



# LES MOTS DU SPORT

Les 200 mots du Sport  
jugés par les Français

Une enquête de l'Institut Médiascopie  
pour le Ministère des Sports

3 avril 2011

Entre bien-être personnel et “vivre-ensemble”, le sport est “une école de vie”. Par le dépassement de soi qu'il permet, mais aussi à travers ses abus et ses dérives, le sport captive et passionne.  
L'Institut Médiascopie livre les clés des perceptions de cet important sujet de société par les Français

## I. Le sport, porteur de valeurs et “école de la vie”

Tout en haut à droite du mapping (cf. double page suivante), trônent les *valeurs du sport* (7,2/6,4)<sup>1</sup>, à gauche de l'item *le sport* (7,3/7), comme si l'on craignait à l'avenir qu'elles soient oubliées. Sont particulièrement valorisés *l'esprit d'équipe* et *le fair-play* (7,7/10), suivis du *dépassement de soi* et de *l'éthique* (7,5 et 7,3/10). Ces valeurs-repères réaffirment qu'en rapprochant les peuples on peut atteindre un surplus de *solidarité*. L'attente de respect est générale : *respect des règles* (8/6,5), *respect de l'adversaire* (8/6,2), un *sport propre et sain* (7,8/6,5).

Car le sport est un creuset de valeurs collectives, à l'image des *bénévoles* (7,9/10), qui rappellent qu'il est fait pour *partager* (7,7/10). Il permet de *créer du lien social*, comme de *la solidarité* et de *la convivialité*, trois valeurs touchant au “vivre-ensemble” qui sont plébiscitées entre 7,3 et 7,8/10 sur l'échelle d'évocations. Ainsi, le *sport collectif* est mieux noté que le *sport individuel* (7,2/6,8 vs 6,9/6,6).

À travers les items *le sport outil éducatif* (7,3/10) et *la discipline de l'entraînement* (7,2/10), c'est le sport comme une “*école de vie*” (7,1/10) qui apparaît, à même de *transmettre des valeurs* (7,8/10), jusqu'à s'affirmer comme un *outil de réinsertion sociale* (6,9/6,5) ou d'*insertion professionnelle des jeunes* (7,2/6,6). Enfin, le sport fournit des règles communes susceptibles de dépasser les frontières. Il est possible de tirer de la fierté à *représenter son pays dans une compétition internationale*, tout en mettant le *sport au service de la paix entre les nations* (deux items notés 7,4/10 sur l'échelle verticale).

## 2. L'Etat en soutien

Dans un second nuage de mots, on passe des *valeurs du sport* au sport “tel qu'il est” et non pas tel qu'on l'idéalise. Les façons d'encadrer les sportifs - *aménagement de la scolarité (filère sport-études)* (7,1/10), *formations et diplômes professionnels* (6,8/10), *filère universitaire de formation des professionnels du sport (STAPS)* (6,5/10) – bénéficient d'une bonne image. Quant aux *éducateurs sportifs*, ils devancent les *professeurs d'EPS* (6,9 vs 6,2).

Le sport s'incarne aussi dans des visages, des noms et des victoires, dont *la victoire de la France en Coupe du monde de football en 1998*, qui reste gravée dans les mémoires comme le reflet du sport tel qu'on l'aime (7,5/10). Les missions des pouvoirs publics, en revanche, sont méconnues et manquent de visibilité. *L'État* (4,3/5,2) peine à être imaginé présent dans l'avenir du sport, contrairement aux *fédérations*

<sup>1</sup> Par convention, quand nous présentons deux notes séparées par un /, la première est celle obtenue en ordonnée (axe vertical d'évocation), la seconde est celle obtenue en abscisse (axe horizontal de présence dans le futur). Quand une seule note est donnée entre parenthèses, il s'agit d'une note d'évocation (axe vertical). Les notes sont de 0 à 10.

françaises de sport (5,8/6). Entre les deux, se placent les arbitres (6,1/10), le CNOF (5,6/5,9), le CIO (5,4/6), ainsi que la FIFA (4,3/5,8). Le ministère des Sports (4,9/5,5) est le chef de file de certaines décisions, mais jugé par les Français interrogés peu capable d'influer sur les puissances de l'argent et les médias, voire sur les fédérations sportives. Sont cependant attendues de l'État des actions généralistes : campagnes d'information visant à faire découvrir tous les sports (7,4/6,7), organisation d'événements sportifs au niveau local (6,9/6,4), amélioration de la place du sport dans les programmes de l'Éducation nationale (6,4/6,3). C'est par leur soutien que les pouvoirs publics sont perçus dans leur rôle, soutien financier aux fédérations sportives (6,1/5,6), subventions des collectivités territoriales aux associations sportives (6,5/5,8), construction d'équipements sportifs municipaux (7,3/6,5), ou soutien à de grands événements comme la candidature française aux Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver de 2018 (Annecy) (7/6,7) ou l'organisation de l'Euro 2016 (6,2/6,6).

### 3. Le sport et ses violences

Les violences qui agitent l'univers sportif sont perçues comme l'aboutissement de la "trahison" de l'esprit du sport... Les événements autour de l'équipe de France de football lors de la Coupe du monde 2010 (2,4/10) ou la main de Thierry Henry contre l'Irlande lors du match de qualification pour la Coupe du monde de football (3,1/10) sont sanctionnés, non loin des mots tricher (1,5/5,2), dopage (1,6/5,5) et agressivité (2,4/5,6) qui, bien que placés très bas sur le mapping, semblent devoir perdurer dans le futur.

Plus graves encore sont les violences autour du sport : le souvenir de spectateurs en train de siffler la Marseillaise provoque le plus ample rejet (1,8/4,4), tout comme le racisme dans les stades envers des sportifs (1,9/5,2) et la violence dans les stades (1,5/5,4). On craint une perte d'autonomie du sport vis-à-vis d'autres sphères, où règneraient magouilles (1,7/5,6) et corruption (1,9/5,8). Le sport peut enfin devenir une contrainte (3,8/4,9), voire un excès, quand il exerce une violence sur les corps et les esprits. Surgit la peur et le refus d'un sport laissé à l'abandon, qui déboucherait sur l'excès dans l'entraînement des jeunes sportifs (3,8/5,7), voire sur la mort prématurée des sportifs (2,7/5,3).

### 4. "Sport business" et "sport spectacle"

La vision d'un sport professionnel soumis aux lois du marché est prédominante. On entre alors dans le monde de l'argent (4,3/7) et du "sport business" (3,1/6,5), celui des transferts et achats de joueurs (3,1/5,8) et de la cotation des clubs sportifs en bourse (3,2/5,7). En cause, les dirigeants de clubs sportifs (4,8/6), les agents de sportifs (4,1/6) et les actionnaires de clubs sportifs (3,9/6). Surgit aussi la crainte d'une récupération politique du sport (2,8/10 sur l'axe vertical), par d'autres intérêts, politiques, médiatiques et financiers. Conséquence de la "marchandisation" du sport à l'œuvre, la généralisation de l'accès payant par la retransmission des événements sportifs sur les chaînes payantes (3,6/6,1), l'augmentation des droits de retransmission des matchs à la télévision (3,9/6,2) et les tarifs des billets pour les grands événements (3,5/6,1), sans oublier les paris sportifs en ligne (3,6/6,5). Nécessaires à la reconnaissance d'un sport, l'argent et les médias pousseraient, à entendre nos concitoyens, à une "overdose" de certaines disciplines, avec les exploits de "héros du stade" surcotés, trop présents, trop payés et dévalorisés, dont le football est devenu l'emblème.

Face aux dérives, l'idée de varier les sports traités dans les médias rallie les suffrages (7/6,3). Les médias, bien que suscitant un jugement mitigé, sont perçus essentiels dans l'avenir (5/6,6), chaînes télévisées sportives (5,1/6,2), journaux et magazines sportifs (5,5/6,1), et journalistes sportifs (5,4/6,2). Le couple sport/médias est de plus en plus lié : les sports de haut niveau, pour intéresser les masses, doivent être connus. Les médias sont à la fois pourvoyeurs de notoriété et vecteurs de dérives ; c'est parce que le sport a besoin de cette exposition pour attirer spectateurs et subsides que le mariage entre sport et médias est accepté. On trouve dans le sport et son spectacle l'esthétisme (6,2/6,2) et le plaisir (7,9/6,8) de participer à ces événements, tels le Tour de France (5,4/5,8), le Tournoi de Roland Garros (6,2/6,2) ou le Tournoi des 6 Nations (rugby) (6,8/6,6).

### 5. Le sport réhabilité à travers ses pratiques

Un autre ensemble de mots apparaît, plus valorisé, qui montre que le sport est capable de se réhabiliter au travers de ses pratiques. La notion générique le sport (7,3/7) est alors transcendée par la nécessité de faire découvrir tous les sports (7,4/6,7) et d'encourager la pratique du sport en général (7,7/7). Chaque discipline a sa propre représentation dans l'esprit de nos concitoyens. Les sports médiatiques sont les plus dénaturés par rapport aux valeurs du sport : le football (4,9/6,3) et le cyclisme (5,4/5,9) déçoivent. Le tennis (6,2/10) se voit dépassé par les arts martiaux (6,6/10), la gymnastique, le rugby, l'athlétisme (tous trois à 6,7/10), puis vient la natation (6,9/10) et le handball (7,1/10).

Le sport vu sous l'angle d'un challenge/défi, régi par la performance et l'esprit de compétition, est valorisé à 7/10, parce qu'il mène à l'excellence (7,1) et à l'exploit (7,3), à travers la discipline de l'entraînement (7,2). Promouvoir le sport de haut niveau féminin obtient l'excellent score de 7,4/6,8. Les sportifs professionnels (5,6/6,7), liés au "sport spectacle", sont dépassés par les sportifs de haut niveau (6,5/6,8), et surtout par les sportifs amateurs (7,6/10) qui incarnent, quant à eux, la pureté et la passion (7,6/6,7).

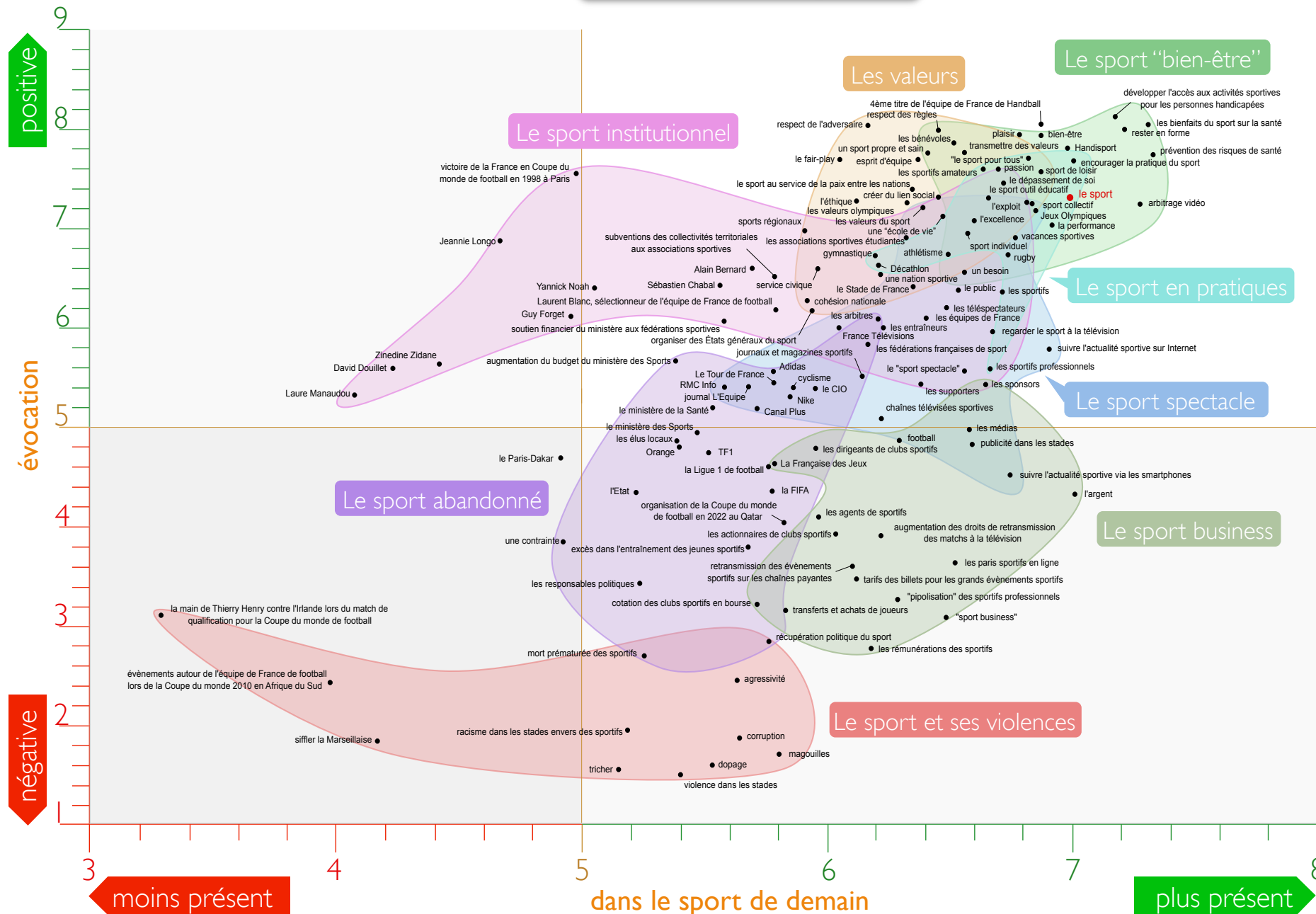
### 6. Vive le sport "bien-être" !

Mais c'est par-dessus tout le sport "bien-être" qui est salué. Le sport de loisir (7,6/6,9) et le sport de nature (7,5/6,2) dessinent un univers de pratiques autour des vacances sportives (6,9/6,8), du contact avec la nature (7,7/6,8) et du sport en famille ou entre amis (7,7/7). De même, la promotion de l'environnement à travers l'activité sportive occupe une place de choix (7/6,7) dans les aspirations en matière de santé et de bien-être (7,9/6,9). C'est le sport dans sa version plaisir, qui voit apparaître le jogging, footing, course à pied (6,9/10) ou la marche à pied (7,6/10), qui permettent une pratique partagée.

Plus sur la droite encore, se dessine l'approche du sport tel qu'on le souhaite : un retour aux valeurs. Le respect des règles (8/10) est posé comme une règle d'or, qui se décline en arbitrage vidéo (7,2/7,3), sanctions disciplinaires et financières envers les joueurs et les clubs (7,3/10), envers les supporters (7,5/7,2), et lutte contre les discriminations (7,7/6,8). C'est vers l'égalité de tous dans l'accès au sport que se tournent les demandes telles que la mixité sociale dans les disciplines sportives, la promotion de l'accès des femmes au sport (7,4/10 et 7,6/10), ou celle du Handisport (7,8/10) et des Jeux Paralympiques (7,9/10).

Le sport vu sous l'angle de ses bienfaits pour la santé, enfin, est plébiscité. Respecter son corps, c'est considérer le sport comme une hygiène de vie (7,9/7) qui permet de rester en forme (8/7,2), d'agir en prévention des risques de santé (7,7/7,3), tant ses bienfaits sur la santé sont évidents (8/7,3). Et si le sport était la meilleure et la plus naturelle des thérapies ? Gratuite ou presque, et ouverte à tous. Les personnes interrogées dans notre enquête comprennent la nécessité de pratiquer une activité physique. Si le sport peut être pour certains la seule hygiène de vie, il est certain qu'il peut apporter à tous une meilleure hygiène à leur vie. Qu'il soit sport passion ou sport homéopathie, il apporte le bien-être, et ceci pour longtemps.

# Les mots du Sport



MÉTHODOLOGIE : comment les Français perçoivent-ils le Sport et les sports dans la société d'aujourd'hui ? Pour répondre à cette question, l'Institut Médiascopie a soumis au jugement d'un échantillon représentatif de 1000 personnes 214 mots sélectionnés en tant qu'ils constituent l'univers du sport, sur 2 échelles : l'une d'évoqué quelque chose de positif / moins il évoque quelque chose de positif ("plus ce mot sera présent dans le futur / moins ce mot sera présent dans le futur"). Munis de leurs 2 notes, les mots ont été projetés dans le graphique et interprétés selon leur position. L'enquête a eu lieu entre le 24 février et le 5 mars 2011. Elle comportait également un volet qualitatif. NB – La méthode d'enquête "Les Mots de" est une création exclusive de l'Institut Médiascopie. Appliquée à des thèmes du débat public, des entreprises, des territoires, des produits, des marques ou des personnes, elle permet de faire émerger les représentations collectives, la "carte mentale des Français" sur le sujet traité. Afin d'accroître la lisibilité des mots et ceux-ci n'obtenant jamais à 1/10 ou supérieure à 9/10 sur l'axe vertical, et inférieure à 3/10 et supérieure à 8/10 sur l'axe horizontal, nous avons fait le choix de ne visualiser, sur le premier axe, que les notes de 1 à 9, et sur le second, que les notes de 3 à 8. Pour les mêmes raisons de lisibilité, les deux axes partent donc de deux notes différentes.