

## 1. RÉSUMÉ DE L'ÉPISODE

Nous retrouvons Sophie, Vincent, Antoine et Véronique, prof de tennis sur le court, Chloé la fille d'Antoine et son ami en spectateurs sur le banc. Pendant que les deux adolescents commentent ce qui se passe sur le court de tennis les adultes s'échangent balles et remarques. L'observation des deux adolescents donne une perspective intéressante aux jeux des adultes.

## 2. STÉRÉOTYPES PRÉSENTS (d'autres peuvent être identifiés !)

- Les femmes sont plus intuitives que les hommes.
- Les hommes et les femmes ne se complimentent qu'à des fins de séduction.
- Un homme est forcément bon en sport.
- Les hommes sont mauvais perdants.
- Un homme devrait être beau, fort et intelligent pour séduire une femme.
- Une femme a moins de répondant qu'un homme.
- Un père est moins légitime que la mère pour s'intéresser à la vie privée de son enfant

## 3. THÈMES DE REFLEXIONS POSSIBLES

- **Disparités hommes-femmes dans le sport**

L'épisode permet d'ouvrir le dialogue sur les disparités hommes femmes dans le sport, est-il honteux de perdre contre une femme ? Les hommes doivent-ils être forts pour prouver leur virilité ?

- **Séduction et respect de l'autre**

Les commentaires des adolescents permettent de mettre en perspective ce sentiment d'orgueil, et la volonté de se mettre en avant pour séduire. La « drague » de la part d'un homme est-elle plus facilement acceptée socialement ? L'épisode permet d'interroger la notion de séduction et son rapport au respect de l'autre.



## **ACTIVITÉ : La représentation du sport « masculin » et du sport « féminin » et ses différentes évolutions.**

**Objectifs** : Distinguer et classer des caractéristiques pour démystifier les représentations de la performance sportive masculine et féminine. Mettre en relation les faits et analyser la structure de différents articles qui traitent de l'aspect médiatique du sport féminin et masculin.

**Matériel** : Prise de notes pour les élèves et documents ci-joint.

Le fondateur des Jeux Olympiques, Pierre de Coubertin, à la fin du 19ème siècle déclarait : « Les footballeuses, les boxeuses qu'on a tenté d'exhiber ne présentent aucun intérêt. Ce seront toujours des doublures imparfaites. [...] L'olympiade femelle est impensable, inintéressante, inesthétique et incorrecte ».

**Aménager la classe** : Le groupe est installé en arc de cercle, pour travailler le dialogue en classe entière.

**Déroulement** : **Dans un premier temps**, demandez aux élèves où ils classent les caractéristiques suivantes, selon leur opinion, à l'aide d'une croix verte. (Il s'agit d'une question subjective, ce qui devrait être présent selon eux et elles). **Dans un second temps**, demandez aux élèves de reprendre le tableau et de mettre une croix rouge là où la caractéristique correspond selon eux à la réalité dans les faits. (Ce qui est présent) Il est possible de mettre une croix dans plusieurs cases pour une même caractéristique. **Dans un troisième temps**, demandez aux élèves de comparer et de justifier leurs réponses.

<b>La dimension esthétique</b>	<b>Présent dans le sport pratiqué par les femmes</b>	<b>Présent dans le sport pratiqué par les hommes</b>	<b>Présent ni dans l'un ni dans l'autre</b>
<b>Le corps invulnérable</b>			
<b>La Représentations sexuées du corps (dimension érotique et sensuelle)</b>			
<b>La performance</b>			
<b>La gestion de la douleur</b>			
<b>Les limites physiques</b>			
<b>La musculature</b>			
<b>Discipline et rigueur</b>			
<b>La recherche de perfection</b>			
<b>Un sport vendeur</b>			

Après avoir mis les croix dans le tableau, les élèves vont discuter de leur choix avec la classe entière. Demandez aux élèves si leurs réponses pourraient être différentes selon les sports. Par exemple : je coche une croix verte, la dimension esthétique, ce qui pour moi devrait être présent dans le sport féminin, parce que j'ai en tête la gymnastique, mais en boxe je trouve que cela n'est pas nécessaire. Cela permettra d'élargir l'horizon de réflexion des élèves. Cette seule affirmation peut provoquer une discussion, que vous pouvez nourrir par des questions :

- Est-ce la catégorie homme femme qui détermine l'importance de l'esthétique ou est-ce le sport ?
- Un sport de combat peut-il avoir une dimension esthétique ?
- De manière générale, quels sont vos critères pour déterminer l'importance de la dimension esthétique d'un sport ?
- Quel lien faites-vous entre la beauté et le sport ?

**Vous pouvez ensuite faire travailler les élèves en groupe :** Demandez aux élèves d'analyser les documents ci-contre. Demandez-leur de relever dans ces documents ce qui, selon eux, valide ou invalide les critères du tableau. Puis, à partir des documents, demandez aux élèves ce qui, selon eux, dénote d'un traitement médiatique qui diffère entre le sport féminin et masculin. Relevez les exemples, les mots, ou ce qui dans les images relèvent d'une différence médiatique entre le sport masculin et féminin.

Prenez un dernier temps de discussion en invitant les élèves à revenir sur la vidéo de départ et demandez aux élèves de qualifier l'attitude d'Antoine durant la partie de Tennis.

- Que cherche-t-il à montrer durant la partie? Pourquoi? Selon vous
- Y a-t-il une relation entre les exercices précédents et ce que dit ou fait Antoine?
- Peut-on faire du sport entre hommes et femmes de la même manière que lorsqu' on est juste entre hommes? Ou juste entre femmes? Pourquoi? Si la réponse est négative: qu'est ce qui est différent?

**Pour conclure,** demandez aux élèves de réfléchir à des leviers ou des solutions qui pourraient aider à construire plus d'égalité dans le sport. Ils devront ensuite écrire leurs réponses sur un papier que vous pourrez lire à voix haute. Vous pourrez demander aux élèves de justifier leurs réponses en envisageant les conséquences directes de leurs propositions avec des questions comme ! "Selon toi, quelle conséquence aura ta proposition sur (à donner selon la proposition de l'élève) si on la mettait en œuvre? "

## Article 1

### **Amandine Henry, nouvelle égérie de la poupée Barbie**

La capitaine de l'équipe de France de football féminin et milieu de terrain de l'OL a été désignée comme nouvelle égérie de Barbie qui met à l'honneur des femmes d'exception à travers le monde.



#### *Amandine Henry et la poupée à son effigie*

Amandine Henry a désormais une Barbie à son effigie. C'est ce qu'a dévoilé ce mardi 4 mars, le créateur de jouets Mattel. Depuis 2015, celui-ci rend hommage à des femmes d'exception dans le monde qu'il met à l'honneur chaque année à l'occasion de la journée internationale des droits des Femmes, le 8 mars prochain. En contrepartie, la joueuse de l'Olympique Lyonnais s'est engagée pendant un an à combattre les stéréotypes au travers de différents événements du projet le Plafond des Rêves, organisé par Barbie. Ce projet veut attirer l'attention sur les différents facteurs qui empêchent les filles de faire pleinement ce qu'elles veulent.

« Briser le plafond des rêves »

Sur ces réseaux sociaux, Amandine Henry a expliqué vouloir « aider les prochaines générations à briser le plafond des rêves ». C'est le combat que mène Barbie en essayant de montrer dans ses figurines la diversité et la représentation de toutes les femmes.

Pour la capitaine de l'équipe de France, « Barbie est certes emblématique, mais elle représente aussi une femme avec beaucoup de valeurs ». Lisa McKnight, vice-présidente de Barbie explique « qu'il est de notre responsabilité de montrer aux petites qu'elles peuvent être tout ce qu'elles veulent sur le terrain, sur le court, sur le tatami mais aussi en dehors. »

Déception cependant pour tous les fans de la joueuse, cette poupée ne sera pas commercialisée. Le seul modèle se trouve entre les mains d'Amandine Henry elle-même.

L'année passée, c'était la chef étoilée Hélène Darroze qui avait été désignée.

Amandine Henry continue de porter des messages de solidarité et devrait être, le vendredi 6 mars sur TF1, parmi la troupe des Enfoirés.

**Le Progrès,**

**Le 4 mars 2020**



## Article 2

### **Une campagne glamour pour promouvoir le foot féminin français**

Lancée quelques jours après la qualification de l'équipe de France pour le Mondial 2011, une campagne de promotion du football féminin affiche Adriana Karembeu en figure de proue.



Adriana Karembeu est l'ambassadrice de charme du football féminin français. Nick & Chloé/FFF

La Fédération française de football (FFF) lance une campagne de promotion du football féminin avec en vedette Adriana Karembeu. Conjoncture favorable, l'équipe de France vient tout juste d'obtenir sa qualification pour la Coupe du monde 2011, organisée en Allemagne.

Désignée ambassadrice du football féminin en France en avril, l'épouse de Christian Karembeu, champion du monde 1998, paie de sa personne dans cette campagne. Mais celle qui avait déclaré lors de sa nomination "je dois peut-être me déshabiller pour attirer les gens [dans les tribunes des matches de foot féminin]" n'aura pas eu à aller si loin. C'est en tenue de joueuse, d'arbitre, de bénévole ou encore de dirigeante qu'elle pose pour illustrer les différentes manières de s'investir dans cette discipline. En parallèle, un site Internet consacré à la discipline a été mis en ligne, et les clubs ainsi que les ligues et les districts disposent maintenant de kits de promotion

En avril 2009, après la relative indifférence entourant la qualification des Bleues à l'Euro, la FFF avait déjà souhaité frapper un coup médiatique. Quatre joueuses de l'équipe (Sarah Bouhaddi, Gaétane Thiney, Corine Franco et Elodie Thomis) avaient posé nues avec un slogan choc : "Faut-il en arriver là pour que vous veniez nous voir jouer ?" "A un moment donné, nous avons été peu choqués que le succès sportif de l'équipe ne suffise pas à attirer l'attention des médias. Ce constat est en quelque sorte le facteur déclencheur de cette campagne de promotion plus globale", explique Pierre-Jean Golven, directeur de la communication de la FFF.

Bruno Bini, sélectionneur des Bleues depuis 2007, était idéalement placé pour constater la colère de ses joueuses quant à leur déficit de médiatisation. Interrogé sur l'aspect une nouvelle fois glamour présenté du football féminin, il se montre pragmatique. "Adriana est une belle ambassadrice du foot féminin et même si mes joueuses sont de jolies filles, la beauté réside surtout dans leur jeu", avance-t-il. Avant d'ajouter, inspiré : "Si j'avais été seul sur l'affiche, vous ne m'auriez pas appelé." "Comme à la pêche, on amorce et ensuite on serre. Après c'est à nous de faire le boulot pour dépasser le côté glamour et prouver la qualité de notre jeu", affirme-t-il.

### **"LUTTER CONTRE CERTAINS PRÉJUGÉS"**

Pierre-Jean Golven rejoint le sélectionneur tricolore sur cette ligne mais tient à nuancer. "Autant en 2009 il y avait une volonté de provoquer, autant cette année l'objectif est clairement de lutter contre certains préjugés et de développer de manière globale l'implication des femmes dans le football", éclaire-t-il. La FFF espère donc "féminiser" le football aussi bien dans la pratique que dans l'encadrement et la vie quotidienne de ce sport.

Une feuille de route a été édictée avec en premier lieu l'objectif d'atteindre la barre des 100 000 licenciées en 2012, contre 65 000 aujourd'hui. Et cette campagne d'image s'avère clairement être une campagne de recrutement. "Nous avons mis en place au niveau local en collaboration avec les ligues, les districts et bien sûr les clubs, des dispositifs pour que les femmes viennent s'essayer à la pratique", se réjouit M. Golven.

Longtemps relégué dans une sorte de trou noir médiatique, le football féminin français espère atteindre la popularité de ses équivalents américain, brésilien, allemand ou scandinaves. Classée au 8e rang mondial du classement FIFA, qualifiée pour le deuxième Mondial de son histoire – du 26 juin au 17 juillet en Allemagne –, l'équipe de France prouve sa qualité et ses progrès d'abord par ses résultats.

Mouvement initié par Louis Nicollin à Montpellier, développé par l'OL avec de plus gros moyens et imité désormais par des clubs comme le PSG, "le football féminin est en voie de professionnalisation en France", se satisfait Bruno Bini.

**Lemonde,fr**

**Par Anthony Hernandez, le 23 septembre 2010**



### Article 3

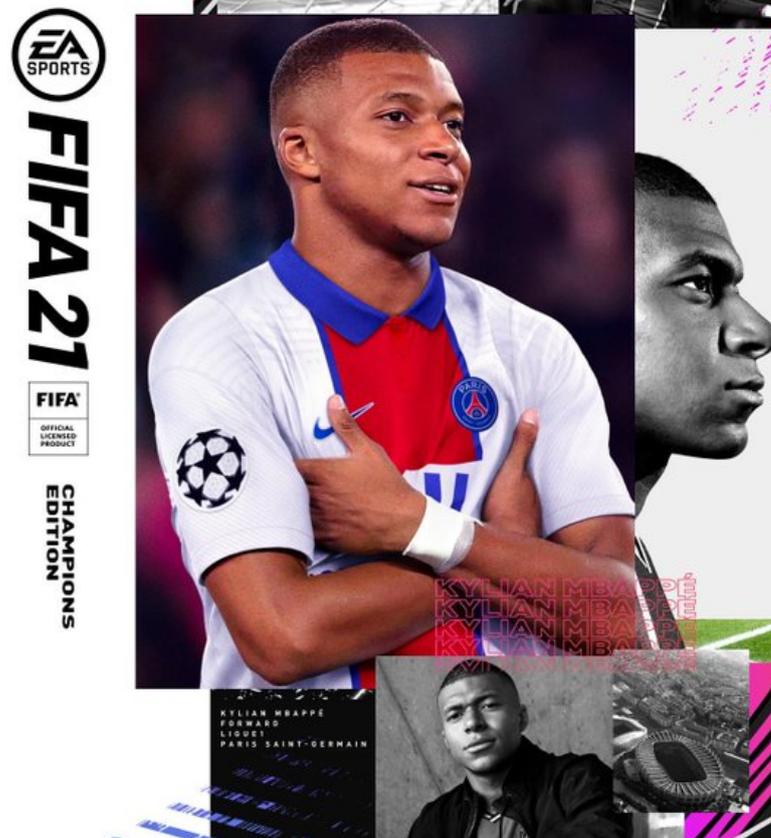
## PSG : Kylian Mbappé égérie du jeu FIFA 21

L'attaquant parisien a été choisi par l'éditeur EA Sports pour figurer sur la jaquette internationale de la plus célèbre simulation de foot.



*Kylian Mbappé, 21 ans, succède à Eden Hazard, égérie de l'édition 2020 du jeu FIFA. LP/Guillaume Georges*

Encore un titre pour Kylian Mbappé ! EA Sports, éditeur de l'iconique simulation de foot FIFA, a révélé ce mercredi que l'attaquant du PSG et de l'équipe de France figurerait sur la jaquette internationale de FIFA 21, qui sortira à la rentrée. Le Parisien, 21 ans, succède ainsi à Eden Hazard, égérie de l'édition 2020. Vêtu du nouveau maillot « Hechter » [qui fait déjà l'unanimité auprès des supporters](#), Mbappé brillera à la une de la version classique. Il apparaîtra avec la tunique extérieure sur l'opus « Champions Edition » et en civil dans « l'Ultimate Edition. » Une nouvelle preuve de sa dimension internationale et de son statut chez les annonceurs.



« Un rêve devient réalité », a résumé le n°7 du PSG, fan de jeux vidéo, sur Twitter. Il faut remonter à 2005 pour trouver le dernier Tricolore à s'illustrer sur la couverture internationale de la simulation la plus vendue au monde. Mais à l'époque, Patrick Vieira, milieu de terrain d'Arsenal, devait partager l'affiche avec l'Espagnol Fernando Morientes et l'Ukrainien Andreï Shevchenko. Seuls Thierry Henry (FIFA 2002) et David Ginola (FIFA 1997) avaient eu l'honneur de la jouer solo.

Les fans de Mbappé, du PSG et de FIFA sont d'ores et déjà assurés de ne pas avoir à gérer un transfert du Parisien dans une prochaine mise à jour. En marge du match amical PSG-Celtic Glasgow (4-0), mardi soir, le buteur de la capitale a en effet assuré qu'il resterait pour une quatrième année « quoi qu'il arrive ».

**Par E.B**

**Le Parisien, le 22 juillet 2020**

## Article 4

### **Euro 2016 : 11 personnalités, dont Michel Cymes, nommés « ambassadeurs » par Hollande**

Euro 2016 en France, c'est parti ! En marge de la finale de la Coupe de France demain soir entre l'AJ Auxerre et le PSG au Stade de France, François Hollande lancera avec le secrétaire d'Etat aux Sports Thierry Braillard le «comité 11 Tricolores». Onze «ambassadeurs» de l'Euro 2016 chargés de mobiliser les Français pour faire du prochain championnat d'Europe des nations «une fête populaire et pas simplement un événement sportif».

Place donc à des personnalités connues du grand public avec, entre autres, le médecin et chroniqueur Michel Cymès mais aussi dans le domaine médiatique et culturelle Isabelle Giordano, l'ex membre du Conseil supérieur de l'Audiovisuel Christine Kelly, ou bien le grand spécialiste du spectacle vivant Didier Fusillier. Le monde sportif n'est évidemment pas oublié puisque le champion olympique et membre du CIO Tony Estanguet fera parti de ce comité tout comme Pauline Gamarre, la directrice générale du Red-Star, club mythique de la banlieue parisienne et surtout, l'un des clubs de coeur du président. Enfin, Gérard Mestrallet, le PDG de GDF Suez, Pierre Blayau, ancien d'Areva, et Frederic Mazzela, le créateur de Blablacar, seront chargés de mobiliser les milieux économiques.

Autre désignation symbolique, celle d'Emmanuelle Assmann présidente du mouvement paralympique qui s'occupera du handicap et de l'insertion, et celle de Nadia Bellaoui, la présidente du Mouvement associatif pour mobiliser au-delà des supporters et bénévoles.

Avec six hommes et cinq femmes, ce nouveau comité est presque paritaire. Organisé à moins d'un an de l'élection présidentielle de 2017, l'Euro 2016 a été érigé en priorité par le chef de l'Etat. « La France doit montrer son énergie à mobiliser sa jeunesse lors de cet événement », avait-il prévenu en septembre dernier. Le match d'ouverture est prévu le 10 juin au Stade de France.

**Le parisien,**

**Le 29 mai 2015**



## Article 5

### **Médiatisation du sport féminin en France : Un casse-tête en cours de résolution**



En comparaison avec les hommes, les sportives sont moins mises en avant à la télévision ou dans nos journaux. Cette hégémonie médiatique du sport masculin règne sans partage dans nos médias. Sans partage ou presque. Depuis maintenant quelques années, même si la parité est loin d'être acquise, le sport féminin devient de plus en plus médiatisé. Explications.

Ce n'est un secret pour personne, le sport féminin est beaucoup moins médiatisé que son homologue masculin. Seules de rares grandes championnes, comme Laure Manaudou, Laura Flessel ou Amélie Mauresmo, ont eu la chance de faire la Une des journaux. Des sports pourtant très populaires comme le football, le basketball ou le rugby, semblent eux boudés par les médias. Les raisons ? Le sport féminin serait de moins bonne qualité ? Moins spectaculaire ? Même s'il est vrai que la professionnalisation dans le sport féminin est assez récente, le niveau global a considérablement augmenté ces dernières années et n'a plus à pâlir de ce genre de remarque.

Un autre argument consiste à dire que le sport féminin est moins vendeur, qu'il intéresse moins le public. C'est en partie vrai, à titre d'exemple la finale dames de l'édition 2018 de Roland Garros a enregistré 2 millions téléspectateurs en moyenne, contre 3,8 millions pour la finale messieurs. Néanmoins, le public devient de plus en plus demandeur de ce type de contenu. Pour preuve, selon un sondage réalisé par RTL en février 2019, 63% des Français disent regarder du sport féminin à la télévision et 78% souhaitent en voir plus.

### *Un engouement de plus en plus fort*

De belles performances françaises dans de grands événements internationaux suscitent d'autant plus d'intérêt. Dernièrement, le sacre européen des handballeuses, en direct sur TF1, a rassemblé en moyenne 5,5 millions de téléspectateurs. Preuve de cet engouement, les billets pour les demi-finales et la finale de la future coupe du monde de football féminine en France, sont tous réservés depuis plusieurs semaines. Un succès des bleues, favorites pour la victoire finale, ne ferait qu'améliorer cette tendance.



Même si cette différence de traitement est encore bien réelle, on remarque, depuis quelques années, de significatives améliorations. Dans son rapport sur la diffusion de la pratique féminine sportive à la télévision de septembre 2017, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) de souligne l'augmentation du poids des retransmissions sportives féminines. Depuis 2012, le volume horaire total diffusion de retransmissions sportives à la télévision a connu un essor considérable de plus de 10%, passant.

**Extrait du site : [Medium.com](https://medium.com)**

**Par Thomas Bernier, 30 mai 2019**

## 4. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

### *Dates clés des disparités entre les hommes et les femmes dans le sport*

Selon une étude de l'Insee de 2017, les femmes pratiquent moins le sport que les hommes et moins régulièrement. Une donnée qui s'explique en partie par la persistance des stéréotypes de genre puisqu'une personne sur deux pense que "certains sports conviennent mieux aux garçons qu'aux filles" : en 2016, les femmes représentaient 80% des licenciés en gymnastique mais seulement 5% en football. Parmi les dates clés illustrant les disparités entre les sexes dans le sport, on peut retenir les suivantes :

- IVe siècle avant J.-C : Cynisca, fille du roi de Sparte Archidamus (469-427), devient la première femme de l'histoire connue à gagner une épreuve, celle de la course de chars, aux Jeux Olympiques. Les premières traces écrites concernant des JO, avec des athlètes masculins, remontent à 776 avant J.-C.

- 1900 : 22 femmes, sur 997 athlètes en lice, participent pour la première fois aux JO de Paris. Elles concourent dans cinq sports uniquement : les sports équestres, le golf, le tennis, la voile et le croquet.

- 1967 : Kathrine Switzer est la première femme à courir un marathon, celui de Boston. Avant elle, les femmes ne pouvaient participer qu'à des courses de moins de 1500 mètres.

1975 : l'alpiniste japonaise Junko Tabei est la première femme à gravir l'Everest, 22 ans après la première ascension masculine.

- 2018 : création du premier Ballon d'Or de football féminin, 62 ans après son équivalent masculin.

- 2020 : la surfeuse brésilienne Maya Gabeira bat le record de la plus grosse vague jamais surfée par une femme à Nazaré, au Portugal, d'une hauteur de 22.4 mètres. Vu comme peu féminin et dangereux, le surf de grosses vagues a longtemps été considéré comme un sport exclusivement masculin ; les femmes ne furent invitées au célèbre tournoi World Surf League Big Wave Tour qu'en 2016, 7 ans après le premier tournoi masculin.

Outre certains progrès récents, ces disparités entre les hommes et les femmes dans le sport persistent et se manifestent par de fortes inégalités salariales ; une sportive gagne entre deux et dix fois moins que son homologue masculin. La médiatisation du sport féminin est une des clés pour résoudre ces inégalités : en 2017, le sport féminin ne représentait qu'entre 16% et 20% du volume horaire des retransmissions à la télévision. Comment inspirer les sportives de demain si celles d'aujourd'hui sont invisibles ?

Sources :

Etienne Labrunie, Etienne et Villepreux, Olivier (2010). Les femmes dans le sport, dans l'édition Actes Sud Junior. Disponible à : <http://www.edenlivres.fr/o/121/p/17762/excerpt>

France Inter - Les inégalités homme-femme se mesurent aussi dans le sport  
<https://www.franceinter.fr/info/etre-femme-et-sportive-les-freins-persistent>

France Culture - Ballon d'or féminin : pourquoi il a fallu attendre 2018  
<https://www.franceculture.fr/societe/ballon-dor-feminin-pourquoi-il-a-fallu-attendre-2018>

Insee - Pratiques physiques ou sportives des femmes et des hommes : des rapprochements mais aussi des différences qui persistent  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3202943>

Ministère de la ville, de la jeunesse et des sports - Les chiffres clés du sport (2017)

<https://sports.gouv.fr/organisation/publications/statistiques/chiffres-cles/article/chiffres-cles-du-sport>

RTL - Qui était Junko Tabei, la première femme à atteindre le sommet de l'Everest ?

<https://www.rtl.fr/sport/autres-sports/qui-etait-junko-tabei-la-premiere-femme-a-atteindre-le-sommet-de-l-everest-7798360153>

Site des Jeux Olympiques - Les dates clés de l'histoire des femmes au sein du mouvement olympique

<https://www.olympic.org/femmes-dans-le-sport/historique/dates-cles>

Cosmopolitan - Sport pro : les femmes gagnent (vraiment) beaucoup moins que les hommes

<https://www.cosmopolitan.fr/sport-pro-les-femmes-gagnent-vraiment-beaucoup-moins-que-les-hommes,2025924.asp#:~:text=Les%20diff%C3%A9rences%20de%20salaire%20hallucinantes,millions%20de%20dollars%20de>

The Guardian - Making waves: the female surfer smashing records and stereotypes

<https://www.theguardian.com/sport/2021/jan/10/making-waves-the-female-surfer-smashing-records-and-stereotypes>

The New York Times Magazine - The Fight for Gender Equality in One of the Most Dangerous Sports on Earth

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/02/07/magazine/women-surf-big-wave.html>

TV5 Monde - "Free to run" : quand les femmes ont conquis le droit de... courir !

<https://information.tv5monde.com/terriennes/les-femmes-la-conquete-de-la-course-pied-101888>

