



HAL
open science

**Les représentations sociales du football pratiqué par des
femmes : impact de l'événement Coupe du Monde
Dames 2019**

Cassandre Rivrais

► **To cite this version:**

Cassandre Rivrais. Les représentations sociales du football pratiqué par des femmes : impact de l'événement Coupe du Monde Dames 2019. Sciences de l'Homme et Société. 2018. dumas-01861203

HAL Id: dumas-01861203

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01861203>

Submitted on 24 Aug 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Année Universitaire 2017/2018

UFR STAPS – Université Claude Bernard Lyon 1

Mémoire Master 1 Etudes sur le genre, parcours Egal'APS
(Egalité dans et par les Activités Physiques et Sportives)

LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES DU FOOTBALL PRATIQUÉ PAR DES FEMMES

- IMPACT DE L'ÉVÉNEMENT COUPE DU MONDE DAMES 2019 -

Par Cassandre Rivrais

Sous la direction de :

Cécile Ottogalli : Responsable universitaire, maîtresse de conférences

Virginie Nicaise : Directrice de mémoire, maîtresse de conférences



Sommaire

Introduction

I/ Présentation du milieu et du contexte professionnel

II/ Mise en œuvre de la démarche de recherche

Conclusion

Bibliographie

Tables des matières

Annexes

Introduction

« 81 % des personnes interrogées disaient avoir une bonne image du foot féminin, contre 31 % pour le football en général, parce qu'il est « agréable à regarder » ou porteur de qualités morales comme « le fair-play, la sincérité, l'humilité » ». A travers ce sondage réalisé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) pour le quotidien *Le Parisien*¹, les français-es ont été interrogé-es sur ce que représentent pour eux-elles le football pratiqué par les femmes. Si certain-es ont apparemment évoqué les qualités morales, d'autres ont sûrement du penser au beau jeu, à la rapidité ou encore à la technique, et, si certain-es avait peut-être des idées très précises des qualités qu'ils pouvaient associer au football pratiqué par les femmes, d'autres ne savaient sûrement pas du tout quoi dire... Serge Moscovici (1961) définit les représentations sociales comme « *des entités presque tangibles. Elles circulent, se croisent et se cristallisent sans cesse à travers une parole, un geste, une rencontre, dans notre univers quotidien. La plupart des rapports sociaux noués, des objets produits ou consommés, des communications échangées en sont imprégnés. Nous le savons elles correspondent d'une part à la substance symbolique qui entre dans l'élaboration et d'autre part à la pratique qui produit ladite substance, tout comme la science ou les mythes correspondent à une pratique scientifique et mythique* ». ² Autrement dit, les représentations sociales sont imprégnées dans notre environnement, on s'y réfère en permanence : se sont des symboles que nous appliquons dans la vie réelle. L'auteur va ensuite un peu plus loin dans l'explication du concept en élargissant sa définition de la manière suivante : « *les représentations sociales sont des systèmes de valeurs, des idées et des pratiques dont la fonction est double : en premier lieu établir un ordre qui permettra aux individus de s'orienter et de maîtriser leur environnement matériel, ensuite faciliter la communication entre les membres d'une communauté en leur procurant un code pour désigner et classifier les différents aspects de leur monde et de leur histoire individuelle et de groupe* » ³. Ici les représentations sociales sont présentées comme des points de référence qui fournissent une position ou une perspective à partir de laquelle un individu ou un groupe observe et

¹ Source : <http://www.leparisien.fr/sports/football/81-des-francais-ont-une-bonne-image-du-football-feminin-08-06-2015-4843399.php>, site du journal Le Parisien, consulté le 08 avril 2018.

² Moscovici, S., (2004). Chapitre premier. La représentation sociale : un concept perdu. Dans S. Moscovici, *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France. p. 37-79

³ Moscovici, S., (1973). Forword. In C. Herzlich, *Health, an illness: A social psychological analysis*. Academic Press. Londres.

interprète les événements, les situations. Elles permettent à un individu de communiquer avec autrui en se situant soi et son monde, un simple mot une simple phrase suffisent à mobiliser les représentations sociales⁴. A travers une recherche que nous allons mener pendant deux ans, conjointement avec la mairie de Lyon et le Laboratoire L-Vis de l'Université Lyon 1, nous allons nous attacher à analyser les représentations sociales associées au football pratiqué par les femmes. En juin et juillet 2019 la Coupe du Monde Dames de football sera organisée en France, et les demi-finales et la finale se dérouleront à Lyon. Nous profiterons donc de cet événement pour analyser les représentations sociales de la population lyonnaise, avant et après l'événement. Effectivement, nous avons constaté un écart quantitatif aujourd'hui dans la pratique du football : alors que la Fédération Française de Football compte 2 160 788 licencié·es, seulement 7,36% sont des filles et des femmes⁵. En outre, elles sont sous-représentées médiatiquement, et la part des budgets que leur allouent les clubs est bien inférieure à celle dépensée pour les hommes. Nous comprenons donc que la place offerte aux hommes et aux femmes dans le monde du football n'est pas similaire, et que, par conséquent, les représentations sociales du football pratiqué par les femmes ne seront pas les mêmes que celles du football pratiqué par les hommes. Effectivement, les individus n'ont pas les mêmes points de référence concernant la pratique des hommes et celles des femmes, et de ce fait, pas non plus les mêmes images et perceptions de leur pratique. Ainsi, nous pouvons nous demander, compte tenu de la faible visibilité des femmes dans le football, qu'en est-il des représentations sociales du football pratiqué par les femmes à l'aube de 2020 ?

A travers ce mémoire de fin d'année de Master 1, je vais vous présenter le contexte de cette étude ainsi que la méthode que l'on va utiliser l'année prochaine afin de mener notre enquête, ainsi que pour la pré-tester sur un échantillon plus restreint en mai et en juin. Pour ce faire, je vous présenterai dans un premier temps le milieu dans lequel j'ai évolué ainsi que le contexte professionnel : je reviendrai sur la collaboration entre la mairie de Lyon et le Laboratoire L-Vis, sur mon rôle au sein de ces structures puis, je me pencherai plus en détails sur le problème professionnel que nous avons identifié, à savoir la faible visibilité des femmes dans le football en France. Dans un second temps, je

⁴ Semin, G. R., (2003). Prototypes et représentations sociales. In Denise Jodelet, Les représentations sociales. *Presses Universitaires de France « Sociologie d'aujourd'hui »*. p. 259-271.

⁵ Source : <https://www.fff.fr/la-fff/organisation/chiffres-cles-fff>, consulté le 29 mars, site de la Fédération Française de Football.

vous présenterai la mise en œuvre de ma démarche de recherche à travers une revue de littérature et une présentation des outils créés.

I - Présentation du milieu et du contexte professionnel

Pour ce premier stage en Master Egal'APS j'ai été accueillie par « une double structure ». Effectivement, mon temps de stage se déroulait au laboratoire L-VIS, de l'Université Claude Bernard Lyon 1, mais la mission qui m'a été assignée a été définie suite à une demande de la mairie de Lyon.

A/ Deux structures partenaires autour de l'événement Coupe du Monde Dames 2019

En juin et juillet 2019, Lyon, comme huit autres villes françaises, recevra des matchs de la Coupe du Monde Dames. Grâce à la renommée de l'équipe des femmes de l'Olympique Lyonnais, Lyon s'avère être, comme le dit son maire Georges Képénékian, « la capitale du football féminin au niveau européen et international ». ⁶ Par conséquent, la ville de Lyon recevra dans son nouveau stade, le Groupama Stadium, les deux demi-finales ainsi que la finale de cette Coupe du Monde. C'est donc dans ce contexte que la mairie a souhaité mettre en place une étude autour de cet événement pour connaître les représentations sociales que peuvent en avoir différents publics.

Une collaboration entre la mairie de Lyon et le laboratoire L-VIS

La mairie s'intéresse donc aux représentations sociales que ses habitant·es ont sur le football pratiqué par les femmes. Si l'équipe des femmes de l'Olympique Lyonnais brille et arbore un palmarès bien plus étoffé que celui des hommes, elle n'a pour autant pas une très grande reconnaissance, aussi bien financière que médiatique. Ainsi, recevoir un événement de cette envergure est une occasion pour la mairie de Lyon de mettre en place des études pour évaluer l'impact d'une Coupe du Monde de football sur l'évolution du nombre de licenciées, de spectateur·trices, mais aussi, plus implicitement, sur l'évolution des mentalités, des perceptions, et des représentations sociales du football

⁶ Source : <https://www.20minutes.fr/lyon/2135523-20170919-mondial-2019-formidable-reconnaissance-lyon-accueille-deux-demies-plus-finale>, site du journal 20 minutes, consulté le 08 mars.

pratiqué par les femmes. Ainsi, la mairie de Lyon a lancé un appel à projet auquel le laboratoire L-VIS a répondu.

Les protagonistes de la mairie de Lyon

L'organisation d'un événement tel que la Coupe du Monde est complexe et englobe différents acteurs à différentes échelles (la Fédération Internationale de Football Association, la Fédération Française de Football, les villes hôtes...). Concernant notre mission en corrélation avec la ville de Lyon, nous étions en contact avec deux personnes rattachées au service de la mission égalité : Claire-Lise Niermaréchal et Rémy Le Floch. Conjointement avec ces personnes, nous avons travaillé à l'élaboration du public cible ainsi qu'à la création des grands thèmes que nous souhaitions aborder avec nos différentes cibles. Madame Niermaréchal et Monsieur Le Floch nous ont permis d'avoir différents contacts avec les écoles, les collèges, les centres de formation de football, et ainsi d'entrer plus facilement en relation avec nos cibles afin de mettre en place nos enquêtes. Par ailleurs, Monsieur Yves Maclet, directeur des sports de la métropole de Lyon, était également présent aux réunions afin de nous donner son avis sur les différentes décisions prises et pour nous permettre aussi un accès plus simple auprès de nos différents publics.

Les protagonistes du laboratoire L-VIS

Si les membres de la mairie de Lyon sont chargé·es de mettre en place des actions de promotion et d'organisation autour de l'événement Coupe du Monde Dames 2019, iels ont lancé un appel à projet concernant la collecte de données pour mettre en place des études sur les représentations sociales de cet événement. Le laboratoire L-VIS de l'Université Claude Bernard Lyon 1 a répondu favorablement à cet appel d'offre afin de mener des recherches sur un axe psycho-social. Effectivement, le laboratoire L-VIS est composé de 25 chercheur·ses qui développent une recherche interdisciplinaire du phénomène sportif dans le domaine des Sciences Humaines et Sociales⁷. A travers l'événement Coupe du monde Dames 2019, plusieurs chercheur·ses ont donc désiré s'intéresser à l'impact de cet événement ou/et des actions de promotion sur les représentations/perceptions à l'égard de l'activité physique de différentes populations. Virginie Nicaise, maîtresse de conférences et enseignante chercheuse dans le domaine

⁷ Source : <http://l-vis.univ-lyon1.fr/le-labo>, consulté le 08 mars, site du Laboratoire L-Vis.

de la psychologie, est membre du laboratoire L-VIS depuis 2012. Elle est donc en charge des recherches menées dans le cadre de cet événement, mais une grande partie des membres du laboratoire sont impliqués dans ce projet. Des réunions mensuelles permettent à chacun·e d'avoir des informations sur l'avancé du projet, de donner son avis, ses idées...

Les échanges entre les deux institutions

Ainsi, plusieurs personnes de la mairie et du laboratoire L-VIS sont impliquées dans cette recherche, mais, les réunions d'organisation et d'informations autour de l'évolution du projet se tiennent avec Claire-Lise Niermaréchal, Rémy Le Floch, Virginie Nicaise et moi-même. A travers ces réunions, l'avancée du projet est évoquée : les personnes sources du laboratoire présentent leurs avancées, ce qu'ils et elles ont mis en place, ce qui a été effectué, ce qui reste à faire et les difficultés rencontrées. De leur côté, Madame Niermaréchal et Monsieur Le Floch nous informent de l'évolution de l'organisation de l'événement, des différentes animations qui sont mises en place au niveau extra-sportif, et nous font des retours sur ce que l'on a fait, explicitent leurs demandes, leurs besoins. En somme, ma place au sein de ces deux structures est plus proche du laboratoire, puisque je suis physiquement dans les locaux de l'université accompagnée par Virginie Nicaise, mais le travail que j'effectue doit d'abord répondre à une commande de la mairie de Lyon.

B/ Mon rôle et mes missions au sein de ces deux structures

Le sujet de ce stage a été défini au début de l'année 2018 avec Madame Ottogalli. En tant que professeure référente du Master 1 Egal'APS elle a présenté à trois élèves différents sujets de stage concernant la Coupe du Monde Dames 2019. Le mien était donc commandité par la mairie de Lyon qui souhaitait profiter de cet événement pour avoir des informations concernant les représentations sociales du football pratiqué par les femmes dans la population lyonnaise. Cette mission va s'effectuer sur deux ans. En effet, étant donné que la Coupe du Monde aura lieu en fin d'année scolaire prochaine, notre projet d'étude commence dès Février 2018 et s'achèvera très certainement un an après l'événement, soit en juillet 2020. Ma première période de stage a lieu pendant deux mois à raison de deux jours par semaine (les jeudis et vendredis). Un an et demi avant

l'événement et sur un temps plutôt court (15 jours), ma mission a été de définir nos publics cibles, de créer les outils qui serviront à les interroger et de tester ces outils.

La définition de nos échantillons

Le premier élément auquel nous avons dû réfléchir est la définition d'une cible. Afin de savoir quelles sont les représentations sociales du football pratiqué par les femmes de la population lyonnaise nous devons définir qui cibler. Pour ce faire, Madame Niermaréchal et Monsieur Le Floch nous ont guidées car iels avaient des attentes précises. En effet, iels étaient intéressé·es par le fait d'avoir un retour des jeunes sportif·ves de haut-niveau (SHN) du centre de formation de l'Olympique Lyonnais (OL). Ces jeunes côtoient les joueur·ses de l'OL et seront pour certain·es amené·es à jouer avec eux dans quelques années, c'est pourquoi les membres de la mairie sont intéressé·es par leurs représentations sociales, mais aussi par leur niveau de connaissances autour du football pratiqué par les femmes. Ensuite, iels désiraient toucher un public large vivant à Lyon. Pour ce faire, iels ont souhaité que l'on interroge des personnes « lambdas » dans différents quartiers de Lyon. En plus de ces deux publics, nous avons souhaité interroger deux autres cibles différentes. Tout d'abord, nous avons convenu avec la mairie de s'intéresser à un public plus jeune : les enfants du primaire. L'idée de ce projet étant de pouvoir interroger un même public à plusieurs reprises pour connaître l'évolution des représentations sociales, nous ciblons des classes de CE2. A cet âge les enfants sont en capacité de répondre à des questions, et nous pourrons les rencontrer à nouveau 6 mois et 1 an après l'événement, sans trop de difficultés puisqu'iels seront, pour la plupart, toujours scolarisé·es dans le même établissement. Enfin, notre quatrième public cible sera les collégienn·es. Comme pour le public « tout-venant » et les primaires, différents collèges de différents quartiers de Lyon seront ciblés afin de connaître leurs représentations sociales. De nouveau, comme pour les élèves du primaire, il est plus évident d'interroger des élèves de 5^{ème} afin que nous puissions les recontacter suite à l'événement.

La définition de ces cibles s'est donc faite conjointement avec la mairie. En plus de leurs attentes, nous avons pu viser certains publics que nous trouvions intéressant à analyser pour mener une étude plus complète et pour publier un article scientifique. Grâce au partenariat avec la mairie nous allons pouvoir accéder à nos cibles sans grande

difficulté. En effet, leur réseau va nous permettre de ne pas avoir à entreprendre de longues et fastidieuses démarches pour les rencontrer.

Ainsi, après avoir défini les cibles, nous avons entrepris la construction d'outils pour interroger nos différents publics.

La construction des outils d'analyse

Compte tenu de l'hétérogénéité de nos cibles, nous avons souhaité créer différents outils pour les interroger. En effet, il paraît compliqué d'interroger de la même manière un·e passant·e dans la rue qu'un·e enfant de CE2. Nous nous sommes donc interrogées, avec Virginie Nicaise, mais également avec les membres de la mairie et celles et ceux du laboratoire, concernant ce que nous cherchions à connaître chez les différents publics. Nous avons donc opté pour interroger les passant·es dans la rue à travers un questionnaire d'une quinzaine de questions. Effectivement, il nous paraissait délicat d'interpeler des personnes dans la rue et de les interroger pendant un temps supérieur à une dizaine de minutes. A travers ce premier questionnaire nous avons essayé de mettre en avant plusieurs éléments : les connaissances qu'ont les passant·es à propos du sport pratiqué par les femmes en général, puis du football, l'évaluation qu'iels font de la pratique du sport en général, puis de leur pratique, de la pratique de leurs enfants... Etant donné que nous allons interroger des personnes dans la rue, nous devons être rapides pour ne pas trop les importuner, une première partie du questionnaire sera donc formée de questions fermées. Ensuite, concernant le questionnaire qui sera donné aux collégien·nes, nous chercherons à savoir si iels connaissent certaines données sur l'Equipe de France des femmes, si iels pratiquent une activité, si leurs parents en pratique une, quelles représentations iels ont des différentes activités... Ces questionnaires leur seront administrés par internet et iels y répondront pendant leur temps de classe, en salle informatique, avec leur professeur·e d'Education Physique et Sportive (EPS). Par conséquent, ces questionnaires pourront être plus longs (environ 5 pages) que ceux que l'on va administrer aux passant·es. Pour continuer, concernant les sportives de haut-niveau, nous avons admis avec les membres de la mairie que nous pouvions les interroger à travers des questions plus poussées. En effet, nous voudrions savoir dans un premier temps leur niveau de connaissance autour du football pratiqué par les femmes. Puis, dans un second temps, nous aimerions les questionner sur les freins que les joueuses ont pu rencontrer jusqu'ici dans leur carrière. En temps que

futures « modèles » pour les jeunes joueuses, nous souhaiterions savoir quel regard elles portent sur leur évolution et sur la façon dont elles sont considérées. Pour terminer, nous avons décidé d'utiliser un outil différent avec les élèves du primaire. Nous allons leur demander de dessiner côte à côté un joueur et une joueuse de football. Par ailleurs, dans le même temps, nous leur demanderont de répondre à quelques questions très simples concernant leur pratique éventuelle d'un sport et celles de leurs parents. A travers cette méthode nous souhaitons analyser différemment les représentations sociales que les enfants peuvent avoir sur le football pratiqué par les femmes. Comme pour les collégien·nes, les élèves du primaire seront questionnés pendant le temps périscolaire, le mercredi matin notamment.

Afin d'élaborer ces différents outils, nous nous sommes appuyées sur différentes enquêtes menées au préalable concernant les perceptions et les représentations sociales dans le sport. Nous avons retravaillé les techniques utilisées afin de les adapter à notre étude. L'ensemble de nos méthodes sera présenté dans la partie « méthode ».

Une première période de test

Nos outils seront utilisés pour le premier temps d'étude en amont de l'événement, à partir de septembre 2018. Cependant, pour s'assurer de leur fiabilité et de leur fonctionnement nous allons effectuer une période de test, notamment concernant les dessins des enfants. Cette période de test aura lieu en mai et juin 2018, sur un petit échantillon.

C/ Identification du problème professionnel

Les membres de la mairie de Lyon et le laboratoire L-VIS ont décidé de s'intéresser aux représentations sociales qu'ont les habitant·es lyonnais·es concernant le football pratiqué par les femmes pour plusieurs raisons. Tout d'abord, iels veulent profiter du fait que cet événement international se déroule en France, et plus particulièrement à Lyon pour les phases finales, pour mettre en lumière les footballeuses, parler d'elles, les valoriser. En effet, médiatiquement le football pratiqué par les hommes est omniprésent et tend à invisibiliser aussi bien les autres sports que les femmes qui le pratique. En outre, en accueillant les demi-finales et la finale, la ville de Lyon et la Fédération Française de Football (FFF) vont être amenées à communiquer autour de cet événement

afin de remplir le stade, le Groupama Stadium, qui peut accueillir jusqu'à 59300 personnes. Ainsi, les habitant·es lyonnais·es, peu importe leur âge et leur origine sociale, devraient être sensibilisé·es à cet événement. De ce fait, il s'avère pertinent d'interroger ce public sur les connaissances générales qu'il a du football pratiqué par les femmes ainsi que sur ses représentations sociales. Le football pratiqué par les femmes étant plus récent, moins médiatisé, moins connu, les représentations sociales sont différentes. Ainsi, nous allons désormais nous intéresser aux inégalités qui existent dans le football entre les hommes et les femmes et essayer de voir dans quelles mesures elles pourraient influencer les représentations sociales.

Un écart quantitatif

Le 30 juin 2017, la FFF recensait 2 160 788 de licencié·es dont 159 128 femmes et filles⁸. Si le nombre de pratiquante peut paraître élevé par rapport à d'autres fédérations, les femmes et les filles restent minoritaires dans le total des joueur·ses (7,36%). En comparaison, la Fédération Française de Basketball (FFBB), autre grande instance du sport collectif en France, compte 488 167 licencié·es dont 177 970 femmes et filles. Il y a donc un peu plus de 35% de joueuses⁹. Cette sous-représentation des femmes et des filles dans le monde du football peut être expliquée par plusieurs facteurs. Tout d'abord, le football pratiqué par les femmes n'a été institutionnalisé en France qu'en mars 1970, quand la FFF "s'engage à s'investir directement dans la gestion du football féminin et crée une commission au niveau national"¹⁰, alors qu'elle avait été fondée le 7 avril 1919 par transformation du "Comité français interfédéral" créé en 1906¹¹. Bien que les femmes aient commencé à jouer au football au début du 20^{ème} siècle, en s'organisant de façon autonome et sans être vraiment reconnues, ce sport est reconnu comme pratiqué par les femmes que depuis un petit peu moins de 50 ans. Suite à ce premier constat, il est compréhensible que les filles et les femmes soient moins nombreuses à pratiquer le football que les garçons et les hommes, qui ont, « depuis toujours », accès à ce sport. A ce retard institutionnel s'ajoute le fait que le football est considéré comme un sport de

⁸ Source : <https://www.fff.fr/la-fff/organisation/chiffres-cles-fff>, consulté le 29 mars, site de la Fédération Française de Football.

⁹ Source : <http://www.ffbb.com/ffbb/statistiques-licences>, consulté le 29 mars, site de la Fédération Française de Basketball.

¹⁰ Breuil, X., (2007). Histoire du football féminin en Europe de la Grande Guerre jusqu'à nos jours. *Université de Lorraine*. p.232.

¹¹ Source : <https://www.fff.fr/la-fff/organisation/presentation-generale>, consulté le 29 mars, site de la Fédération Française de Football.

« tradition masculine »¹², c'est-à-dire socialement construit comme un sport qui fait appel à des qualités dites « masculines ». Ainsi, Catherine Louveau explique que peu de femmes s'investissent dans ces sports dits de « tradition masculine » car ils ne s'accordent pas avec les catégorisations spontanées à partir desquelles hommes et femmes jugent ce qui convient ou non à une femme, c'est qu'ils s'accommodent mal avec le modèle dominant de la féminité dans notre culture.¹³ On peut donc supposer que le fait qu'un sport soit traditionnellement associé au féminin ou au masculin influence le nombre de pratiquant·es dans celui-ci.

Enfin, nous pouvons également aborder l'écart quantitatif concernant la médiatisation des footballeuses comparativement aux footballeurs. Sandy Montañola montre qu'il existe une sous-médiatisation du sport pratiqué par les femmes et que cette médiatisation, quand elle existe, est stéréotypée.¹⁴ Or, si les joueuses de football ne sont pas médiatisées, les jeunes filles n'ont pas de figures auxquelles se référer, des figures qui peuvent servir de modèles. Carrie Dunn a montré dans une étude menée en 2016 que les footballeuses en Angleterre considérées comme des « role models » sont des femmes qui inspirent et provoquent une émulation chez les jeunes joueuses¹⁵. Biskup et Pfister ont également montré que les « roles models » sont essentiels afin d'offrir une orientation et une aide aux enfants et adolescents¹⁶. Cette sous-médiatisation peut donc entraîner un manque de repères pour les filles, et même les femmes, qui de ce fait, n'osent pas se lancer dans la pratique du football.

Nous pouvons donc supposer que ces différents facteurs ont une influence sur le fait que les filles et les femmes pratiquent beaucoup moins le football que les garçons et les hommes, et que, par conséquent, les représentations sociales que peuvent avoir les individus sur les filles et les femmes qui pratiquent le football sont différentes que celles sur les garçons et les hommes. Par ailleurs, ces représentations sociales peuvent également être influencées par les différences qualitatives entre le football pratiqué par

¹² Louveau, C., (1986). Talons aiguilles et crampons alu, les femmes dans les sports de tradition masculine. *INSEP/SFSS*. Paris

¹³ Louveau, C., (2004). Sexuation du travail sportif et construction sociale de la féminité. *Cahiers du Genre*. p. 163-183.

¹⁴ Montañola, S., (2011). La complexe médiatisation des sportives de haut niveau. *Sciences de la société*. p. 82-103.

¹⁵ Dunn, C., (2016). Elite footballers as role models: promoting young women's football participation. *Soccer & Society*. p. 843-855.

¹⁶ Biskup, C., & Pfister, G., (1999). I would Like to be Like Her/Him: Are Athletes Role-models for Boys and Girls?. *European Physical Education Revue*. p. 199-218.

les hommes et celui pratiqué par les femmes : elles ont moins de moyens alloués à leur pratique, elles sont moins bien représentées dans les médias, elles sont peu mises en valeur dans par leurs clubs et par la fédération...

Une différence qualitative

Dans un premier temps, nous pouvons nous appuyer sur un article de Toni Bruce, qui montre que l'image des sportives diffusée dans les médias est souvent sexualisée, et le relier à l'article de Carrie Dunn sur les « roles models ». S'il y a peu de femmes représentées dans les médias, et que, quand elles le sont, l'image de leur corps sexualisé est diffusée, les jeunes filles auront de mauvais repères. Bruce affirme en effet que les médias diffusent une image fixe des femmes, qui est concentrée sur leurs attributs plutôt que sur leurs talents et leurs performances dans leur discipline.¹⁷ Afin d'illustrer cette idée nous pouvons prendre l'exemple de la campagne menée par la FFF en 2010 pour fêter les « 40 ans d'existence du football féminin ». La mannequin Adriana Karembeu, devient la marraine du « football féminin » et participe à une campagne de communication dans laquelle sont repris des clichés sexistes et des injonctions à une conformité aux normes de genre. La considération de cette campagne comme « glamour » et pour « promouvoir le football féminin français »¹⁸ est finalement représentatif de la médiatisation offerte aux footballeuses : moindre et axée sur le physique des femmes, les stéréotypes liés aux femmes et les injonctions faites à la féminité.

Par ailleurs, nous pouvons constater que les clubs, aussi bien professionnels qu'amateurs, consacrent un intérêt moindre aux footballeuses. Nous pouvons prendre l'exemple de l'Olympique Lyonnais : au-delà des différences budgétaires entre l'équipe des femmes et celle des hommes (pour la saison 2015-2016, le budget de l'équipe de l'OL hommes étaient de 170 millions tandis que celui des femmes était de 5 millions)¹⁹, les conditions de l'équipe des femmes sont moins bonnes que celles des hommes. Par exemple, elles jouent leur match de championnat sur les terrains d'entraînement. De ce fait, quand quelqu'un-e vient voir jouer son équipe dans ces conditions, iel est moins

¹⁷ Bruce, T., (2014). Assessing the sociology of sport: On media and representations of sportswomen. *International review for the sociology of sport*. p. 380-384.

¹⁸ Source : http://www.lemonde.fr/sport/article/2010/09/23/une-campagne-glamour-pour-promouvoir-le-foot-feminin-francais_1414961_3242.html, site du journal le monde, consulté le 30 mars, site du quotidien Le Monde

¹⁹ Source : <http://www.sportune.fr/sport-business/psg-ol-chez-les-feminines-qui-a-le-plus-gros-budget-135307>, site de sportune, consulté le 30 mars, site de Sportune.

impressionné·e que quand ce sont les hommes qui jouent dans un grand stade, avec des moyens largement supérieurs. On peut donc supposer que ces conditions ont une influence sur les représentations sociales que l'on peut avoir sur les femmes qui pratiquent le football.

Honorata Jakubowska lie ce phénomène à celui de la médiatisation et parle d'un cercle vicieux : les femmes qui pratiquent le football sont moins médiatisées car le public s'intéresse moins à elles, moins de moyens leur sont donc alloués car elles sont moins « rentables » dans la logique où le sport est considéré comme un business par les médias, étant donné qu'elles bénéficient jamais d'une médiatisation similaire, elles ne pourront jamais être autant « rentables » et donc obtenir de meilleures conditions d'entraînement et de match.²⁰

Ces différents éléments, quantitatifs et qualitatifs, font donc émaner un problème global : les footballeuses sont moins nombreuses que les footballeurs et elles évoluent dans de moins bonnes conditions, elles sont moins bien considérées. Ainsi, à travers l'organisation de l'événement Coupe du Monde Dames en France, et plus particulièrement à Lyon, nous allons pouvoir nous intéresser aux représentations sociales qu'ont les lyonnais·es compte-tenu de ces inégalités.

Après cette présentation exhaustive de mes deux structures d'accueil, ainsi que de mes missions et du problème auquel je suis confrontée au cours de ma mission de stage, je vais désormais me focaliser sur une partie plus théorique. Effectivement, dans un premier temps, je vais m'appuyer sur les différentes recherches menées autour des représentations sociales dans le sport, ainsi que dans le football pratiqué par les femmes, afin d'en tirer des éléments constructifs pour notre enquête. Puis, dans un second temps, je présenterai les différents modèles utilisés dans ces enquêtes qui nous ont permis de mettre en œuvre nos outils d'analyse.

²⁰ Jakubowska, H., (2015). Are women still the 'other sex': gender and sport in the Polish mass media. *Sport in Society*. p. 168-185.

II – Mise en œuvre de la démarche de recherche

Suite à l'identification du problème professionnel et afin de construire des outils d'analyse pertinents, je me suis appuyée sur les différentes études qui ont déjà été réalisées dans le domaine du sport et qui s'intéressent aux représentations sociales.

A/ Revue de littérature

Dans un premier temps, je me suis intéressée aux études qui ont été menées sur les représentations sociales dans le sport, aussi bien en France, qu'outre-manche et outre-Atlantique, sans me fixer de bornes temporelles. L'identification du problème professionnel m'a permis de constater que dans le football il y a moins de filles et de femmes qui pratiquent, et, que leur pratique est souvent dévalorisée, aussi bien médiatiquement que par les clubs. Si mon problème professionnel n'est articulé qu'autour du football, il m'a paru pertinent dans un premier temps de m'intéresser aux études menées sur les représentations sociales dans le sport en général afin de repérer des similitudes avec celles dans le football.

Les représentations sociales dans le sport

Les représentations sociales dans le sport ont été étudiées par plusieurs auteur·trices avec des méthodes différentes. Tout d'abord, j'ai décidé de m'intéresser aux études qui ont mis en avant le fait que les stéréotypes avaient une influence sur les représentations sociales. Etant donné qu'il y a peu de visibilité autour du football pratiqué par les filles et les femmes, il peut-être compliqué d'avoir une représentation précise, et de ce fait, il est possible d'être influencé·es par les différents stéréotypes, qu'ils soient vrais ou faux et qui sont ancrés.

Dans un premier temps, nous pouvons nous intéresser au modèle d'Eccles, qui montre que les enfants sont influencés dans leur choix d'activité par deux variables : les attentes de succès et la valeur accordée à la tâche. Les représentations sociales qu'ils ont de cette activité seront donc influencées par ces deux variables. Le modèle d'Eccles expectation-valence a donc contribué à l'étude du lien entre certaines variables

motivationnelles et les comportements de l'enfant.²¹ Inspiré par Atkinson²², ce modèle montre que la motivation d'un·e individu provient de la combinaison de deux catégories de perceptions. En l'occurrence, les attentes de l'individu quant à sa capacité à réaliser une tâche avec succès, de même que la valeur qu'il attribue à sa réussite, déterminent le choix de s'engager dans cette activité, la mise en œuvre des comportements visant sa réalisation effective, et la persévérance du sujet face aux difficultés éventuelles.²³ D'une part, « l'*expectancy* » se définit comme les croyances d'un individu concernant sa probabilité de réussite dans une tâche donnée²⁴, cette notion se centre davantage sur le résultat de l'action. D'autre part, la perception de la valeur d'une tâche émerge de l'évaluation de quatre composantes distinctes: l'importance (que l'individu accorde au fait de bien réussir la tâche en question), la valeur intrinsèque (plaisir inhérent à la réalisation de cette activité elle-même), l'utilité (son accomplissement permet à l'individu de réaliser des buts actuels ou futurs qu'il poursuit), et le coût (les aspects négatifs liés au fait de s'engager dans la tâche, telles que l'anxiété de performance, la peur de l'échec, la quantité d'effort requis, de même que les autres opportunités que l'individu a mises de côté en choisissant cette tâche)²⁵. Si le modèle d'Eccles nous permet ici de comprendre que deux variables motivationnelles peuvent influencer les choix, il a été construit en premier lieu pour montrer les inégalités entre les sexes au niveau des choix d'accomplissement, que ce soit l'orientation et la réussite scolaire ou les choix sportifs.²⁶ « Pourquoi entre deux élèves de niveau égal en mathématiques l'un va décider de poursuivre dans ce domaine alors que l'autre va préférer une orientation dans le domaine littéraire ? »²⁷. Les filles ont des plus faibles attentes de réussites en mathématiques et la valeur moindre que les filles attribuent à ce domaine par rapport

²¹ Eccles, J. S., Adler, T. F., Futterman, R., Goff, S. B., Kaczala, C. M., Meece, J. L. & Midgley, C. (1983). Expectancies, values and academics behaviours. In J.T. Spence (Ed.), *Achievement and achievement motivation* p. 75-146. San Francisco, CA: Freeman.

²² Atkinson, J. W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*. p. 359-372.

²³ Bourgeois, É., De Viron, F., Nils, F., Traversa, J. & Vertongen, G. (2009). Valeur, espérance de réussite, et formation d'adultes : pertinence du modèle d'expectancy-value en contexte de formation universitaire pour adultes. *Savoirs*. p. 119-133.

²⁴ Wigfield A., Eccles J. (2000). Expectancy-value theory of achievement motivation. *Contemporary Educational Psychology*. p. 68-81.

²⁵ Eccles J. S., & Wigfield, A. (1989). Self-concepts, domain values, and self-esteem: Relations and changes at early adolescence. *Journal of Personality*. p. 283-310

²⁶ Bois, J., (2003). Socialisation de l'activité physique et des perceptions de compétences sportives : le rôle des parents chez l'enfant et le préadolescent. *Thèse*.

²⁷ Eccles, J. S., & Harold, R. D. (1991). Gender differences in sport involvement: applying the Eccles' expectancy-value model. *Journal of applied Sport Psychology*. p. 7-35.

aux garçons, peut expliquer leur décision de ne pas suivre de tels cours.²⁸ Nous comprenons donc à travers cet exemple que ces variables motivationnelles peuvent également être influencées par des stéréotypes, et que par conséquent, nos représentations sociales peuvent également être influencées par ces mêmes stéréotypes. Effectivement, Eccles et Harold ont montré qu'indépendamment de leur sexe, les enfants pensent qu'il est plus important que les garçons soient doués en sport que les filles.²⁹ Selon le modèle d'Eccles, le fait de penser comme cela influence leur perception de compétence, les filles ont tendance à se sous-estimer et se considérer comme moins compétentes tandis que les garçons auront tendance à se surestimer et se trouver plus compétent. Cette autrice a donc montré que les stéréotypes qui influencent la motivation des enfants peuvent être véhiculés par les parents, et par les stéréotypes qu'ils ont construit tout au cours de leur vie. Un autre modèle, le BSRI (Bem Sex Role Inventory)³⁰, a montré que les stéréotypes sont intégrés par les hommes et les femmes et qu'ils influencent leur façon de se comporter : la conformité des individus aux normes sociales détermine leurs comportements, et les conduit à interpréter des événements, faire des choix. Ce modèle s'apparente à un questionnaire auto-évaluatif, qui permet d'estimer le degré de masculinité et de féminité d'une personne. A travers cet outil, masculinité et féminité s'interprètent très explicitement et respectivement en termes de degré d'adhésion aux rôles de sexe socialement construits comme masculin et féminin : les descripteurs utilisés renvoient à des caractéristiques psychologiques, socialement admises et valorisées de l'homme et de la femme, et non à des descripteurs que s'attribueraient plus fréquemment les hommes que les femmes et inversement.³¹ De façon plus concrète, ce questionnaire est composé de 20 items « féminins » et 20 « masculins » qui renvoient à différents traits que les hommes et les femmes considèrent comme valorisés pour une femme ou un homme.³² Vingt items neutres se rajoutent également au questionnaire. Chaque personne dispose ainsi de 60 items pour se décrire, et cela à l'aide d'une échelle allant de 1 (jamais ou presque jamais vrai) à 7 (toujours ou presque toujours vrai). Deux scores moyens sont alors calculés : un de Féminité (score F

²⁸ Bois, J., (2003). Obsit

²⁹ Eccles, J. S., & Harold, R. D. (1991). Obsit

³⁰ Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. p. 155-162.

³¹ Marro, C., (2002). Evaluation de la féminité, de la masculinité, et auto-attribution des qualités « féminin » et « masculin ». Quelle relation ? *L'orientation scolaire et professionnelle*. p. 545-563.

³² Bem, S. L. (1974). Obsit

sur 7) et l'autre de Masculinité (score M sur 7).³³ Les individus typés masculins et féminins utilisent le genre pour interpréter et organiser l'information et choisissent des activités qui seront conformes aux rôles sociaux liés au genre, à l'inverse des « non sexe-typés ». L'étude de ce second modèle nous montre que les représentations sociales que nous avons d'une activité peuvent être influencées par les normes sociales qui influencent notre comportement. Etant donné que, comme nous l'avons vu dans l'identification du problème professionnel, le football a été socialement construit comme un sport pour les hommes, connoté de qualités « masculines », et que l'institutionnalisation des Femmes est récente, les représentations sociales du football pratiqué par les femmes peuvent être influencées par les informations et stéréotypes qui circulent autour. Pour continuer, un autre modèle a été étudié, celui de la théorie de l'autodétermination, c'est-à-dire l'investissement manifesté dans une activité obligatoire³⁴. Cette théorie présente trois types de motivation. La motivation intrinsèque est le plus haut degré de motivation autodéterminée et se réfère aux situations dans lesquelles l'individu s'engage librement dans les activités (pour le plaisir qu'elles procurent, les défis et les opportunités d'apprentissage qu'elles engendrent). La motivation extrinsèque renvoie aux situations dans lesquelles l'individu s'engage dans une activité suite à ses conséquences plus que pour l'activité en elle-même (obtenir une récompense ou éviter une punition, sentiment de culpabilité,...). Enfin, l'amotivation c'est quand l'individu ne perçoit aucun lien entre ses actions et les conséquences qu'il pourrait en attendre sur l'environnement (niveau le plus faible d'autodétermination).³⁵ Plusieurs travaux ont montré qu'une motivation autodéterminée est associée à une plus grande attention, un plaisir plus important, une persistance plus élevée, ou encore à une meilleure performance dans l'activité qu'une motivation non autodéterminée³⁶. La mise en évidence de relations entre les stéréotypes sexués et la motivation autodéterminée

³³ Suivant que ces deux scores diffèrent significativement ou non, l'individu sera caractérisé par une orientation de genre masculine ($M > F$), féminine ($M < F$), Androgyne ($M = F$ avec M et F scores élevés) ou Indifférenciée ($M = F$ avec scores M et F bas). Bem, S. L. (1986). Au-delà de l'androgynie. Quelques préceptes osés pour une identité de sexe libérée. In M.-C. Hurtig & M.-F. Pichevin (Éds.). *La différence des sexes. Questions de psychologie*. Paris : Tierce.

³⁴ Chalabaev, A., & Sarrazin, P., (2009). Relation entre les stéréotypes sexués associés aux pratiques sportives et la motivation autodéterminée des élèves en éducation physique et sportive. *Sport et motricité*. p. 61-70.

³⁵ Chalabaev, A. & Sarrazin, P., (2009). Ibid

³⁶ Vallerand, R.J., & Grouzet, F.M.E. (2001). Pour un modèle hiérarchique de la motivation intrinsèque et extrinsèque dans les pratiques sportives et l'activité physique. In F. Cury et P. Sarrazin (Eds.), *Théories de la motivation et pratiques sportives : états de la recherche*. p. 57-95. Paris : PUF.

impliquerait donc des conséquences importantes des stéréotypes, sur les plans cognitif, affectif et comportemental. Sur la base de cette théorie on peut donc supposer qu'une fille qui pratique un sport qui, selon les stéréotypes et la construction sociale qui fait que certains sports appartiennent à certaines catégories, n'est pas en adéquation avec son sexe sera moins autodéterminée, et par conséquent, moins compétente et appréciera moins cette activité. De ce fait, les représentations sociales qu'elle a de ce sport seront influencées, elle en aura une moins bonne perception puisqu'elle aura peu d'attentes et accordera peu de valeur à cette activité.

A travers ces trois modèles nous avons donc vu que les représentations sociales du sport qu'ont les individus peuvent être influencées par des stéréotypes liés au genre. Nous allons désormais nous intéresser à d'autres modèles, qui montrent que la variation des représentations sociales dans le sport peut être due à d'autres variables que le genre.

Dans un premier temps, une étude s'intéresse aux différences de représentations sociales entre des sportifs de haut niveau et des pratiquants assidus (appelés les « spécialistes »), et, des pratiquants occasionnels et non sportifs (appelés les « non-spécialistes »)³⁷. Elle met d'ailleurs en avant le fait que la deuxième catégorie de personne peut développer une vision, non pas basée sur les dernières images véhiculées, mais sur celles plus anciennes héritées du passé.³⁸ L'autrice montre que les spécialistes accordent une grande importance à la place de la compétition dans le sport, qu'ils considèrent comme constitutive du sport depuis son origine, mais cependant, ils la rattachent de façon presque systématique au dopage, à la corruption. En outre, ces spécialistes notifient que la quête d'émotions, de sensations dans le domaine des activités physiques ne paraît pas pouvoir se détacher de l'enjeu compétitif.³⁹ Pour les non-spécialistes, l'autrice montre que ce qui ressort est majoritairement l'idée de collectif et de fatigue physique. En somme, nous constatons qu'en fonction du niveau de pratique de chacun, sportif-ve ou non, les représentations sociales du sport ne sont pas les mêmes, elles varient. Dans un second temps, cette même autrice, Marie-Françoise Lacassagne, s'est intéressée aux différences de représentations sociales dans le sport entre des habitant-es de deux pays : le Maroc et la France. A travers cette étude, elle a voulu comparer deux populations afin de mettre en évidence des spécificités relatives à

³⁷ Lacassagne, M-F., Pizzio, L. & Jebrane, A. (2006). La représentation sociale du sport : vision d'étudiants sportifs et non-sportifs. *Movement & Sport sciences*. p. 117-134.

³⁸ Lacassagne, M-F., Pizzio, L. & Jebrane, A. (2006). Ibid

³⁹ Lacassagne, M-F., Pizzio, L. & Jebrane, A. (2006). Ibid

celles-ci⁴⁰. En effet, elle explique que si des groupes ont intégré un aspect particulier des significations acquises et partagées caractérisant une culture, l'impact sociétal devrait alors se retrouver au niveau de la représentation sociale propre à une catégorie donnée⁴¹. Effectivement, elle montre que la notion de compétence n'a pas la même signification selon les deux échantillons : ce qui ressort chez les sportif·ves marocain·es est que la notion de performance est associée aux sports de compétition, et ne laisse que peu de place à la notion de plaisir, alors que chez les sportif·ves français·es elle est associée au dopage, plus qu'au travail de l'athlète, ainsi qu'au spectacle médiatique et donc, à l'exploitation économique au sein d'une société de consommation⁴². Les travaux de Marie-Françoise Lacassagne montrent donc que les représentations sociales du sport des individus divergent en fonction de leur pratique ou non d'une activité physique et sportive et en fonction de leur origine et de leur culture. Ils semblent donc primordial de prendre en compte le plus d'informations possibles sur les individus dont on souhaite connaître les représentations sociales d'une pratique ou d'une activité précise.

Enfin, nous avons identifié dans le problème professionnel le fait que les footballeuses avaient une représentation médiatique moindre et surtout bien inférieure aux footballeurs. Nous pouvons supposer que cette différence a un impact sur les représentations sociales du football pratiqué par les femmes : moins on voit des femmes jouer au football, plus il est difficile d'avoir une opinion sur leur pratique, de dire ce qui nous plaît ou déplaît... Si peu de travaux ce sont intéressés à la médiatisation du football pratiqué par les femmes, certain·es auteur·trices ont étudié la médiatisation des Jeux Olympiques et ses impacts sur l'image que le public a des athlètes femmes qui y participent. Les Jeux Olympiques auraient un impact sur le niveau de médiatisation des athlètes femmes⁴³. En effet, durant la période des Jeux elles connaîtraient une médiatisation beaucoup plus intense qu'en temps normal. Effectivement, Jane Martison (2014), pointe un élément important qui pourrait expliquer pourquoi les athlètes sont, subitement, si médiatisées et soutenues. Elle parle, dans un article du Guardian, d'un phénomène qu'elle définit comme « l'appel du nationalisme » produit par ces compétitions internationales : les athlètes, les hommes comme les femmes, représentent

⁴⁰ Flament, C., & Rouquette, M.L. (2003). Anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales ? Paris : Armand Colin.

⁴¹ Camilleri, C. (1991). Culture. In R. Doron & F. Parot (Eds.), Dictionnaire de Psychologie. Paris : PUF.

⁴² Lacassagne, M-F., Pizzio, L. & Jebrane, A. (2006). Obsit

⁴³ Hall, R. L. & Oglesby, C. A. (2016). Stepping through the looking glass: the future for women in sport. Springer Science + Business Media.

leur pays et font de leur mieux pour gagner et battre leur record, tant pour leur pays (offrir un titre) que pour elle-eux. Il y a donc une notion de « combat commun », où le sexe n'est plus distingué et où les médias s'intéressent à tout le monde⁴⁴.

Puis, une autre étude⁴⁵ apporte un deuxième élément qui pourrait expliquer cette augmentation de couverture médiatique durant les grands événements et notamment les Jeux Olympiques : l'image positive que transmettent les athlètes femmes. Selon les auteurs, elles sont vues comme des modèles pour beaucoup de spectateurs. En effet, ils ont mené une étude afin d'essayer d'expliquer pourquoi les femmes étaient moins représentées et ce qui pourrait changer cela. Elle a été réalisée entre 2002 et 2012 pour constater les variations de médiatisation. Après chaque Jeux Olympiques, donc en 2004, 2008, et 2012, ils ont constaté une légère évolution de la représentation des athlètes dans les médias, mais qui durait peu de temps. Parallèlement, ils ont lancé un sondage en posant la question suivante : « pourquoi les athlètes femmes devraient être plus représentées dans les médias ? »⁴⁶. Selon la WSFF⁴⁷, « 81% des personnes interrogées pensent que les athlètes femmes aux Jeux Olympiques de Londres ont eu un rôle de modèle pour les jeunes, bien plus que les athlètes hommes ». Ainsi, le comportement des femmes serait différent de celui des hommes et donnerait peut-être une meilleure image aux jeunes spectateurs. Il me semble que cet argument ne doit pas être le premier à avancer pour développer la médiatisation des femmes, mais il est fréquemment utilisé pour mettre en avant les équipes de football de femmes. En effet, selon un sondage réalisé par le journal le Parisien, en juin 2015, à l'aube de la Coupe du Monde au Canada, « 81 % des personnes interrogées disaient avoir une bonne image du foot féminin, contre 31 % pour le football en général, parce qu'il est « agréable à regarder » ou porteur de qualités morales comme le fair-play, la sincérité, l'humilité »⁴⁸. Au-delà de la formulation maladroite, qui parle de football « féminin », qui sous-entend que ce football est différent du « football général » et qui réduit le football pratiqué par des femmes à des qualités morales et aucunement physique, technique ou tactique, on peut constater que l'opinion publique a une bonne image du football pratiqué par les femmes. Ceci est

⁴⁴ Martinson, J. (2014, March 13). No increase in women's sport coverage since 2012 Olympics. The Guardian. <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2014/mar/13/womens-sport-newspapercoverage-birmingham-university>, consulté le 08 avril, site du Guardian.

⁴⁵ O'Neill, D. & Mulready, M. (2015). The Invisible Woman? *Journalism Practice*. p. 651-668,

⁴⁶ O'Neill, D. & Mulready, M. (2015). Ibid

⁴⁷ WSFF : Women's Sport and Fitness Foundation

⁴⁸ <http://www.leparisien.fr/sports/football/81-des-francais-ont-une-bonne-image-du-football-feminin-08-06-2015-4843399.php>, consulté le 08 avril, site du quotidien le Parisien

en partie dû à l'ascension fulgurante de l'Equipe de France Femmes après son très beau parcours à la Coupe du Monde 2011 en Allemagne (4^{ème} place). Depuis cette compétition, les joueuses de l'Equipe de France n'ont cessé d'améliorer leur qualité de jeu et de réaliser des beaux parcours dans les compétitions internationales, attirant de plus en plus les journalistes et ainsi augmentant leur niveau de médiatisation. En effet, selon un article de sport.francetvinfo.fr, rédigé en mai 2016, les bons résultats des équipes des femmes suscitent davantage l'intérêt du public. Par exemple, toujours selon cet article, la finale de Ligue des Champions de 2015, diffusée en fin d'après-midi sur France 2, a réuni 2,1 millions de téléspectateur·trices, puis, le quart de finale de Coupe du Monde 2015 (France-Allemagne), malgré l'horaire tardif (22h-00h) a attirée 4,1 millions de téléspectateur·trices, soit 26,2% du public⁴⁹. L'engouement généré autour des équipes des femmes entraîne un cercle vertueux et crée un réel développement. En effet, les filles font de bons matchs, proposent une belle qualité de jeu et obtiennent de bons résultats. Ainsi, les médias sont attirés et veulent diffuser leurs matchs. Comme le jeu proposé est de qualité, beaucoup de spectateur·trices sont au rendez-vous lors des retransmissions, ce qui pousse d'autres chaînes de télévision à s'intéresser au football pratiqué par les femmes et à acheter les droits. En effet, comme le cite l'article « TF1 a bataillé au mois de janvier avec Canal + pour obtenir les droits de la Coupe du Monde féminine 2019 qui aura lieu en France. Le groupe de Martin Bouygues a remporté le combat après avoir formulé une offre supérieure à 10 millions d'euros. Un prix faramineux pour la compétition. Pour acquérir les droits des éditions 2011 et 2015, D8 et W9 n'avaient déboursé qu'un million d'euros, soit dix fois moins. C'est la première fois que la compétition féminine reçoit un tel engouement de la part des chaînes historiques ». Cet exemple est la preuve concrète et récente que les événements internationaux sont un tremplin pour la médiatisation des footballeuses. En effet, leur talent est toujours le même, mais durant ces périodes elles ont plus de chances d'avoir les regards des médias braqués sur elles.

Nous pouvons constater à travers ces articles de presse que les représentations sociales sur le football pratiqué par les femmes sont construites en opposition à celles sur les hommes : « elles sont plus fair-play, sincères, humbles ». Cependant, le fait d'acquérir une part de médiatisation permet aux footballeuses de se faire connaître, et petit à petit

⁴⁹ Pénicaut, C. (2016). <https://sport.francetvinfo.fr/football/les-bonnes-performances-des-filles-boostent-la-feminisation-du-football-336413>, site de France Télévision, consulté le 08 avril.

de sortir de cette dichotomie où les performances des unes et des autres sont comparées, opposées. Nous comprenons que si les footballeuses ne sont pas médiatisées, il est compliqué pour l'opinion publique de se faire une opinion dessus. Ainsi, s'il y a peu de recherches menées concernant l'impact de la médiatisation des footballeuses sur les représentations sociales, c'est certainement parce que cette médiatisation est très récente.

Dans une seconde partie, je me suis intéressée aux études spécifiquement menées sur les représentations sociales du football pratiqué par les femmes. Il n'y a que très peu de travaux, mais ils permettent tout de même d'avoir un aperçu, et ils peuvent nous orienter dans notre recherche.

Les représentations sociales dans le football pratiqué par les femmes

Les recherches qui se concentrent sur les représentations sociales associées à la pratique du football des femmes sont très peu nombreuses, cependant, une enquête nous permet d'avoir un retour sur la perception des footballeuses chez des enfants de CM2. Effectivement, nous avons vu que les enfants peuvent être influencés par les stéréotypes prégnants associés à certaines activités physiques et sportives. Suite à une analyse de dessins d'enfants représentant côte à côte un footballeur et une footballeuse, les auteur·trices ont mis en avant quatre catégories de dessins différentes, représentatives des perceptions qu'ont les enfants⁵⁰. Dans un premier temps, iels constatent que la plupart des enfants ont représenté les footballeuses comme inférieures physiquement (par la taille, les postures, la gestuelle) aux garçons, en outre, elles sont dessinées au second plan, portent des vêtements inadéquats. On constate donc que les enfants ne considèrent pas que les femmes sont à leur place sur un terrain de football, ou en tout cas, moins à leur place qu'un garçon. Les filles évoluent alors dans un monde à part, entre femmes, coupées du milieu du football masculin largement hostile à leur pratique.⁵¹ Cependant, tous les enfants n'ont pas les mêmes perceptions du football pratiqué par des femmes puisque les auteur·trices ont relevé trois autres catégories : une minorité de garçons présente des scènes très dominatrices, accompagnées de propos dégradants, « elle est nulle ! » et des gestes menaçants. Cependant, iels ont mis en

⁵⁰ Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. & Kerespar, S. (2004). Football féminin : « c'est un jeu d'hommes ». *Cahiers du Genre*. p. 185-203.

⁵¹ Mennesson, C. (2004). Être une femme dans un sport « masculin ». Modes de socialisation et construction des dispositions sexuées. *Sociétés contemporaines*. p. 69-90.

avant une catégorie, moindre, de filles qui mettent en situation des scènes d'égalité : joueurs et joueuses de la même taille, postés sur les mêmes lignes, avec des tenues similaires et souvent avec un ballon chacun. Enfin, une minorité de filles a représenté des femmes en position dominante. Le premier constat est donc que les enfants ont tous-tes des représentations sociales différentes, et celles-ci peuvent être influencées par le fait que ce soit des garçons ou des filles. En effet, la plupart des dessins des jeunes garçons illustrent le poids des représentations sociales traditionnelles⁵². En outre, ces dessins sont certainement représentatifs de ce qu'il se passe dans la cour de récréation de ces enfants. Il serait alors intéressant de connaître le profil de chaque enfant, de savoir s'il est plutôt sportif, actif à la récréation, ou pas du tout. Effectivement, les perceptions d'une activité chez les enfants peuvent être associées aux stéréotypes qui la caractérise mais aussi à la représentation concrète qu'ils en ont : « dans les cours de récréation, les garçons ont des jeux de poursuite ou de ballon qui font qu'ils courent énormément. Ce sont des jeux moins pratiqués par les filles, qu'on leur propose moins car ils ne sont pas reconnus comme des « jeux de filles »⁵³. De ce fait, les garçons et les filles ne se représentent pas de la même manière le football, puisque dans la cour de récréation ce sont les garçons qui y jouent, et de manière dominante : « dans la cour du collège, ce sont essentiellement les garçons qui jouent au foot, avec une forte concurrence entre eux. »⁵⁴ Nous pouvons donc constater que les enfants ont des représentations sociales assez similaires (sauf pour quelques minorités) et surtout très stéréotypées. Ensuite, il m'a semblé intéressant de me concentrer sur les travaux qui parlent des joueuses, et des perceptions associées à leur propre pratique. Plusieurs constats émergent des travaux qui ont été menés sur les représentations sociales que les joueuses ont d'elle-même et de leur pratique. Dans un premier temps, un sentiment de discrétion, voire d'invisibilisation et de honte existe chez plusieurs footballeuses. En effet, certaines joueuses préfèrent ne pas parler du fait qu'elles jouent au foot, pour ne pas être stigmatisées à cause de leur pratique d'un sport socialement construit comme typiquement masculin et frappé d'ostracisme.⁵⁵ En outre, la honte sociale liée à la

⁵² Durand-Delvigne, A. & Duru-Bellat, M. (1998). Mixité scolaire et construction du genre. In Maruani Margaret (ed). Les nouvelles frontières de l'inégalité. Hommes et femmes sur le marché du travail. *La Découverte/Mage «Recherches»*. Paris.

⁵³ Chambat, G. (2013). EPS et construction de la différence filles/garçons. *N'autre école*. Pédagogie contre le sexisme (n°36).

⁵⁴ (2015). Le football féminin, une pratique en développement. *Informations sociales*. p. 119-126. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2015-1-page-119.htm>.

⁵⁵ Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. & Kerespar, S. (2004). Obsit.

pratique du football peut-être flagrante chez certaines joueuses, qui préfèrent taire la réalité. Cela montre qu'elles ont intériorisé les stéréotypes et le poids de la domination masculine⁵⁶. Nous pouvons donc nous interroger sur ces stéréotypes et se demander si les filles qui pratiquent le football les intériorisent plus que les autres personnes, du fait de leur pratique et de la potentielle récurrence des remarques, des insultes, des stigmatisations... Cependant, cette gêne n'est pas immuable ni universelle. D'autres auteur·trices ont montré que, les perceptions des joueuses sont influencées par la pratique des hommes étant donné que celle-ci est institutionnalisée depuis plus longtemps, et que par conséquent ils sont une référence. En effet, selon une étude menée en 2004⁵⁷, quand les joueuses étaient interrogées sur leur footballeur de référence toutes avaient une réponse : Zidane (58%), Barthez (9%)... Mais quand la même question était posée pour les femmes, toutes les joueuses n'ont pas su répondre, seules 44% ont su nommer une joueuse, et plus de la moitié des noms écrits étaient mal orthographiés. Si en quinze ans la pratique du football par les femmes a grandement évolué et fait évoluer les mentalités⁵⁸, nous pouvons constater que l'ancrage historique de la pratique du football par les hommes a toujours un impact sur les représentations sociales qu'ont les joueuses sur elles mêmes. Nous pouvons tout de même noter que de plus en plus les joueuses sont conscientes que leur pratique est récente, et donc en pleine évolution : « La seule différence est physique. D'abord parce qu'en moyenne les femmes ne sont pas aussi rapides ou puissantes que les hommes. Cette différence est aussi liée à l'évolution de notre sport : la qualité et l'intensité de la préparation physique sont encore récentes et limitées par le statut amateur. La qualité actuelle du foot féminin est liée à son histoire. »⁵⁹ Effectivement, si certaines joueuses ne se sentent pas à leur place du fait de leur pratique d'un sport socialement construit comme « masculin », certaines veulent être « comme les hommes, jouer du vrai football et pas un succédané ». ⁶⁰ Derrière cette expression « être comme les hommes », il me semble que certaines footballeuses entendent le fait qu'elles pratiquent du football : il n'est ni masculin, ni féminin, elles pratiquent un sport et ne veulent pas être comparées ou hiérarchisées par rapport aux hommes. Nous pouvons déceler un autre type de

⁵⁶ Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. & Kerespar, S. (2004). Obsit.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ (2015). Le football féminin, une pratique en développement. *Informations sociales*. p. 119-126. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2015-1-page-119.htm>.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

perceptions que les joueuses peuvent avoir de leur pratique du football : étant donné que ce sport est associé aux hommes, et aux qualités dites masculines, elles cherchent à mettre en avant leur féminité pour rester dans les normes associées à leur sexe tout en pratiquant le sport qu'elles aiment, et ainsi d'attirer les supporters : « Aujourd'hui, il est devenu important que l'Equipe de France féminine produise une belle image. Cette dimension esthétique permet aussi à des spectateurs d'accrocher à notre sport. »⁶¹ Nous constatons donc une hétérogénéité dans les perceptions des joueuses mais également une évolution. Aujourd'hui, les filles ne se cachent plus vraiment pour jouer et le nombre de licenciées est en constante évolution, mais une ambivalence subsiste : certaines joueuses veulent être considérées comme des joueuses de football, au même titre que les hommes, tandis que d'autres veulent mettre en avant leurs caractéristiques dites « féminines » pour se mettre en valeur et attirer les spectateur·trices.⁶² Enfin, après m'être intéressée aux recherches qui ont étudiées les représentations sociales du football pratiqué par les femmes chez les enfants et les footballeuses, je me suis tournée vers celles qui parlent des perceptions du grand public. A nouveau, les travaux sont très peu nombreux voir inexistantes. Cependant, avant la Coupe du Monde en Allemagne (2011), où l'Equipe de France a fait un parcours exceptionnel et inattendu⁶³ une étude⁶⁴ a montré que l'événement Coupe du Monde était perçu comme positif et attractif, plus que le championnat. En outre, cette étude a mis en avant le fait que les hommes auraient une meilleure image du football pratiqué par les femmes que les femmes, et que, plus une personne est jeune, plus l'image qu'elle a du football pratiqué par les femmes est meilleure. Cependant, ces résultats s'inversent lorsqu'il s'agit de l'événement Coupe du Monde, il serait plus apprécié par les femmes que par les hommes, ainsi que par les personnes plus âgées que les jeunes. Nous constatons donc que les représentations sociales ne sont pas forcément les mêmes lorsque l'on parle des équipes nationales ou des clubs, et que les profils des personnes ayant de bonnes images ne plus. Cette

⁶¹ (2015). Le football féminin, une pratique en développement. *Informations sociales*. p. 119-126. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2015-1-page-119.htm>.

⁶² Toffoletti, K. (2016). Analyzing Media Representations of Sportswomen - Expanding the Conceptual Boundaries Using a Postfeminist Sensibility. *Sociology of Sport Journal*. p. 199-207.

⁶³ La France, qui n'était alors pas considérée comme une grande nation du football chez les femmes, a défrayé la chronique et a terminé à la 4^{ème} position : un réel exploit. L'Equipe de France a notamment eu l'opportunité de jouer dans des stades remplis de supporters (ce qui n'arrivait alors jamais en France). Cette Coupe du Monde est considérée comme un tournant dans l'histoire du football français et comme un levier qui a permis une plus grande reconnaissance des footballeuses.

⁶⁴ Hallman, K. (2010). Women's 2011 Football World Cup: The impact of perceived images of women's soccer and the World Cup 2011 on interest in attending matches. *Sport Management Review*. p. 33-42.

différence peut être expliquée par ce que certain-es auteur·trices appellent le « call for nationalism »⁶⁵ : les spectateur·trices préfèrent les compétitions où leur pays est représenté car iels soutiennent une nation plus qu'un·e athlète, et l'engagement est plus fort.

En somme, nous pouvons constater que les représentations sociales associées à la pratique des femmes sont influencées par plusieurs facteurs : les stéréotypes prégnants à certaines activités, construites socialement comme « féminines » ou « masculines », l'origine (aux Etats-Unis le « soccer » est massivement plus pratiqué par les femmes que les hommes), le sexe, le fait d'être sportif·ve ou non, l'âge... En outre, ces perceptions évoluent après des événements majeurs tels que la Coupe du Monde ou les Jeux Olympiques. L'analyse de ces différentes études m'a donc permis d'émettre des hypothèses quant aux résultats potentiels de notre recherche.

⁶⁵ Martinson, J. (2014, March 13). No increase in women's sport coverage since 2012 Olympics. The Guardian.<http://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2014/mar/13/womens-sport-newspapercoverage-birmingham-university>, consulté le 08 avril, site du Guardian.

B/Hypothèses

Suite aux études analysées et au bilan de la revue de littérature, notre recherche a pour objectif d'analyser l'évolution des représentations sociales, de la population lyonnaise, associées à la pratique du football par les femmes. Nous allons chercher à vérifier si, suite à l'événement Coupe du Monde Dames 2019 les perceptions associées aux footballeuses évoluent positivement : plus de connaissances, meilleures images associées à leur pratique. En outre, nous étudierons les différentes évolutions entre les quatre publics analysés, nous verrons si l'événement a eu plus d'impact sur une partie de la société qu'une autre (une tranche d'âge, un sexe...). Les principales hypothèses qui découlent de ces objectifs sont :

Hypothèse 1 : Les connaissances autour du football pratiqué par les femmes seront moins développées que celles sur le football pratiqué par les hommes, et ce chez tous les publics interrogés. Cependant, ces connaissances augmenteront suite à l'événement, mais resteront inférieures à celles sur les hommes.

Hypothèse 2 : Les dessins réalisés par les enfants seront qualitativement différents entre eux et cette différence sera influencée par la perception de leurs compétences et par la perception que leurs parents ont sur leur compétence en sport. Une évolution aura lieu après l'événement Coupe du Monde chez les enfants qui auront regardé un ou plusieurs matchs.

Hypothèse 3 : Les adjectifs associés à la pratique du football par les femmes seront, chez les différents publics, majoritairement neutres ou négatifs. Les adjectifs positifs seront majoritairement ceux associés au fair-play et à l'esthétique. L'événement Coupe du Monde aura un impact sur le choix de ces adjectifs chez les personnes qui auront regardé un ou plusieurs matchs.

Hypothèse 4 : Les réponses des questionnaires des élèves de primaire, des collégien·nes et des sportif·ves de haut-niveau seront influencées par la perception de leurs compétences et par la perception que leurs parents ont sur leur compétence en sport. Les élèves performant·es en sport et/ou pratiquant une activité physique et sportive auront des connaissances plus développées que les autres.

C/ Méthode

Pour continuer, je vais vous présenter la méthodologie mise en place suite aux résultats de la revue de littérature, qui va nous permettre de vérifier nos hypothèses. Conjointement avec la Mairie de Lyon et le Laboratoire L-Vis, plusieurs publics ont été définis. De ce fait, la méthode utilisée varie en fonction du public. Je vais donc vous présenter les quatre méthodes différentes que l'on a mises en place.

Etude 1 : les enfants du primaire

Dans un premier temps, l'échantillon se composera d'élèves de CE2 issus de différentes écoles situées dans différents quartiers de Lyon. Nous serons fixées définitivement sur la taille de notre échantillon à la rentrée de septembre 2018. Le choix de s'intéresser à des élèves de CE2 a été fait afin que nous puissions avoir un suivi. Effectivement, si nous voulons continuer notre analyse après l'événement Coupe du Monde Dames 2019 et voir même une année après l'événement, le choix des CE2 s'avérait être le plus adapté. Les élèves devraient être, dans deux ans, toujours dans la même école (normalement en CM2). En outre, il nous paraissait plus simple d'interroger des CE2 que des CP ou des CE1 au niveau de la compréhension des questions.

Afin d'adapter notre enquête à des enfants de 8-9 ans, nous avons créé une méthode en deux parties. Dans un premier temps, sous notre présence et sous celle d'un-e éducateur·trice, pendant un temps périscolaire (normalement le mercredi matin), les élèves auront pour consigne de dessiner sur une feuille A4 un footballeur et une footballeuse côte à côte avec l'utilisation d'un feutre⁶⁶. Aucune autre consigne ne leur sera donnée. Suite à ce premier temps, les élèves devront répondre à un questionnaire papier. A travers ce deuxième outil nous nous intéressons aux perceptions que les enfants ont de leurs compétences en sport et aux perceptions que leurs parents ont de leurs compétences sportives. Concernant leurs compétences, les élèves devront cocher des croix, dans un tableau à double entrée, pour répondre à des affirmations⁶⁷. Iels auront trois choix de réponses : « tout à fait comme moi », « un peu comme moi » et « pas du tout comme moi », une seule réponse sera possible pour chaque affirmation⁶⁸.

⁶⁶ Méthode utilisée en 2004 dans l'enquête de Stéphane Héas et ses collègues : Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. & Kerespar, S. (2004). Obsit.

⁶⁷ Exemple d'affirmation : « Certains enfants pensent qu'ils sont plutôt bons en sport »

⁶⁸ Méthode utilisée en 2003 dans la Thèse de Julien Bois : Bois, J., (2003). Obsit.

(Annexe 1). Ensuite, concernant les perceptions de leurs parents sur leurs compétences sportives, les élèves devront répondre à six nouvelles affirmations selon le même schéma, ou cette fois-ci les choix de réponses seront : « tout à fait », « un peu » et « pas du tout » (Annexe 2). A la fin de ce questionnaire, des informations sur leurs parents et eux-mêmes leur seront demandées.

Etude 2 : les collégien·nes

Dans un second temps, le deuxième échantillon sera composé d'élèves de 5^{ème} issus de différents collèges situés dans différents quartiers de Lyon. Nous serons fixées définitivement sur la taille de notre échantillon à la rentrée de septembre 2018. La justification du choix de s'intéresser à des élèves de 5^{ème} est sensiblement la même que pour les élèves de CE2 : les élèves devraient toujours être dans le même collège (normalement en 3^{ème}) lorsque l'on poursuivra notre enquête après le déroulement de l'événement Coupe du Monde Dames 2019.

Ce questionnaire se déroulera au collège en salle informatique sous la présence de l'enseignant·e d'EPS, pendant un de ses cours. Le questionnaire sera composé de quatre grandes parties. La première sera consacrée aux connaissances générales sur le football pratiqué aussi bien par les hommes que par les femmes. Ces données seront collectées grâce à des questions ouvertes et fermées, les élèves devront répondre à 25 questions.

Ensuite, dans une seconde partie, les élèves devront noter sur une échelle de Likert allant de 1 à 5 leur degré d'accord auquel les adjectifs proposés s'appliquent à l'événement Coupe du Monde Dames (Annexe 3)⁶⁹. Dans la troisième partie, les élèves devront faire une association de mots en écrivant les 10 premiers mots qui leur viennent à l'esprit lorsqu'ils entendent « football pratiqué par les femmes », puis, ils devront affiner leurs réponses en écrivant, dans un second temps, 5 noms, 5 verbes et 5 adjectifs qui leur viennent à l'esprit lorsqu'ils entendent cette même expression⁷⁰. Pour finir, dans la quatrième partie de leur questionnaire les élèves devront répondre aux mêmes questions que les primaires sur leurs perceptions de leurs compétences sportives (annexe 1) et sur les perceptions que leurs parents ont de leurs compétences sportives (annexe 2). Nous avons simplement changé le nom « enfant » par « ados ».

⁶⁹ Méthode utilisée en 2010 dans l'enquête de Kirstin Hallmann : Hallman, K. (2010). Obsit.

⁷⁰ Méthode utilisée en 2006 par Marie-Françoise Lacassagne et ses collègues dans leur enquête sur les différences de représentations sociales du sport entre des élèves sportif·ves et non-sportif·ves.

Etude 3 : les sportif-ves de haut-niveau

Le troisième public auquel nous nous intéressons est les sportif-ves de haut-niveau et plus particulièrement les joueur-ses du centre de formation de l'Olympique Lyonnais. Nous ne sommes pas définitivement fixées sur les conditions dans lesquelles les joueur-ses rempliront leurs questionnaires mais il semblerait que cela se fasse en ligne, dans un temps où iels seront réunis. La méthode utilisée sera exactement la même que celle appliquée aux collégienn-es, à deux exceptions près. La première est que la première partie, sur les connaissances générales autour du football, sera légèrement plus longue (32 questions). La seconde, c'est que les joueur-ses auront une partie supplémentaire. Effectivement, nous souhaitons mettre en place des focus groupes (le nombre de personnes par groupe n'est pas encore défini) où, en non-mixité, joueurs et joueuses pourraient nous faire part de leurs expériences. Nous voudrions, d'une part, aborder avec les joueuses les difficultés qu'elles ont rencontrées dans leur parcours de footballeuse, les difficultés qu'elles rencontrent actuellement, l'image qu'elles ont du football pratiqué par les femmes, qui sont leurs « modèles » et ce qu'elles pensent de leur futur rôle de « modèle » pour les jeunes footballeuses. Puis, d'autre part, nous voudrions essayer de faire réagir les joueur-ses sur les dessins que les enfants de CE2 auront produit. Nous voudrions, qu'iels réagissent et interagissent en groupe autour de ce que les élèves auront représenté.

Etude 4 : un public « tout venant »

Enfin, le dernier public que nous allons interroger est un public « tout-venant ». Effectivement, des personnes au hasard seront interrogées dans la rue. Il conviendrait de cibler cinq endroits dans différents quartiers de Lyon (Bellecour, Hôtel de Ville, La Duchère...) mais ils ne sont pas définitivement déterminés. A chacun de ces cinq endroits nous voulons interroger 200 personnes afin d'avoir un total de 1000 réponses à notre questionnaire. Comme pour les deux publics précédents, la première partie du questionnaire sera composée de questions portant sur les connaissances générales autour du football. Cependant, cette partie ne comportera que dix questions. Dans un second temps, les personnes interrogées devront, comme les élèves du collège et les sportif-ves de haut-niveau, noter sur une échelle de Likert allant de 1 à 5 leur degré d'accord auquel les adjectifs proposés s'appliquent à l'événement Coupe du Monde

Dames (Annexe 3). Ensuite, nous les interrogeront sur leur pratique sportive puis nous recueillerons leurs données sociodémographiques.

Administration des questionnaires aux différentes cibles

Bien que nous ne soyons pas encore définitivement fixées sur tous les paramètres d'administrations des questionnaires, nous pensons que la première période d'administration auprès des collégienn-es, des élèves de CE2 et des sportif-ves de haut-niveau se fera à la période de la Toussaint. Concernant le public « tout-venant », nous attendons une prochaine réunion avec la mairie pour savoir si nous effectuons notre enquête avant ou après le lancement de la campagne de communication de l'évènement Coupe du Monde Dames 2019. Concernant les temps 2 et temps 3 d'administration, nous pensons les faire juste après l'évènement, soit à la rentrée 2019, et 6 mois ou 1 an après pour mesurer l'évolution des représentations sociales. Si nous savons que nous réinterrogerons les élèves de primaire du collège, et les sportif-ves de haut-niveau, nous ne savons pas encore si nous pourrons le faire avec le public « tout-venant ». Effectivement, bien que nous collections les adresses mail des personnes interrogées en fin de questionnaire, nous ne sommes pas sûres qu'elles répondront à nouveau un an après si nous leur envoyons par mail et cela ne sera pas effectué dans les mêmes conditions.

D/ Conclusion du mémoire de recherche

Bien que nous ne soyons qu'au début de notre étude, nous pouvons d'ores et déjà faire une conclusion de cette enquête exploratoire.

Dans un premier temps nous avons constaté que la littérature existante concernant les représentations sociales d'une activité sportive n'est pas très riche : peu de travaux ont été menés sur ce sujet et les seules enquêtes qui existent ne sont pas très récentes. Cependant, d'autres travaux s'intéressant aux stéréotypes ou à l'influence des parents sur les perceptions de leurs enfants m'ont permis d'avoir une idée des résultats potentiels de notre enquête et ainsi d'émettre des hypothèses. En outre, ces travaux m'ont offert la possibilité d'avoir des modèles de référence validés pour créer les questionnaires qui serviront à mener nos quatre études. Effectivement, selon les publics nous avons cherché à connaître différents éléments : aussi bien sur leurs représentations sociales associées au football pratiqué par les femmes que sur leurs perceptions d'eux-mêmes ou les perceptions que leurs parents ont d'eux-mêmes, afin d'analyser comment ces données évoluent avec un événement tel que la Coupe du Monde.

La difficulté majeure de cette enquête exploratoire a été de créer quatre questionnaires différents, adaptés au public, et permettant à la fois, de fournir des informations qui intéressent la mairie, et, qui permettent au Laboratoire L-Vis d'avoir des données exploitables pour étudier les représentations sociales associées au football pratiqué par les femmes. De plus, il a fallu s'adapter aux différentes modalités des publics. Par exemple, pour le public « tout-venant » le questionnaire ne doit pas être trop long étant donné que les personnes seront interpellées dans la rue, et, avec les collégienn·es, comme nous ne serons pas présentes lorsqu'ils répondront, les questions ne doivent susciter aucune interrogation, aucun doute. En prenant en compte ces différents paramètres, j'ai essayé, avec l'aide et le soutien des membres du laboratoire, de créer dans chaque questionnaire, excepté celui des primaires, une partie connaissance générale, basée sur aucun modèle théorique mais que nous pourrions tout de même exploiter, et d'autres parties basées sur des modèles théoriques afin d'analyser les représentations sociales de différentes manières.

Enfin, nous venons de créer les différents questionnaires, après plusieurs échanges avec les membres du laboratoire. La prochaine étape sera de les présenter à la mairie et de les concrétiser conjointement avec eux·elles. Effectivement, une fois que nos outils seront finalisés nous pourrons les tester avant de les mettre en place l'année prochaine.

Conclusion générale et stratégie de professionnalisation

A travers cette enquête exploratoire j'ai présenté le contexte et les bases d'une étude qui va être menée sur plus de deux années. En effet, le projet de cette recherche ainsi que le partenariat entre la Mairie de Lyon et le laboratoire L-Vis de l'Université Lyon 1 sont récents. Tout s'est donc mis en place petit à petit et doit être prêt pour la rentrée de septembre 2018, afin de réussir à se servir de l'événement Coupe du Monde 2019 pour analyser dans les meilleures conditions les représentations sociales associées à la pratique du football par les femmes. En outre, nous allons pouvoir bénéficier du fait que l'événement se déroule en France, et notamment que les trois matchs les plus importants auront lieu à Lyon, pour analyser l'impact de la proximité d'un événement sur les individus.

Ainsi, à travers ce stage de première année j'ai eu l'occasion d'évoluer, pour la première fois, au sein d'un laboratoire de recherche, de voir comment les doctorant-es et les enseignant-es chercheur-ses travaillent : quels types d'enquêtes ils mènent, comment ils s'y prennent, quelles sont les étapes primordiales à suivre quand on commence une recherche... De plus, j'ai eu la chance de prendre part à une enquête où deux institutions sont engagées : un laboratoire d'une université et une collectivité territoriale. Bien que j'ai passé beaucoup plus de temps avec les membres du laboratoire, et notamment avec ma tutrice Virginie Nicaise, j'ai pu constater comment pouvait se dérouler les échanges entre les deux parties, quelles en sont les contraintes et surtout les avantages. En effet, si nous avons du intégrer des questions qu'il ne sera pas forcément toujours simple d'exploiter scientifiquement, la Mairie nous permet d'avoir facilement accès à différents publics : les élèves des écoles primaires et des collèges ainsi que les joueur-ses du centre de formation de l'Olympique Lyonnais. Il me semble donc, aussi bien pour mon expérience de stagiaire que pour le travail du laboratoire, que ce partenariat est une opportunité qu'il est important d'exploiter. Ensuite, j'ai eu des missions assez variées. D'une part, j'ai dû mener un travail de recherches : lire différents articles autour de notre sujet afin de bien comprendre de quoi on allait parler et de quelle manière. Ces lectures m'ont permis d'appréhender la façon dont les perceptions sociales sont

analysées et m'ont également données des idées pour créer notre méthode, pour s'adapter aux différents publics. J'ai donc pris conscience de la rigueur nécessaire lorsque l'on se lance dans un tel projet. D'autre part, j'ai eu l'occasion de prendre part à des réunions aussi bien avec les membres du laboratoire et ceux de la mairie et ainsi de faire des comptes-rendus de réunion.

Pour continuer, j'ai mis en avant le problème professionnel auquel nous sommes confronté·es : étant donné que les femmes et les filles qui pratiquent le football sont peu nombreuses et souvent invisibilisées, quelles sont les représentations sociales que l'on a de leur pratique ? M'intéresser de plus près à ce problème m'a permis de m'orienter pour la création de la méthode de l'enquête ainsi que pour les hypothèses. Effectivement, je me suis tournée plus précisément vers certaines questions que j'aurai peut-être occultées si je n'avais pas étudié ce problème.

Après avoir présenté le contexte de ce stage de première année, je me suis intéressée au début de notre étude, aux bases que nous avons créées depuis le début de l'année 2018. Effectivement, après avoir retranscrit à travers une revue de littérature mes différentes lectures qui m'ont permises de m'orienter, j'ai présenté nos hypothèses. Il me semble que celles-ci sont susceptibles d'évoluer suite aux prochaines échéances : les prochains rendez-vous avec la Mairie de Lyon qui nous permettront de concrétiser nos outils et les tests de nos outils, qui suivront cette étape. Enfin, j'ai pu présenter en détails la méthode qui m'a permis de construire les quatre outils nécessaires à notre étude.

Mon bilan personnel après cette première expérience professionnelle dans un laboratoire de recherche est très positif et me permet d'entrevoir de belles choses pour l'année prochaine. Effectivement, j'ai eu l'occasion de m'intéresser à un événement prestigieux, la Coupe du Monde, d'un sport qui me passionne, le football. J'ai pu lier mes connaissances personnelles à des savoirs professionnels que j'ai acquis au cours de cette période de stage. Il me semble que nous avons élaboré des outils qui vont nous permettre de recueillir différentes données et donc de faire des analyses riches et variées. Si cette première année m'a permis de créer les bases de l'enquête et surtout de me familiariser avec notre sujet et avec la manière dont on travaille dans un laboratoire, il me tarde d'avoir l'opportunité de tester notre travail et surtout de pouvoir interroger nos différents publics et de voir si nos hypothèses se confirment. Je pense que les missions auxquelles je serai confrontée l'année prochaine seront différentes et variées, il faudra notamment que j'acquies des savoirs dans l'analyse et le traitement des

données. Ainsi, mes objectifs à travers mon stage de master 2 sont, d'une part, de consolider les connaissances que je pense avoir acquies cette année, c'est-à-dire savoir comment chercher les articles nécessaires à mon enquête et surtout savoir comment en retirer les éléments majeurs (méthodologie, références, modèles théoriques...). D'autre part, je souhaite acquérir la méthode nécessaire pour savoir comment traiter les données récoltées et comment les analyser, en lien avec notre revue de littérature.

Enfin, il me semble que grâce à ces deux années de stage dans la même structure je vais avoir l'occasion de mener entièrement une enquête, au sein de deux institutions très différentes mais finalement complémentaires dans cette aventure. Cette expérience professionnelle sera donc un réel atout dans ma future vie professionnelle.

Bibliographie

Atkinson, J. W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*. p. 359-372.

Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. p. 155-162.

Bem, S. L. (1986). Au-delà de l'androgynie. Quelques préceptes osés pour une identité de sexe libérée. In M.-C. Hurtig & M.-F. Pichevin (Éds.). *La différence des sexes. Questions de psychologie*. Paris.

Biskup, C., & Pfister, G., (1999). I would Like to be Like Her/Him: Are Athletes Role-models for Boys and Girls?. *European Physical Education Revue*. p. 199-218.

Bois, J., (2003). Socialisation de l'activité physique et des perceptions de compétences sportives : le rôle des parents chez l'enfant et le préadolescent. *Thèse*.

Bourgeois, É., De Viron, F., Nils, F., Traversa, J. & Vertongen, G. (2009). Valeur, espérance de réussite, et formation d'adultes : pertinence du modèle d'expectancy-value en contexte de formation universitaire pour adultes. *Savoirs*. p. 119-133.

Breuil, X., (2007). Histoire du football féminin en Europe de la Grande Guerre jusqu'à nos jours. *Université de Lorraine*. p. 232.

Bruce, T., (2014). Assessing the sociology of sport: On media and representations of sportswomen. *International review for the sociology of sport*. p. 380-384.

Camilleri, C. (1991). Culture. In R. Doron & F. Parot (Eds.), *Dictionnaire de Psychologie*. Paris : PUF.

Chalabaev, A., & Sarrazin, P., (2009). Relation entre les stéréotypes sexués associés aux pratiques sportives et la motivation autodéterminée des élèves en éducation physique et sportive. *Sport et motricité*. p. 61-70.

Chambat, G. (2013). EPS et construction de la différence filles/garçons. *N'autre école*. Pédagogie contre le sexisme (n°36).

Dunn, C., (2016). Elite footballers as role models: promoting young women's football participation. *Soccer & Society*. p. 843-855.

Durand-Delvigne, A. & Duru-Bellat, M. (1998). Mixité scolaire et construction du genre. In Maruani Margaret (ed). *Les nouvelles frontières de l'inégalité. Hommes et femmes sur le marché du travail. La Découverte/Mage «Recherches* ». Paris.

- Eccles, J. S., Adler, T. F., Futterman, R., Goff, S. B., Kaczala, C. M., Meece, J. L. & Midgley, C. (1983). Expectancies, values and academics behaviours. In J.T. Spence (Ed.), *Achievement and achievement motivation* p. 75-146. San Francisco, CA: Freeman.
- Eccles J. S., & Wigfield, A. (1989). Self-concepts, domain values, and self-esteem: Relations and changes at early adolescence. *Journal of Personality*. p. 283-310.
- Eccles, J. S., & Harold, R. D. (1991). Gender differences in sport involvement: applying the Eccles' expectancy-value model. *Journal of applied Sport Psychology*. p. 7-35.
- Flament, C., & Rouquette, M.L. (2003). Anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales ? *Paris : Armand Colin*.
- Hall, R. L. & Oglesby, C. A. (2016). Stepping through the looking glass: the future for women in sport. *Spirnger Science + Business Media*.
- Hallman, K. (2010). Women's 2011 Football World Cup: The impact of perceived images of women's soccer and the World Cup 2011 on interest in attending matches. *Sport Management Review*. p. 33-42.
- Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. & Kerespar, S. (2004). Football féminin : « c'est un jeu d'hommes ». *Cahiers du Genre*. p. 185-203.
- Jakubowska, H., (2015). Are women still the 'other sex': gender and sport in the Polish mass media. *Sport in Society*. p. 168-185.
- Lacassagne, M-F., Pizzio, L. & Jebrane, A. (2006). La représentation sociale du sport : vision d'étudiants sportifs et non-sportifs. *Movement & Sport sciences*. p. 117-134.
- Louveau, C., (1986). Talons aiguilles et crampons alu, les femmes dans les sports de tradition masculine. *INSEP/SFSS, Paris*.
- Louveau, C., (2004). Sexuation du travail sportif et construction sociale de la féminité. *Cahiers du Genre*. p. 163-183.
- Marro, C., (2002). Evaluation de la féminité, de la masculinité, et auto-attribution des qualificatifs « féminin » et « masculin ». Quelle relation ? *L'orientation scolaire et professionnelle*. p. 545-563.
- Menesson, C. (2004). Être une femme dans un sport « masculin ». Modes de socialisation et construction des dispositions sexuées. *Sociétés contemporaines*. p. 69-90.
- Montañola, S., (2011). La complexe médiatisation des sportives de haut niveau. *Sciences de la société*. p. 82-103.
- Moscovici, S., (1973). Forword. In C. Herzlich, *Health, an illness: A social psychological analysis*. *Academic Press*. Londres.

Moscovici, S., (2004). Chapitre premier. La représentation sociale : un concept perdu. Dans S. Moscovici, *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: *Presses Universitaires de France*. p. 37-79

O'Neill, D. & Mulready, M. (2015). The Invisible Woman? *Journalism Practice*. p. 651-668,

Semin, G. R., (2003). Prototypes et représentations sociales. In Denise Jodelet, *Les représentations sociales*. *Presses Universitaires de France « Sociologie d'aujourd'hui »*. p. 259-271.

Toffoletti, K. (2016). Analyzing Media Representations of Sportswomen - Expanding the Conceptual Boundaries Using a Postfeminist Sensibility. *Sociology of Sport Journal*. p. 199-207.

Vallerand, R.J., & Grouzet, F.M.E. (2001). Pour un modèle hiérarchique de la motivation intrinsèque et extrinsèque dans les pratiques sportives et l'activité physique. In F. Cury et P. Sarrazin (Eds.), *Théories de la motivation et pratiques sportives : états de la recherche*. p. 57-95. Paris : *PUF*.

Wigfield A., Eccles J. (2000). Expectancy-value theory of achievement motivation. *Contemporary Educational Psychology*. p. 68-81.

Sitographie

Cairn. [En ligne]. Le football féminin, une pratique en développement (2015). *Informations sociales*. [consulté le 08 avril]. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2015-1-page-119.htm>

Fédération Française de Basket-ball. [En ligne]. [consulté le 29 mars]. Disponible sur : <http://www.ffbb.com/ffbb/statistiques-licences>

Fédération Française de Football. [En ligne]. [consulté le 29 mars]. Disponible sur : <https://www.fff.fr/la-fff/organisation/chiffres-cles-fff>

Fédération Française de Football. [En ligne]. [consulté le 29 mars]. Disponible sur : <https://www.fff.fr/la-fff/organisation/presentation-generale>

FranceInfo. [En ligne]. Pénicaud, C. [consulté le 08 avril 2018]. Disponible sur : <https://sport.francetvinfo.fr/football/les-bonnes-performances-des-filles-boostent-la-feminisation-du-football-336413>

L-vis. [En ligne]. [consulté le 08 mars]. Disponible sur : <http://l-vis.univ-lyon1.fr/le-labo>

Le Monde. [En ligne]. Hernandez, A. (2010). [consulté le 30 mars]. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/sport/article/2010/09/23/une-campagne-glamour-pour-promouvoir-le-foot-feminin-francais_1414961_3242.html

Le Parisien. [En ligne]. [consulté le 08 avril 2018]. Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/sports/football/81-des-francais-ont-une-bonne-image-du-football-feminin-08-06-2015-4843399.php>

SportTune. [En ligne]. [consulté le 30 mars 2018]. Disponible sur : <http://www.sporttune.fr/sport-business/psg-ol-chez-les-feminines-qui-a-le-plus-gros-budget-135307>

The Guardian. [En ligne]. Martinson, J (2014). No increase in women's sport coverage since 2012 Olympics. [consulté le le 08 avril 2018]. Disponible sur : <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2014/mar/13/womens-sport-newspapercoverage-birmingham-university>

20 Minutes. [En ligne]. Laugier, J. [consulté le 08 mars]. Disponible sur : <https://www.20minutes.fr/lyon/2135523-20170919-mondial-2019-formidable-reconnaissance-lyon-accueille-deux-demies-plus-finale>

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
I - PRESENTATION DU MILIEU ET DU CONTEXTE PROFESSIONNEL	5
A/ DEUX STRUCTURES PARTENAIRES AUTOUR DE L'ÉVENEMENT COUPE DU MONDE DAMES 2019	5
UNE COLLABORATION ENTRE LA MAIRIE DE LYON ET LE LABORATOIRE L-VIS	5
LES PROTAGONISTES DE LA MAIRIE DE LYON	6
LES PROTAGONISTES DU LABORATOIRE L-VIS	6
LES ÉCHANGES ENTRE LES DEUX INSTITUTIONS	7
B/ MON RÔLE ET MES MISSIONS AU SEIN DE CES DEUX STRUCTURES	7
LA DÉFINITION DE NOS ÉCHANTILLONS	8
LA CONSTRUCTION DES OUTILS D'ANALYSE	9
UNE PREMIÈRE PÉRIODE DE TEST	10
C/ IDENTIFICATION DU PROBLÈME PROFESSIONNEL	10
UN ÉCART QUANTITATIF	11
UNE DIFFÉRENCE QUALITATIVE	13
II – MISE EN ŒUVRE DE LA DÉMARCHÉ DE RECHERCHE	15
A/ REVUE DE LITTÉRATURE	15
LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES DANS LE SPORT	15
LES REPRÉSENTATIONS SOCIALES DANS LE FOOTBALL PRATIQUE PAR LES FEMMES	23
B/HYPOTHÈSES	28
C/ MÉTHODE	29
ÉTUDE 1 : LES ENFANTS DU PRIMAIRE	29
ÉTUDE 2 : LES COLLÉGIEN·NES	30
ÉTUDE 3 : LES SPORTIF·VES DE HAUT-NIVEAU	31
ÉTUDE 4 : UN PUBLIC « TOUT VENANT »	31
ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES AUX DIFFÉRENTES CIBLES	32
D/ CONCLUSION DU MÉMOIRE DE RECHERCHE	33
CONCLUSION GÉNÉRALE ET STRATÉGIE DE PROFESSIONNALISATION	35
BIBLIOGRAPHIE	38
SITOGRAFIE	41
ANNEXE 1 : TABLEAU DES PERCEPTIONS QUE L'ENFANT A DE SES COMPÉTENCES SPORTIVES	43
ANNEXE 2 : TABLEAU DES PERCEPTIONS QUE LES PARENTS ONT DES COMPÉTENCES SPORTIVES DE LEURS ENFANTS, SELON L'ENFANT	43
ANNEXE 3 : ADJECTIF ASSOCIÉ À L'EXPRESSION « COUPE DU MONDE DE FOOTBALL DAMES »	44
	42

Annexe 1 : Tableau des perceptions que l'enfant a de ses compétences sportives

Question	Tout à fait comme moi	Un peu comme moi	Pas du tout comme moi
Certains enfants pensent qu'ils sont plutôt bons en sport			
D'autres enfants pensent qu'ils sont plutôt mauvais			
Certains enfants pensent qu'ils sont parmi les meilleurs en sport			
D'autres enfants pensent qu'ils sont parmi les moins bons en sport			
Certains enfants sont très sûrs d'eux quand ils font du sport			
D'autres enfants sont plutôt mal à l'aise quand ils font du sport			
Certains enfants sont très satisfaits de ce qu'ils font en sport			
D'autres enfants se sentent parfois déçus de ce qu'ils font en sport			

Annexe 2 : Tableau des perceptions que les parents ont des compétences sportives de leurs enfants, selon l'enfant

Question	Tout à fait	Un peu	Pas du tout
Penses-tu que ton père te trouve à l'aise quand tu fais du sport			
Penses-tu que ta mère te trouve à l'aise quand tu fais du sport			
D'après toi, ton père pense-t-il que tu fais parti·e des meilleur·es en sport, par rapport aux autres enfants de ton âge			
D'après toi, ta mère pense-t-elle que tu fais parti·e des meilleur·es en sport, par rapport aux autres enfants de ton âge			
	Très bon	Correct	Pas bon du tout
D'après toi, comment ton père évalue t-il ton niveau en sport			
D'après toi, comment ta mère évalue t-elle ton niveau en sport			

Annexe 3 : Adjectif associé à l'expression « Coupe du Monde de Football Dames »

	1 (Tout à fait d'accord)	2 (D'accord)	3 (Indifférent·e)	4 (Pas d'accord)	5 (Pas du tout d'accord)
Faible					
Attrayant					
Distrayant					
Ennuyant					
Fascinant					
Lent					
Spectaculaire					
Palpitant					
Esthétique					
Désagréable					
Eprouvant					
Dynamique					
Rapide					
Féminin					
Hésitant					
Intéressant					
Professionnel					
Populaire					

Résumé

Ce mémoire présente la première partie d'une étude menée sur deux ans (de 2018 à 2020), concernant les représentations sociales de la pratique du football des femmes. Profitant de l'événement Coupe du Monde Dames 2019 qui se déroulera en France, et les demi-finales et la finale à Lyon, la Mairie de Lyon a lancé un appel d'offre pour connaître les perceptions des habitant·es lyonnais·es sur la pratique du football par les femmes. Le laboratoire L-vis de l'Université Lyon 1 a répondu favorablement et est en charge de la tenue de cette enquête, en collaboration avec la mairie. A travers cette première partie de l'étude nous avons identifié les publics cibles que nous souhaitons interroger : les élèves du primaire, les collégien·nes, les joueur·ses du centre de formation de l'Olympique Lyonnais ainsi qu'un public « tout-venant ». Ces quatre publics seront interrogés avant l'événement Coupe du Monde, puis juste après, et une dernière fois six mois ou un an après son déroulement. L'objectif est d'analyser l'évolution de leurs représentations sociales. Pour ce faire, nous avons développé une méthodologie d'enquête relative à chaque public. Effectivement, tous nos publics répondront à des questionnaires papiers ou en ligne mais les questions varieront en fonction de leur âge et de ce que nous souhaitons connaître. Le premier temps d'enquête se déroulera en septembre. Avant celui-ci, nous aurons une période de test pour voir si nos outils fonctionnent et permettent de valider, ou pas, nos hypothèses.

This master thesis presents the first part of a larger study lead through two years (from 2018 to 2020), about social representations of the women's soccer practice. Thanks to the Women World Cup 2019 that will take place in France, and more precisely in Lyon for the semi finals and the final, the *Lyon* town hall launched an invitation to tender in order to know Lyon inhabitants' perceptions on women's soccer practice. The L-vis laboratory from Lyon1 University is in charge of this project, in collaboration with the town hall. Through this first part of the study we have identified our target public that we want to interrogate: children from 3th grade, student from 7th grade, soccer players of the Olympic Lyonnais training center, and lambda public. These four different targets will be interrogated before the World Cup event, then right after, and a last time six month or one year after it happened. Our goal is to analyse the evolution of their social representations. To do so, we have created a methodology dedicated to each target. Indeed, every target will answer to a paper or online survey but the questions will vary according to their age and to what we want to know. The first part of our study will take place in September. Before that, we are going to test our tools in order to see if they are working and if they enable us to validate, or no, our hypothesis.