

Proposition de sujet de Mémoire/Stage
Master Recherche Sciences du Sport et de l'Activité Physique

Nom du (des) Directeur(s) de mémoire : Fabien Wille

E-mail de la personne à contacter : fabien.wille@univ-lille.fr

Unité, Equipe ou département de recherche de rattachement : Geriico ULR 4073

Université de rattachement : U-Lille

Année de master concernée : M2

TITRE du Projet de Recherche : Médiatisation du sport et co-construction de l'espace public

Problématique : Sous le vocable « sport » ce sont des formes diverses de rapport au monde, au corps, au temps et aux autres qui se manifestent. Les discours sociaux à propos du sport tendent à le présenter comme un vecteur de diffusion d'une responsabilité sociale (Smith & Westerbeek, 2007¹), au travers des valeurs du sport. Ces assertions tenaces proviennent des différents acteurs impliqués dans ce processus médiatique avec en premier lieu les sportifs, qui véhiculent ce discours. A l'identique, les acteurs politiques, les dirigeants sportifs ou les chefs d'entreprise instrumentalisent les valeurs supposées du sport à des fins de promotion, de valorisation, de légitimation des politiques publiques, de management ou encore de marketing. Ce discours idéalisé se retrouve également dans la presse sportive qui publicisent un « prêt-à-penser », les journalistes adoptant bien souvent la posture de défenseur et de gardien des valeurs démocratiques et des vertus du sport (Wille, 2002²), dont ils tirent une part de leur légitimité (Souanef, 2013³). Toutefois, l'imposition d'une définition légitime est une construction sociale, déterminée par sa temporalité, les contextes sociaux et les enjeux qui la portent.

Ainsi, le sport accompagne les transformations des sociétés dans lesquelles il se trouve, avec une injonction à y répondre, ce qui lui a permis de traverser le temps. Le sport ce sont donc des pratiques sociales situées, des discours circonstanciés, mais également un espace où se construit le sens du monde

¹ Smith, C. T., Aaron. *et al* (2007). *Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility*, Journal of corporate citizenship, 25. 43-54.

² Wille, F., & Hervouet, L. (dir.) (2002). *Journalisme Sportif : le Défi éthique. Les Cahiers du Journalisme*, 11, ESJ-Lille, Université Laval (Québec), Décembre, 245 pages.

³ Souanef, K. (2013). *Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité*, *Les cahiers du journalisme n°25*, (dir) Delforce, B. et Watine, T. *Journalisme de sport : mutations et spécificités*, , Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, Université Laval Québec.

qui nous entoure. Ainsi quel est la teneur des discours médiatiques, face aux enjeux contemporains, tels que le développement durable, la santé, la lutte contre les discriminations et les incivilités de toutes natures ? Comment appréhender et construire une responsabilité sociale des médias et des journalistes dans ce contexte ?

Autres renseignements si nécessaire (*prérequis, filière de formation si exigée, allocation si existante, site d'expérimentation, ...*) : Le travail s'effectuera en SHS et se construira sur la base d'un corpus médiatique. Les étudiants pourront néanmoins être issus des sciences de la vie par une approche pluridisciplinaire notamment au travers des problématiques de santé