peine à s'imposer comme de réels professionnels de l'information, comme « frappés du sceau de l'illégitimité culturelle ». Paradoxalement, on assiste en France à une posture assumée de cette catégorie de journalistes spécialisés en tant qu'acteurs volontaires, en charge de la légitimation du sport et de sa préservation, défenseurs de ses vertus, favorisant l'intégration, l'épanouissement, la santé ou encore un outil de lutte contre les discriminations.

Cette posture, si elle fait consensus, est elle-même contredite par les discours de ces mêmes journalistes qui, de manière impensée, conduisent à stigmatiser les différences au travers de l'expression de lieux communs. 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 (question du racisme dans les stades, de l'homophobie, des discriminations liées au genre ou au handicap) qui contrarient ce modèle.

Au sein des médias, dans quelle « sémantique de l'action⁴ » les journalistes de sport participent-ils à la construction des représentations sociales de la diversité ? Le sport apparaît souvent comme un miroir de nos sociétés, il est le lieu de tous les débordements affectifs, il exacerbe les passions et, en tant que *fait social*, il place les journalistes face à la responsabilité de lui donner du sens. L'exemple de la co-construction par

les médias d'avant-guerre du mythe de l'athlète noir (Deville-Danthu, 1992) suite aux victoires des athlètes américains de couleur lors de Jeux de Berlin de 1936, est révélateur de ce processus.

Plus proche de nous, Montañola (2012) a démontré comment Caster Semenya, athlète sud-africaine, a déclenché une polémique dans le domaine sportif suite à sa victoire aux championnats du monde de Berlin (2009). Ses résultats, son style de course, son style vestimentaire, sa voix ont été jugés masculins (elle « a assommé la concurrence... et si c'était un homme ? », *Libération*), l'IAAF a missionné une commission d'experts pour déterminer son appartenance sexuée. Les médias ont été confrontés à une véritable difficulté quant à cette « affaire », symbolisée par des hésitations dans sa désignation : « cette personne » (*L'Équipe*) ; « Elle, ou il, est encore très jeune » (*Libération*), mais également par le recours à de très nombreux locuteurs (famille, entraîneurs, médecins, gynécologues, associations intersexes).

En France, les métaphores employées pour qualifier la performance sportive d'un(e) athlète issu(e) 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. Les discours produits par les journalistes à l'occasion des JO de Londres qualifient par exemple Christophe Lemaître de « bolide » (*Ouest-France*, 07/08/2012) et, 20 ans après son premier titre olympique sur 400 mètres, Marie-José Pérec de « gazelle » (*L'Express*, 27/07/2012).

De ce fait, face à l'émergence d'une société multiculturelle dans un contexte d'internationalisation des messages, les questions d'identité nationale, d'interculturalité ou de déviances préoccupent certains acteurs politiques nationaux et européens⁵, les médias apparaissant alors comme un support idéal pour répondre à ces problématiques. Pour Viviane Reding (2010⁶), « la diversité et l'inclusion sociale sont des valeurs sur lesquelles repose notre Union, et elles sont d'autant plus importantes dans le contexte économique actuel » ; dans ce cas, « les médias peuvent jouer un rôle clé dans la lutte contre les discriminations, les préjugés et les stéréotypes en écrivant sur ces questions. Les journalistes peuvent susciter le débat. Ils peuvent influencer et conscientiser nos sociétés sur des questions aussi importantes que la discrimination. » C'est dans ce contexte que le rapport *Media & Diversity*, produit dans le cadre de la campagne 2008-2012 *Dites Non à la Discrimination* du Conseil de l'Europe, propose un certain nombre d'outils à destination des professionnels des médias⁷.

Le programme MARS se situe donc dans la continuité de ces actions, conformément aux missions du Conseil de l'Europe, avec l'intention de se structurer autour de l'objet sport, selon les finalités qui lui sont allouées.

Le programme MARS, dans la continuité des actions et au carrefour des stratégies

Ce programme prend appui sur un constat quantitatif qui concerne la mise en représentation de la diversité dans les médias, ce qui constitue la première étape de la construction d'un agir responsable (Arendt, 2003). Pour le responsable du programme MARS, « *différentes études font un constat cinglant sur la représentation de la diversité. Celle-ci aborde la question des rapports hommes-femmes, des minorités ethniques, de l'orientation sexuelle et du handicap. En Europe, même si les femmes représentent plus de la moitié de la population européenne, seul un quart d'entre elles figurent dans les informations (GMMP 2010) ! On remarque ce même mécanisme de sous-représentation pour la population les immigrés. Celle-ci représente environ 10 % de la population de l'Union européenne (Eurostat 2011), or les migrants et les personnes appartenant aux minorités ethniques figurent pour moins de 5 % comme acteur principal dans les informations diffusées en Europe (Ter Wal, 2004). Les personnes lesbiennes, gays, bisexuelles et transgenres (LGBT) représentent environ 6 % de la population vivant au Royaume-Uni, elles comptent pour moins de 1 % de la population vue à la télé. Si 20 % des personnes résidant au Royaume-Uni vivent avec un handicap, elles sont moins de 1 % à être représentées au sein de la télévision britannique (CDN 2009-2010 Progress Report).* »

Si ce constat révèle, d'une façon macroscopique, davantage un indicateur quant au traitement médiatique du sport, à propos de la diversité, il constitue par contre un argument de légitimation pour engager une réflexion sur le rôle des médias. Reynald Blion précise alors la façon dont ce rôle est pensé dans la construction de ce programme : « *Par les sources sollicitées, par les sujets choisis et par les modes de traitement utilisés, les médias influent sur l'agenda et sur la perception des débats contemporains. C'est pourquoi le Conseil de l'Europe considère qu'une information réellement inclusive de toutes les diversités constitutives de nos sociétés contemporaines est un enjeu fondamental pour la cohésion sociale et pour la participation démocratique. Mais aujourd'hui, trop nombreuses sont encore les personnes à être exclues des médias et donc des débats publics parce qu'elles sont très souvent invisibles ou inaudibles au sens où leurs sujets, questionnements, points de vue sont rarement pris en compte.* »

Comment alors associer les journalistes sportifs à ce projet et, de ce fait, construire une responsabilité sociale au regard des missions du Conseil de l'Europe ? Il faut donc dépasser le stade de l'impensé et ne pas réduire cette question au fortuit où il suffirait d'évoquer les valeurs du sport comme des preuves d'engagement social. Cette responsabilité ne peut pas être uniquement le fait d'acteurs volontaires isolés, militants, publiant dans des niches médiatiques et il ne faut pas simplifier cette question à la publicisation de campagne de communication destinée à promouvoir la diversité dans les médias. L'objectif est donc de construire une responsabilité sociale au quotidien, pour permettre au journaliste d'adopter une posture citoyenne, dans la façon de regarder les choses, de les penser et d'en parler conformément à la définition donnée précédemment.

Pourquoi le sport échapperait-il à cette perspective ? En effet, comme le rappelle Reynald Blion, « *le traitement médiatique du sport est d'avantage factuel, et rares sont les articles de presse qui portent sur les aspects culturels et sociaux du sport. Différentes études montrent par ailleurs l'hyper-masculinisation de l'information sportive dans la presse écrite internationale ainsi que le non-respect des règles de déontologie professionnelle par les journalistes de sport puisque 20 % des articles publiés ne s'appuient sur aucune source et 40 % ne citent qu'une seule source.* »

En complément de ce constat qui interroge la pratique professionnelle, le journaliste de sport, au même titre que les autres journalistes, ne peut pas être un témoin médiateur hors du temps social, il est lui aussi un co-constructeur de sens. Ce programme s'inscrit donc dans le prolongement des actions entreprises par les différentes institutions européennes, et notamment celles menées par l'APES, tout en s'intéressant prioritairement à la question médiatique. Reynald Blion explique que « *située dans le prolongement des recommandations formulées par divers organes du Conseil de l'Europe sur le pluralisme des médias, l'expression de la diversité et la non-discrimination des acquis de la Campagne antidiscrimination 2008-2010 du Conseil de l'Europe, ce programme joint (UE / CdE MARS - Media & Anti-Racisme dans le Sport) entend faire de l'expression de la diversité et de la non-discrimination un angle récurrent ou encore permanent de couverture médiatique. Au travers de cette approche appliquée aux questions de sport, le programme MARS entend encourager l'émergence de modes de production de contenus médiatiques interculturels et réellement inclusifs, reproductibles dans tous les secteurs et toutes formes de couverture médiatique.* »

Complexe, hétérogène sur le plan européen, cette question du traitement médiatique de la diversité dans le sport doit pouvoir se

décliner dans des actions transférables aux différents pays d'Europe. Une culture ne peut évoluer qu'au contact avec d'autres cultures. Le pari de l'interculturalité est celui de la rencontre et du respect, qui implique, par définition, des interactions. Ainsi, selon Reynald Bliion, « *l'objectif du programme MARS a été de créer un réseau médiatique européen contre le racisme et pour le dialogue interculturel, conçu comme une plateforme d'échanges, de dialogue et d'action entre médias grand public et médias des diversités et des minorités. Les différentes rencontres programmées dans différents pays d'Europe avaient pour but de stimuler le croisement des pratiques professionnelles médiatiques en matière de formation, de production et de gestion éditoriale, et ce afin de développer une approche inclusive et interculturelle dans la production de contenus médiatiques.* »

Ce programme s'est donc construit sur la base de rencontres et d'échanges, à l'occasion de trois rencontres européennes (Bruxelles, Birmingham, Bordeaux), 15 rencontres nationales (Viennes, Lille, Bologne, Varsovie, Nicosie, Vilnius, Paris, Dublin, Cluj, Helsinki, Berlin, Budapest, Sofia, Madrid, Mechelen) selon trois axes d'intervention : la formation, l'éthique et la production définis et appréhendés de la manière suivante :

Les rencontres « **Formation & Éducation au Journalisme & aux Médias** » se sont fixé pour objectif de construire des outils qui permettent aux formateurs et éducateurs de développer et de disposer des outils méthodologiques et pédagogiques de formation au journalisme et d'éducation aux médias pour que les futur/es journalistes mais aussi les journalistes en activité soient en mesure d'appréhender l'expression de la diversité (et donc, en creux, la non-discrimination) comme un angle récurrent de couverture médiatique.

Les rencontres « **Gestion Éditoriale & Éthique** » entendaient permettre aux futur/es journalistes mais aussi aux journalistes en position d'inclure la non-discrimination et l'expression de la diversité dans leur propre éthique professionnelle et de les considérer en termes de gestion éditoriale comme un angle récurrent de couverture médiatique.

Enfin, les rencontres « **Productions Croisées Médiatiques** » cherchaient à encourager par la construction de duos de professionnels des médias au niveau européen chargés de co-produire et co-diffuser des reportages écrits ou audiovisuels de qualité et professionnels portant sur les questions de sport, même si pas exclusivement, incluant la non-discrimination et l'expression de la diversité comme angle récurrent de couverture médiatique.

La genèse de ce programme révèle des choix idéologiques, stratégiques qui tiennent compte des contraintes nationales, ce qui nous permet également de dresser une première analyse sur les résultats obtenus concernant le processus de construction d'une responsabilité sociale des journalistes dans le traitement médiatique de la diversité dans le sport.

Sport, médias et diversité : un bilan contrasté

Si l'intention initiale de ce projet était de combattre en priorité la discrimination d'origine ethnique (le racisme) en concentrant les efforts sur un secteur de l'information (le sport), dans les faits, on a assisté à une mobilisation de l'ensemble des acteurs des médias dans les différents pays visités, mais avec une représentation faible des médias de sport. Cette faible mobilisation des médias de sport peut s'expliquer par le fait que le programme MARS a souhaité considérer que la couverture médiatique du sport ne devait pas être le seul fait des médias et des journalistes de sport. De même, les différentes rencontres ont conduit à un traitement plus large de la question des discriminations qui recouvre désormais les dimensions certes ethniques, mais également culturelles, culturelles, de sexe, de genre, de handicap et d'orientation sexuelle, élargies aux différents supports médiatiques.

Suite à ces différentes rencontres, on peut s'apercevoir également qu'il existe une très grande hétérogénéité, non seulement dans la façon de percevoir cette question de la diversité/discrimination, mais également dans la prise en compte du traitement médiatique de cette diversité. Dans quelques pays, principalement de l'Europe de l'ouest, cette question de la diversité est structurellement pensée dans les rédactions⁸. Il existe parfois un référent⁹ et/ou un label diversité¹⁰, mais qui se construit en premier lieu autour de problématiques de ressources humaines avec le recrutement de journalistes (présentateurs) issus de cette diversité.

Il apparaît nécessaire de poursuivre et d'élargir ces actions à la construction du récit médiatique. Un des moyens pour y parvenir, c'est de porter une expertise sur les effets présumés des discours sociaux produits, comme cela a pu être fait dans le baromètre de la diversité produit par le CSA belge (2010-2012) ou encore français (2008). Plusieurs études, relatives aux commentaires sportifs télévisés, ont également démontré leur influence dans la catégorisation physique, intellectuelle, sociale des sportifs de couleur par les téléspectateurs ou le public des salles de sport (Charlot & Clément, 2007 ; McCarthy & Jones, 1997 ; Bruce, 2004).

Les discours co-construisent les représentations sociales des identités de genre et reproduisent des discours coloniaux et de catégorisation ethnique. 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 & al., 2010, 2012), en Écosse (Kelly, 2011) ou encore en Slovénie (Ličen, 2011). Les métaphores ou dénominations employées soulignent les routines langagières et professionnelles des journalistes et posent la question de la responsabilité sociale dans sa globalité ; de sa construction à son appropriation, c'est-à-dire de la formation au recrutement des journalistes en passant par l'étude du respect des normes, mais également celle des pratiques professionnelles et enfin par l'analyse des productions médiatiques afin d'en comprendre l'imputabilité (Ricœur, 1995) sur l'expression de la diversité (lutte ou renforcement des inégalités et des discriminations sociales). Dans le même temps cette responsabilité ne pourra être effective que si l'on tient compte des enjeux et des contraintes liées à la pratique professionnelle qui est souvent mise en avant par les professionnels des médias.

Certaines contraintes émergent. Elles concernent les liens organiques existant entre la presse, le milieu sportif, le monde économique et politique. La proximité et la connivence nécessaire interrogent la faisabilité de la construction de cette responsabilité sociale. Les stratégies d'audience ou d'intérêt suscitées par la médiatisation incitent à la démesure et à l'affrontement symbolique peu propice à une vision apaisée de l'engagement sportif. Il apparaît donc que pour rendre le journaliste socialement responsable il faut pouvoir développer des moyens pour qu'il puisse le devenir. Pour y parvenir, une expertise des effets présumés et le développement de moyens internes de régulation sont nécessaires.

Dans d'autres pays d'Europe (que l'on pourrait appeler les pays émergents), les échanges révèlent des problèmes sociétaux qui vont au-delà de la dimension sportive, avec une hiérarchisation implicite des questionnements. La diversité ethnique, culturelle ou culturelle révèle des dysfonctionnements majeurs de certains pays qui ont parfois des difficultés à se libérer de l'emprise de leur passé¹¹, reléguant au second plan les questions du sexe, du genre, de l'orientation sexuelle ou du handicap, ces aspects étant du domaine de l'impensé. Les échanges ont également révélé des conflits générationnels, mettant à jour des oppositions entre conservatisme et modernité, avec une propension pour les jeunes journalistes à traiter de manière plus large et dépassionnée la diversité. Certains pays font également état d'une

absence de collaboration entre les écoles de journalisme et la profession elle-même. Dans ce cas précis, tout l'enjeu de ces rencontres restera une prise de conscience de cette nécessité d'engager une réflexion commune sur ces questions.

Conclusion

L'injonction forte d'intégrer la question de la diversité dans les médias est le résultat d'un processus de construction aux facettes multiples qui correspond à des choix idéologiques et stratégiques qui émanent d'ONG, d'instances supranationales (UNESCO, Conseil de l'Europe), d'organismes de régulation (CSA) ou d'entreprises médiatiques affichant ainsi leur détermination à prendre en compte cette question dans notre démocratie. Ceux-ci engagent l'espace médiatique, de manière collective ou individuelle, dans une forme de responsabilité sociale qu'il faut rendre intelligible. La question du traitement médiatique du sport a toute légitimité pour s'inscrire dans cette démarche citoyenne, tournée vers un idéal européen, animée par la lutte contre les discriminations et la promotion de la diversité, dans une perspective du vivre ensemble. C'est pourquoi elle s'est concrétisée dans le programme MARS du Conseil de l'Europe.

Notre propos était donc comprendre la genèse de ce programme dont la vocation implicite, et non pas l'objectif premier, était de construire une responsabilité sociale des médias et des journalistes. Celui-ci trouve comme point d'ancrage les missions du Conseil de l'Europe, dans la continuité d'actions entreprises préalablement. Ce programme construit alors sa légitimité à partir de différentes études qui font le constat, quantitatif, d'un manquement dans la représentation de la diversité au sein des médias, plus spécifiquement au sein de la couverture médiatique du sport. Il révèle, enfin, la façon dont les instances communautaires pensent le rôle que le sport est susceptible de remplir. Mais prétendre à la construction de la responsabilité sociale des médias nécessite de prendre en compte les logiques de fabrication de l'information sportive qui se déclinent dans le programme MARS selon trois axes d'intervention : la formation, l'éthique et la production.

Au-delà du bilan contrasté quant à l'implication réelle des médias sportifs, ces différentes rencontres font émerger des questionnements nouveaux. Tout d'abord les pratiques révèlent deux postures journalistiques qui préfigurent d'autres analyses. La première est de l'ordre du journaliste-témoin, qui consiste à rendre compte, incluant alors les valeurs présumées du sport, mais paradoxalement usant

des ressorts d'un affrontement symbolique qui tend à stigmatiser les différences. L'engagement citoyen se limite à la publicisation de ces présupposés sans mesurer les effets sociaux de l'acte médiatique. La seconde renvoie au journaliste-acteur, engagé contre les discriminations, le racisme, les violences. Cet engagement existe dans quelques supports qui portent souvent une parole alternative. La démarche est avant tout militante, mais le journaliste s'adresse bien souvent à des publics convaincus ou en attente de ce type de traitement médiatique.

Dans le projet MARS, l'intention était d'appuyer ces actions militantes. Par contre, la démarche devient plus complexe lorsqu'il s'agit, tout en préservant la liberté de la presse, d'inciter l'ensemble des acteurs des médias à s'engager dans cette forme de responsabilité nouvelle tournée vers le vivre ensemble. Cet engagement nécessaire ne peut alors se concevoir de façon homogène en raison de la diversité des sports traités, des supports médiatiques mobilisés et des configurations sociales de chaque pays. Selon les sports traités, les engagements sportifs et symboliques ainsi que les niveaux de compétition des équipes ne génèrent pas les mêmes ressorts médiatiques et communicationnels. À cela s'ajoute des divergences au niveau international, une hétérogénéité culturelle quant à la place que le sport peut occuper dans l'espace social dans chacun des pays.

Ces divergences s'expriment également au sein des médias, en fonction du support, des positions de ce support dans l'espace médiatique (généraliste *vs.* spécialisé, de référence *vs.* grand public, etc.) du genre réactionnel, des postures des acteurs, de leur style d'écriture... de leur sensibilité et leurs engagements respectifs. Des divergences se manifestent également quant à la question de la diversité elle-même, son acceptation dans l'espace social et politique de chaque pays : le rapport homme/femme, le racisme, l'orientation sexuelle, la place des minorités, le traitement du handicap ne recouvrent pas des réalités homogènes.

Le projet MARS a donc eu comme vocation première d'instaurer des lieux d'échanges, permettant dans certains cas d'initier des débats et, dans d'autres, de partager des expériences, d'engager certaines actions ou d'en conforter les existantes. Il n'a pas permis – et ce n'était pas son objet premier – de répondre entièrement à cette question de la construction de la responsabilité sociale des médias et des journalistes de sport dans le traitement de la diversité, cette question restant ouverte. Notre analyse suscite de nouvelles interrogations et ouvre des perspectives réelles quant à cette interaction « sport et médias », confrontée à des préoccupations sociétales contemporaines ■

Depuis septembre 2008, Reynald Blion est responsable Media & Diversité au sein de la Direction Générale Démocratie. Il a été successivement responsable volet Media & Diversité de la Campagne 2008-10 Dites Non à la discrimination du Conseil de l'Europe puis des programmes joints Union Européenne / Conseil de l'Europe 2011-12 MARS – Media & Antiracisme dans le sport - et 2013-14 Mediane – Media en Europe pour une diversité inclusive ; programmes qu'il a conçus et développés en se basant sur les acquis des actions passées du Conseil de l'Europe dans ces domaines. Il a produit, ou contribué à, différentes publications comme *Ecrire la Diversité ! Pour une approche pratique pour contenu médiatique interculturel*, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 2011, *To fight against discrimination and for cultural diversity : a major challenge for the media in*: Cavdar A., Yildirim A. B., (Eds), *Hate Crimes and Hate Speech*, Istanbul, The International Hrant Dink Foundation Publication, 2010, *Europe's ethnic and diversity media in*: C. Dientz, P. Stamen (Eds), *Media on the move. Migrants and minorities in the media*, Aachen, CAMECO, 2009, *Ethnic media and diversity in Europe in*: Georgiou M., *Transnational lives and the media*, Londres, Routledge, août 07, *Parler de l'autre / Parler d'ailleurs. De la visibilité à l'expression des diversités en Europe in*: Rigoni I., *Les bannis des media*, Paris, Aux lieux d'être, mai 07.

Notes

1. http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default_en.asp.
2. http://www.coe.int/t/dg4/epas/default_fr.asp.
3. http://www.coe.int/t/dg4/epas/resources/texts/CM_Rec_2011_10_fr.pdf.
4. Au sens d'ensemble de concepts dans lequel les journalistes articulent l'ordre du faire (l'agir étant articulé à un ensemble de représentations).
5. John Wood, qui préside le *European Research Area Board* (ERAB) a proposé la création d'un « Chief Scientific Advisor » précisant que « the Chief Scientist for Europe should be someone who speaks for science – someone who goes on TV during a crisis. »
6. Vice-présidente de la Commission et commissaire en charge de la justice, des droits fondamentaux et de la citoyenneté.
7. http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/newsletter/source/Campaign/Newsletter_campaign_122011.htm.
8. La BBC s'est dotée d'un Conseil Diversité, composé des directeurs de chaque division, présidé par le directeur de la chaîne, qui suit et évalue tous les trois mois les actions menées. La création de cette instance envoie un signal fort à l'ensemble des collaborateurs sur l'importance de la diversité. Elle est aussi engageante pour les responsables de division. Experience partagée lors de la rencontre de Birmingham.
9. À l'exemple, Stéphane Bijoux, présent dans les différentes rencontres MARS et qui

depuis Mars 2011 est directeur délégué en charge de la diversité dans l'information de France Télévisions.

10. Première chaîne française et européenne en termes d'audience, TF1 est le premier Groupe média à avoir déposé sa candidature au label diversité, qu'il a obtenu en décembre 2010. Samira Djouadi, déléguée générale de la fondation TF1, présente lors de la rencontre de Paris.
11. La place des juifs en Pologne, des Roms (Gipsies) en Roumanie.

Références bibliographiques

- ARENDRT Hannah (2003), *Responsabilité et jugement*, Paris, Payot (Trad. 2005).
- BECIU Camélia *et al.* (2009), « De «eux» au «nous» : étude d'impact de la construction européenne sur la responsabilité sociale des journalistes », *iRevue Roumaine de Sociologie*, vol. 20, n°3-4, p. 289-298.
- BILLINGS Andrew *et al.* (2003), « Framing identities: gender, ethnic, and national parity in network announcing of the 2002 Winter Olympics », *Journal of Communication*, vol. 53, n°4, p. 69-386.
- BLION Reynald (Eds) (2006), « *La représentativité des immigrés au sein des media – Bilan des Connaissances* », Paris, FASILD / Institut Panos.
- BLION Reynald (2006), « *Media & information, pratiques et réalités de la diversité en France* », Paris, Institut Panos.
- BLION Reynald (2007), « *Ethnic media and diversity in Europe* » in Georgiou, M., *Transnational lives and the media*, London, Routledge.
- BLION Reynald (2007), « *Parler de l'autre / Parler d'ailleurs. De la visibilité à l'expression des diversités en Europe* », dans Rigoni I (Eds), *Qui a peur de la télévision en couleur ?*, Paris, Aux lieux d'être.
- BLION Reynald (2009), « *Europe's ethnic and diversity media* » in C. Dientz, P. Stamen (Eds), *Media on the move. Migrants and minorities in the media*, Aachen, CAMECO.
- BLION Reynald (2010), « *To fight against discrimination and for cultural diversity : a major challenge for the media* » in Cavadar A., Yildirim A. B., (Eds), *Hate Crimes and Hate Speech*, Istanbul, The International Hrant Dink Foundation Publication.
- BLION Reynald (2011), « *Ecrire la Diversité ! Pour une approche pratique pour contenu médiatique interculturel* », Strasbourg, Conseil de l'Europe.
- BOURDIEU Pierre (1996), *Sur la télévision*, Paris, Liber-Raisons d'Agir.
- BOURDIEU Pierre (1996), « Journalisme et éthique », *Les Cahiers du journalisme*, n°1, juin 96, p. 10-17.
- BRUCE Toni (2004), « Marking the boundaries of the «normal» in televised sports: the play-by-play of race », *Media Culture Society*, vol. 26, n°6, p. 861-879.
- CHARLOT Vincent *et al.* (2007), « Blancs et noirs : stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. L'exemple du basket-ball professionnel à Pau (France) », *iSciences de la société*, n° 72, p. 111-131.

- CHAMPAGNE Patrick (2000), « Le journalisme à l'économie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°131-132, Paris, Seuil, p. 3-7.
- CHUPIN Ivan *et al.* (2012), *La diversité dans les écoles de journalisme: dispositifs, pratiques et résultats en termes d'insertion professionnelle*, rapport à la Conférence Nationale des Métiers du Journalisme. <http://www.cnmj.fr/wp-content/uploads/Rapport-CNMJ-Diversit%C3%A9-dans-les-%C3%A9coles-de-journalisme.pdf>.
- DELFORCE Bernard, (1996), « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Les Cahiers du journalisme*, n°2 (Le journaliste, acteur de société), École supérieure de Journalisme de Lille, déc. 96, p.16-33.
- DEVILLE-DANTHU Bernadette (1992), « Le Mythe de l'athlète noir. L'AOF pépinières d'athlètes Révélation, illusions et désillusions », *Jeux et sport dans l'histoire*, tome 1, association et politique, p. 256-270.
- ESQUENAZI Jean-Pierre (2002), *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG, coll. La communication en plus, p. 6-8
- GRIPSRUD Jostein (2007), « Television and the European Public Sphere », *European Journal of Communication*, vol. 22, n°4, p. 479.
- HARVEY Carole *et al.* (2002), *Understanding and Managing Diversity: Readings, Cases, and Exercises*, Harper Collins College Publisher, New York, N.Y. (1st edition, 1995).
- JEU Bernard (1992), « Formes de changements, forces de changements », *L'histoire en mouvements - Le sport dans la société française (XIX^e-XX^e siècle)*, sous la direction de Ronald Hubscher, Paris, Armand Colin, p. 315-343.
- JONAS Hans (1994), Entretien revue *Esprit*.
- KAMALIPOUR Yahya *et al.* (eds) (1998), *Cultural Diversity and the US Media*, Albany, State University of New York Press.
- KELLY John (2011), « Sectarianism' and Scottish football: Critical reflections on dominant discourse and press commentary », *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 46, n°4, p. 418-435.
- LAURISTIN Marju (2007), « The European Public Sphere and the Social Imaginary of the "New Europe" », *European Journal of Communication*, vol. 22, n°4, p. 397-412.
- LE BOHEC Jacques (2000), *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 395 p.
- LIČEN Simon (2011), « Embaracing or dispising diversity ? Sports broadcasts on public television, the case of Slovenia », paper at *Play the Game 2011: Bringing change to the heart of sport*, German Sport University, Cologne, 3-6 Oct.
- McCARTHY D'Alton *et al.* (1997), « Speed, Aggression, Strength, and Tactical Naivete: The Portrayal of the Black Soccer Player on Television », *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 21, n°4, p. 348-362.
- McQUAIL Denis (1997), « Accountability of Media to Society Principles and Means », *European Journal of Communication*, vol. 12, n°4, dec. 97, p. 511-529.
- McQUAIL Denis (2003), *Media accountability and freedom of publication*, Oxford University Press, 366 p.

- MONTAÑOLA Sandy *et al.* (2012), « Quels locuteurs pour quelles définitions de l'identité sexuée dans les médias ? Le cas de Caster Semenya », *Rapporter et être rapporté(e) : une affaire de genre(s) ?*, V^e colloque Ci-dit, Université de Stockholm 14-16 juin 2012.
- MONTAÑOLA Sandy *et al.* (2013), *L'affaire Semenya : approches disciplinaires*, Journées d'études, Rennes 1.
- NERONE John (1995), « On Social Responsibility », Nerone J.C., *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, p. 77-100.
- PEREIRA Fabio Henrike *et al.* (2010), « La liberté de la presse et l'identité des journalistes au Brésil », colloque *Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?*, Université d'Ottawa, 8 mai 10. <http://www.crej.ca/REJ2010/Pereira%20et%20Maia>
- RABATEL Alain *et al.* (2008), « Introduction. La responsabilité collective dans la presse », *Question de communication*, n°13, Centre de recherche sur les médiations, Université Paul Verlaine-Metz.
- RAMONET Ignacio (2001), *La Tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard (Folio Actuel).
- REDING Viviane, <http://www.africultures.com/php/index.php?nav=murmure&no=5791>.
- RICCEUR Paul (1995), *Éthique et responsabilité*, Neuchâtel, La Baconnière, 289 p.
- RUELLAN Denis (1993), *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG.
- SABBAGH Daniel *et al.* (1999), « Des usages de la « diversité » : éléments pour une généalogie du multiculturalisme américain », *Revue française de science politique*, 49^e année, n°3, p. 443-468
- SCHNEEBERGER Agnes Inge *et al.* (2008), « Media and Communication in Europe: Babel Revisited », *Journal of Contemporary European*, p. 269-272.
- SMITH C.T Aaron *et al.* (2007), *Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility*, La Trobe University, Australia.
- TÉTU Jean-François (1999), « Introduction », dans Jamet Claude, Jannet Anne Marie (Eds.), *Les stratégies de l'information*, Paris, L'Harmattan, Collection *Champs visuels*, p. 1-17.
- TOURAINÉ Alain (2010), *Vers la démocratie culturelle ? Entretien*.
<http://democratiee.blogspot.fr/2010/01/vers-la-democratie-culturelle-entretien.html>.
- VAN STERKENBURG Jacco *et al.* (2004), « Dominant Discourses about Race/Ethnicity and Gender in Sport Practice and Performance », *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 39, n°3, p. 301-321.
- VAN STERKENBURG Jacco *et al.* (2010), « Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: a critical reflection », *iMedia, Culture & Society*, vol. 32, n°5, p. 819-839.
- VAN STERKENBURG Jacco *et al.* (2012), « Constructing Racial/Ethnic Difference in and Through Dutch Televised Soccer Commentary », *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 36, n°4, p. 422-442.
- VÉRON Eliséo (1997), *Construire l'événement. Les Médias et L'accident de Three Mile Island*, Paris, Ed. De Minuit.
- WATINE Thierry (1996), « Les journalistes en quête d'utilité sociale », *Les Cahiers du journalisme*, n°2 (Le journaliste, acteur de société), École supérieure de journalisme de Lille, p. 34-41.

- WATINE Thierry (2003), « Le modèle du «journalisme public» », *Hermès*, n°35, p. 231-239.
- WHITTLE Stephan (2009), *Media & Diversity: The next steps to promote minority access to the Media*, Strasbourg, Council of Europe.