



**HAL**  
open science

## Équitation et hippisme : quelle exposition médiatique ?

Mathilde Felga, Vanina Deneux-Le Barh

► **To cite this version:**

Mathilde Felga, Vanina Deneux-Le Barh. Équitation et hippisme : quelle exposition médiatique ?. Journées sciences et innovations équinés, Institut Français du Cheval et de l'Équitation (IFCE), May 2024, Saumur, France. 4 p. hal-04602967

**HAL Id: hal-04602967**

**<https://hal.inrae.fr/hal-04602967>**

Submitted on 6 Jun 2024

**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.

# JOURNÉES SCIENCES & INNOVATIONS ÉQUINES

30 ET 31 MAI 2024  
IFCE - SAUMUR

Connaissances



www.ifce.fr



**Mathilde Felga**

Mathilde Felga est doctorante à l'Université de Montpellier et travaille sur les représentations sociales du bien-être équin. Elle a réalisé la présente étude dans le cadre d'un stage de recherche sous la direction de Vanina Deneux-Le Barh, sociologue à l'IFCE, spécialiste des relations anthropoéquines et du travail animal et de Marianne Celka, maitresse de conférence en sociologie à l'université Paul Valéry de Montpellier

[mathilde.felga@inrae.fr](mailto:mathilde.felga@inrae.fr)

## Partenaire(s)



## Financier(s)



## Équitation et hippisme : Quelle exposition médiatique ?

Mathilde Felga<sup>1,2</sup>, Vanina Deneux-Le Barh<sup>1,3</sup>

<sup>1</sup> UMR Innovation – INRAE

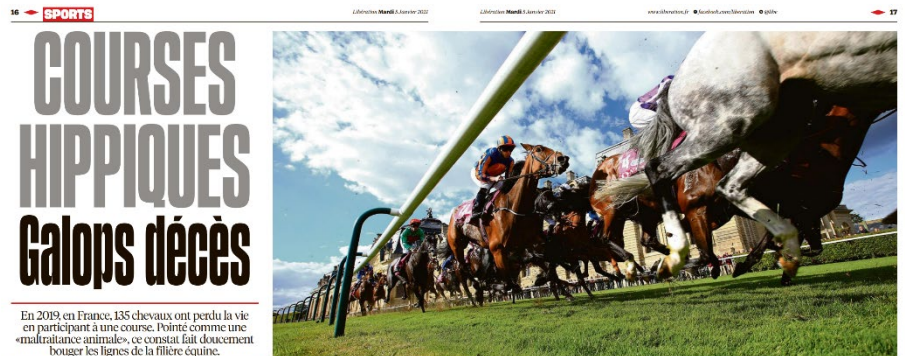
<sup>2</sup> Laboratoire LEIRIS – Université Paul-Valéry Montpellier III

<sup>3</sup> IFCE, pôle développement, innovation et recherche

**Type de présentation : oral – projet de R&D**

### Ce qu'il faut retenir :

Cette étude a mis en évidence les logiques présidant à la médiatisation des sports équestres et hippiques, ainsi que de déterminer si l'animalisme est en train de devenir un facteur de médiatisation, et si oui, comment. Un corpus de 455 articles portant sur le cheval a été constitué et analysé à partir des publications effectuées entre janvier 2004 et mai 2023 par quatre quotidiens *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération* et *L'Équipe*. Moins que l'animalisme radical, c'est davantage une sensibilité *zoo-philique* (aimant les animaux) qui apparaît comme un facteur de médiatisation grandissant. Cette sensibilité a pour corollaire une revalorisation de la subjectivité du cheval conduisant quelques fois l'angle d'un article à être à charge contre une pratique équestre ou hippique jugée moralement inacceptable. Cela explique pourquoi, désormais, une actualité en lien avec le bien-être équin peut constituer le sujet d'un article. Néanmoins, pour ce faire, elle doit être combinée à des facteurs de médiatisation qui lui sont favorables : actualité peu concurrentielle, journalistes et rédactions sensibles aux chevaux, adéquation avec les attentes du lectorat du journal, événement compréhensible, etc.



© C. Le Merlus, « Courses hippiques. Galop décès », *Libération*, 5 janvier 2021.  
Photo : Gille François Presse Sports



## 1 Contexte et objectifs

Si l'épreuve équestre de pentathlon moderne des Jeux olympiques de Tokyo a créé un précédent regrettable et potentiellement dangereux pour la pérennité des sports équestres de très haut niveau, ce n'est ni la première ni la dernière fois que les sports impliquant les chevaux font et feront l'objet de polémiques relayées par les médias. En 2023, le Jumping international de Bordeaux a été momentanément interrompu par l'irruption d'une activiste animaliste protestant contre l'utilisation des chevaux. Coté hippisme, la même année, le groupe militant *Animal Rising* a su nourrir une importante controverse en Grande Bretagne autour du nombre de chevaux décédés lors du *Grand National*. Au-delà de cette augmentation des *happenings* contre ces sports, ce qui interpelle est le fait que cette information soit traitée par des médias généralistes et notamment des quotidiens nationaux. Parce que ces titres de presse ont une audience considérable et participent de la formation et de l'information des opinions publiques, il importe de comprendre quelle(s) image(s) ils diffusent du cheval et des sports liés à cet animal. L'enjeu soulevé par la médiatisation de ces activités est bien celui de la pérennisation de toutes les pratiques utilisant le cheval. La recherche menée a eu pour but d'étudier les images et imaginaires que la presse diffuse de cet animal, de façon à évaluer si celle-ci renouvelle ou écorne la confiance placée dans les professionnels du cheval et dans leur compétence pour construire une relation mutuellement bénéfique. Cette recherche a également eu pour objectif de déterminer si l'animalisme est en train de constituer un facteur motivant la médiatisation des sports équestres et hippiques, et si oui comment.

## 2 Méthode

Cette recherche s'est concentrée sur *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération*. L'objectif a été d'étudier à la fois des titres de presses *nationaux*, c'est-à-dire qui s'adressent à tous les lectorats français ; *généralistes*, soit qui traitent de tous les événements évalués comme importants pour l'information du lecteur ; et *structurant* le champ médiatique en raison de leur audience élevée et de l'orientation politique de leur ligne éditoriale. Parce qu'il est le premier quotidien omnisport français, et que cette étude porte principalement sur les sports équestres et hippiques, *L'Équipe* a été ajouté à ce panel.

Ensuite, un corpus d'articles a été constitué à partir des publications effectuées entre janvier 2004 et mai 2023. Deux lignes directrices ont guidé la sélection des 455 articles qui le composent. La première est celle des J.O.P : tous les articles médiatisant les disciplines équestres olympiques ont été retenus (223 articles). La seconde est celle de l'émotion médiatique : elle a consisté à cibler certaines thématiques pressenties comme pertinentes pour étudier, d'une part, l'évolution de la sensibilité collective pour le cheval ; d'autre part, l'éventuelle pénétration des idées animalistes dans la presse. Les articles traitant par exemple des incidents et accidents survenus dans les sports équestres et hippiques, les sujets portant sur des cas de maltraitance ; et, à l'inverse des articles intégrant des thématiques propres à l'éthologie, au bien-être équin, à la médiation animale... Les 232 articles ainsi sélectionnés recensent les sujets où le discours journalistique est à même de solliciter des registres émotionnels pathétiques (dramatisation des incidents), sympathiques (idéalisation des relations humains-chevaux), et antipathiques (dénonciation des mauvaises pratiques). L'ensemble des articles a été codé et soumis à un logiciel de statistique textuelle (IRaMuTeQ) permettant d'assister et de compléter l'analyse de grand corpus.

Ce premier jeu de données a été complété par une série de huit entretiens semi-directifs réalisée auprès de journalistes travaillant ou ayant travaillé dans les titres de presse étudiés.

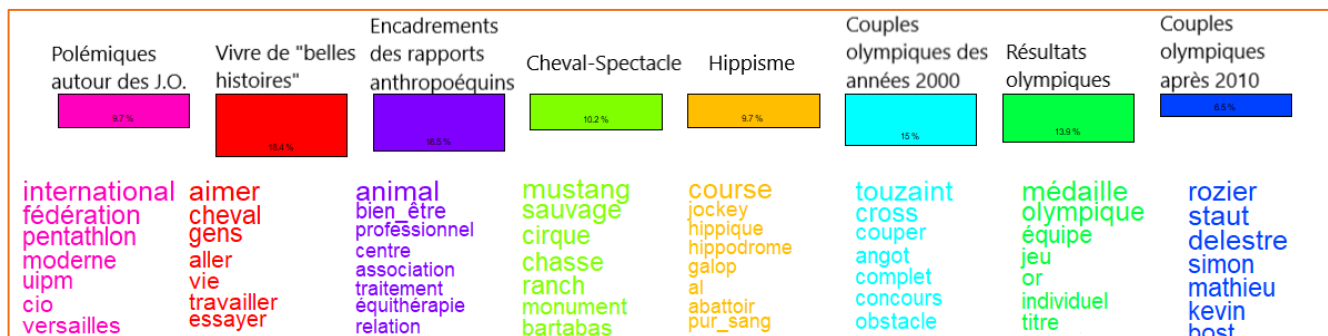
## 3 Résultats

### 3.1 Les résultats de l'analyse statistique textuelle

Le logiciel IRaMuTeQ permet de définir statistiquement des classes de vocabulaire, soit des univers sémantiques communs à plusieurs textes caractérisant les thématiques qu'ils abordent et qui les structurent. Le logiciel a discriminé huit classes de vocabulaire (Figure 1). Les plus représentatives et transversales à l'ensemble du corpus sont les classes : « Vivre de "belles histoires" avec les chevaux » (en rouge) et « Encadrements des rapports humains-chevaux » (en violet). Pour la première classe (18,5% des segments de textes du corpus), les mots de vocabulaire les plus courants sont « aimer », « cheval », « gens » et « vie ». Ce champ lexical met en évidence

que, sous la plume des journalistes, les relations humains-chevaux se caractérisent par un très fort attachement affectif et par le partage d'expériences marquantes (« travailler », « essayer », « confiance »).

Figure 1 : Les huit classes de vocabulaire distinguées par le logiciel IRaMuTeQ (source : Mathilde Felga)



De plus cette première classe est identifiée par le logiciel comme proche de celle faisant référence aux « Encadrements des rapports anthropoéquins », deuxième classe la plus représentative du corpus (16,5 %). Avec comme deux premières formes lexicales « animal » et « bien-être » elle semble regrouper plusieurs sous-thématiques gravitant autour de la recherche, de la compréhension, et de la prise en charge institutionnelle du bien-être animal (BEA). Il faut noter que, dans les articles, les journalistes évoquent de façon générale le « bien-être animal » mais ne font jamais mention du « bien-être équin ». Couplé aux observations issues de la lecture du corpus, ce résultat témoigne du faible traitement médiatique des problématiques propres au cheval et à la filière équine en eux-mêmes. Occasionnellement, le « bien-être animal » sert de référence générale, de lieu commun, pour contextualiser certains sujets d'articles et les enjeux sociaux qu'ils traitent.

Grâce au codage des articles en fonction de leur année de publication il a été possible d'observer les évolutions des sujets en lien avec la prise en charge du bien-être animal. Le logiciel n'a pas mis en évidence une augmentation statistique du nombre de publications portant sur l'encadrement des rapports humains-chevaux, tels que : l'amélioration de la formation des acteurs, la législation sur le BEA, le financement des recherches sur le cheval, le militantisme animaliste, etc. Mais si les articles faisant référence à l'animalisme n'ont pas ou peu d'existence quantitative, l'analyse qualitative de notre corpus fait apparaître d'autres résultats.

### 3.2 Les résultats qualitatifs : analyses des articles et des entretiens

#### 3.2.1 Les logiques de la médiatisation des sports équestres et hippiques

De façon unanime les journalistes interrogés ont déclaré que les sports équestres et hippiques sont considérés comme des sujets très mineurs pour les titres de presse étudiés, ce quelle que soit leur ligne éditoriale. Contrairement au football ou au rugby, il est exceptionnel que l'équitation et l'hippisme constituent un sujet d'articles car ils ne sont pas des sports qui sont aussi des *sujets de société*. La notion de *contrat médiatique* désigne l'entente tacite entre un lectorat et un journal : la rédaction cherche à s'ajuster aux centres d'intérêt d'un lectorat particulier afin de le fidéliser. Pour les titres de presse étudiés, ni les journalistes, ni leurs lecteurs s'accordent sur la nécessité d'un suivi des actualités équestres et hippiques – et, spontanément, le lectorat soucieux d'une telle information se tournera vers des journaux spécialisés pour l'obtenir. Cette logique sociale et médiatique permet de comprendre pourquoi le cheval et les enjeux liés au BEA font uniquement l'objet d'un traitement médiatique épisodique dans ce type de titre de presse.

Rares sont donc les « événements équins » capables de forcer leur médiatisation. Deux principes rendent compte de cet état de fait. D'abord, comme l'explique un journaliste : « les médias généralistes ne s'intéressent pas trop à la compétition en elle-même en équitation, sauf sur les grosses échéances ; par contre, dès qu'il y a un incident ou un accident, un truc, tout le monde saute dessus ». Ensuite, le bon *timing* : un événement fera l'objet d'un article parce qu'il profite d'une fenêtre médiatique. Ainsi la médiatisation des sports équestres, hippiques et de leurs incidents n'est possible que s'ils bénéficient d'une actualité très peu concurrentielle ou bien parce que leur potentiel scandaleux est considérable, et compréhensible par les journalistes et leurs lecteurs, les uns comme les autres n'étant pas spécialistes.

### 3.2.2 Histoires et belles histoires : la *mise en récit médiatique des rapports humains-chevaux*

Tel que l'a expliqué un journaliste : « je crois que le lecteur de *L'Équipe* n'achète pas *L'Équipe* pour lire de l'équitation. En revanche, le lecteur de *L'Équipe* peut être intéressé par une belle histoire ». Ainsi, dans les entretiens « raconter des histoires » a été présenté comme une nécessité pour que soient médiatisés les sports équestres et hippiques. Ces témoignages vont dans le sens des observations de lecture qui ont fait apparaître l'importance de la mise en récit médiatique des événements impliquant un cheval et un humain. Un élément en particulier s'est dégagé des articles les plus narratifs : la référence à l'imaginaire de l'*alter ego*. Dans ces articles, le cheval est représenté comme un autre être humain, partageant de façon réciproque et harmonieuse les mêmes intentions et affects que son cavalier. La diffusion de cet imaginaire, déjà étudiée dans les livres et au cinéma (2), trouve dans la presse une autre utilité. Elle offre aux articles une trame narrative efficace : cavaliers et chevaux sont mis à l'épreuve par des événements communs, ils y font face ensemble, comme des égaux. Or, c'est bien la question de l'égalité entre l'homme et l'animal que pose l'animalisme antispéciste.

## 4 Conclusions et applications pratiques

Cette communication permet de comprendre plusieurs éléments essentiels quant à la façon dont est construite l'information sur les sports équestres et hippiques. Ces conclusions peuvent trouver des applications concrètes pour tous les acteurs sociaux soucieux de comprendre, d'anticiper et d'agir en fonction des logiques qui guident la médiatisation de ces sports et, plus largement, du cheval. Ainsi, aux termes de cette étude plusieurs facteurs de médiatisation propres aux « actualités équines » peuvent être décrits : 1. Un résultat français (si possible en France) ; 2. Une très grande échéance (J.O., Arc de Triomphe) ; 3. Une actualité peu concurrentielle ; 4. Un important scandale (non obligatoirement en lien avec le bien-être animal) ; 5. Le contrat médiatique passé entre un journal et son lectorat ; 6. La lisibilité de l'événement et sa mise en récit ; 7. La sensibilité et l'engagement du journaliste pour le sujet ; 8. La sensibilité animaliste ou zoophilique que peut susciter le fait.

Il apparaît qu'actuellement l'animalisme n'est pas un facteur clé de la médiatisation des sports anthropoéquins. Autrement dit, concernant le cheval, les sujets portés par les acteurs militants ne trouvent peu voire pas de relais dans les titres de presse étudiés. Certes, certaines questions et mesures relatives à la condition équine sont posées en référence à un élément de langage bien connu – le bien-être animal – mais elles demeurent générales. Pour autant, l'image médiatique des rapports anthropoéquins diffusée dans la presse n'est pas neutre. Elle normalise ce qui constitue les bonnes et mauvaises utilisations des chevaux. Il est possible de voir dans le succès de certains articles mettant en lumière des pratiques qui menacent le partenariat entre humains et chevaux (dopages, morts, maltraitements), les effets et la puissance du mythe de l'*alter ego*. La diffusion de cet imaginaire pourrait tendre à augmenter la sensibilité du public et des journalistes aux accidents et aux scandales capables d'attiser les polémiques et de motiver une publication (3). Cet imaginaire contribuerait ainsi à rendre problématique les utilisations des chevaux parce qu'elles sont ou paraissent contraignantes. Il faut donc considérer combien ce mythe bénéficie également aux discours antispécistes. De fait, si le cheval est un *alter ego*, pourquoi n'aurait-il pas les mêmes droits que son égal humain ?

En dépit de l'émoi causé par les critiques antispécistes, cette étude invite à prendre en compte les conséquences d'une autre dynamique culturelle pouvant aussi être qualifiée d'animaliste : la revalorisation des subjectivités animales et équines conduit à augmenter la sensibilité collective relative au traitement des animaux. Cela devient un fait social et culturel ; charge aux acteurs sociaux de tenir compte de ce contexte dans leurs actions et dans leurs pratiques.

## 5 Pour en savoir plus

- (1) Pickel-Chevalier, Sylvine, et Gwenaëlle Grefe. « Représentations et symbolismes du cheval : la révolution contemporaine, interprétée à travers les arts populaires et enfantins ». Dans *Les chevaux. De l'imaginaire universel aux enjeux prospectifs pour les territoires*. Presses universitaires de Caen.
- (2) Felga Mathilde, Deneux-Le Barh Vanina. « À cheval sur les symboles. Une mythanalyse des rapports anthropoéquins dans les presses générale et sportive ». *RUSCA*, (14), 2023.