

# Les enjeux des jeux : la médiatisation du sport « féminin » en 2024

## Etat des lieux et perspectives

**Jeudi 30 mai 2024**

### Introduction :

**Mathieu le Bescond de Coatpont : directeur adjoint de la MESHS**

A l'occasion des premiers JOP paritaires, rappel de la misogynie de P. de Coubertin en 1912 :

« Une petite olympiade femelle à côté de la grande olympiade mâle. Où serait l'intérêt ? [...] Impraticable, inintéressante, inesthétique, et nous ne craignons pas d'ajouter : incorrecte, telle serait à notre avis cette demi-olympiade féminine. Ce n'est pas là notre conception des Jeux olympiques dans lesquels nous estimons qu'on a cherché et qu'on doit continuer de chercher la réalisation de la formule que voici : l'exaltation solennelle et périodique de l'athlétisme mâle avec l'internationalisme pour base, la loyauté pour moyen, l'art pour cadre et l'applaudissement féminin pour récompense »

Rejet de P. de Coubertin de favoriser la pratique sportive des femmes.

Depuis les femmes participent aux JOP mais il est important de s'interroger sur la visibilité des sportives dans les discours médiatiques.

En effet, il existe encore de belles marges de progrès comme en témoigne le rapport de l'ARCOM sur la représentation des femmes dans les programmes audiovisuels consacrés au sport.

Organisation de de ces deux journées par :

- MESHS : institution est une unité d'appui du CNRS avec plusieurs tutelles (universités des Hauts-de-France), plus de 40 labos dans les Hauts-de-France pour favoriser leur valorisation avec une volonté de coopération.
- Cette journée associe plusieurs disciplines : STAPS, sociologie..., et est une déclinaison d'un programme national.

**Oumaya Hidri- Neys : professeure en STAPS à l'université d'Artois et co-organisatrice des deux journées d'étude**

Journées d'étude bénéficient du label de la fondation Alice Milliat et du label Génération 2024.

Date clé sur le rapport complexe entre pratiques sportives par les femmes et les médias : [1928](#).

- 1<sup>e</sup> participation de sportives aux épreuves d'athlétisme des JO d'Amsterdam.
- Finale du 800 m féminin gagnée par l'Allemande Lina Radke. 3 athlètes battent le record mondial de l'époque.
- La performance est ignorée car 5 athlètes tombent de fatigue après la ligne d'arrivée.
- L'article de John Tunis falsifie l'événement en écrivant que 5 sportives se sont effondrées sur la ligne d'arrivée et que 5 autres ont abandonné la course.
- Les autorités des JO décident d'interdire cette épreuve aux femmes jusqu'aux JO de 1960.

Choix stéréotypés : rôle des médias sont complexes dans médiatisation du sport « féminin » dans contexte JOP 2024 voulus paritaires.

Depuis 20 ans, contenus médiatiques continuent d'interroger même s'il y a des progrès grâce aux politiques publiques, à l'action d'ONG, d'organismes de régulation...

Contexte d'organisation de ces deux journées :

- 2018 : création du collectif [MédiSJeux](#).
- Réflexion initiée lors du Congrès international « [Les enjeux des Jeux](#) » de Montpellier (2022) et du symposium « Ce que les médias font du/au sport dit féminin : production, diffusion et réception ».
- 2024 : sortie ouvrage [Les sportives dans les médias](#) sous la direction de Carine Guérandel et d'Oumaya Hidri Neys.

Association Prêt.es ? Feu, Partez ! pour intervention auprès des partenaires sportifs, culturels pour faire évoluer les représentations et les pratiques autour du sport réalisé par les femmes.

## **Partie 1 :**

### **La diffusion des contenus médiatiques**

**[Brice Lefèvre](#) : Maître de conférences, université Claude Bernard Lyon 1.**

### **Le sport des femmes de 2000 à 2020. Retour sur 20 ans d'enquêtes.**

Comparaison d'enquêtes nationales

Description de l'évolution de la participation des femmes aux pratiques physiques et sportives : difficulté de comparer les enquêtes car questions différentes, pratiques sportives évoluent, les univers de pratiques, l'omnivorité (APS « activités physiques et sportives » sont des biens de consommation), focus sur le football et le tennis.

Comparer les enquêtes :

- Sociologie de la culture.
- Contexte de massification et de diversification
- Utilisation d'une définition inclusive (exclure de l'enquête la pratique sportive obligatoire)
- 1985 : ouverture de la définition des APS (activités physiques et sportives). Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait occasionnellement y compris pendant vos vacances, des APS ? question semi-ouverte à choix multiple pour aider la réponse.
- Les enquêtes sont-elles comparables ? A partir de 2010, ouverture des enquêtes aux plus de 75 ans.
- Attention avec enquête quantitative, biais de non-réponse des personnes aux enquêtes. A partir de 2020, accès au corpus de Fideli.
- Taille des échantillons augmente pour être plus précis.

Une évolution des APS :

- Evolution de la fréquence des APS des femmes. De plus en plus de femmes ont une APS avec augmentation de pratiques multi-hebdomadaires.

- Profil type du sportif : un homme, diplômé, CSP+, urbain.
- Compétition : différence principale d'APS entre hommes et femmes même si décalage diminue.
- Affiliation : de plus en plus de femmes sont inscrites à un club, une fédération sportive.

#### Les univers de pratiques :

- Principales activités en France : marche, natation, vélo, raquette, sports collectifs, sports de précision, courir, fitness, gym.
- APS d'entretien, en lien avec la nature.
- 5 univers les plus féminisés : danses, fitness, marche, natation
- 5 univers les moins féminisés : chasse, sports motorisés, pêche, sports collectifs, arts martiaux.
- Principales féminisations depuis 2000 : sports motorisés, vélo, sports de précision (pétanque).

#### Portefeuilles de pratiques :

- 2000 : ¼ des femmes non pratiquantes et univocité.
- 2020 : forte progression de l'omnivocité.
- Combinaisons les plus fréquentes : marche, balade, vélo/ marche, balade, natation/ fitness, marche, balade.

#### Focus sur le foot et le tennis :

- Tennis : une des seules APS qui décroît. Stabilité du % des femmes en tennis. Effet négatif d'être une femme dans pratique du tennis.
- Football : stabilité globale des taux. Progression de la pratique par les femmes : de 8 à 17%. Très fort effet négatif d'être une femme en 2000 qui disparaît en 2020.

#### CCL :

Des permanences sur les APS féminines et masculines. Changements se font sur le temps long.

Evolution du pouvoir d'achat a un impact sur les APS.

**[Anne Schmitt](#) : Maître de conférences, université Paris-Saclay.**

<b>Les représentations des sportives dans les médias : permanence ou mutation ?</b>
---

Les données quantitatives de l'ARCOM en 2023 : moins de 10% de représentations des compétitions féminines.

Pourquoi : milieu sportif construit par et pour les hommes des milieux favorisés.

Femmes présentes dans les sports grâce à Alice Milliat qui a organisé des jeux mondiaux féminins.

Peur de la virilisation des femmes et de risque pour la maternité dans la société française de l'entre-deux-guerres.

#### Un monde sportif binaire et hiérarchisé :

- Hommes/femmes.
- Le corps des hommes serait plus fort, plus résistant, plus endurant, plus performant.

- Une histoire qui pèse encore sur nos choix sportifs... on ne socialise pas les hommes et les femmes de la même façon avec des éducations différentes et autour de valeurs dites féminines ou masculines. Encore beaucoup de fédérations avec moins de 10% de femmes sur 85 fédérations. 7 fédérations à dominante féminine.

#### La médiatisation des sportives :

- Mise en avant du corps des sportives de haut niveau : spécialement les surfeuses où on met en avant leur plastique, plus que leurs performances sportives. Maya Gabeira.
- Problématique des sponsors : nécessité de jouer le jeu de la séduction, de répondre à des normes physiques pour financer le matériel et l'entraînement.
- Sportives malmenées car jugées insuffisamment féminines : exemple d'Amélie Mauresmo, Johanne Defay,
- [Clarisse Crémer](#) (navigatrice) évincée du Vendée Globe 2024 en raison de sa maternité.
- Choix des surnoms donnés aux sportives. Exemple de Florence Arthaud : « petite fiancée de l'Atlantique ».

#### Le monde du journalisme sportif :

- Monde du journalisme sportif très ancré dans un univers masculin. Documentaire de Marie Portolano *Je ne suis pas une salope, je suis une journaliste*.
- Impact sur le traitement des sportives.
- Cercle vicieux : performances sportives des femmes moins importantes que celles des sportifs ([question de l'entraînement et des règlements](#)), moins d'engouement médiatique, moins de sponsoring et d'opportunités de rémunération, du temps consacré à travailler ou étudier, moins de temps passé sur les terrains. Sportives sont maintenues dans un système qui donne moins d'opportunités.
- Comment briser le cercle vicieux : majorité des Français en faveur d'une plus grande présence médiatique des sportives. Consommation en hausse lorsque les programmes laissent de la place aux compétitions féminines.

CCL :

Nécessité intervention pouvoirs publics.

#### Table ronde :

##### [Fondation Alice Milliat](#)/ Ombeline Berteaux :

Faire connaître et reconnaître Alice Milliat depuis 2015 pour rendre le sport plus safe, plus inclusif, plus égalitaire. Création d'un festival de rugby à 7 100% féminin, organisation d'événements (trophées, festival de documentaires, challenge connecté), intervention de sensibilisation, création de contenus (documentaire : *les incorrectes*). Livre *Merci Alice*. Intervention sur la scène européenne. Prévention et lutte contre les violences.

##### **ARCOM/ [Laurence Pécaut-Rivolier](#) :**

Rôle de l'ARCOM de produire des études pour objectiver représentation diversité société française. Obligation pour les médias traditionnels de représenter diversité société française. Pour le sport féminin : problématique de représentation et impact sur les pratiques sportives.

<https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/barometre-de-la-consommation-de-programmes-sportifs>

ARCOM mesure la représentation des sportives : 4% de retransmissions de compétitions sportives féminines. Le sport est le parent le plus pauvre de la représentation sportive des femmes dans les médias audiovisuels. Plus de sport féminin sur les chaînes généralistes gratuites que sur les services payants. Mais les audiences voudraient plus de sport féminin : test avec France TV qui s'est engagé à retransmettre autant sport féminin que sport masculin aux JOP 2024.

Très peu de femmes dans les programmes sportifs : chiffres les plus bas de présence des femmes sur les plateaux TV. Très peu de femmes pour commenter le sport masculin. 60% de plateaux avec des commentateurs uniquement masculins.

### **Média A fond/ Myriam Alizon :**

Septembre 2022 : création d'un magazine de sports pour les 7-12 ans

Magazine papier de 60 pages, bimestriel.

Myriam Alizon : ancienne journaliste sportive à *l'Equipe*. Proposition du projet en interne à *l'Equipe*.

Les valeurs du média : diversité, indépendance, mixité. Modèle économique de l'abonnement, sans publicité. Magazine multisport. Rubrique : la grande histoire, le dossier, le reportage et aussi des jeux...

Les objectifs : donner envie de lire aux enfants, montrer la diversité et la richesse du sport, créer un lien avec les médias et la presse.

## **Partie 2 : la production des contenus médiatiques**

**Sandy Montañola : Maître de conférences, université de Rennes 1.**

<b>Vers la production de contenus médiatiques plus égalitaires : leviers et résistances.</b>
--

- Approche sociologique du journalisme
- Analyse de discours journalistiques
- Réception des discours médiatiques

Volonté d'étudier fonctionnement des médias et de leurs lignes éditoriales.

### **5 constats :**

- Déficit de médiatisation pour les sportives.
  - o Nécessité d'une réflexion conceptuelle : s'il y a moins de femmes, c'est parce qu'elles sont moins poussées à faire de sport. Il faut prendre en compte le genre journalistique, la performance sportive, la victoire, la popularité du sport dans le pays, les chances de médailles, la popularité des sportives.
  - o Il ne suffit pas pour une femme de performer pour obtenir une médiatisation.
  - o Les médias opèrent une sélection, une hiérarchisation qui va entraîner des effets de cadrage : pas de médiatisation égalitaire.
  - o 3 pistes de réflexion :

- quelle vision de l'égalité ? ([Réjane Sénac](#) : *l'égalité sans condition, l'égalité sous conditions* ; [Laure Bereni](#) : *le management de la vertu*).
- Permanence du processus : rapport de domination.
- Médiatisation et notoriété comme valeur de l'athlète : travail de prospection des athlètes pour être médiatisés.
- Médiatisation différenciée entre hommes et femmes : infantilisation/ sexualisation/ trivialisation.
  - Analyse des maquettes pour voir concurrence entre sport « masculin » et sport « féminin ». Quand il y a des coupes budgétaires, sports « féminin » sont supprimés en premier. Avant les articles sur les JO étaient plus mixtes alors qu'aujourd'hui un article présente un ou une sportif.ve.
  - Nombre de disciplines médiatisées a diminué depuis 1954.
- Hiérarchie professionnelle tournée vers le sport de compétition, les grands événements, les sports populaires masculins.
  - Sports et médias fonctionnent économiquement ensemble : recherche d'audience, de rentabilité, de restriction des moyens, dépendance aux grands groupes industriels, dépendance à l'égard des organisateurs (conditions pour interroger sportifs, organisation des conférences de presse), précarité des journalistes.
  - Secteur très concurrentiel pour devenir journalistes : peur pour les jeunes journalistes de perdre leur place en rédaction. Place de femme journaliste sportive est très peu valorisée : enjeu de carrière.
- Inégalités hommes/femmes au sein des rédactions de sport : traces de femmes journalistes de sport depuis 1900. Elles sont oubliées car il n'y a pas de biographies. 15% de femmes journalistes de sport.
  - Obstacles et résistances : le soupçon d'incompétence, l'image de groupie et de manque d'intérêt pour le sport, l'absence de modèles d'identification, les difficultés d'accès aux vestiaires, sexualisation et infantilisation, remise en cause du modèle masculin.
- Audience majoritairement masculine.

#### Table ronde :

##### **UJSF/ Richard Gotte:**

UJSF existe depuis 66 ans avec 2945 journalistes dont 300 femmes. Organisation avec 18 sections régionales. 1 femme sur 18 présidents de section. Depuis 2021, 3 femmes au bureau national. Rôle : améliorer les conditions de travail, faciliter l'accès aux terrains et au centre d'entraînement par le biais de la carte presse sport. Conditions d'accès plus compliquées pour le football, le rugby. Concurrence par l'arrivée des influenceurs. Média clubs créent leur propre accréditation. Sports autres que foot et rugby ont besoin des journalistes pour valoriser les performances. Difficile de renouveler et rajeunir effectif des journalistes sportifs.ves car journalisme sportif est peu valorisé.

##### **Association femmes journalistes de sport/Mejdaline Mhiri :**

Rédactrice en cheffe du magazine *Les sportives*.

Association avec 260 adhérentes sur 300 femmes dans la profession. 15% des femmes dans les rédactions de sport (17% en TV, 12% en presse écrite, 9% en radio). Création de l'association avec le documentaire de Marie Portolano. Problématique des commentatrices sportives en radio, à fortiori pour commenter des sports prisés par les hommes. Constitution d'un réseau d'entraide. Constitution de deux programmes avec des cours du soir pour prendre confiance en soi. Objectif : atteindre les 30% de femmes journalistes de sport. Signature d'une [charte](#) signée par 61 médias.

### **Média [Les sportives](#)/ Claire Smaghe :**

Création du magazine d'abord en version papier (25 parutions en 8 ans en semestriel) : défendre la place des femmes dans le sport. Ne pas passer par la sexualisation. Respecter les performances des sportives et aborder les thématiques liés aux femmes sportives. Média qui existe en ligne aujourd'hui, ainsi qu'un podcast et une maison d'édition. Plus d'1 million de vues sur le site par mois.

### **Partie 3 : la réception des contenus médiatiques**

Collectif MédiSJeux :

**Les effets de la réception des contenus médiatiques mettant en scène des sportives : difficultés et enjeux.**

Lien mécanique entre médiatisation et massification des pratiques sportives a été rarement étudié.

Mobilisation de la sociologie de la socialisation :

- Rôle des médias dans socialisation efficace.
- Médias peuvent jouer un rôle dans reproduction des normes sexuées.

#### Trois travaux présentés:

- Marine Fontaine : « Entre fatalité et résistance. La médiatisation du tennis français vue par les tenniswomen ». Analyse de plus de 300 couvertures de revue *Tennis magazine* : peu de couvertures avec tenniswomen. Interviews de joueuses de tennis : 87% des tenniswomen estime que le tennis féminin ne bénéficie pas d'une médiatisation suffisante. C'est plutôt le niveau des joueuses qui les rend sensibles aux inégalités de médiatisation. Pour contrer cette invisibilisation, développement technique d'images de séduction pour obtenir des sponsors.
- Travail du collectif MédiSJeux « Ce que la presse écrite jeunesse donne à lire et à voir : le genre du sport » à partir du périodique *Le petit Quotidien*. Enquête focus-groupe avec des élèves de cycle 3 à partir de numéros réassemblés du *Petit Quotidien* : lecture parcellaire pendant 3 minutes par les élèves. *Le petit quotidien* montre plus le sport qu'il n'en parle, plutôt des sports collectifs et avec une vision masculine. Renforcement de stéréotypes genrés.
- Noémie Roques « Modèles de genre et genres de modèle. Usage des vidéos de loisirs sportifs par les jeunes ». Choix et usages des contenus, la production de vidéos reste soumise à des normes de genre. Article porte sur les pratiques de gymnastes, de joueurs de rugby et de skateurs. Dans les contenus suivis par les gymnastes : relativisation des performances sportives. Jeunes rugbymen publient des fails sur Snapchat : construction d'identité du genre qui valorise la force, la bravoure. Pour les skateurs : alimentation des RSN avec un soin apporté à la forme des vidéos, consommation de contenus pour progresser dans leurs pratiques sportives.
- Travaux à retrouver dans l'ouvrage *Les sportives dans les médias*, PULIM.

CCL : analyse des effets médiatisation sport est assez délaissé. C'est un exercice complexe, car il y a d'autres acteurs de la socialisation du sport.

Table ronde :

**Le CLEMI/ Flora Rodriguez :**

Présentation des missions du CLEMI.

Présentation du concours #ZéroCliché et du dossier « EMI, genre et égalité ».

**EMI'cycle/ Clémence Boulfroy :**

Directrice de l'association Carmen et coordonnatrice du réseau EMI'cycle des praticiens et praticiennes de l'EMI dans les Hauts-de-France. Réseau de concertation où les praticiens EMI mènent de nombreux projets de lutte contre les discriminations. 2020 : [« Femmes de sport »](#) mené avec des collégiens d'Amiens avec production de capsules vidéos et de dossier pédagogique.

**L'action éducative académique en faveur de l'égalité filles-garçons en EPS/ Antoine Meats IA IPR EPS.**

Les constats :

- A l'échelle de la classe : évaluations, programmes de toutes les offres de formation, programmation dans les établissements : quel sport va vivre l'élève pendant sa scolarité, l'AS. Rôle de l'institution pour favoriser l'égalité filles-garçons : évaluation se fait par grilles d'apprentissage. Obligation de suivre les 5 champs d'apprentissage. Obligation de sensibiliser tous les élèves de seconde à la démarche artistique.
- A l'échelle de l'établissement : dispositifs périscolaires, CVL et CVC, le parcours citoyen et parcours avenir, orientation et limiter autocensure, les labels et concours divers.
- A l'échelle académique : examens, projet interministériel pour l'égalité entre les femmes et les hommes, référent académique égalité filles-garçons, plan académique d'actions pour l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, concours formation initiale des enseignants. Seule distinction dans les évaluations entre filles et garçons sur le camp de la performance.

Les perspectives :

- Education au choix : 2025 nouveau socle de connaissances, de compétences et de culture avec un champ dédié sur les CPS.
- La connaissance comme vecteur de l'émancipation et d'égalité.