

CONTEXTE GENERAL AXE 1

SPORT, INNOVATIONS ET COMMUNICATION

Le XX^{ème} siècle témoigne de l'évolution rapide de la place que le sport occupe au sein de la société, inspirant de nombreuses innovations quelles soient techniques, économiques, ou médiatiques. Cette inscription massive et contemporaine du sport dans un processus d'industrialisation de la communication (au sens T.W.Ardono, W.Benjamin), apparaît alors souvent comme un élément « déconstructeur » de son essence et génère de nombreuses analyses, scientifiques et journalistiques, où l'on retrouve la rhétorique classique du progrès et de la perversion, basée sur la naturalisation du phénomène sportif. En réalité, les vocations multiples assignées au sport ont conduit à la diversité de ses ressorts communicationnels. Dans cet univers d'appropriations différenciées, le sport devient un support promotionnel et renvoie à différentes questions d'ordre industriel, social, politique et médiatique. La question de la communication ne doit pas se réduire à l'usage d'outils, elle s'articule en réalité sur trois dimensions. D'abord *technique*. Du téléphone aux médias et à Internet, telle est omniprésente dans tous les rapports, publics ou privés. *Ensuite l'économie*. La révolution technique n'est rien sans l'expansion considérable des industries de la communication, fer de lance aujourd'hui de la mondialisation. *Enfin les conditions sociales et culturelles* qui conditionnent les manières de communiquer (Wolton, 2003).

Conformément aux travaux de l'ISCC (Institut des Sciences de la Communication du CNRS), le projet scientifique de l'axe1 répond à trois exigences : il est à la fois un objet théorique interdisciplinaire (économie, marketing, sciences de la communication, histoire...), il doit contribuer à la construction d'une théorie de la connaissance et ceci en interaction avec une société de l'information et de la communication. Il s'agit alors d'innover et de dépasser une approche instrumentale de la communication et une approche événementielle du spectacle pour identifier **le rôle structurant du sport dans un univers communicationnel innovant**.

Ce projet scientifique, identifié STAPS, permet une meilleure identification des problématiques proposées au regard des champs scientifiques qui le traversent (Economie, Sciences de la communication, Marketing, Histoire, Sociologie), et des enseignants chercheurs qui composent cet axe. Cette formalisation permet de mieux repérer l'adossement à la recherche de la formation "master" proposée. Ce cadrage, même s'il produit ses propres analyses, n'interdit en rien des passerelles avec les deux autres axes. Il peut même, à terme, devenir fédérateur : la violence comme message social, la communication des savoirs, l'interaction enseignant/enseigné dans les processus d'intervention pédagogique...

MEMBRES DE L'AXE 1

Wille Fabien, Professeur (Coordinateur Axe 1)

Sobry Claude, Professeur (Directeur de l'ER3S)

Dorville Christian, MCF HDR

Birot Ludovic, MCF

Mischler Sarah, MCF

Munoz Laurence, MCF

Penel Guillaume, MCF

Vincent Joris, MCF

Abdourazakou Yann, MCF associé

Pécout Christophe, Dr Contractuel

Mastrogiannakis Diamantis, Dr Contractuel

Waquet Arnaud, Dr Contractuel

Terfous Fatia, Dr

Sorina Cernaianu, Dr

Berche Jean-Claude, Doctorant

Borel Francois, Doctorant

Houmani Mejdi, Doctorant

Hajer Naouali ; Doctorant

PROJETS DE RECHERCHE REALISES ET/OU EN COURS

- **La Responsabilité Sociale des Médias : Sport et Société.** Projet financé jusqu'en juin 2011 par l'ISCC (Institut des Sciences de la Communication du CNRS), dans le cadre du programme interdisciplinaire du CNRS.
- **SEQUANA.** Projet sur l'attractivité des territoires de l'estuaire de Seine par l'innovation récréative. Financé par le Groupe d'Intérêt Public Seine-Aval. (2010-2012)
- **Partenaire de l'étude sur les sites Web.** Projet pilotée par Françoise Papa (UMR PACTE de Grenoble) en collaboration avec la Bibliothèque Nationale de France à propos des J.O de Vancouver 2010 et de Londres 2012.
- Etude pour le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) Belge sur un baromètre de la diversité et de l'égalité sur les écrans audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles dans les émissions sportives, sur les 24 chaînes actives en Belgique francophone.
- Expertises pour le **projet MARS** (Médias Against Racisme and Sport). Projet piloté par le Conseil de l'Europe et financé par l'UE. 2011-2012

Projet ANR déposé :

Normes et Valeurs, la responsabilité sociale des journalistes de sport (NoVa)

Le sport, dans son essence, est présenté et perçu par ses responsables, ses pratiquants et les acteurs qui le commercialisent comme un fait apolitique, idéologiquement neutre et porteur de valeurs. En dépit des déviances connues et répétées du sport (affaires, boycott politique, dopage), ce discours formaté, qui insiste sur son rôle social, se trouve publicisé par les acteurs responsables de sa médiatisation et participe, auprès du public, à la construction des représentations à propos des valeurs du sport. Au-delà de révéler la faiblesse de la pluralité d'opinion dans la presse sportive, et tout en s'appuyant sur le statut de co-constructeur de sens des journalistes, ce constat pose une question, celle de *la responsabilité sociale des journalistes (RSJ), et plus particulièrement celle des journalistes de sport (RSJ/S).*

A travers une analyse des processus de construction/déconstruction du sens commun des valeurs du sport produit par les institutions sportives et les médias, ainsi que leur réintégration/circulation dans la société, le programme de recherche **NoVa** se propose de répondre à la question posée en identifiant les mécanismes (institutionnels, professionnels, sociétaux) qui conditionnent la responsabilité sociale des journalistes de sport (RSJ/S). Pour se faire, la RSJ/S est envisagée à l'intersection du discours des acteurs du sport (tâche 1), de la co-construction du sens produit par les discours journalistiques (tâche 2) et de la prise en compte des normes et contraintes professionnelles imposées par les entreprises de presse

(tâche 3). En outre, son étude ne saurait être complète sans la mesure de la réception des discours journalistiques sur les représentations sociales des valeurs du sport (tâche 4).

Un évènement sportif de référence structurera notre projet : les Jeux olympiques d'hiver de Sotchi en 2014. Dans le cadre de notre projet, les JO constituent en effet un objet doublement pertinent car ils représentent un évènement médiatique archétypique des phénomènes de communication globale et participent à la diffusion des valeurs du sport et de l'Olympisme.

A travers l'étude de la co-construction des valeurs olympiques et sportives, le projet NoVa, qui s'appuie sur un groupe de recherche constitué antérieurement, se fixe donc pour objectif de pouvoir définir le concept et le cadre d'analyse de la RSJ/S et celui, plus général, de la RSJ.

Partenaires du projet :

T1 : ER3S – EA 4110 – Université Lille Nord de France / Fabien Wille

T2 : PACTE – UMR 5194 – Université de Grenoble / Françoise Papa

T3 : CRAPE – UMR 6051 – Université Rennes 1 / Sandy Montañola

T4 : SPMS – EA 4180 – Université de Bourgogne / Patrick Bouchet