

**Brocard Corinne**

*Laboratoire Activités Physiques et Sportives et Sciences Sociales, Université Marc Bloch, Strasbourg*

## PERFORMANCES SPORTIVES ET DIFFERENCIATION SEXUELLE DANS LES COMMENTAIRES JOURNALISTIQUES L'EXEMPLE DES CHAMPIONNATS DU MONDE D'ATHLETISME

En France, les études sur le sport et la presse (Seidler 1964<sup>1</sup>, Gritti 1975<sup>2</sup>, Allouis et Loret 1994<sup>3</sup>, Pociello 1995<sup>4</sup>, Marchetti 1998<sup>5</sup>, Ohl 2000<sup>6</sup>) ne manquent jamais de souligner deux faits explicatifs de l'histoire de leurs relations complices : tout d'abord, les stratégies de la presse, qui, pour assurer sa croissance, a «porté» le sport en créant de toutes pièces des événements sportifs. Aujourd'hui, le sport spectacle relativement autonome à l'égard de l'ensemble des pratiques sportives, est largement dépendant du champ médiatique.

L'objet de cet article est de voir, par l'intermédiaire de l'analyse d'un événement sportif particulier (les championnats du monde d'athlétisme de Séville, compétition la plus importante de l'année 1999 dans la discipline), comment les commentateurs sportifs analysent et présentent les performances féminines. Les résultats montrent un traitement différencié des sexes. En dehors d'une tendance générale à préserver ou à renforcer la différenciation sexuelle, les contenus et les styles des commentaires varient selon les positions des journaux et des journalistes. La narration sportive est une manière de rappeler, de diffuser et de fixer des représentations sociales. En effet, les commentaires journalistiques jouent un rôle dans l'imposition des normes légitimes, en particulier par l'intermédiaire de la publicité qui «hyper-

ritualise<sup>7</sup>» les conduites des femmes en société.

### L'HOMOGENEITE DU DISCOURS JOURNALISTIQUE

Parmi l'ensemble des travaux français sur le sport et la presse, l'approche d'Edouard Seidler révèle les véritables enjeux symboliques et économiques<sup>8</sup> du développement d'une presse sportive. Enjeux qui conduisent la presse sportive à s'organiser selon un certain nombre de caractéristiques qui la singularisent au sein du champ journalistique. De ce point de vue, les résultats de l'analyse de contenu se situent dans le prolongement des travaux de Seidler (1964), de Ohl (2000) et de Marchetti (1998) qui proposent d'envisager le journalisme sportif comme une production relativement homogène, pour ne pas dire «uniformisée». L'homogénéisation de la production depuis les années quatre-vingt<sup>9</sup>, sous l'effet essentiellement des contraintes économiques (et donc du renforcement des logiques marketing), s'explique notamment par la globalisation de l'information sportive, la domination de la télévision dans ce domaine, et le poids grandissant de la ratio-

---

1 Seidler E., *Le sport et la presse*, Paris, Armand Colin.

2 Gritti J., *Sport à la une*, Paris, Armand Colin.

3 Allouis X. et Loret A., *Sport et société. Tome 2. Sport et médias*. Paris, CNFPT.

4 Pociello C., *Les cultures sportives*, Paris, PUF.

5 Marchetti D., «le football saisi par les médias», *Sociétés et représentations*, 1, pp. 309-331.

6 Ohl F., «le journalisme sportif dans les quotidiens régionaux : une production sous influence», *Regards sociologiques*, 20.

---

7 Au sens de Goffman E., in Winkin Y., *Les moments et leurs hommes*, Paris, Seuil/Minuit, 1988, p.150 à 185, qui indique que les publicitaires ne créent pas les expressions ritualisées qu'ils emploient : ils exploitent et rendent lisibles les situations sociales.

8 La presse sportive distrait, mais sait par ailleurs rappeler les codes en vigueur dans le social. Tous les journaux - à partir des années trente - ont du s'emparer des rubriques sportives parce qu'elles sont devenues un facteur de succès commercial. La presse sportive présente cette particularité de remédier à la crise du symbolique et de la représentation, ce qui explique que le sport constitue un support de vente de plus en plus essentiel au cours du 20<sup>ème</sup> siècle.

9 Voir l'article de Dargelos B. et Marchetti D., dans ce numéro.

nalisation technique appliquée au geste sportif.

La standardisation, l'exagération et la simplification qui caractérisent les rites se retrouvent dans les récits sportifs, quel que soit le sport ou le commentateur.

D'une part, la standardisation du sport, liée aux transformations du sport spectacle comme marchandise internationale - on retrouve dans la plupart des événements sportifs une unité de temps, de lieu, et d'action -, facilite sa perception à la fois comme spectacle et consommation de masse universelle.

D'autre part, les caractéristiques des sports facilitent leur médiatisation. Le sport attire par sa spécifique dramaturgie. Plus que dans tout autre spectacle, l'exploit ou le record restent possibles, le suspense et l'indication du résultat permanents, à la différence d'une pièce de théâtre dont le scénario est connu<sup>10</sup>. Michel Bernard (1981) nous rappelle que la «démonstration» sportive réclame une théâtralisation et une dramatisation toujours plus intenses. Si le discours sportif est capable de transformer un sportif en héros national, il se nourrit tout autant des défaites des champions, qui «humanisent» au fond ces héros et les rendent accessibles<sup>11</sup>. Par exemple, Ronaldo a raté «sa» finale lors de la Coupe du Monde de football le 12 juillet 1998 à Saint-Denis ; il a porté, en grande partie, la responsabilité de la défaite brésilienne, mais en

perdant la rencontre, il est redevenu un homme «normal»<sup>12</sup>.

Enfin, les expériences sportives proposent le plus souvent un cadre très simple : une opposition entre deux protagonistes ou deux équipes, des résultats faciles à interpréter, des règles simples à comprendre ou en tout cas qui n'empêchent pas le néophyte de suivre la rencontre. Le sport admet, en outre, tous les niveaux de participation, d'identification et valorise l'affrontement «lisible» entre deux camps.

Les commentaires de faits sportifs sont structurés par d'autres constantes, notamment du point de vue de la typologie des discours. La spécificité des commentaires sportifs, c'est de s'apparenter au récit. Les travaux de Bernard Leconte (1998 et 1999) ont montré que sous couvert de reportage sportif, la télévision parle de tout autre chose et procède d'une rhétorique particulière qui agrège continuellement la plupart des thèmes et fabrique continuellement du récit en décodant les conduites sportives<sup>13</sup>.

Dans cette perspective de construction de sens (ou de renforcement), le clivage des sexes constitue un analyseur particulièrement pertinent du fonctionnement (symbolique) des commentaires sportifs. Dans notre article, nous considérons le champ sportif et les pratiques journalistiques comme des lieux privilégiés de différenciation sexuelle et de monopoles masculins (Bourdieu 1998, Beaugé 1998). Cela n'empêche pas le journalisme sportif de se structurer à partir d'un

<sup>10</sup> Voir notamment l'article de Ohl F., «des commentaires journalistiques sur le sport ont-ils un sens ?», *Recherches en communication*, 2000, 12. L'auteur reprend l'analyse de Goffman E. et signale que «le spectacle sportif est constitué de situations fatales permettant des évaluations morales et sociales.»

<sup>11</sup> A ce propos, Lopes J.S.L. montre avec Maresca S. que l'attachement du public à la personne de Garrincha, le plus grand joueur avec Pelé de l'histoire du football brésilien, est lié à son style de jeu imprévu et déconcertant autant qu'à son destin populaire dont il ne parviendra pas à se défaire. Voir «La disparition de la joie du peuple, notes sur la mort d'un joueur de football», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1989, 79, pp.21-36.

<sup>12</sup> Le cadrage de l'action et l'identification à des personnages entrent dans la composition de nombreux commentaires sportifs, «notamment dans les discours rituels sur les grands événements qui célèbrent les lieux, les personnes et les institutions.» Voir Ohl F., op. cit.

<sup>13</sup> L'auteur évoque notamment trois catégorisations - la para-course, la méta-course, et la télé-course - à propos des commentaires du 100 mètres en athlétisme. Par ailleurs, il a étendu son analyse à d'autres sports, comme le football, et montré que ses classifications sont systématiquement opérantes. Voir «Pour moins de dix secondes d'éternité», *Communications*, 1998, 67, pp. 71-89.

certain nombre d'oppositions<sup>14</sup>. Marchetti<sup>15</sup> constate une certaine uniformisation de l'information sportive - due aux contraintes économiques qui pèsent de plus en plus sur le sport - et remarque que le sport devenu spectacle réclame la présence d'éléments standards, d'invariants, la différence de genre en constitue un. A l'image de l'ensemble du champ journalistique, le journalisme sportif est un espace de concurrence dans lequel des positions différentes amènent à produire des articles et des contenus différents.

## LE CLIVAGE DES GENRES

Les commentaires journalistiques ont tendance à naturaliser les oppositions de sexe. Les processus de différenciation et de distinction sociale et sexuelle structurent le monde du sport. Or, l'efficacité symbolique de la narration sportive repose sur la mise en scène du corps. La féminisation de certaines pratiques sportives ne signifie pas pour autant la disparition des différences sexuelles. De plus, les commentaires sportifs sont essentiellement écrits et lus par un public masculin, même lorsqu'il s'agit de sports féminins.

Tout se passe comme si - à la différence de la pratique<sup>16</sup> - les discours et les médias qui évoquent le fait sportif étaient là pour rappeler, voire pour renforcer la stratification binaire de genre<sup>17</sup>. La presse sportive cons-

titue une des composantes d'un dispositif implicite de «féminisation des femmes» et de «masculinisation des hommes»<sup>18</sup>.

Des travaux américains semblent confirmer le développement d'une conception à la fois très homogène et tranchée de la hiérarchie entre les sexes dans le sport<sup>19</sup>. Tout se passe comme si les discours médiatiques ne tenaient pas compte de l'émergence, puis de la divulgation du sport féminin compétitif, en faisant perdurer les différences stables de goûts et d'engagements des deux sexes. Comprendre la logique d'une forme de nar-

---

tion sociale et culturelle de la différence des sexes. Voir sa contribution : Identité, égalité, différence. Le regard de l'histoire, in *La place des femmes : les enjeux de l'identité et de l'égalité au regard des sciences sociales*. Ed. La Découverte, 1995, p.39. Cette position est discutée par d'autres chercheurs qui lui préfèrent le terme de sexe pour différentes raisons. Cependant, dans notre article, nous utiliserons ces deux termes indifféremment.

<sup>18</sup> Mauger G. et Poliak C.F., «Lectures : masculin/féminin», *Regards sociologiques*, 2000, 19, p. 127.

<sup>19</sup> Le rappel et la fixation des codes de conduite sont, en effet, particulièrement perceptibles dans les travaux de Hargreaves J. (1994) qui montrent que les magazines destinés aux jeunes femmes et aux enfants ne représentent jamais les femmes dans certaines pratiques, comme le football notamment. D'une manière générale, les images de la femme et de la sportive véhiculées par les médias renforcent le poids des images «traditionnelles» de la féminité, dont la composante esthétique est l'élément structurant. L'auteur souligne que la télévision diffuse plus d'images de la sportive comme objet sexuel que d'images en relation avec ses performances sportives.

Goffman E. montre, par ailleurs, que la femme dans la publicité est toujours dans une position de dépendance vis-à-vis de l'homme : «rituellement parlant, les femmes sont équivalentes à des enfants». Voir Winkin Y., «Goffman et les femmes», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1990, 83, p.59.

De la même manière, nous avons montré dans la publicité française, et notamment celle qui utilise le sport comme support, que ce statut de la femme est similaire. Ainsi, les femmes sont rarement photographiées en plein effort. Elles sont presque toujours accompagnées par leur mari et/ou compagnon, ou encore leurs enfants, ce qui suggère un modèle de pratique «en famille». Voir Brocard C., «L'image de la femme sportive dans la publicité», *Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives*, 1992, 28, pp.83-97.

---

<sup>14</sup> Le journalisme sportif oscille par exemple entre un pôle «commercial», incarné par le traitement du sport dans les quotidiens populaires (*France-Soir*), et un pôle plus «intellectuel» où l'on retrouve les quotidiens dits «de qualité» (*Le Monde* notamment) qui proposent une autre lecture de la différenciation sexuelle.

<sup>15</sup> Voir Marchetti D., op. cit.

<sup>16</sup> Une diversité d'identités de genre existe au niveau de la pratique. Voir l'article de Suzanne Laberge : «Pour une convergence de l'approche féministe et du modèle conceptuel de Bourdieu», *Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives*, 1994, 35, pp.51-64.

<sup>17</sup> Malgré le nombre limité de recherches sociologiques françaises sur ce concept, notamment par rapport aux Etats-Unis, il est possible d'admettre avec Michelle Perrot que le genre est la construc-

ration sur le sport, en l'occurrence la presse, c'est accéder à une mise en scène et à une mise en sens de notre société.

### **Le traitement journalistique des championnats du monde d'athlétisme**

Notre étude porte sur le traitement médiatique - par la presse française - des Championnats du monde d'athlétisme. A priori les «surfaces» médiatiques accordées aux femmes et aux hommes devraient être similaires et en relation avec leurs exploits respectifs. Sur le stade, les hommes et les femmes évoluent en même temps au cours d'épreuves différentes. Ceci entraîne un traitement moins différencié des athlètes que dans des sports traditionnellement masculins (comme le cyclisme) où les courses des hommes et des femmes sont toujours séparées.

La douzième fédération olympique en France avec 152 769 licenciés en 1997<sup>20</sup> est aussi celle où les femmes sont assez bien représentées avec un peu plus de la moitié des licenciés dans une pratique où la modalité compétitive est essentielle, et qui est assez présente à la télévision<sup>21</sup>.

Il faut enfin remarquer que l'athlétisme appartient à cette catégorie de sports de longue tradition masculine, qui a su, malgré les résistances, intégrer la pratique féminine. L'athlétisme fait partie des fédérations plutôt féminisées dont les effectifs féminins ont effectué un rattrapage ces dernières décennies (Davis, Louveau, 1991). La conjoncture des années soixante favorise sa féminisation (DeFrance 1989), même si le mouvement ne se généralise pas à toutes les femmes en même temps. Cependant, le plus souvent, les femmes apparaissent à l'écran ou sont évoquées dans la presse dans des disciplines qui leur sont traditionnellement réservées :

«LA» sportive est plus fréquemment gymnaste, patineuse, tennismen, athlète que footballeuse, rugbywoman ou boxeuse. Or, l'arrivée des femmes dans un «monde» historiquement masculin constitue une rupture en ce qu'elle bouscule le sport masculin.

Le sport féminin se conformant souvent aux techniques et performances masculines établies, il semble encourager le journaliste sportif à souligner que les femmes s'approprient des traits comportementaux (combativité, courage) et physiques (endurance, résistance, force) jusque là réservés aux hommes<sup>22</sup>.

Tout se passe comme si le journaliste sportif tente dès lors de rendre compte de la montée du sport comme phénomène socialement légitime et éducatif, et de surcroît non ségrégatif puisqu'il est censé s'adresser aussi bien aux hommes qu'aux femmes, sans pour autant «masculiniser» les femmes. Au fur et à mesure que le sport féminin devient incontournable, que la domination masculine est symboliquement contestée, le traitement journalistique de l'événement et des actrices évolue, même si le clivage des genres est une constante des narrations sportives. Il semble, en effet, que les représentations des femmes sportives dans les médias se diversifient de plus en plus<sup>23</sup> en fonction du sport relaté et du journal concerné. D'existence plusieurs manières de présenter les femmes sportives comme il existe plusieurs façons de décrire les hommes sportifs.

Cependant, nous nous attacherons essentiellement à montrer que le récit sportif est structuré par des constantes à partir desquelles il est possible de construire une caractérisation des commentaires quels que soient les commentateurs.

20 Banque de données de la Direction des Sports du Ministère de la Jeunesse et des Sports.

21 En 1997, sur les chaînes hertziennes que les Français sont censés posséder, l'athlétisme se situe au septième rang dans le volume horaire de diffusion après le football, le tennis, le cyclisme, la F1, le basket-ball et le rugby (source C.S.A.).

22 H faut évoquer, à ce propos, l'article de Dunning E., *Le sport, fief de la virilité*, in *Sport et civilisation la violence maîtrisée*. Ed. Fayard, 1994 pour la traduction française, pp.367-389. L'auteur y explique le caractère patriarcal du sport moderne et nous renseigne sur les normes de virilité à l'œuvre dans les public schools.

23 Voir Brocard C., «L'image de la femme sportive dans la publicité», *art. cit.*, p. 89.

La production d'articles sur les événements ou les exploits sportifs masculins et féminins est soumise à des conditions de production complexes. Ces conditions sont déterminées par le journal (son contenu, les rubriques, le journaliste et le public auquel il s'adresse), le type de sport utilisé et par des stratégies de présentation des sportifs<sup>24</sup>.

Notre recherche repose, en partie, sur une analyse comparée des récits sur la « sportive » et le « sportif » que proposent les journalistes de la presse écrite sur les athlètes. Les récits sur les femmes sportives ne peuvent prendre leur pleine signification que dans leurs rapports aux récits masculins. C'est pourquoi nous envisagerons la différenciation sexuelle en matière de sport comme un élément structurant des stratégies journalistiques qui aboutissent à différencier, dans tous les cas de figure, les commentaires sur la femme et l'homme sportifs.

Il s'agit, par ailleurs, de montrer que le journalisme sportif est un espace professionnel qui renforce la « naturalisation » des différences sociales en reproduisant des images conformes aux modèles de femmes dominants véhiculés dans notre société. Ces commentaires sur les femmes traduisent cette hiérarchie incorporée par les hommes et les femmes qui détermine et perpétue d'une certaine manière la « domination masculine ».

Enfin, les stratégies de production des journalistes obéissent aux contraintes économiques et symboliques du champ médiatique (Bourdieu 1994). Ainsi, les différences entre les hommes et les femmes sont plus ou moins tranchées dans les récits selon la position du journal dans le champ médiatique. La modification structurelle des médias (Marchetti 1998) aboutit, par ailleurs, à une offre qui est de moins en moins liée au service public et de plus en plus dépendante du secteur marchand. Cette mutation ne signifie pas pour autant la disparition de toute morale ou de tout message. En triant parmi « l'univers des possibles » dans les commen-

taires sportifs, les journalistes aboutissent à produire un certain nombre de stéréotypes. En d'autres termes, les scénarios peuvent changer, mais les personnages perdurent.

L'étude s'appuie sur l'ensemble des numéros de cinq journaux parus pendant la durée des Championnats du monde d'athlétisme de Séville (20-30 août 1999). Le choix des journaux a été guidé par les critères suivants : ce sont tous des quotidiens, excepté le magazine *Athlétisme* qui paraît mensuellement<sup>25</sup>. Ils ont une certaine ancienneté et occupent une position différente au sein du champ journalistique (les *Dernières Nouvelles d'Alsace* ont été créées en 1877, *Athlétisme* existe depuis 1933, le *Monde* et *France-Soir* sont nés en 1944, *L'Equipe* en 1946), et couvrent un ensemble relativement diversifié de lecteurs.

Une analyse de contenu des discours a été réalisée à partir de données quantitatives et qualitatives (élaboration d'une grille d'indicateurs)<sup>26</sup>.

## LA PRODUCTION SYSTEMATIQUE DE STEREOTYPES QUEL QUE SOIT LE JOURNAL

### Les femmes sportives dans les médias français

Comparé aux recherches américaines, le cas français ne déroge pas à la règle. En dépit ou

25 La revue comprend dix numéros par an, étant donné que Janvier/Février et Octobre/Novembre sont des numéros doubles.

26 a) Les données quantitatives déterminent la place accordée à la femme et à l'homme sportifs dans les journaux étudiés en mesurant la surface rédactionnelle occupée par les articles et leurs titres, les résultats, et les photographies, et cela pour chacun des deux sexes. De surcroît, il faudra systématiquement rapporter les surfaces calculées à la pénétration féminine dans l'athlétisme.

b) les données qualitatives visent à la fois la forme et le contenu des articles. Il s'agira de relever systématiquement le type de vocabulaire utilisé, le type de discours employé, enfin le contenu même de l'article, son sens, à partir d'une analyse thématique portant sur : - le corps sportif, - le rapport à l'effort, - la démarcation des rôles masculins et féminins, - la technique sportive, - le para-sportif, - l'héroïsation du personnage.

24 Les couvertures médiatiques à propos du rugby, du saut à la perche, voire du football féminins sont généralement réduites à une peau de chagrin.

à côté de «contre-modèles», les goûts et les engagements des hommes et des femmes en matière d'activité physique ou sportive conservent leur spécificité. Généralement, les pratiques et les lieux sportifs sont sexués, d'autant qu'on a affaire aux formes sportives les plus codifiées et les plus instituées. Les pratiques sportives les plus affirmées comme telles sont aussi celles dans lesquelles la

participation des femmes est de plus en plus tenue (Louveau, 1991). Les pratiques «californiennes» faiblement institutionnalisées (Pociello, 1981) telles que le surf, ou le hot-dog restent fortement pour ne pas dire exclusivement masculines. Les femmes ne sont guère présentes dans la restitution médiatique du phénomène sportif, comme l'a montré Gritti (1975) et comme le confirme notre

**Tableau 1. La prédominance d'un modèle masculin : mesure de la surface consacrée à l'information sportive masculine et féminine pour la période du 20 au 30 Août 1999**

	Nbr moyen de pages	Nbr moyen de pages sportives	% moyen	% moyen de pages sportives consacrées aux femmes	% moyen de pages sportives consacrées aux hommes	% moyen d'articles consacrés aux femmes investies dans des «disciplines masculines»
<i>D.N.A</i>	45.5	8.5	18.5	9.3	90.7	0
<i>L'EQUIPE</i>	21	19.5	93	16	84	5.7
<i>FRANCE-SOIR</i>	31	6.5	20	19.4	80.6	0
<i>ATHLETISME</i>	45.5	35	77	30	70	25
<i>IMMONDE</i>	28	2	7	33.5	66.5	9
<i>Moyennes</i> →	34	14.5	43	21.6	78.4	6.9

Mesures effectuées sur 11 livraisons des *DNA* et de *L'Equipe*, 10 du *Monde*, 9 de *France-Soir* et 2 d'*Athlétisme*

étude. Elles y apparaissent peu : en moyenne, les *D.N.A*<sup>27</sup> ont consacré 9,30% de leurs pages sportives aux femmes pendant les championnats du monde d'athlétisme - deux alsaciennes s'étaient pourtant qualifiées pour Séville contre aucun homme - tandis que *le*

*Monde*<sup>28</sup> a consacré 33,5% de ses pages sportives aux femmes<sup>29</sup>. Il est important de

<sup>27</sup> *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*, en tant que quotidien d'information régionale, cible avant tout un lectorat régional et ne présente pas de grandes singularités parmi la presse quotidienne régionale : il développe toujours une rubrique sport plus conséquente que dans n'importe quel journal de la presse quotidienne nationale. L'information sportive y est complète, mais reste principalement axée sur le régional et les résultats des sportifs locaux. L'intérêt de retenir un journal régional réside, d'une part, dans sa relative indépendance vis-à-vis de la presse nationale, et d'autre part, dans sa tradition d'analyser les enjeux locaux dans une perspective d'identité du lecteur. Nous constatons souvent une surévaluation ou une surcouverture des sportifs alsaciens parce qu'ils participent, d'une certaine manière «au quadrillage» de l'événement.

<sup>28</sup> *Le Monde* est - à maints égards - considéré comme le journal dominant du champ journalistique : il s'est imposé comme quotidien de référence en France et à l'étranger par sa tradition d'indépendance et consolide sa position de premier quotidien des cadres et des cadres supérieurs en 1999 selon la dernière étude réalisée par l'institut IPSOS de septembre 1998 à juin 1999. Il ne s'est longtemps intéressé au sport que de manière épisodique. La rubrique du lundi est très complète mais rivalise avec celles du mardi et jeudi également propices aux «nouvelles» sportives. Les événements sportifs sont analysés avec une certaine rigueur, dans le style volontairement dépouillé du quotidien. Les enquêtes et véritables articles de fond sont cependant rares, ce en quoi la rubrique sportive du *Monde* reste le plus souvent en marge des autres sections du journal.

<sup>29</sup> Les autres journaux se distribuent à l'intérieur de cette fourchette. Ainsi, le quotidien sportif *L'Equipe* n'échappe pas à la règle et consacre seulement 16% de ses pages aux femmes, tandis que *France-Soir* évoque les femmes sportives à la

remarquer que, quel que soit le journal considéré, - spécialisé en sport ou pas - et quels que soient les résultats du jour, la tendance est de favoriser très largement le sport masculin. Si la presse évoque plus volontiers l'athlète que la footballeuse, il ne faudrait pas penser qu'à coup sûr athlétisme et femme se conjuguent ensemble harmonieusement. Cette union n'est durable que si les disciplines évoquées sont compatibles avec la féminité. Sur l'ensemble des 87 articles portant sur les femmes pendant les championnats du monde d'athlétisme, seuls 6 articles traitent de disciplines investies tardivement par les femmes : lancers légers (javelot), lancers lourds (poids, marteau), courses de longues distances (marathon) et sauts plus sophistiqués (saut à la perche).

Par ailleurs, une femme, aussi titrée soit-elle, ne saurait être représentative de l'excellence sportive d'un pays, tant du côté de ceux qui font l'information que de ceux qui la reçoivent<sup>30</sup>.

L'exploit sportif réalisé par une femme est presque toujours rapporté au modèle masculin : F. Arthaud, qui au départ de la route de Rhum était «la petite fiancée de l'Atlantique» devient le 18 novembre 1992, jour de sa victoire, dans un gros titre du *Parisien* : «*Flo, t'es un vrai mec !*» et au *Figaro* de confirmer par l'intermédiaire d'Alain Delon : «*Elle en a j31*».

Sept ans plus tard, lorsque le *Monde* évoque M. Jones<sup>32</sup> et dresse un portrait de «*l'athlète parfaite*» en termes d'image et de communication, il ne peut que la situer par rapport à ce qui constitue la référence, c'est-à-dire les champions masculins : «*elle possède la po-*

---

hauteur de 19,40 %. Enfin, la revue *Athlétisme* se rapproche du *Monde* en consacrant 30% de ses pages sportives aux femmes (tableau 1).

<sup>30</sup> Voir Montaignac C., journaliste à *L'Equipe*, sélectionnant 12 photographies emblématiques de sport à l'occasion du colloque «*montrer le sport*», Paris, INSEP, mars 1999. Parmi elles, aucune n'est consacrée à une championne.

<sup>31</sup> Plus proche de nous, un commentateur de ski alpin, lors de la dernière Coupe du Monde s'exprime sur les qualités exceptionnelles de Déborah Compagnoni : «*C'est l'Alberto Tomba au féminin, quel talent*».

<sup>32</sup> Le *Monde* du 22 - 23 août 1999.

*lyvalence de C. Lewis, la gentillesse de H. Gebresselassie, et l'aura de M. Johnson*».

L'athlétisme qui n'est plus depuis longtemps ce sport étranger aux femmes<sup>33</sup>, reste sujet à des résistances de la part de certains journalistes, qui éprouvent des difficultés à considérer le 100 mètres autant comme une épreuve masculine que féminine : «*le 100 mètres est la course la plus attendue, la plus médiatique des championnats du monde, parce qu'elle désigne l'homme le plus rapide du monde*<sup>34</sup>».

Alors qu'un article entier du quotidien est consacré à l'analyse technique de cette course, tout se passe comme si le 100 mètres n'existait qu'au masculin. Le journaliste renoue ici avec le principe d'ignorance, voire d'exclusion maintes fois réitéré depuis Pierre de Coubertin<sup>35</sup>.

Dans le sport médiatisé, l'écart aux normes de la beauté féminine classique, celle précisément que les pratiquantes de natation synchronisée (Muriel Hermine) ou les patineuses (Katarina Witt) donnent à voir est mal toléré. Maria Mutola, vice championne du monde du 800 mètres en 1999, évoque son mal-être lorsqu'elle doit affronter les remarques désobligeantes sur son absence de féminité (le *Monde*, 24 août). En cela, le sport se pose en conservateur d'une image de la féminité traditionnellement définie et de façon plus générale, reflète la division sexuelle des rôles masculins et féminins. On exige des sportives qu'elles soient minces et longilignes comme si, pour elles, l'efficacité technique ne pouvait se passer de l'élégance et de la beauté. Sportives mais femmes, comme en témoignent les propos du responsable du foot féminin en France qui rappelle à "ses filles" «*de faire attention à leur féminité, de se maquiller avant d'entrer sur le terrain*» (Le *Figaro ma-*

---

<sup>33</sup> Elles courent le 100 mètres olympique depuis 1928.

<sup>34</sup> *L'Equipe* du dimanche 22 août 1999.

<sup>35</sup> Encore en 1955, Stephen Hecquet prévient les filles que l'athlétisme intéresse : «*voulez-vous courir le 100 mètres ? Vous dégénérerez en jument...L'homme est un monument quand vous ne serez jamais qu'un édifice utilitaire*» in Bédriens N., Liliensten R., Touati C-R ; *Idées reçues sur les femmes*, Paris, Ed. Hier et demain, 1978, p. 14.

gazine, 26 avril 1980). Rappellerait-on ces conseils d'élégance féminine à une patineuse avant de s'élancer sur la glace ? C'est finalement ce que relève C. Louveau (1991, 116) : «c'est une spécificité du sport féminin que de ne pouvoir être commenté sans que soit appréciée l'esthétique de la sportive. Il est exceptionnel de juger les sportifs en vertu de critères esthétiques».

Il s'agit donc d'une constante journalistique<sup>36</sup> comme en témoignent ces extraits de *L'Equipe magazine*<sup>37</sup> et de *France-Soir*<sup>38</sup> à propos de Muriel Hurtis, sprinteuse française et des «filles de Séville» : «sa silhouette longue de 1,80 m. solidement campée sur 2 jambes interminables, ne laisse pas indifférent. Muriel, un fin minois aux yeux de biche, veut séduire par ses temps de passage plutôt que par ses courbes.» (*L'Equipe magazine* du 21 août 1999).

«Le monde entier est déjà sous le charme des déesses des stades. Elles affolent les foules par leur grâce, leur plastique impeccable et leur charme» (*France-Soir* du 23 août 1999).

Dans les deux cas, des photographies en couleur, pour le moins suggestives, accom-

<sup>36</sup> Même s'il faut souligner que certains journaux ou journalistes associent la sportive à l'esthétique de manière permanente tandis que d'autres, plus rares, n'en font qu'une variante de leur discours.

<sup>37</sup> *L'Equipe magazine* est distribué en supplément de *VEquipe*, uniquement les samedis. Ce dernier cible un public masculin composé essentiellement de cadres. Il est le quotidien des aficionados de tous les sports, et traite l'information sportive de façon complète. Monument dédié au sport, principalement de haut-niveau, c'est une institution quasiment indétronable puisque toutes les tentatives faites pour lancer un «challenger» ont échoué. Non seulement il détient le monopole quasi exclusif de la diffusion d'informations sportives, mais il supplante aussi *Le Monde* en étant le premier quotidien français pour l'importance de son tirage. Voir Dargelos B., Marchetti D., op. cit.

<sup>38</sup> *France-Soir* est un quotidien populaire qui valorise l'aspect émotionnel des faits de société, ce qui explique qu'il veut surtout distraire avant d'informer. La technique sportive est moins importante que l'à-côté, ou le fait divers : les origines du champion, ses goûts, ses désirs, ses rêves. La rubrique sportive tient ici du courrier du cœur. C'est un roman-rose ou noir - de l'actualité, une chronique de l'évasion.

pagnent l'article. Les femmes sont toujours photographiées dans des poses sexys, ou alors, le lecteur découvre les jambes et les fesses d'une sportive et peut ainsi apprécier «son talent indéniable». L'esthétisation des femmes est une manière d'euphémiser la rationalisation technique sportive<sup>39</sup>. Les retransmissions sportives télévisées concourent donc davantage à alimenter la distinction des sexes qu'à la réduire. Si elles ne répondent pas à quelques canons stéréotypés, les femmes sportives sont la plupart du temps critiquées par les médias et oubliées de la scène sportive. Jeannie Longo semble constituer une exception longtemps contestée. Il s'agit de montrer une sportive, en l'occurrence une championne incontournable, dans un sport «non féminin» (le cyclisme) en lui attribuant précisément ce statut d'exception qui renforce la règle. Comme si la présence des femmes dans les palmarès des sports historiquement masculins leur ôtait précisément toute identité féminine, J. Longo fut désignée comme «le meilleur sportif de l'année» par *L'Equipe* en 1987.

Les sports les plus esthétisés, dont la gymnastique rythmique et sportive ou la gymnastique féminine sont les représentantes, sont en général les plus médiatisés. En ce sens, les médias renforcent les stéréotypes dominants.

### Le sport comme outil d'intériorisation des rôles sexués

Les études américaines et françaises portant sur les stéréotypes de sexe dans le sport confirment que les définitions traditionnelles de la féminité et de la masculinité font du sport une arène de la différenciation entre les sexes que les médias entérinent.

Nos résultats confirment les travaux de J.A.M. Buysse (1992) montrant que les hommes sont toujours présentés comme de vrais athlètes tandis que les femmes imitent

<sup>39</sup> En sexualisant symboliquement le corps comme le montrent Mikosza J.M. et Phillips M.G., «Gender, Sport and the body politic», *International Review for the Sociology of Sport*, 1999, 34-1, pp.5-16. L'érotisation des corps est une manière de masquer le travail profond qu'il y a derrière les performances féminines.

le modèle masculin. Une hiérarchie entre les sexes est définitivement ancrée dans le sport et l'idéologie selon laquelle le sport est un privilège réservé aux hommes, est abondamment véhiculée par les médias.

Notre étude montre que les hommes sont, en effet, toujours décrits sur un mode sérieux, comme si l'athlétisme - pour eux - pouvait tout à fait représenter une activité principale, voire un métier à part entière : ce qui n'est pas encore tout à fait acquis pour les femmes.

Les articles techniques et/ou tactiques qui commentent leurs performances, leur talent ou leur suprématie - américaine pour les sprints, kenyane pour les épreuves de fond - sont largement dominants. Le sportif en action est décrit dans ce qu'il fait.

Nous n'avons relevé aucun article qui s'attacherait à évoquer et à commenter le physique d'un athlète à la manière où cela est systématiquement fait pour les femmes. Les sportifs sont toujours photographiés pendant la compétition, en plein effort, sans accessoire de l'apparence - sauf pour les sprinters noirs américains qui portent volontiers des chaînes et gourmettes en or - ce qui donne des images de corps «productifs», performants et musclés. Les rares cas de poses masculines se repèrent au cours des interviews ou dans les tours d'honneur après une victoire.

Si une brèche s'introduit dans ce modèle univoque de sportif, où peu de choses sont dites sur sa vie extra-sportive, c'est pour évoquer sa compagne ou sa femme, lorsque l'information est incontournable. Pour le couple formé par M. Jones et C.J. Hunter, lorsque le *Monde* titre «*Monsieur précède Madame*» (24 août), *L'Equipe* préfère écrire qu'«*Z est enfin sorti de l'ombre de sa femme avec son titre*» (22 août). En même temps, le journaliste s'empresse de signaler qu'«*en tant qu'épouse modèle, M. Jones s'est plus attardée sur la victoire de son mari au poids que sur son propre triomphe*».

Pour Romain Denzler (1994), le quotidien *L'Equipe* tente surtout de répondre à des impératifs de spectacularité, en conformité avec

les stéréotypes sociaux, et a fortiori avec les stéréotypes de sexe. Pour être médiatiques et médiatisées, les situations sportives se doivent d'être «viriles». Tandis que les épreuves masculines ont la préférence de la rédaction du journal, le sport féminin est frappé du sceau du désintérêt, voire du dédain. Même le sort réservé aux disciplines spécifiquement féminines n'est guère enviable<sup>40</sup>.

Et l'auteur d'en conclure : «*D'une part, à la surreprésentation du sport masculin correspond la sous-représentation du sport féminin. D'autre part, l'affichage exacerbé des stéréotypes de sexe tend à contenir la femme à l'écart de la sphère sportive, faisant de celle-ci un bastion masculin*»<sup>41</sup>.

Nous constatons, en effet, que le sport dont nous parle *L'Equipe* demeure majoritairement l'univers d'un seul sexe. Ce n'est certainement pas un hasard si le quotidien consacre 84% de ses pages aux hommes. Dans ce contexte, les femmes sont la plupart du temps associées au para-sportif et au thème de la beauté : «*l'amour transcende Thanou, la grecque. Ah l'amour!*» (*L'Equipe* du 22 août 1999).

«*Cette fois, le glamour est limité au strict minimum. Amy Acuff, qui posait sur un calendrier osé, seulement drapée de la bannière étoilée américaine peinte sur ses jolies courbes, fait dans la discrétion.*» (Lundi 30 août 1999).

Encore une fois, cet article - dont la moitié est consacrée à l'esthétique - montre que les femmes sont au moins autant jugées pour leurs apparences que pour leurs performances sportives. C'est là une spécificité du sport au féminin, que de considérer la performance comme accessoire et de ne pouvoir être

<sup>40</sup> Ainsi, au cours de l'année 1992, la G.R.S. a totalisé 16 présences et la natation synchronisée 12 présences, soit bien moins que la plus petite surface quotidienne consacrée au football. Il faut remarquer, par ailleurs, qu'aucun article ne fut consacré à ces pratiques durant les J.O. de Barcelone. Voir *Les stéréotypes de sexe dans le sport*. Thèse de troisième cycle soutenue en sociologie, Université de Paris.

<sup>41</sup> Denzler R., op. cit., p.222.

commenté sans que soit appréciée l'esthétique de la sportive. Souvent, les appréciations esthétiques précèdent la performance elle-même :

«A 4,55 mètres, quand Balakhova, poupée ukrainienne blonde assura un saut parfait» (*l'Equipe* du 22 août 1999).

«Grande, élancée, plutôt jolie et coquette» (*Le Monde* du 22, 23 août 1999 à propos de M. Jones).

A en lire les commentaires journalistiques, toutes les athlètes, qu'elles soient perchistes ou lanceuses de marteau, sprinteuses ou marathoniennes, se ressemblent puisqu'elles sont toutes «féminines et gracieuses» (*France-soir* du 23 août 1999) et arborent comme «la coquette J. Miller, un sourire poupée Barbie» (*YEquipe* du 28 août 1999).

Les athlètes retenues par les journaux semblent toutes avoir la même allure, indépendamment de leur spécialité et de leur pays d'origine, et correspondre à une «matrice» de femme. Toutes celles qui ne correspondent pas au modèle sont a priori discréditées : «les dames bien en chair du disque en ont terminé» (*YEquipe* du 24 août 1999).

Parce que les femmes sportives dérangent, en occupant des positions réservées aux hommes, les journalistes contribuent à rappeler leur identité féminine traditionnelle à travers des commentaires sur l'apparence ou les liens familiaux ; leur incursion dans une culture technique masculine n'est donc que très superficielle.

### Un modèle dominant de sexualité

Comme nous l'avons vu, les femmes sportives, pour être «médiatisées» doivent s'inscrire dans un modèle quasi hégémonique d'esthétique, mais cela ne semble pas être une condition suffisante.

Les jugements portés sur les sportives «peu féminines» ou homosexuelles, délaissent volontiers leurs performances physiques pour dénoncer leur non conformité au modèle fé-

minin hétérosexuel<sup>42</sup>, et les femmes qui s'engagent dans les pratiques masculines prennent le risque d'être jugées «peu féminines». Si le monde de l'athlétisme conjugue désormais le marteau au féminin, c'est sa première apparition officielle en championnat du monde, les lanceuses évoquent les réticences anciennes et les remarques perpétuelles du style : «c'est seulement pour les hommes» (*le Monde* du 24 août 1999).

Sur les sportives pèse spécifiquement l'obligation d'attester de leur appartenance de sexe, et il semble qu'elles doivent de plus en plus fréquemment recourir aux signes surajoutés de parure pour signifier leur féminité. Ainsi, les photographies mettent en scène des sportives maquillées, portant des bijoux, voire des lunettes, aux cheveux parfois teints et aux ongles manucurés. Il n'est pas exclu que certaines sportives évitent la «confusion de genre» qu'elles pourraient encourir en restant naturelles, surtout compte tenu de leur discipline éminemment masculine. Ainsi que le relève une journaliste du *Monde* : «Avec son 1,80 m. pour 116 kilos de muscles, la discobole B. Faumuina en impose. Mais cette jeune femme de 24 ans a sans doute les plus jolies mains de l'athlétisme mondial. Des mains de femme oisive : longues, souples, parfaitement manucurées, insolites dans le monde salissant des lancers» (*Le Monde* du 22, 23 août 1999).

Les relations entre sexualité et genre se structurent différemment pour les hommes et pour les femmes. Nos résultats, comme ceux de Riitta M. Pirinen (1997), confirment que les médias se concentrent beaucoup plus souvent sur l'apparence que sur les exploits des athlètes féminines qui se conforment au modèle de vie «idéal» c'est-à-dire hétérosexuel. Les femmes qui transgressent ce modèle sont perçues comme peu vertueuses, qualifiées le plus souvent de «lesbiennes peu séduisantes». Dans le pire des cas, elles peuvent devenir complètement invisibles et, avec elles,

<sup>42</sup> Lorsqu'Amélie MAURESMO a battu Martina HINGIS lors du tournoi de l'open d'Australie, la presse a fait découvrir simultanément aux français son tennis et son homosexualité. Elle s'est largement fait l'écho des propos de la Suisse laquella déclarait après le match : «J'ai eu l'impression de jouer contre un homme».

leurs exploits. La participation sportive offre apparemment une équation normalisatrice pour les hommes : athlétisme = masculinité = hétérosexualité (Messner, 1996).

Cela dit, il faut se garder de toute vision simplificatrice des relations entre le monde sportif et le genre. La prise en compte du genre permet de mieux saisir l'évolution du sport et de comprendre qu'il est d'abord un espace spécifiquement masculin (Messner & Sabo, 1990).

Mais la «domination masculine» (Bourdieu, 1998) ne s'oppose pas seulement aux femmes, mais aussi aux hommes qui ne construisent pas leur masculinité sur la force et la virilité. Dans ce modèle hégémonique, toutes les autres masculinités sont subordonnées et accessoires. Ainsi, l'athlète au corps musclé est toujours plébiscité, sinon pris au sérieux, tandis que les marathoniens ou les coureurs de fond sont souvent l'objet de moqueries à propos de leurs corps trop frêles ressemblant à des corps d'adolescents. Nous observons la même tendance dans notre travail, *l'Equipe* surreprésente «*les rois du sprint*» par rapport aux autres athlètes parce qu'ils incarnent, pour le journal, l'idée de la perfection sportive. A l'inverse, «*Gebre et les kenyans sont des extraterrestres*» dont il faut saluer le courage et la ténacité, vertus de nature opposée au talent et au don.

La définition d'un genre unique est l'objet de luttes même entre les hommes issus de groupes sociaux différents, de peuples différents et de sexualités différentes. S'il est maintenant clair que «l'ordre patriarcal» a créé l'impression que le sport féminin est toujours moins important que le sport masculin, il construit et légitime aussi les positions entre les hommes. Les médias, par le modèle qu'ils défendent, construisent des relations hiérarchiques entre les hommes. Par exemple, d'après Sabo et Jansen (1992), les médias se concentrent systématiquement sur l'athlète masculin blanc et hétérosexuel. D'autres études corroborent ce point de vue selon lequel les médias surveillent et contrôlent la sexualité par le biais de leur traitement des athlètes

masculins<sup>43</sup>. La surveillance de l'identité sexuelle et du corps par les médias renforce la masculinité hégémonique en sport tout en nourrissant la hiérarchie sexuelle de la culture américaine.

Nous constatons, à la lecture des différents journaux, que les hommes et les femmes sportifs doivent posséder une masculinité et une féminité conformes à un modèle univoque et archétypique. Ces permanences, communes à l'ensemble des journaux, indiquent qu'une «production» de stéréotypes est opérante et contribuent à rappeler une différenciation sexuelle des hexis corporelles, des goûts, des apparences et des valeurs. Cependant, ces constantes ne se retrouvent pas avec la même fréquence, ni avec la même intensité en fonction du journal considéré et sont susceptibles d'évoluer.

Tout en respectant la «logique» sportive, le journaliste exprime la singularité de chaque journal liée à sa trajectoire et sa position dans l'espace journalistique, aux propriétés sociales du public concerné et au degré de son autonomie.

#### VARIATION DES MODELES DE SPORTIFS EN FONCTION DE LA POSITION DU JOURNAL DANS LE CHAMP MEDIATIQUE

##### Effets de position et traitement de l'événement

Aujourd'hui, dans la presse écrite, la collecte d'information est homogène. Les journaux disposent, en effet, d'une information de base souvent commune fournie par l'Agence

<sup>43</sup> Notamment les études de Dworkin S.L. et Wachs F.L. sur les athlètes séro-positifs. Les auteurs analysent les annonces de séro-positivité concernant Magic Johnson, Greg Louganis et Tommy Morrison. Indéniablement, une différence de traitement est opérée entre les hommes gays (Louganis) et ceux qui se disent hétérosexuels (Johnson et Morrison). Ainsi, les médias précisent que «les hétérosexuels peuvent aussi être infectés» s'ils sont de moeurs faciles et adoptent un style de vie risqué. *Sociology of Sport Journal*, 1998, 15, pp. 1-20. «Disciplining the body : H.I.V. Positive Male Athletes, Media surveillance, and Policing of sexuality.»

France Presse. Si l'information est «industrielle», c'est désormais sur son traitement que les journaux vont faire la différence. Il faut insister sur le fait que la mise en forme de l'information est toujours dépendante du point de vue du journaliste et de son autonomie relative. La double autonomie dont il dispose - à la fois par rapport à l'espace journalistique et à l'espace des sports<sup>44</sup> - est d'autant plus grande que l'on est proche du pôle intellectuel et que les liens entre les espaces (du sport et des médias) sont faibles. La position du journaliste pèse éminemment sur le contenu de ses articles, or celle-ci est d'abord définie par les propriétés des journalistes, leurs formations et trajectoires, ainsi que leurs origines sociales. Ensuite, ce qui caractérise la position d'un journaliste à un moment donné, c'est aussi son appartenance à un journal en particulier et son obligation de répondre à la demande des lecteurs tout en respectant la ligne éditoriale. Enfin, sa position est définie par la proximité plus ou moins grande qu'il entretient avec les sportifs. Par conséquent, il est plus facile de comprendre que les quotidiens *Le Monde* et *YEquipe* ne s'intéressent pas aux mêmes aspects du sport. D'autant plus que *YEquipe* est assurément dépendant du monde sportif et qu'il conteste la légitimité et la domination du *Monde* sur la presse, y compris sur l'information sportive. Le *Monde* est plus distant des enjeux sportifs et ses articles s'écartent plus fréquemment de la «norme» médiatique en matière de sport. Bien que les statistiques attestent de la «domination masculine» dans le sport - et notamment dans le sport compétitif - le *Monde* ne défend pas la position d'un sport éminemment masculin : c'est le seul journal qui consacre le tiers de ses pages sportives aux femmes (33,5% cf. tableau 1). Un équilibre est également trouvé au niveau des photographies de sportifs. Si le journal propose toujours un point de vue original sur le sport féminin et aborde des thèmes pour ainsi dire «marginiaux» - les femmes et le monde des lancers, les pionnières, les femmes et l'intégration - il n'en reste pas

moins vrai que le traitement de ces thèmes est toujours orienté sur le para-sportif et sur la présentation des rôles et des modèles féminins habituellement valorisés dans la société française. Nous retrouvons ici des conclusions plus globales que des travaux en sociologie du sport ont mis en évidence à propos de la production d'un archétype féminin. Simmel (1989), Goffman (1988), mais aussi Bourdieu (1990, 1998) ont montré que la différenciation est un mécanisme essentiel de la production de pratiques et surtout de l'appropriation de pratiques. Même quand les femmes s'approprient des pratiques masculines (lancer, perche), elles doivent préserver leur féminité. Par exemple, les articles du *Monde* du 28 août 1999 portant sur les sportives en devenir - Y. Belkacem et L.Tiendrebeogo - abordent sans les cautionner les rôles très limités de la femme dans certains pays d'Afrique et suggèrent qu'une femme se doit d'être belle et d'avoir un compagnon, si ce n'est un mari. Les informations sur la situation familiale de ces deux athlètes ne sont divulguées dans aucun autre quotidien. Les journalistes marquent ici une distance au sport, considéré comme un fait culturel, au sens anthropologique, susceptible de renseigner sur le fonctionnement social.

A l'opposé de cet axe «neutre», les quotidiens plus orientés sur le sport masculin (*YEquipe*, *France-Soir*) ont tendance à renforcer la norme médiatique. Les deux journaux consacrent systématiquement plus de 80% de leurs pages sportives aux hommes, sur un ton passionné où le spectaculaire et le visuel occupent une place primordiale. Dans ce contexte, la thèse de la pratique sportive intégrative, salvatrice voire rédemptrice est défendue. Le renforcement de la différence de genre semble aller de pair avec une négation des déterminismes sociaux plus traditionnels. Le sport est présenté comme moyen de promotion sociale pour la majorité des athlètes, parmi lesquels M.Mutola, E. Barber ou les coureurs kenyans et éthiopiens, mais aussi celui qui sauve de la maladie (G.Devers, L. Engquist) grâce à sa volonté et ses efforts personnels.

Si la réussite dans le sport est souvent associée à la foi en Dieu (O.Thompson,

<sup>44</sup> Sur ce sujet, cf. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, N°79/80, Minuit, 1989. Ces articles s'efforcent de dégager les principes qui organisent les sports et renouvellent les hypothèses quant à leurs transformations.

J. Edwards), en son roi (H.EI Guerrouj), il est aussi profondément égalitaire en ce qu'il lutte contre toutes les formes d'exclusion, et notamment le racisme dont ont souffert F. Fredericks et S. Matete.

*France-Soir* a trouvé dans le sport ce qu'il cherche en toute autre matière : son caractère spectaculaire et sa nature passionnée. Il y a trouvé matière à création d'une mythologie moderne, et y exploite des thèmes comme le héros, le burlesque, et le drame. Le quotidien choisit systématiquement de mettre à la une le sensationnel, l'accident plutôt qu'une victoire «lisse» avec peu d'émotion. Ainsi le titre de la championne du monde en saut en longueur le 24 août 1999 est passé complètement inaperçu, pour axer l'article sur le pari raté de M. Jones de remporter quatre médailles d'or. Elle est en photographie et la légende indique : «*M. Jones plana comme un bon gros big-mac*».

### Des expériences interchangeables

L'athlétisme demeure a priori aujourd'hui le lieu où doivent être distingués une masculinité et une féminité inconfondables. Le fait que les hommes et les femmes s'empruntent mutuellement quelques unes de leurs gestuelles ou de leurs pratiques spécifiques - quand les hommes font de la hauteur et les femmes de la perche ou du marteau - brouille indéniablement ces repères, d'autant que certaines dérives les subvertissent davantage. Face aux fléaux du dopage et de la maladie, mais aussi en considérant l'hypermédiation et la commercialisation des athlètes, les hommes et les femmes sont traités sur un pied d'égalité. Les cas de dopage ont concerné plus d'hommes que de femmes, mais la seule affaire M. Ottey a placé les mondiaux de Séville sous le signe des excès et de la tricherie.

Bien sûr, les premières championnes du monde de marteau et de la perche n'auront touché qu'un chèque de 30 000 dollars contre 60 000 dollars aux autres champions du monde de Séville, mais cela ne met pas davantage les femmes à l'abri des dérives en tout genre et des absences injustifiées sur la

piste, comme celles de Privalova ou de Fredericks dans les épreuves de sprint.

Lorsque M. Jones s'écroula au sol, en demi-finale du 200 mètres, il fallut attendre plus de trois heures pour un diagnostic banal établi par trois médecins et un kinésithérapeute personnels. Là encore, il existe indéniablement des différences significatives entre les journaux. Les quotidiens plus proches du «commercial», tels que *YEquipe* et *France-Soir* se sont largement positionnés dans le créneau des mystères et des accusations de dopage, même s'il faut souligner le double langage de *YEquipe* à ce sujet. Pendant toute la durée de la compétition, le quotidien évoque les «*magnifiques championnats du monde*» et use abondamment du registre métaphorique pour encenser ce rendez-vous, avant d'opérer une véritable entreprise de démolition dans son magazine du 4 septembre. Le quotidien épouse les contradictions du sport et des discours sur le sport, en partie pour satisfaire ses lecteurs.

A l'inverse, les *D.N.A* développant un discours souvent descriptif, axé sur les résultats et le devenir des athlètes alsaciennes n'ont quasiment jamais abordé le problème des dérives dans l'athlétisme.

Le mensuel *Athlétisme*<sup>45</sup> tout en défendant un point de vue fédéral et technique sur l'activité est plus proche des productions du *Monde* que de celles de *YEquipe*. Si les femmes semblent assez bien représentées dans la revue (cf. tableau 1), il faut souligner qu'elle s'adresse majoritairement à un public de licenciés, et que son lectorat est plus féminisé que la moyenne des lecteurs de la presse sportive ou des pages sportives en général. Cette explication rapportée au lectorat relative l'importance des articles consacrés aux femmes dans *Athlétisme*, mais indique la sur-représentation des femmes dans le *Monde*, puisque ses lecteurs sont en majorité des

<sup>45</sup> Il s'adresse aux passionnés d'athlétisme et aux licenciés ; traite exclusivement des disciplines qui composent l'athlétisme de manière technique, et réalise régulièrement des dossiers sur les grands rendez-vous, et les champions incontournables. La revue défend un point de vue institutionnel sur l'athlétisme.

hommes. Tout en abordant des thèmes graves, tel que le dopage, ou des thèmes plus banalisés comme les naturalisations des athlètes, ou la mauvaise programmation de la préparation, le ton reste optimiste. Les thèmes communs aux deux journaux, ainsi que leurs argumentations souvent ressemblantes tiennent au fait que deux journalistes de la revue *Athlétisme* - P. Miquel et G. Van Kote - sont aussi pigistes au *Monde*. Il n'en reste pas moins vrai que ce journal propose toujours des sujets plus originaux et adopte une position éminemment plus sévère sur les affaires de dopage, tandis qu'*Athlétisme* préfère aborder des aspects techniques et tactiques particuliers, plus proches du discours fédéral officiel.

A posteriori, si les expériences des athlètes sont interchangeable, le clivage entre les sexes disparaît. Mais c'est pour mieux faire réapparaître un autre clivage : celui des femmes entre elles. Ce glissement permet la création de nouvelles catégories et la multiplication des modèles de sportives. Chaque journal fera ensuite son choix parmi «l'univers des possibles» pour présenter son modèle de sportive. A côté de la logique qui consiste à utiliser des images stéréotypées que la grande majorité des lecteurs a depuis longtemps identifiées, si bien que la compréhension immédiate est assurée, existe une logique spécifique de la construction des personnages féminins. La diversité des images et des scènes de l'athlétisme suggère que le journaliste ne développe a priori aucune stratégie de production particulière concernant les athlètes féminines. Si le journaliste ne choisit pas a priori (c'est-à-dire que n'importe quel type de femme peut représenter l'«Athlète») sa production n'est pas pour autant autonome par rapport à la ligne éditoriale du journal. Le processus de création implique des rectifications qui tiennent compte de la cible et du message à faire passer. Cela réduit considérablement l'ensemble des possibles et malgré la diversité des disciplines athlétiques, le journaliste participe au maintien des modèles culturels en matière de féminité et de sport.

Les images de la sportive dans les articles s'organisent autour de deux grands modèles :

- l'athlète féminine belle et relativement performante qui correspond au modèle traditionnel de la femme. Elle est présentée en train de poser, souriante, maquillée et parée d'atours.
- l'athlète féminine qui rompt avec cette image en étant seulement, pourrait-on dire, performante. Elle est active, musclée, toujours montrée dans l'effort. La sportive présentée ici imite un comportement masculin schématique, la libération qui lui est attribuée étant symbolisée, le plus souvent, par les entraînements audacieux qu'elle est censée subir.

L'analyse sémiologique portant sur les caractéristiques physiques de l'athlète (attitude, rapport à l'effort, ligne, musculature, couleur de peau, séduction, maquillage, expression du regard) laisse clairement apparaître - quel que soit le journal - que plus les femmes sont compétentes et compétitives, plus le traitement de l'image est axé sur la technique et l'aspect sportif. Dans ce cas, l'image de l'athlète est une image faite de caractéristiques toujours présentes : M. Jones et E. Barber sont toujours photographiées en plein effort, dans des images dynamiques et naturelles qui évoquent leur corps musclé et compétitif, à la façon dont on photographie les champions masculins. Bien sûr, ces deux jeunes femmes n'auront jamais la plastique d'une F. May «*la panthère Noire*» ou d'une S. Tiedtke «*véritable top model*», ce qui explique, en partie, la difficulté de les photographier comme des objets sexuels. Cela dit, le texte sert toujours de point d'appui pour rectifier une photographie qui serait moins sensuelle : *France-Soir* titre, par exemple, «*Barber la belle Bleue*» en signalant qu'elle exprime «*la grâce à l'état félin, telle une gazelle*» (lundi 23 août 1999). Et M. Jones de passer pour quelqu'un de «*plutôt jolie et élancée*» dans le *Monde* (dimanche 22/lundi 23 août 1999) et de carrément «*belle*» dans *France-Soir* (lundi 23 août).

L'athlétisme, par la grande diversité de ses disciplines, fonctionne en fait comme un espace de pratiques parfois antagonistes au niveau des valeurs et des hexis corporelles. En ce sens, l'athlétisme offre une certaine plasticité dans la représentation de ses athlètes et

permet d'opérer des choix au niveau médiatique. Ainsi, plusieurs représentations ou présentations des hommes et des femmes sont simultanément possibles en jouant sur les différents modèles corporels en action. Ce n'est donc pas un modèle de la femme sportive qui se dégage des différents journaux, mais plutôt une typologie qui rassemble l'ensemble des possibles. Un certain nombre de catégories nouvelles sont décelables : la sportive en train de poser ne constitue plus le modèle unique en vigueur. Le *Monde* consacre plusieurs de ses pages à ces «nouvelles sportives», exclusivement performantes et en appellent à une acception différente du sport. Le journal valorise les pionnières, dans leur contexte social et familial et n'hésite pas à parler de femmes encore inconnues, telles Y. Belkacem et L. Tiendrebeogo. Dans ce créneau, le journal est rejoint par les *D.N.A* qui dans un style très neutre et descriptif présente les résultats des alsaciennes. Les femmes, en général, sont traitées comme des athlètes à part entière à travers un discours informatif. Si les femmes s'entraînent dans la même école d'athlétisme que les hommes, en l'occurrence celle de J. Smith, sont aussi performantes qu'eux, elles peuvent alors espérer avoir le statut de complice auprès d'eux, comme en témoigne la photographie d'art publiée en noir et blanc dans les *D.N.A* du 28 août, évoquant l'étreinte Greene-Miller.

Les athlètes dans la revue *Athlétisme* sont soit performantes, soit comiques. Ainsi en est-il de L. Manfredi, sacrée reine du Mondial dans le numéro 423 «pour avoir été assez culottée en prenant Nelson Montfort dans ses bras et l'embrasser sur la joue en plein direct». La revue développe un discours technique à l'égard des hommes comme des femmes mais certaines réticences empêchent encore de parler à parité de leurs résultats ; bien que le bilan des femmes pour ces championnats soit meilleur que celui des hommes : non seulement les femmes ont remporté une médaille d'or à l'heptathlon, une médaille d'argent au quatre fois 100 mètres relais, mais elles seules ont battu quatre records de France. Si la revue innove en évoquant la perche féminine, elle s'empresse de rajouter par l'intermédiaire de M. Houvion que : «les femmes ne s'en-

*traînent pas suffisamment et pleurent plus souvent que les hommes».*

Enfin, *YEquipe* et *France-Soir* ont élu des modèles de sportives qui ne contredisent pas les valeurs que les hommes et les classes populaires attribuent au sport féminin. Outre les belles femmes performantes qui sont systématiquement citées, ce sont aussi les «performantes anonymes» et les «séductrices» qui sont érigées en modèle. A propos de G. Szabo, *YEquipe* du samedi 28 août écrit : «elle semble chétive, incapable de respirer normalement, mais elle est très forte la blondinette de Bucarest» ou encore le 30 août à propos du triomphe d'une athlète de la Corée du Nord au marathon féminin : «cette minuscule jeune femme sortie d'une autre époque ne trouve pas le drapeau de son pays pour faire son tour d'honneur. Pas une télévision ne l'interroge, aucun interprète n'étant disponible. Du coup, pas de conférence de presse. Malgré sa victoire, Jong reste l'anonyme de ces championnats».

Cet aspect de la «fragilité» féminine a longtemps perduré dans les mentalités et même dans le milieu de l'athlétisme concernant les courses d'endurance.

*L'Equipe* comme *France-Soir* saluent les femmes à la fois sportives et séductrices, au côté glamour et gracieux : «sportive et femme, sportive mais avant tout femme» comme l'indique la légende d'une photographie de D. Lewis dans *France-Soir* (lundi 23 août), charnelle, séduisante, comme si les journalistes voulaient signifier que le sport (passées les pratiques de grâce et d'esthétique) ne reflète pas la «nature» des femmes.

D'un journal à l'autre, un certain nombre de variations s'opèrent dans les discours sur les femmes sportives. La sportive en train de poser et toujours jolie n'est plus le modèle unique<sup>46</sup>. Cela dit, les changements ne s'assimilent pas à une brutale inversion des valeurs : les nouvelles sportives sont imaginées sur les ruines des anciennes. Des transformations mineures affectent les expressions

<sup>46</sup> Brocard C., op. cit., 1992.

des femmes, les articles évoquent un peu plus leurs compétences techniques mais ne touchent guère aux rôles traditionnels et aux valeurs attachés à la représentation de ce qui est féminin ; d'autant que les nouvelles catégories repérées restent minoritaires : elles représentent trois articles en moyenne par journal pour dix-sept articles portant sur les deux modèles dominants cités précédemment.

A partir de l'exemple de l'athlétisme, on peut supposer que sportifs et sportives font l'objet d'un traitement différent dès lors que sont commentées leurs pratiques et performances. Tout se passe comme si les journalistes n'avaient pas à se poser la question de la présentation de l'athlète masculin, alors que la mise en scène de l'athlète féminine s'avère beaucoup plus délicate, parce que beaucoup plus malléable. Les journaux semblent davantage disposer du pouvoir de « fabrication » des nouvelles lorsqu'ils traitent des femmes. Pour les hommes, on décrit la technique, les qualités physiques ou l'entraînement méthodique, et bien sûr la performance qu'ils produisent. Leur présentation est plus stable et propose en quelque sorte un modèle achevé et façonné depuis longtemps. Pour les sportives, les modèles admettent plus de variations comprises entre la performance et l'apparence.

Ces différences confirment la complexité des conditions et des stratégies de production des articles. L'autonomie de leurs auteurs est relative et la composition du milieu des journalistes<sup>47</sup> fait partie des conditions de production. Le caractère plutôt traditionnel des articles est en grande partie lié à la composition du public des journalistes. Le monde journalistique apparaît, en effet, comme un lieu privilégié de conception et de rédaction des arti-

cles qui s'organise selon un modèle de sociabilité forte et essentiellement masculine. Ce sont les hommes qui occupent majoritairement les postes de décision et qui rédigent la plupart des articles sur le sport. Dans le *Monde*, sur l'ensemble des 308 articles portant sur l'athlétisme, trois ont été écrits par une femme. Le discours journalistique est le lieu où se reproduit l'affirmation de la « domination masculine », même si l'on ne peut imputer toute la responsabilité de cette situation aux journalistes. Le caractère traditionnel qui s'attache à la présentation d'un modèle féminin dominant découle, en effet, de la nature même de la communication par le biais d'un journal : il faut cibler son lectorat et le satisfaire.

Les manières de présenter les athlètes féminines constituent globalement deux pôles à l'intérieur desquels se structurent les différents modèles des femmes sportives. Malgré la diversité des modèles, la différenciation sexuelle est préservée, voire naturalisée par les journalistes.

En aucun cas, ils ne prennent le risque de détruire l'image de marque de la femme en troquant « *le talon aiguille pour le crampon f/M* »<sup>48</sup>.

Au contraire, ils tentent de la protéger puisque la « séduction » est plus que jamais opérante dans les rapports sociaux et passe par le travail de l'apparence physique. É n'en reste pas moins vrai que la représentation des femmes sportives, abordée à partir de l'exemple de l'athlétisme, n'est pas figée et que l'évolution des rapports sociaux de sexe aura des conséquences sur cet aspect particulier de la mise en scène de la différenciation sexuelle.

<sup>47</sup> Ohl F., *op.cit.*, signale le conservatisme des journalistes sportifs, dont la très faible féminisation est un indice, et évoque leur propension à se positionner la plupart du temps en défenseurs systématiques de l'institution sportive et des dominations sociales établies.

<sup>48</sup> Louveau C. *Talons aiguilles et crampons alu. Les femmes dans les pratiques sportives de tradition masculine* (recherche Insep- SFSS), Paris, 1987.