

Penser les représentations télévisuelles du sport dans une perspective Cultural Studies.

Mots-clés : *Cultural Studies-Gender Studies*-représentations-télévision-sport.

En tant que courant de recherche, les *Cultural Studies* ambitionnent de comprendre les dynamiques de créativité et d'hégémonie culturelle à un moment précis de l'histoire. Les *Cultural Studies* se présentent comme une *indiscipline* à la croisée de la sociologie, de l'anthropologie, de la philosophie, de l'ethnologie (Maigret, Glevarec ; 2008). Cette interdisciplinarité affirmée au sein des différentes « Studies » implique donc le déploiement d'une pluralité d'angles d'approche dans la construction des objets recherche dont les *Gender Studies* font parties (Cervulle, Quemener ; 2015). La démarche *Gender Studies* consiste à faire éclater la vision essentialiste de la différence des sexes qui attribue « des caractères immuables aux femmes et aux hommes en fonction, le plus souvent, de leurs caractéristiques biologiques ¹ ». Ce terme a pour vocation de distinguer le sexe à caractère biologique du genre qui est une construction sociale et culturelle. La communauté de sociologues et d'historiens du sport qui fut exclusivement masculine pendant plusieurs décennies est restée centrée sur les recherches françaises, faisant l'impasse sur les apports des études de genres Nord-Américaines jusque dans les années 1990 (Terret, 2006). Patrick Mignon a souligné quant à lui l'importance du programme des *Cultural Studies* pour analyser le sport afin de faire la part belle aux minorités (ethniques, sexuelles, aux femmes etc.), dénoncer les injustices qui leur sont faites, remettre en cause le privilège accordé aux codes dominants (Mignon, 2006). En parallèle, les recherches en Sciences de l'information et de la communication ont intégré les questions de genre dans leurs recherches et pointés l'importance de l'interdisciplinarité dans leurs analyses (Julliard, Quemener ; 2014). Cette communication se donne pour objectif de rendre compte des apports d'un croisement disciplinaire *indiscipliné* pour penser les représentations télévisuelles du sport à partir des théories issues de la sociologie des médias, du sport et du genre dans une perspective *Cultural Studies*.

¹ BERENI L. ; CHAUVIN S. ; JAUNAIT A. ; REVILLARD A., *Introduction aux Gender Studies : Manuel des études sur le genre*, Éditions de Boeck, 2008, p. 1.

Natacha Lapeyroux est doctorante (en 3^{ème} année) en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 au sein de l'équipe CIM-MCPN et actuellement ATER à l'IUT Charlemagne de Nancy associée à l'équipe CREM-PRAXIS. Elle effectue une thèse sous la direction d'Éric Maigret intitulée « L'identité féminine à l'épreuve du sport. Représentations télévisuelles des sportives de haut-niveau ».

Natacha.lapeyroux@gmail.com, 06 67 93 53 48.

Bibliographie :

BERENI L. ; CHAUVIN S. ; JAUNAIT A. ; REVILLARD A., *Introduction aux Gender Studies : Manuel des études sur le genre*, Éditions de Boeck, 2008.

GLEVAREC Hervé, MACE Éric, MAIGRET Éric, *Cultural Studies anthologie*, éditions Armand Collin/INA (Collection Médiacultures), 2008.

CERVULLE Maxime, QUEMENER Nelly, *Cultural Studies : Théories et méthodes*, Armand Colin, 2016.

JULLIARD Virginie, QUEMENER Nelly, « Le genre dans la communication et les médias : enjeux et perspective », *Revue française des Sciences de l'Information et de la communication*, 2014.

MIGNON Patrick, « La sociologie du sport a-t-elle besoin des Cultural Studies ? », in OHL Fabien, *Sociologie du sport : perspectives internationales et mondialisation*, PUF, 2006, pp.137. à 152

TERRET Thierry, « Le genre dans l'histoire du sport », in TERRET Thierry, ZANCARINI-FOURNEL Michelle (Dir.), *Le genre du sport*, *Clio* n°23, 2006.