

STAPS (SCIENCES ET TECHNIQUES DES ACTIVITÉS PHYSIQUES ET SPORTIVES)

CORRIGÉ

Introduction

Le sport est inventé en Angleterre au tournant des XVIII^e et XIX^e siècles, quand se concrétise le passage des jeux dits « traditionnels » vers les formes sportives modernes que nous connaissons aujourd'hui (N. Elias, *Sport et civilisation : la violence maîtrisée*, 1994).

Comme toute innovation, le sport est amené à être diffusé. C'est-à-dire à se répandre, à se transmettre, à se propager, en un mot à conquérir de nouveaux espaces.

Ce qui est important dans le sujet est cette notion d'espace. Espace matériel, territorial, mais aussi espace culturel.

On peut donc se demander comment et par quels mécanismes, par quels vecteurs, le sport a pu se diffuser, investir ces espaces au point d'intégrer le développement d'une culture de masse (pratiques et spectacles) largement partagée sur la planète, mais également un marché aux enjeux économiques prometteurs...

Nous verrons que cette diffusion est liée, dès l'origine à des facteurs historiques, ensuite que des mécanismes de diffusions se sont mis en place donnant une assise et des ancrages à cette diffusion ; enfin que cette diffusion peut également être analysée en termes de limite.

I. Des facteurs historiques

Il s'agit dans cette partie de décrire et d'expliquer les facteurs historiques et/ou socio-historiques qui permettent au sport moderne, au-delà de son invention, de se diffuser.

La Grande-Bretagne, berceau du sport, premier vecteur de diffusion

Sans être l'unique foyer de diffusion du sport, la Grande-Bretagne est sans conteste à l'origine du sport moderne. Dans le contexte de la révolution industrielle amorcée dès la fin du XVIII^e siècle, plusieurs phénomènes sont observables :

- **Innovation culturelle.** Les jeux, sans cesser d'appartenir au peuple, deviennent des pratiques prisées par les classes sociales dominantes qui les codifient, les introduisent dans le système pédagogique des public school (écoles de l'élite), en font la marque d'une sociabilité distinctive (J. Chastenet, « La fabrique des gentlemen ») ;
- **Sociabilités nouvelles.** Le sport anglais, au cœur de la société démocratique, s'organise autour du club. Le club relève au départ d'un regroupement de personnes de bonne compagnie. Il est réservé au début du XIX^e siècle aux élites, la notion d'amateurisme constituant un puissant facteur de sélection sociale ;
- **Institutionnalisation et bureaucratisation.** Des institutions chargées de veiller aux règles sportives se constituent progressivement et organisent des associations sportives (la première d'entre elles est le jockey club (1750), puis le golf (1754) et le cricket (1788)). Mais, c'est à partir de 1850 que leur nombre commence à augmenter significativement ;
- **Codification et standardisation.** Les confrontations sportives évoluent progressivement du niveau local au niveau régional, puis au niveau national (non sans conflits amateurisme / professionnalisme). C'est en Grande-Bretagne que la standardisation et la différenciation des pratiques et ainsi la codification des règles s'opèrent ; fixer les propriétés du jeu facilite son adoption et sa diffusion. Les limites spatiales et temporelles connaissent un même processus de définition. Pour jouer ensemble et ainsi diffuser la pratique du sport, il faut établir une base commune de référence, assurant une certaine équité entre les participants. Sur le plan social, le sport s'affirme comme porteur de valeurs égalitaires. Il prône l'effacement des distinctions entre les individus et milite dans les champs de l'universalisme grâce à un nombre de règles communes acceptées ;
- Un certain nombre de pédagogues, théoriciens étrangers, séduits par les nouvelles pratiques anglaises cherchent à les implanter dans leur pays. C'est le cas de Pierre de Coubertin, ou de Georges de Saint-Clair qui participe à la diffusion du sport en France, en contribuant d'une part à développer un intérêt de type pédagogique et d'autre part à structurer les premiers clubs historiques français (Racing-Club de France, 1882, Stade Français, 1883) ainsi que les premiers projets d'unions sportives, prémises des rassemblements de type fédératif (USFSA – Union des Sociétés Françaises de Sports Athlétiques – 1889)

Une économie mondiale

Comme tout fait culturel et social, le sport bénéficie à la fin du XIX^e siècle de la formation d'une économie mondiale, liée à la révolution industrielle, qui ne cesse de se développer, dominée par l'Europe, puis les USA.

Disposant d'un « empire sur lequel le soleil ne se couche jamais », de capitaux et d'une puissance marchande sans égale la Grande-Bretagne diffuse dans le reste du monde (grandes villes, ports, colonies, etc.) les sports codifiés en son sein.

« *Ce sont les conquérants du monde (...) Le sport et le confort voyagent avec eux* » (Arthur Rimbaud, Mouvement, 1873-1875).

Les canaux de diffusion sont donc à la fois culturels, commerciaux, pédagogiques (échanges scolaires), sociopolitiques (domination anglaise).

On peut évoquer dans ce processus d'acculturation mondiale, le double sens du terme « colonie » :

- le sens colonialiste : les Anglais imposent et diffusent leur culture dans les territoires conquis (ex. en Inde – le cricket) ;
- le sens de groupement communautaire : dans toutes les grandes capitales d'Europe, dans toutes les stations balnéaires, de tourisme, etc. les Anglais se regroupent sous forme de colonies et diffusent leur culture. C'est ainsi que la station climatique de Pau bénéficie du premier golf construit sur le continent, en 1856.

Les passeurs du sport :

La nouvelle économie monde met en mouvement les populations à travers le globe. Commerçants, industriels, militaires, étudiants, ou simples migrants diffusent les pratiques sportives.

Le développement de la navigation et des chemins de fer, facilite, accélère cette diffusion.

Les marins anglais implantent pour la première fois le football en 1872 au port du Havre. La jeunesse locale va les imiter et diffuser cette pratique. Si beaucoup de passeurs sont britanniques, la Suisse et l'Allemagne servent de relais, ex. : le suisse Hans Gamper fonde le FC Barcelone en 1899.

Pour Alfred Wahl (in : *La balle au pied, histoire du football*), le football se diffuse aussi au grès de la construction des lignes de chemin de fer (une gare = un stade).

Les USA et le Japon diffusent aussi des pratiques qu'ils ont adaptées ou inventées.

Japon relais secondaire :

Si le Japon est le foyer émetteur de plusieurs arts martiaux, il a aussi permis la diffusion des pratiques occidentales dans le monde asiatique grâce à sa modernisation sous l'ère Meiji (1868). Il est d'ailleurs le premier pays asiatique à organiser les J.O d'été en 1964 et J.O d'hiver en 1972.

II. La construction de la diffusion du sport

Il s'agit dans cette partie de faire ressortir les caractéristiques du système de diffusion du sport. Celui-ci s'est mis en place avec la part grandissante que le sport prenait dans nos sociétés modernes, industrialisées.

Les institutions sportives

La diffusion du sport au niveau mondial s'est largement appuyée sur la naissance d'instances sportives internationales (CIO, fédérations internationales).

Le CIO, autoproclamé puissance régulatrice du mouvement sportif mondial au tournant des XIX^e-XX^e siècles, a progressivement imposé son pouvoir régulateur à tous les sports qu'il a reconnus, conditionnant leur participation aux JO. Les institutions sportives ont également compris l'intérêt de la mondialisation : le message universaliste et la diversité des pratiquants séduisant sponsors et médias. De plus, le sport de compétition a pour vocation de dessiner une hiérarchie (performance, perdant/gagnant...). Pour y parvenir, les instances sportives nationales se sont progressivement organisées en fédérations internationales. En France, l'USFSA a donné naissance au Comité National des Sports CNS (1908) largement impliqué dans la structuration du sport fédéral. L'institution réussit en quelques années à imposer en France le modèle fédéral devenu classique : un

sport, une fédération, tout en impulsant une dynamique remarquable au niveau international.

A quelques exceptions près les fédérations internationales devenues pour la plupart très puissantes (ex : FIFA) sont calquées sur le découpage des états. Elles utilisent leur droit de reconnaissance pour désigner une seule fédération nationale par état. Le CIO par le biais des JO favorise la constitution de fédérations internationales. Celles-ci tentent ensuite de diffuser leur discipline au maximum.

Les médias

Les médias ont constitué un puissant vecteur de diffusion du sport et de la culture sportive au xx^e siècle.

Avant l'arrivée de la radio, puis de la télévision, la seule manière de vivre une compétition sportive était de se rendre sur place ou d'attendre les nouvelles sur presse écrite. Puis les actualités cinématographiques et les reportages radio ont permis aux amateurs de suivre l'actualité sportive. Aujourd'hui, l'immense majorité des amateurs de sport regarde le spectacle sur des écrans de TV ou, de plus en plus sur des supports mobiles (téléphone...). Il est important de souligner l'importance de l'évolution technologique des médias dans la diffusion du sport. La raison de ce succès est un mariage gagnant-gagnant : la télévision dope les audiences, se sert du sport comme produit d'appel, tandis que les acteurs du sport bénéficient de la manne télévisuelle. La concurrence entre les diffuseurs fait que les droits de transmission s'envolent.

Sponsors et industries du sport

Les JO et la coupe du monde de foot représentent pour les marques de puissants vecteurs de visibilité. Aujourd'hui il ne s'agit plus seulement d'exposer leurs logos, de nouvelles dynamiques émergent comme le « naming ». Ex. : le sponsoring sportif de coca-cola, depuis 1928 coca est le sponsor des JO. En 1978 Coca devient partenaire officiel de la FIFA. Aujourd'hui la firme est présente sur des événements sportifs moins médiatisés, mais qui lui assurent une visibilité permanente. La même démarche est entreprise par les équipementiers (Adidas...). Certaines entreprises obtiennent de donner leur nom à une compétition, ou à un stade, contre des engagements et participations financiers importants. L'ensemble contribue, notamment depuis plus d'un quart de siècle à la diffusion massive de la culture sportive.

Dans cette partie nous avons vu qu'avec la place grandissante du sport dans nos sociétés, celui-ci devient un enjeu économique. Dès lors de nouveaux mécanismes de diffusion se mettent en place et se développent. Ces derniers contribuent par retour à la diffusion du sport. Cependant nous allons maintenant nous attacher à nuancer cette diffusion en mettant en lumière quelques limites.

III. Les limites du processus de diffusion du sport

Centres et périphéries

Le sport ne se diffuse pas partout dans le monde avec la même intensité. Il peut être analysé au travers du concept de centres et périphéries plus ou moins délaissés. Le cœur historique réunit l'Europe et l'Amérique du Nord, l'Asie étant touchée plus tardivement.

La professionnalisation du sport, toujours plus affirmée, renforce les écarts. Même la géographie des institutions sportives traduit cette logique, avec une concentration proche du pouvoir, localisée à Lausanne, en Suisse.

Enfin, dans chaque sport les fédérations internationales affichent une mondialisation la plus achevée possible, mais l'organisation des compétitions traduit une réalité toute autre, comme pour le volley-ball.

La Suisse centre du monde sportif :

Lors de la 1^{re} guerre mondiale, Pierre de Coubertin transfère le CIO à Lausanne. Lausanne compte aujourd'hui 20 fédérations internationales. Cette concentration est due à la neutralité historique de la Suisse et à son régime fiscal avantageux. A travers la géographie des institutions sportives, on voit que la diffusion du sport est inégale.

Hierarchie des sports et système de prédation

Les sports ne sont pas tous aussi diffusés que semble l'indiquer leur présence aux JO. La natation, la voile ont par exemple du mal à développer une assise mondiale, du fait du coût des infrastructures (piscines) ou équipements (bateaux) et d'une codification réalisée par les Occidentaux. Par exemple, que représente la lutte sénégalaise face au modèle dominant de la lutte gréco-romaine ? D'autres sports, marqués par une attitude élitiste comme le rugby, ont longtemps rejeté le professionnalisme et ainsi limité leur diffusion.

Système de prédation :

L'envie des fédérations internationales reconnues par le CIO de diffuser au maximum leur sport développe des comportements de prédation (par exemple, la fédération internationale de ski avec l'internationale snow-bord fédération qui se voit éliminée par la première).

Modèles dominants, modèles alternatifs

La diffusion du sport moderne dans le monde ne doit pas occulter deux aspects importants :

- d'une part la culture sportive a longtemps éradiqué d'autres modèles culturels dominés (jeux locaux, jeux traditionnels, etc.) imposant un modèle culturel dominant ;
- Aujourd'hui, la culture sportive est elle-même concurrencée dans ses aspects fédéraux, institutionnels, standardisés, visibles médiatiquement parlant, par des modes de pratiques et de diffusion alternatifs : pratique d'activités physiques non fédérales, pratiques auto-gérées, sports-loisirs, sports de rue, football « de pied d'immeuble », etc. ; pratiques nouvelles ou nouvelles « entrées » qui finalement remettent de la différence, du local, du relief, dans ce qui peut, en première analyse, apparaître comme un rouleau compresseur culturel planétaire.

CONCLUSION

On a vu que par nature, comme toute innovation le sport est amené à se diffuser. Que cette diffusion a bénéficié comme tous les autres domaines du phénomène de mondialisation ; en adoptant des mécanismes de diffusion. Cependant la diffusion du sport n'est pas totale et reste inégale.

Pour pallier ces inégalités, le sport ne doit-il pas trouver d'autres mécanismes de diffusion moins marqués ou marqués différemment par des enjeux économiques ?

Ouverture possible :

On pourra noter à cet égard que la notion de développement durable constitue une problématique nouvellement prise en compte par les acteurs du monde spor-

tifs (décideurs et pratiquants). Reste à savoir dans quelle mesure cette nouvelle approche saura dessiner une nouvelle dynamique de développement et de diffusion du sport au service du bien-être de tous.

EVALUATION

Existence chapitre ou partie identifiant les facteurs historiques (1 point)

La Grande-Bretagne, berceau du sport moderne (3 points)

- Innovation culturelle
- Sociabilités nouvelles
- Institutionnalisation et bureaucratisation
- Codification et standardisation
- Exemple de diffusion : Pierre de Coubertin en France

L'économie mondiale (2 points)

- Diffusion dans l'empire colonial de la G.B.
- Rôle moteur des colonies d'Anglais
- Rôle de moyens de communication (fer, mer)
- Exemples de relais secondaires de diffusion

Existence chapitre ou partie identifiant la construction de la diffusion du sport (1 point)

Les institutions sportives (2 points)

- Le rôle du CIO
- Le rôle des autres instances sportives

Les médias (2 points)

- Importance de l'évolution technologique

Sponsors et industries du sport (2 points)

- Le rôle des grandes marques

Existence chapitre ou partie identifiant les limites du processus de diffusion (1 point)

Centres et périphéries (2 points)

- Diffusion inégale dans le monde
- La Suisse « centre » du monde sportif

Hiérarchie des sports (1 point)

- Inégalité de développement

Modèles dominants et modèles alternatifs (1 point)

- Eradication de pratiques traditionnelles
- Concurrence de modes de pratiques et de diffusion alternatifs

DISTANCIATION ANALYTIQUE

(Attentes du concepteur/correcteur : une connaissance scientifique sûre du fait sportif, dégagée des lieux communs en ce qui concerne la réalité du sport en tant que phénomène social)

Absence d'apport sur les aspects culturels de la diffusion

= -1 point (si présence = 1 point)

Absence de jugement sur l'impact du monde économique

= -1 point (si présence = 1 point)