



Devrait-on imposer aux médias de promouvoir de façon égale le sport masculin et féminin ?



Introduction

Le débat sur l'équité dans la couverture médiatique des sports masculins et féminins s'intensifie. Cette disparité impacte directement les revenus et la visibilité des athlètes féminines, soulevant la question de la responsabilité des médias dans la promotion de l'égalité et de l'inclusion tout en respectant leur liberté éditoriale.

Définitions

- **Égalité de couverture médiatique** : Principe selon lequel les médias doivent offrir une visibilité équivalente aux activités sportives, indépendamment du genre des participant-es. Cela implique non seulement une quantité similaire de temps d'antenne et d'espace d'article pour le sport masculin et féminin, mais aussi une qualité de couverture comparable en termes de profondeur d'analyse, de contexte et de reconnaissance des réalisations.
- **Parité dans le sport** : Concept visant à garantir une égalité des chances, des ressources et une reconnaissance équitable entre les athlètes féminines et masculins. La parité touche à divers aspects du monde sportif, incluant les récompenses financières, les infrastructures, l'accès à l'entraînement et la couverture médiatique.
- **Représentation médiatique** : Façon dont les médias présentent et traitent le sport féminin par rapport au sport masculin, y compris la quantité de couverture, la nature des commentaires et l'analyse.
- **Effet de la visibilité médiatique** : Impact de la couverture médiatique sur la perception publique du sport féminin, l'intérêt des spectateurs et spectatrices et le financement des sports féminins.

Contexte

En Belgique, la sous-représentation des sports féminins dans les médias est une réalité persistante. Dans son bilan portant sur le contrat de gestion 2018-2022 de la RTBF, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) indique qu'en 2017, le sport féminin représentait seulement 15 % des retransmissions sportives, proportion qui a baissé à 14,3 % en 2019. Cette sous-représentation est souvent justifiée par des arguments d'audience et d'intérêt public, mais elle soulève des inquiétudes quant à l'équité, la représentation des femmes, et la responsabilité des médias¹.

Des initiatives existent cependant pour changer cette dynamique. Par exemple, la RTBF s'est engagée dans son contrat de gestion 2023-2027 à diffuser au moins 250 heures de compétitions féminines. Cette volonté de donner plus de visibilité aux sports féminins est également soutenue par des organisations comme Women In Sport et des projets européens visant à promouvoir l'égalité des genres dans le sport. En outre, une étude menée par Lahrach et Deboschere (2023) sur la médiatisation du sport féminin en Belgique francophone a montré une légère augmentation de la couverture médiatique des sports féminins, bien que celle-ci soit fortement dépendante des événements sportifs majeurs et des performances des athlètes belges. Cette étude souligne également l'importance d'une représentation équilibrée des athlètes féminines dans les médias pour favoriser l'égalité des genres dans le domaine sportif².

Au niveau mondial, selon ONU Femmes³, l'entité des Nations Unies consacrée à l'égalité des sexes et à l'autonomisation des femmes, la situation évolue positivement. Après avoir stagné pendant trente ans, la couverture médiatique du sport féminin a triplé depuis 2019, passant de 5 % à 16 % en 2022. Si cette tendance se poursuit au même rythme, la part des femmes dans la couverture pourrait atteindre 20 % d'ici 2025. Les JO de Paris furent les premier Jeux Olympiques affichant une parité complète parmi les athlètes. Le pourcentage de commentatrices aux Jeux Olympiques a fortement augmenté, atteignant près de 40% pour Paris 2024.

Au USA, la WNBA (la Ligue professionnelle de basketball féminin) sera diffusée en prime time pour la deuxième année consécutive. La Coupe du monde féminine de la FIFA 2023 a quant à elle été l'événement sportif féminin

¹ Conseil supérieur de l'audiovisuel. (2023). RTBF 2023 – Dossier de presse. Retrieved from <https://www.csa.be/rtbf-2023-dossier-de-presse/>

² Lahrach, S., & Deboschere, L. (2024). En Belgique francophone, la médiatisation du sport féminin de haut niveau évolue-t-elle positivement en quantité et qualité? (Master's thesis, Université catholique de Louvain). <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:44778>

³ ONU Femmes. (2024). Jeux Olympiques de Paris 2024 : une nouvelle ère pour les femmes dans le monde du sport. Retrieved from <https://www.unwomen.org/fr/jeux-olympiques-de-paris-2024-une-nouvelle-ere-pour-les-femmes-dans-le-monde-du-sport/faits-et-chiffres-les-femmes-dans-le-sport>

le plus regardé de l'histoire, avec près de deux milliards de téléspectateurs et spectatrices.

Concepts & Théories

Le contrat de gestion de la RTBF pour 2023-2027 : Bien qu'il ne spécifie pas directement une obligation de promouvoir de façon égale le sport masculin et féminin, il met l'accent sur des principes tels que la diversité, l'égalité, et la responsabilité sociétale. Ces principes peuvent impliquer un engagement vers une couverture plus équilibrée, égalitaire et inclusive des événements sportifs, y compris ceux féminins.

- ➔ **Diversité et égalité dans les médias :** Ces principes sont fondamentaux pour garantir que les médias reflètent fidèlement la diversité de la société. En ce qui concerne le sport, cela implique une représentation équilibrée des athlètes masculins et féminins. La diversité dans la couverture médiatique ne se limite pas seulement à la quantité de couverture mais englobe également la qualité de l'analyse, l'approfondissement des histoires personnelles des athlètes, et la reconnaissance de leurs réalisations. Ceci est crucial pour changer les perceptions et les stéréotypes sur le sport féminin qui est souvent vu comme moins compétitif ou moins intéressant.
- ➔ **Responsabilité sociétale des médias :** Les médias jouent un rôle crucial en modelant les opinions et attitudes publiques. Leur responsabilité sociétale consiste à promouvoir l'inclusion et à garantir une représentation équitable de tous les groupes de la société. Dans le contexte sportif, cela signifie offrir une visibilité similaire aux événements sportifs féminins et masculins, et traiter tous les athlètes avec le même respect et la même dignité. Cette responsabilité est d'autant plus pertinente que les médias peuvent influencer directement les financements et les sponsorings dans le sport féminin en améliorant sa visibilité et en renforçant son attrait commercial.
- ➔ **Effet multiplicateur de la visibilité médiatique :** La couverture médiatique ne se contente pas de refléter la réalité ; elle la façonne. Lorsque les médias choisissent de mettre en lumière les sports féminins, cela a un effet multiplicateur : il augmente non seulement la reconnaissance publique des athlètes féminines mais stimule également l'intérêt du public et des investisseurs et investisseuses. Ce phénomène peut conduire à une augmentation des inscriptions dans les sports féminins, à une amélioration des infrastructures et à des investissements accrus dans les programmes de formation pour les jeunes filles.
- ➔ **Théorie du cadre de référence (Framing Theory) :** Ces principes sont fondamentaux pour garantir que les médias reflètent fidèlement la diversité de la société. En ce qui concerne le sport, cela implique une représentation équilibrée des athlètes masculins et féminins. La diversité dans la couverture médiatique ne se limite pas seulement à la quantité de couverture mais englobe également la qualité de l'analyse, l'approfondissement des histoires personnelles des athlètes, et la reconnaissance de leurs réalisations. Ceci est crucial pour changer les perceptions et les stéréotypes sur le sport féminin qui est souvent vu comme moins compétitif ou moins intéressant.

Arguments pour l'égalité de couverture médiatique



Équité de genre : Promouvoir une couverture égale est un pas vers la réduction des inégalités de genre dans le sport, garantissant que les athlètes féminines reçoivent une reconnaissance et une valorisation équivalentes à celles des hommes. Dans certains sports, il est avancé que le niveau de compétition est globalement plus élevé chez les hommes que chez les femmes, du fait d'investissements historiques plus importants, d'une plus grande base de participants, de différences physiologiques et de l'accès plus favorables aux hommes à l'entraînement et à la professionnalisation de la pratique sportive.



Visibilité et modèle de rôle : Une couverture médiatique équitable peut augmenter la visibilité des sportives, offrant des modèles de rôles positifs pour encourager la participation des filles et des femmes dans le sport.



Potentiel commercial : Le sport féminin représente un marché sous-exploité avec un potentiel commercial significatif. Une couverture médiatique accrue peut attirer davantage de sponsors et d'investissements.

Arguments contre l'égalité de couverture médiatique

- Audience et intérêt du public** : Certain-es soutiennent que la couverture médiatique devrait être proportionnelle à l'intérêt du public et aux audiences générées, qui sont souvent plus élevées pour les sports masculins.
- Autonomie rédactionnelle** : Imposer une couverture égale pourrait être perçu comme une ingérence dans la liberté éditoriale des médias, qui devraient être libres de choisir le contenu en fonction de leurs propres critères et de ceux de leur public.
- Différences dans le niveau de compétition** : Il est parfois argumenté que les différences de niveau de compétition et d'investissement dans les infrastructures entre les sports masculins et féminins justifient une couverture médiatique inégale.
- Priorisation basée sur le mérite et la compétence** : Si l'on impose une couverture médiatique égale, cela pourrait signifier que des événements masculins de haut niveau seraient moins couverts au profit d'événements féminins de niveau potentiellement inférieur. Cela pourrait conduire à une situation où des athlètes masculins, dont les compétences et les performances sont exceptionnelles, pourraient être moins visibles médiatiquement simplement en raison de leur genre.

Des ressources pour aller plus loin

[Contrat de gestion de la RTBF - RTBF. \(2023\). Plan stratégique 2023-2027.](#)

La fondation Women In Sport - <https://womeninsport.org/>

La boîte à outils du Conseil de l'Europe - [« Vers une parité des genres dans le sport »](#)

La Vidéo de «Tout va bien» - [« Caster Semenya ou comment le sexe est une construction sociale »](#)

[La médiatisation du sport et l'égalité filles-garçons \(INA\)](#)

Fiches pédagogique éditée dans le cadre du jeu de débat Convictions ! créée par le Conseil de la Jeunesse Catholique
25, rue des Drapiers - 1050 Ixelles - 02/2303283 - info@cjc.be - www.cjc.be

EDITEUR RESPONSABLE - Hadrien Wilputte - COORDINATION - Emilie Kervyn et Jonathan Piroux - RÉDACTION - Jonathan Piroux -
ONT ÉGALEMENT COLLABORÉ À LA RÉDACTION - Frédérique Lemoine, Anne Mansy, Emilie Kervyn - MISE EN PAGE - Emilie Kervyn

