



## LE SPORT SPECTACLE

**Le sport est un jeu. Il cherche à distraire les joueurs en entretenant leur forme physique. Il est aussi un spectacle et un produit commercial.**

- À l'origine, le sport est un loisir qui améliore la condition physique, la maîtrise de soi et le respect de l'autre. Il est pratiqué en amateur, individuellement ou collectivement. Assez vite cependant, les gens prennent plaisir à assister à des rencontres sportives sans y participer. Pour eux, **le sport est un spectacle**.
- Pour construire des stades, des salles et des terrains de sport, pour payer des sportifs professionnels, pour organiser des compétitions, etc. il faut de l'argent, beaucoup d'argent. **Le sport spectacle est aussi une entreprise commerciale**. La publicité envahit les stades et s'affiche sur les maillots. Des chaînes de radio et de télévision achètent très cher le droit de retransmettre en direct des rencontres sportives. Des journaux et des magazines spécialisés entretiennent l'intérêt des supporters.
- **Devenu une affaire d'argent, le sport spectacle perd son âme**. Pour réaliser les exploits qu'on attend d'eux, se faire connaître et s'enrichir, certains sportifs n'hésitent pas à tricher : ils se dopent\* ou participent à des rencontres dont les résultats sont truqués. Le respect de l'adversaire se perd. Un esprit chauvin\* domine les rencontres. Des joueurs échangent des insultes et parfois des coups. Des spectateurs sont victimes d'émeutes provoquées par des supporters violents.

### Les « dieux du stade »

Le sport spectacle n'est pas qu'une distraction. Il sert aussi à influencer les foules. Pierre de Coubertin (1863-1937), qui organise les premiers Jeux olympiques modernes à Athènes en 1896, avait pour objectif de « rebronzer la race », c'est-à-dire de lutter contre ce qu'il estimait être la mollesse des jeunes de son époque. À Berlin en 1936, les nazis utilisent les Jeux olympiques pour vanter les mérites de leur système politique. Plus tard, durant la guerre froide (1947-1989), les États-Unis et l'Union soviétique se disputent les victoires sportives pour affirmer leur supériorité. Dans le même temps, le sport est de plus en plus une vitrine où les firmes font la publicité de leurs produits.



► Arrivée de la flamme olympique à Berlin. 1er août 1936. Photographie anonyme (détail).