



Fans de football

Patrick Mignon

► **To cite this version:**

Patrick Mignon. Fans de football. Les cahiers du journalisme, Bertrand Labasse, 2009, pp.142-151.
hal-02058888

HAL Id: hal-02058888

<https://hal-insep.archives-ouvertes.fr/hal-02058888>

Submitted on 6 Mar 2019

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.

Fans de football

Patrick MIGNON

Laboratoire de sociologie

Institut national du sport et de l'éducation physique

patrick.mignon@insep.fr

Article paru dans : *Les cahiers du journalisme*, 2009, n°19, pp. 142-151

Il existe des doutes sur la valeur du spectacle sportif. Que vaut ce spectateur du sport, cet être réduit au soutien d'une équipe quand il n'est pas le jouet des puissances médiatiques s'il est téléspectateur assis devant son écran ? Il peut même être potentiellement un barbare quand il se rend au stade car il risque d'être alors victime de ses passions obscures, pris dans la foule et risquant ainsi d'y perdre sa raison. S'il n'est pas un « beauf », il risque d'être un *hooligan*, il sera de toute façon un individu sans profondeur, donc sans morale, occupé à un plaisir dérisoire. Lorsqu'on énonce ce type de considérations, on pense au sport en général, un peu plus aux sports collectifs, mais surtout au football, sport le plus populaire, sport le plus regardé à la télévision, sport aussi qui défraie la chronique depuis maintenant près de 30 ans, entre l'activité des *hooligans* et les catastrophes comme celle de Furiani, à Bastia, ou de Hillsborough, à Sheffield, quand des spectateurs meurent victimes d'un effondrement des tribunes ou de la surpopulation des tribunes. Le but de cet article est de décrire les différentes manières d'être un spectateur ou un téléspectateur, avec l'idée qu'en faisant de la sorte on pourra admettre que, plus souvent qu'on ne veut bien le croire, les fans, supporters ou amateurs de football, ne sont pas très différents de ceux qui fréquentent les salles de concert ou de théâtre : la recherche de la sociabilité, le partage de l'émotion, la volonté d'être reconnu sont des moteurs de l'engagement dans toute pratique culturelle, sport compris.

Le spectateur sportif a plutôt mauvaise réputation

Il existe une tradition de critique du spectacle en général et du spectacle sportif, ou athlétique si on évoque l'Antiquité grecque et romaine : Platon critique les athlètes qui ne pensent qu'à leurs exploits et il met les poètes hors de la cité, Saint-Augustin s'attaque aux jeux du cirque, Pascal montre comment l'homme recherche les divertissements qui lui font oublier sa condition de mortel ignorant s'il est sauvé, Rousseau doute des effets positifs de l'exposition des passions au théâtre et l'école de Francfort décrit le processus par lequel le capitalisme détruit la vraie culture, produit une fausse conscience à travers les produits des industries culturelles et transforme la satisfaction des pulsions des individus en produits marchands.

Chacune de ces analyses donnent lieu à des descriptions du spectateur du football sous des aspects différents, mais qui ont en commun d'en faire un personnage peu intéressant¹. Il se passionne pour des choses dérisoires, les dés ou le billard au 17^e siècle, aujourd'hui le football, et faciles pour le simple souci de sa distraction. On connaît bien toutes ces formules comme « comment peut-on s'intéresser à 22 ou 30 jeunes hommes courant en short sur une pelouse pour se disputer un morceau de cuir ? » Qu'est-ce que cela peut bien nous apprendre de grand sur la vie sinon que l'homme se perd dans le divertissement et oublie justement ce qu'il y a de grand, pour Pascal la quête de la grâce divine, pour d'autres, dans les époques contemporaines, la révolution à accomplir et toutes les grandes causes.

Ce sont aussi les passions mauvaises des individus qui sont mises en branle par le spectacle sportif parce qu'il repose essentiellement sur le principe de l'affrontement physique entre des adversaires, individus ou collectifs. Pour les chrétiens des premiers siècles ou pour les stoïciens, c'est le spectacle du cirque qui est mis en cause parce qu'il est cruel et qu'il excite les instincts les plus vils. Aujourd'hui, on pensera bien sûr aux excès des spectateurs, bagarres, injures, consommation d'alcool, expression de xénophobie. Il existe ainsi un genre, « le football tue », qui aime à dérouler la longue liste des catastrophes qui sont arrivées dans les stades de football et dénombrent les victimes d'affrontement entre supporters. Ici, on peut relier le dérisoire du match aux désordres dans les tribunes pour incriminer les effets délétères des foules réunies, les passions déclenchées par la mobilisation médiatique, l'entreprise de décervelage et la mobilisation chauvine. S'il n'est pas violent, le spectateur du sport est au moins vu comme un être passif, la passivité de celui qui ne fait que regarder. Il occupe une position subalterne par rapport aux organisateurs qui cherchent son soutien et son argent. La force du message médiatique, les transformations psychiques qu'il subit du fait qu'il est plongé dans la foule, l'investissement personnel dans une activité dérisoire, les sentiments de haine qu'il ne peut manquer d'avoir contre les supporters de l'équipe adverse en font la figure par excellence de l'aliénation contemporaine.

Dans cette conception générale, on ne peut parler d'un public des stades car, à la différence du public, il ne débat pas sur une place publique ou à distance à travers des outils de communication des choses intellectuelles – car de quoi débattre à propos du football ? – il ne fait que consommer un spectacle. On a plutôt affaire à une foule rassemblée en un lieu qui fusionne en un être nouveau et qui fait perdre le sens de l'individualité et ses attributs, la

raison, le bon sens et la réserve à celui qui s'y trouve plongé. S'il est devant son téléviseur, le public est une masse, c'est-à-dire un rassemblement d'individus sur la base du plus petit dénominateur commun.

Ce point de vue est aussi partagé par ceux qui défendent une philosophie olympique du sport. C'est la position de Pierre de Coubertin par exemple. L'individu moderne doit faire du sport pour se former, version au 19e siècle du « *mens sana in corpore sano* ». On retrouve ici la tradition humaniste ou antique : l'exercice physique est bon pour la formation de l'individu et bon pour la société. Les sportifs peuvent devenir des êtres exemplaires, des modèles, par le souci qu'il montre de la justice sur le terrain et le fair-play qu'il manifeste, mais aussi par le désintéressement qui leur fait pratiquer le sport pour le sport comme il y a l'art pour l'art. La place du spectateur peut être problématique s'il ne fait, comme le remarquent les premiers organisateurs de l'olympisme, qu'assister à une compétition comme s'il assistait à des numéros de cirque. Mais le bon spectateur peut observer pour apprendre le jeu qu'il a découvert à l'occasion d'un spectacle peut-être, mais auquel il a trouvé un intérêt intrinsèque pour un jeu physique qui est aussi un jeu intellectuel qu'il faut comprendre pour savoir comment gagner, comment s'entraîner et comment entraîner. Pour ces raisons, le spectateur modèle saura reconnaître les qualités de l'adversaire et ne prendra pas parti.

Mais les sports sont divers par leur contenu, certains sont plus simples que d'autres, et par leur popularité, ils sont plus ou moins spectaculaires, ou par leur statut, il y a eu l'opposition entre amateurs et professionnels. Sans doute, un sport complexe, moins spectaculaire, amateur a plus de chance de produire des comportements exemplaires ou de réunir des spectateurs qui sont d'anciens pratiquants. Ce qui n'est le cas ni du football, ni du cyclisme, ni de la boxe qui sont des sports, apparemment simples, très vite professionnels et très vite regardés par des individus qui n'ont jamais pratiqué et qui aiment, surtout pour la boxe et le cyclisme, sans doute le spectacle du combat et de la souffrance.

Le spectacle du sport n'est pas la représentation d'un monde idéal

Tout cela est bien vrai : il y a toujours mieux à faire que de courir ou de regarder courir. Il est vrai encore que le sport, le football en particulier, gère les différents affects générés par la vie en société : son organisation, en clubs localisés ou en équipe nationale, ses compétitions régulières, l'opposition de mondes, tout est fait pour produire des émotions mettant en action les sentiments d'appartenance et les réactions que suscite la coexistence dans une société, nationale ou mondiale, de groupes différents selon des critères sociaux, culturels ou nationaux, et qu'il invite à prendre plaisir à l'affrontement. L'histoire est aussi remplie d'exemples des projets éducatifs ou mobilisateurs appuyés sur le sport pour remplir des objectifs contraires aux valeurs de démocratie ou d'universalité. Il est bon de préciser qu'à Rome, les jeux du cirque étaient considérés moins comme des sources de plaisir que comme des occasions de s'endurcir l'âme en ne se montrant pas faible face au sang versé et à la dureté du sort réservé aux vaincus. Le totalitarisme dans ses versions italiennes, allemandes ou soviétiques a fait un grand usage du sport, de ses lieux, de ses cérémonies pour produire une expérience collective par le sens de la mise en scène et du décorum ou une représentation de la grandeur fasciste par les victoires de ses équipes ou la représentation de la discipline collective dans les grandes manifestations gymniques en URSS. On connaît bien aussi l'usage du sport dans le cadre des rivalités internationales ou dans la constitution des systèmes politiques clientélistes comme en Argentine ou en Italie². On connaît un peu partout dans le monde aussi les tentatives d'infiltration des supporters par des groupuscules politiques, principalement d'extrême droite, qui espèrent recruter parmi eux et faire des tribunes des plates-formes d'expression politique.

Ces spectateurs du sport sont aussi une masse à rentabiliser. La différence s'opère très rapidement entre sports amateurs et professionnels, celui qui rapporte, d'abord à son pratiquant, ensuite à son organisateur, qu'il soit football en Europe et Amérique latine, base-ball aux États-Unis. Il s'inscrit depuis ses origines dans les stratégies des médias : c'est un support de développement et ils concourent à son expansion avec la création d'événements comme le Tour de France ou l'aide à la croissance de nouveaux sports comme le basket-ball et le football américain aux États-Unis. Beaucoup de pubs sont à l'origine, en Angleterre et en Ecosse, d'équipes de football et de tournois comme support à leur réputation et occasion de vendre plus de bières. Et aujourd'hui, le sport a acquis tous les traits de l'économie capitaliste moderne : on y applique le calcul des coûts de production qui repose sur le marché du travail des joueurs libres de toute contrainte, la recherche du retour sur investissement y devient systématique ce qui induit, entre autres, la diversification des ressources dans laquelle le public devient une masse de consommateurs qu'on veut exploiter au maximum par la hausse des prix des billets ou le développement du *merchandising*, l'Angleterre fournissant ici un excellent exemple. Et depuis les années 1980, les Jeux Olympiques sont aussi entrés dans cette logique.

On comprend bien ainsi ce qu'a de problématique le sport quand il est populaire comme le football. Populaire a ici deux sens : cela signifie qu'il attire beaucoup de spectateurs et de téléspectateurs et qu'il plaît davantage au public des classes populaires, un public plus distant de la culture scolaire que ne le fait, c'est sans surprise, le théâtre. On connaît assez vaguement le public des stades de football en France, sauf qu'il est majoritairement masculin et qu'il est une image des villes où existent des équipes, sauf pour ce qui concerne les plus pauvres, par

manque de ressources, et les plus riches en capital culturel par élitisme. Les questions que posent alors le sport et son spectacle sont ceux que posent le populaire : manque d'éducation et de retenue et donc goût des excès, mauvaise foi, propos outranciers, usage des stéréotypes culturels, division du monde entre « eux » et « nous », etc., tout le contraire du comportement civilisé donc.

Le problème d'un sport comme le football apparaît, si on ne souhaite pas l'instrumentaliser dans une perspective populiste, comme la question de savoir comment composer avec le populaire, avec le bas, le goût du renversement des bonnes moeurs, le sens de la domination, les attachements locaux et les solidarités, ce qui ne fait pas bon ménage avec le fair-play sportif, mais plus généralement avec notre sentiment démocratique ou notre sens de la légitimité des différences et de leur nécessaire relativisation. Le problème est de savoir comment faire avec des individus qui ont du mal à mettre à distance leurs émotions, parce que ce qui se passe sur un terrain les touche très profondément ; comment faire avec les traits caractéristiques du populaire qui est de jouer avec les stéréotypes, de mettre en scène le rapport de force, etc. On le craint ou bien on déplore ses agissements comme les fascistes italiens qui aiment que l'Italie soit championne du monde de football, mais refusent que dans les stades s'expriment des sentiments, comme le campanilisme, qui vont à l'encontre de l'ordre public et de l'unité voulue du peuple italien³.

Le football se discute

Il y a une lecture des passions comme désordre de l'âme, il en existe une autre qui fait des passions un moteur de l'individu, « rien de grand sans passion », dira-t-on. C'est sans doute lui faire trop d'honneur que de considérer qu'être passionné de football soit la garantie d'un caractère grand. Mais par contre, cette passion peut grandir l'individu qui s'y livre, le faire sortir de son état.

Qu'on en soit critique comme les auteurs évoqués plus haut ou qu'on y voit la fonction sociale positive du sport, regarder le sport, comme le pratiquer, suppose un engagement corporel qui permet d'exprimer des émotions d'une manière qui serait impossible dans la vie courante : on manifeste bruyamment sa joie aussi bien que son dépit, on bouge, on se lève, on saute, on chante, on rit et on pleure etc. Même chez soi, rien n'empêche de se rouler par terre. Assister à un match, c'est comme aller danser en boîte ou à la fête foraine : par le déguisement, l'ivresse ou le pari, on sort des routines quotidiennes⁴. On sort donc de son état parce qu'on sort de soi. Mais on sort de soi parce que ce qui se passe sur le terrain joue le rôle de l'excitant et produit des mouvements de l'âme et du corps, des émotions. Ces émotions, la joie ou le dépit, ne sont pas des simples effets physiques d'une substance sur le corps comme dans le cas d'une drogue. Par exemple, on peut relever la structure dramatique d'une partie qui, comme le faisait remarquer Bertold Brecht, a cette caractéristique, contrairement au théâtre, qu'on n'en connaît pas la fin : le match est un suspens. Il y a ainsi les éléments d'un intérêt intrinsèque : comment cette équipe va-t-elle parvenir à déjouer les pronostics ? Cet entraîneur est-il meilleur que l'ancien et quelle part a-t-il vraiment dans le jeu de l'équipe ?

Ce sont quelquefois des questions de spécialistes qui peuvent demeurer dans un cercle restreint, par exemple celui des techniciens, mais il y a plus d'amateurs de football qu'on ne le croit qui font cette lecture technique, et des hommes. Mais l'existence de supportrices de plus en plus nombreuses peut laisser penser que la maîtrise des propriétés du jeu n'en fait pas une chose des hommes. L'appréciation relève ainsi du niveau cognitif. Mais les émotions sont provoquées par des mouvements de corps sur un terrain et par des actions humaines ; elles sont alors des jugements sur ces mouvements, cela relève de l'esthétique, ou ces décisions, cela relève alors de l'éthique : les passes qui ont mené au but étaient belles, le geste du défenseur était laid, la décision de l'arbitre était injuste, etc. Et il est possible de considérer ces émotions comme étant reliées à des représentations du monde et de son ordre. Car le corps qui se déplace sur le terrain représente un âge de la vie, le joueur est jeune ou vieux, talentueux ou expérimenté, il a une force et une énergie, une souplesse, une maîtrise technique, il est beau ou il est laid, etc. Cela signifie que le spectateur réagit à des possibles physiques qui sont inattendus, être capable de dribbler plusieurs adversaires, marquer dans un angle impossible. On est ici dans le registre esthétique.

On pourrait aussi envisager le registre éthique que comportent ces jugements : le score final est-il juste ? Qui de la chance, du mérite ou du talent a permis de gagner ? Vaut-il mieux avoir une équipe de stars ou un collectif bien structuré ? Vaut-il mieux perdre avec générosité ou gagner grâce à la prudence ? Comme on le voit, ce sont les propos d'après-matches avant d'être ceux des journalistes. Le football produit donc des émotions indexées sur quelques grandes questions humaines produites par les aléas de la partie et, en cela, il rend discutable l'ordre des choses qui arrivent⁵. Ceux qui regardent des matchs de football, au stade ou devant la télévision chez eux ou dans un café, membre d'un groupe ultra ou non, ont un point commun, ils ne sont pas seuls. Certes, on peut regarder un match seul devant sa télévision ou on peut aller au stade et ne connaître personne. Si le match est sans intérêt, cela ne vaut pas la peine d'en parler. Mais s'il est exaltant, on échangera avec son voisin, on se congratulera peut-être, on pourra en parler le lendemain. Et si c'est la finale de la Coupe de monde 1998, on sortira pour partager l'émotion et on se retrouvera avec tous ceux qui ont fait le même cheminement. Grâce à sa discutabilité⁶ et grâce

à sa périodicité, toutes les semaines ou tous les quatre ans, le football est un formidable support de sociabilité : on se retrouve chaque semaine et on se lie ; on est lié et on va chaque semaine au stade.

Tous les fans de football ne se ressemblent pas

Pourquoi « fan » ? Pour éviter de répéter « supporter », pour faire entrer dans le raisonnement ceux qui ne vont pas aux stades, pour éviter les connotations qui s'attachent à ce terme et prendre en général ceux qui consacrent un certain temps de leur vie à regarder des matchs de football. Certains le font dès que l'occasion se présente : ils sont abonnés à leur club et font les déplacements, ils ont aussi un abonnement à une chaîne payante pour voir les autres matchs des autres clubs, ils regardent les matchs de leur équipe nationale, mais aussi les autres lorsqu'il y a une Coupe du monde, et dès qu'ils font du tourisme ils s'arrangent pour aller voir un match, quel que soit le niveau des équipes. D'autres ne font qu'une partie de tout ce programme : ils ne regardent que l'équipe nationale, n'ont pas d'équipes de club de prédilection, ne regardent que le football à la télévision et encore uniquement sur les chaînes hertziennes. Dans la sociologie de l'art et de la littérature et dans l'esthétique, une sorte de révolution a été accomplie lorsqu'on a considéré que l'oeuvre reposait sur une sorte de contrat entre le lecteur et l'auteur ou que le sens de l'oeuvre était aussi construit par sa réception. Tout le monde ne voit pas dans le match de football la même chose, tout le monde n'y fait pas la même chose, le football n'est pas reçu de la même façon.

Quand on parle des émotions, on évoque souvent celles qui sont liées à la dimension identitaire : ressentir de l'amour pour sa ville, sa région ou sa nation. D'où la critique du chauvinisme ou les accusations contre le football qui favoriserait le nationalisme ou le chauvinisme. Mais est-ce suffisant de dire cela ? On pourrait simplement avancer qu'il est assez difficile de ne pas être de quelque part et que le fait d'avoir des racines ne provoque pas nécessairement la xénophobie. Celui qui fait du tourisme du football peut être un prédateur qui cherche à montrer la supériorité de son pays : il semble que cela soit assez répandu parmi les supporters anglais qui suivent l'équipe nationale, en tout cas un contingent assez important, et c'était le cas des supporters des clubs anglais pendant les grandes années du hooliganisme. Mais les Écossais qui suivent l'équipe nationale voient les choses différemment : ils veulent démontrer qu'ils sont ouverts sur l'Europe, et qu'en cela, ils sont différents des Anglais. Par contre, pour ces mêmes supporters écossais, être derrière son club s'accompagne volontiers de l'expression de la haine contre les supporters d'en face : le sentiment exprimé varie avec le contexte.

Une autre modalité de l'amour du football peut consister à rechercher partout où l'on va dans le monde les traces du football. Celui-là ne peut s'empêcher lorsqu'il visite une ville d'aller à un match local, d'entrer dans un café pour le suivre à la télévision, découvre la ville à travers le football. Il ne verra pas la même société s'il se contentait d'aller à la plage ou au musée. Il verra plus sûrement le peuple local, ce qui n'est pas d'ailleurs toujours une expérience plaisante : on y voit les bons et les mauvais côtés de ce qu'est le populaire local, le chauvinisme à la mode polonaise, mais il y verra aussi des individus semblables à lui-même. Il fera l'expérience des possibles humains, tels qu'ils sont et non tels qu'ils devraient être. Cette ambiguïté, nous la retrouvons chez les ultras. Ces derniers sont aujourd'hui la partie la plus organisée parmi les supporters, ceux qui ont fait du « supportérisme » une cause et qui sont en compétition avec les ultras des autres clubs. Leur rôle aujourd'hui peut se comprendre selon deux logiques : il s'agit de se faire une place dans le monde du football et il s'agit de faire quelque chose d'intéressant. Le spectacle sportif est une organisation économique : c'est un ensemble de lieux, les stades, gérés ou possédés par un club qui est une entreprise de spectacle qui cherche à attirer des spectateurs. C'est une économie avec ses systèmes de prix des places, de gestion des horaires des matchs, les mouvements des joueurs sur le marché du travail. Ce sont aussi des espaces et des moments dans une ville ou dans une société, ce sont des conceptions de la manière d'assister à un match de football.

Cela a quelques implications : cela fait que les spectateurs, les fans du club local peuvent être satisfaits de ce qu'on leur propose, mais qu'il existe des raisons de se plaindre, aussi bien du prix des billets, des résultats de l'équipe, des lois qui interdisent d'exprimer son soutien comme on l'entend (en allumant des fumigènes par exemple), des horaires des matchs, de l'institution qui gère le football. Il y a donc des actions à mener, ce qui tout à fait intéressant car cela fait passer du statut de spectateur passif à celui de supporter actif. Le sens de l'activité des supporters ultras aujourd'hui est celle-ci : devenir des acteurs du football et se faire une place dans son organisation. Ils ont réussi : ils constituent un groupe de pression avec des moyens forts, économiques car ils représentent sans doute au moins un quart des spectateurs des stades, politiques car ils ont des moyens d'intimidation comme la grève ou le rapport de force physique. Pour l'observateur français, cela prend la forme des incidents des stades. Mais pour celui qui voyage en Angleterre ou en Espagne, c'est le constat des initiatives qui sont prises pour acquérir un droit de regard sur les affaires du club comme les « socios » espagnols qui élisent le président du club ou les associations de supporters en Angleterre qui achètent des actions ou qui rachètent des clubs⁷. Les ultras se présentent comme des militants qui défendent une certaine idée du football, le football populaire, qui est une notion peu claire parce qu'on ne sait s'il s'agit de favoriser la présence au stade des populations qui n'y ont pas accès, les femmes et les enfants par exemple, ou les travailleurs qui habitent trop loin et qui doivent économiser sur tout, ou de prôner un football qui ressemblerait à celui d'avant : avant l'arrêt Bosmann,

avant l'arrivée de Canal+ ou de Murdoch, mais pourquoi pas ? Par leurs prises de position, ils politisent la participation au spectacle sportif, non pas au sens de l'action de groupuscules politiques, souvent d'extrême droite, qui voient dans les stades des lieux de recrutement et dans les supporters des forces qu'ils pourraient intégrer à leurs troupes. Mais au sens où ils posent la question de l'intérêt de la participation au match et de la distribution du pouvoir dans le football. Et si on peut considérer que faire d'un match l'occasion d'un affrontement avec d'autres est une conception qu'on peut rejeter, il apparaît que vouloir transformer le football ou se défendre contre certaines évolutions n'est pas une mauvaise chose, ou que vouloir tirer toutes les opportunités d'une passion, devenir président d'un groupe de supporters, vouloir parler aux joueurs, orienter différemment sa vie sociale, n'est pas quelque chose de critiquable. Par l'appartenance à un groupe, le membre reçoit une reconnaissance personnelle, peut transformer son expérience émotionnelle en carrière dans le monde des supporters, recueillir de l'information sur lui-même. C'est là l'intérêt à être partisan : on a plus d'émotions qu'en étant spectateur distant, on s'ouvre aussi des opportunités.

Conclusion

Dans une telle description, il ne s'agit pas de donner plus d'importance au football qu'il n'en a, simplement de comprendre pourquoi il est si populaire. Il ne s'agit pas non plus de laisser de côté ce que cette présence au stade ou autour des écrans, dans les pubs ou les cafés, peut avoir de problématique, mais de montrer la diversité des significations et des modalités de l'intérêt pour le football.

Notes

1. L'auteur le plus connu en France est Jean-Marie Brohm. Voir, Brohm J-M, Perelman M., *La peste émotionnelle*, Gallimard, 2006.
2. Voir les travaux de Pascal Boniface sur la géopolitique du sport, *La terre est ronde comme un ballon*, Seuil, 2002.
3. Sur l'Italie, voir les travaux de Paul Dietschy (1997), *Football et société à Turin, 1920-1960*, Thèse de doctorat, Lyon II.
4. Roger Caillois (1958), *Les jeux et les hommes*, Gallimard.
5. Tous ces aspects ont été traités par A. Ehrenberg, *Le culte de la performance*, p. 45-65, Hachette Littérature, 1999 (1^{ère} édition 1991), puis par C. Bromberger (1995), *Le match de football, ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Editions de la maison des Sciences de l'Homme.
6. Comme le développe C. Bromberger dans *Passions ordinaires*, p. 271-308, Bayard, 1998.
7. Voir Patrick Mignon (1998), *La passion du football*, Odile Jacob, 1998 & Nicolas Hourcade (2003), « L'émergence des supporters ultras en France », in Boucher M. et Vulbeau A., L'Harmattan.