



Appel à communications

Diversité dans l'information sportive télévisée : de la formalisation à l'application

Colloque international : 11-13 octobre 2017

Amphithéâtre Infocom - IUT de Lannion

1- La thématique

Face aux injonctions à la “diversité” qui émanent des institutions, entreprises, instances politiques, professionnelles ou encore organisationnelles, ce colloque interroge la notion de diversité dans un domaine particulier, celui de l'information sportive télévisée. Il s'agit de déconstruire cette notion qui se présente comme une évidence, d'en questionner l'étonnante plasticité, tant par les critères convoqués que les catégories visées (de genre, de classe, ethnoraciale, d'âge, d'orientation sexuelle, de handicap...). Et de rappeler que sous ses apparences consensuelles, elle induit des principes de (dis)qualification, de jugements, et naturalise des processus sociaux d'étiquetage des individus et des groupes. C'est pourquoi il est nécessaire, en premier lieu, d'analyser les usages et les visées de la notion de diversité dans les chaînes de télévision, et ce, à plusieurs niveaux: celui, tout d'abord, des documents et des dispositifs mis en place dans les chaînes de télévision pour sensibiliser leur personnel et leurs publics sur des thèmes “diversité” (exemple du handisport lors des jeux olympiques); et celui, ensuite, de l'inscription de la “diversité” dans des stratégies commerciales et managériales. En effet, la diversité peut devenir un enjeu marketing pour les entreprises médiatiques - comme en témoigne le label diversité délivré par l'AFNOR (Association française de normalisation)-, et favoriser à la fois le recrutement de femmes pour la présentation d'émissions sportives et le développement d'un “journalisme multiculturel”. En second lieu, s'impose une analyse des mécanismes par lesquels la promotion de la diversité s'insère dans des logiques professionnelles, au moment où se fabriquent les représentations médiatiques du sport. Car promouvoir la diversité ne suffit pas pour la faire advenir dans les rédactions et changer les images télévisuelles. Faut-il encore que les orientations préconisées par les directions puissent s'adapter à la socialisation professionnelle, la division du travail dans les rédactions, les routines professionnelles et les contraintes de production. Par exemple, des temps courts de production favorisent le recours à des visions simplifiées du monde. Cela pose la question de la

place des normes dans le travail journalistique, dans la définition des sujets et des angles. En troisième lieu, l'analyse doit prendre en compte le contexte sportif : les acteurs (les athlètes, les fédérations, les agents, les institutions olympiques, les fans et les téléspectateurs), son économie via les sponsors, les règles et les stratégies de communication (dont celles sur les réseaux sociaux), et ses spécificités, à l'instar de la naturalisation des corps et des performances. En quatrième lieu, il importe de s'ouvrir à d'autres contextes nationaux, dans une perspective comparative. Cette ouverture est la seule à même de montrer combien le terme même de "diversité" médiatique ou autre, son élaboration, sa diffusion dans les espaces public, politique, professionnel et médiatique, les registres de sa promotion dépendent des espaces nationaux, professionnels, organisationnels et culturels spécifiques dans lesquels ils s'encastrent.

2. Quatre axes

Cet appel à communications s'adresse donc à des chercheur(e)s en sciences sociales (sociologie, science politique, histoire, droit, économie, information et communication), aux compétences multiples (analyse des contextes politiques, des secteurs médiatiques et de l'activité journalistique). Les contributions, fondées sur une ou des enquête(s) de terrain, anciennes ou actuelles, pourront adopter plusieurs angles d'analyse des relations entre diversité et production de l'information sportive télévisée (ou de l'information télévisée pour nourrir le domaine sportif par comparaison) :

- En réponse aux injonctions des instances de régulation (dont le CSA), des instances sportives (fédérations sportives, instances olympiques) et politiques, ainsi qu'aux critiques récurrentes des publics, les directions des chaînes de télévision ont développé, en interne, des politiques et des dispositifs "diversité". La promotion de la diversité emprunte des voix multiples : managériale par le recrutement de journalistes aux origines diversifiées (ethniques, de sexe, de classe, d'âge) ; éditoriale par la recherche d'une plus grande pluralité des personnes interviewées ("plus de femmes, plus de personnes de classes populaires..."). Comment ces chaînes exploitent-elles, à l'externe, cette mise en valeur de la "diversité", via des communiqués, dossiers de presse, opérations spéciales, label ? Comment ces orientations "diversité" sont-elles diffusées dans les rédactions ? Dans quelle mesure les journalistes sont-ils associés à leur élaboration ? Comment les intègrent-ils dans leurs pratiques professionnelles ? Suscitent-elles des résistances ? Sous quelles formes ? Comment les expliquer ?
- Les chaînes de télévision sont aujourd'hui confrontées à la concurrence d'autres acteurs sur le terrain de la médiatisation du sport, aux origines multiples (acteurs des télécommunications, clubs sportifs, sites d'amateurs, etc). Cette concurrence se manifeste notamment lors des achats des droits de retransmission des événements sportifs à fort potentiel commercial sur les marchés des audiences et des annonceurs. Simultanément, les éditeurs audiovisuels doivent faire face à une transformation des modes de consommation des programmes audiovisuels par les publics. Face à ces recompositions socio-économiques du secteur, comment produire de la "diversité" dans les sujets (notamment quand on ne détient pas les droits de retransmission) ? Comment inventer de nouvelles trames narratives de l'information sportive pour exister sur un marché éclaté en une multitude d'offres et d'usages ? Dans quelle mesure, les politiques "diversité" des chaînes de télévision peuvent-elles constituer une ressource pour cibler certains publics (femmes, minorité ethnique...) ?
- La fabrication de l'information sportive télévisée est une lourde machine. Elle nécessite, lors de la couverture de manifestations sportives nationales et surtout internationales, des dispositifs techniques de production, des systèmes de captation, de stockage et de transmission des images conséquents. Le processus de production implique non seulement des producteurs de contenus aux statuts, fonctions, et compétences diverses (rédacteurs, preneur de son, JRI, monteur, consultant, réalisateur, scripte, etc.), mais aussi des personnels techniques (informatique, documentation, etc.), et d'autres en charge de la production (chargé de production, régisseur, etc.). La composition des équipes à "envoyer sur place" influe sur les relations de travail, certes, mais aussi sur les représentations médiatiques diffusées. Qui décide de la composition des équipes ? A quel moment sont discutés les choix éditoriaux ? Comment ces derniers sont-ils négociés dans la pratique quotidienne entre rédacteur, JRI, monteur et rédacteur en chef ? Selon quelles contraintes et quels critères ? Quelle place est donnée à l'éditorialité et aux préconisations "diversité" ?
- La médiatisation des athlètes est un fort enjeu éditorial et commercial pour les chaînes de télévision, de même qu'elle joue un rôle essentiel dans la gestion de carrière des sportifs de haut niveau et dans le développement des sports et de leurs fédérations. Les transformations des économies des mondes télévisuels et sportifs, corrélé avec l'essor des réseaux sociaux ont bousculé les relations entre les journalistes et les professionnels du sport (athlètes, coachs, fédérations, etc.). Les sportifs les plus connus et reconnus dans leur discipline gèrent leur image médiatique, devenue une ressource à marchander auprès des clubs et des sponsors. Ils ont des managers, des agents, suivent des formations en media training, se mettent en scène sur les réseaux sociaux... Cette professionnalisation de la gestion des images des athlètes s'est-elle accompagnée de nouvelles représentations des sportifs ? Dans quelle mesure, ces évolutions ont-elles poussé les journalistes à repenser leur traitement de l'information sportive ? Comment intègrent-ils ou non les critiques publiées par les internautes (téléspectateurs ou non des émissions diffusées, journalistes, associations...) sur les réseaux sociaux, notamment sur la thématique de la diversité ?

3. Une réflexion mêlant des professionnels des médias et des chercheurs

Le format du colloque a été choisi de façon à favoriser les interactions entre universitaires et acteurs de l'information sportive télévisée, afin de permettre une circulation des savoirs entre mondes universitaire et médiatique, et une compréhension des thématiques soulevées dans leur complexité et leurs paradoxes. Seront associés aux débats des professionnels des médias (manager de chaînes de télévision, journalistes, rédacteurs en chef, responsable de service Sports) et des responsables de formation en journalisme. C'est pourquoi nous demandons aux chercheurs de répondre aux questions soulevées dans les axes thématiques proposés à partir de leurs expériences et leurs travaux de recherche dans leur globalité. Chaque session se déroulera de la manière suivante : un temps de présentation consacré à la présentation des recherches scientifiques suivi d'un débat (table ronde animée par un discutant expert du sujet) entre chercheurs et acteurs des médias. Un dialogue avec le public, ainsi qu'avec des étudiants en journalisme (DUT et Master) sera favorisé.

Ce colloque a aussi pour ambition de proposer une réflexion ancrée dans les pratiques, les conditions et les contraintes actuelles de production de l'information sportive pour dépasser une vision instrumentale de la diversité réduite à une recherche de label, à des préoccupations commerciales ou marketing ("se conformer à ce que souhaitent les téléspectateurs"). Enfin, nous sommes convaincues de la richesse heuristique des enquêtes de terrain, nourries par des mises en contexte plus larges par des historiens, des politistes, des économistes, etc. Par ailleurs, il nous semble que cette approche permet d'aborder des questions qui dépassent le cadre de la télévision, du sport et des médias, en repensant les implications politiques des usages de la diversité.

4. Des échanges grand public et internationaux

Ce colloque se tiendra en anglais (traduction simultanée français - anglais). Nous souhaitons ainsi favoriser les comparaisons entre les systèmes médiatiques et culturels, politiques, économiques des différents pays. Les pays visés concernent ceux de l'étude portée dans le cadre de l'ANR "Responsabilité Sociale des Journalistes : Médias, Diversité et Sport" : le Canada, l'Espagne, l'Italie et l'Angleterre. Les propositions concernant d'autres pays sont cependant les bienvenues. De façon à permettre une ouverture au grand public, le colloque sera retransmis en direct et disponible via une plateforme accessible depuis Internet. Une soirée est également organisée, en dehors du cadre universitaire, à l'espace Sainte-Anne, à Lannion, en parallèle d'une exposition. Les échanges seront alors ouverts à la salle et au grand public.

Bibliographie

- Becker H., 1985, *Outsiders. Etude de sociologie de la déviance*, Paris: Métailé.
- Benson R., « Journalisme et marketing : l'enjeu de la diversité » *Quaderni*, n°47, 2002, p. 85-100.
- Berthaut J., 2013, *La banlieue du « 20 heures ». Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique*, Paris: Agone.
- Franks, S., 2013, *Women and Journalism*, Londres : I.B.Tauris & Co Ltd.
- Franks, S., 2015, "Women Finding Their Place at the BBC, Mair, J., Tait, R. and Keeble, R. (Ed.), *The BBC Today. Future Uncertain*, Londres: Abrams, 244-253.
- Freedman D., Obar, Jonathan A., Martens C., McChesney R. (Ed.), 2016. *Strategies for Media Reform: International Perspectives*. New York: Fordham University Press.
- Gillian A. Maxwell, 2004, "Minority report: Taking the initiative in managing diversity at BBC Scotland", *Employee Relations*, Vol. 26, pp.182 - 202
- Jeanrenaud C., Késenne S. (Ed), 2006, *The economics of sport and the media*, Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Kian M-E., Anderson E., Vincent J., Murray R., 2015, « Sport journalists' views on gay men in sport, society and within sport media », *International Review for the Sociology of Sport*, Vol. 50(8), 895-911.
- Loth D., 2009, « Le fonctionnement des équipes interculturelles », *Management Prospective Ed. | « Management & Avenir »*, n° 28 pages 326 à 344.
- Maneri M., 2011, "Media discourse on immigration. The translation of control practices into the language we live by", Palidda S. (Ed.) *Racial Criminalization of Migrants in the 21st Century*, Farnham: Ashgate, 77-93.
- Mattelart T., 2007, "Les révoltes urbaines au prime time : analyse des journaux télévisés de TF1 et France 2", Rigoni I. (dir.), *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les médias*, Montreuil: Aux Lieux d'Être.
- Raymond B., 2006, *Sports Journalism: Context and Issues*, SAGE Publications.
- Rebillard F. Loicq M. (dir.), 2013, *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, De Boeck, Bruxelles, 2013.
- Rigoni I., Saitta E. (Ed), 2012, *Mediating Cultural Diversity in a Globalised Public Space*, Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Sénac-Slawinski S., « De la parité à la diversité : entre Deuxième sexe et discrimination seconde », *Modern & Contemporary France*, vol. 18, n°4, 2010, p. 431-444.
- Siracusa J., 2001, *Le JT, machine à écrire, Sociologie du travail des reporters à la télévision*, De Boeck.

Modalités de soumission

Les propositions, rédigées en français et en anglais, doivent parvenir avant le 22 avril 2017 aux deux adresses suivantes : sandy.montanola@univ-rennes1.fr et beatrice.damian@univ-rennes1.fr. Pour chaque version, elles doivent comporter un titre, une présentation de 2 pages maximum, accompagnée d'une bibliographie et d'une présentation des auteurs en lien avec le

thème du colloque. Elles doivent faire apparaître un référencement théorique, une méthodologie de recherche, un terrain d'enquête et signaler et signaler en quoi elles nourrissent le débat proposé.

Calendrier

- Dernier délai pour les soumissions : 22 avril 2017
- Réponses aux auteurs : 22 mai 2017
- Colloque : 11-13 octobre 2017
- Publication : Octobre 2018.

Comité d'organisation

Béatrice Damian-Gaillard, MCF HDR en Sciences de l'information et de la communication, CRAPE Arènes, UMR 6051

Sandy Montanola, MCF en Sciences de l'information et de la communication, CRAPE Arènes, UMR 6051

Ce colloque est organisé dans le cadre de la tâche 2 de l'ANR "Responsabilité Sociale des Journalistes : Médias, Diversité et Sport" (URePSSS EA 4110, université Lille 2).

Comité scientifique international

- ✓ Marco Binotto, professeur associé, département de communication et recherches sociales, Université La Sapienza de Rome, Italie (à confirmer)
- ✓ Marco Bruno, professeur associé, département de communication et recherches sociales, Université La Sapienza de Rome, Italie (à confirmer)
- ✓ Philippe Bouquillion, Professeur en sciences de l'information et de l'information, Université Paris 13, France (confirmé)
- ✓ Jean Charron, Professeur, département information et communication, Université de Laval, Québec, Canada (confirmé)
- ✓ Béatrice Damian-Gaillard, MCF HDR en Sciences de l'information et de la communication, Université de Rennes1, France (confirmé)
- ✓ Christophe Gimbert, MCF en Sciences de l'information et de la communication, Institut d'études politiques, Rennes, France (confirmé)
- ✓ Eric Maignet, Professeur en sociologie des médias, Paris Sorbonne Nouvelle, France (confirmé)
- ✓ Winston Mano, Directeur du centre des médias africains, Université de Westminster, Angleterre (confirmé)
- ✓ Jacob Matthews, MCF HDR en Sciences de l'information et de l'information, Université Paris 8, France (confirmé)
- ✓ Pere Masip Masip, Professeur en communication, Université Ramon Llull, Barcelone, Espagne (confirmé)
- ✓ Sandy Montanola, MCF en Sciences de l'information et de la communication, Université de Rennes1, France (confirmé)
- ✓ Mario Morcellini, Professeur ordinaire, département de communication et recherches sociales, Université La Sapienza de Rome, Italie (à confirmer)
- ✓ Xavier Pujadas i Martí, Professeur en histoire du sport, Université Ramon Llull, Barcelone, Espagne (confirmé)
- ✓ Isabelle Rigoni, MCF en sociologie, Université Bordeaux, Institut d'enseignement supérieur et de recherche handicap et besoins éducatifs particuliers, Suresnes, France (confirmé)
- ✓ Karim Souanef, MCF en Staps, Université Lille 2, France (confirmé)