

Zeitschrift: Mobile : la revue d'éducation physique et de sport
Herausgeber: Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école
Band: 12 (2010)
Heft: 1

Artikel: Hors jeu
Autor: Bignasca, Nicola
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-995318>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ON VEUT DES
PLACES DEBOUT !

FIFA

STADIER



Hors Jeu

Comprendre le monde dans lequel nous vivons au travers du sport. Cerner les influences du sport sur les phénomènes culturels, économiques et politiques de notre société. Telle est l'intention ambitieuse d'une exposition montée à l'occasion de l'Euro 2008. A découvrir actuellement au Centre sportif national de la jeunesse de Tenero.

Texte: Nicola Bignasca; photos: Eric Lafargue, Johnathan Watts

Quand le gardien devient ange et le défenseur gladiateur, quand le milieu de terrain se fait chef d'orchestre et l'attaquant torero, le numéro 10 est un danseur, et le capitaine se déguise en ambassadeur. Les statuettes en bois créées en Côte d'Ivoire par des sculpteurs locaux montrent subtilement combien les acteurs du monde du football sont des personnages que l'on peut retrouver dans la société réelle. Dans certains cas, la création va encore plus loin et entre dans la sphère de l'imaginaire: l'adversaire est le Diable, Maradona est Dieu, l'ailier est Mercure. Ces statuettes sont le fil d'Ariane d'une exposition («Hors jeu») qui s'est tenue pendant presque une année au Musée d'ethnographie de Genève: «Leur conception et leur fabrication suggèrent que le football n'est pas qu'un sport avec des règles précises. Il est autant le produit que le miroir de la société.» Les mots de Raffaele Poli, concepteur et commissaire de l'exposition, en résument l'esprit et l'intention. «Nous avons choisi six thématiques parmi celles, innombrables, que l'on peut rattacher au football, et dont l'analyse nous a semblé particulièrement pertinente. Chaque thème est introduit par six statuettes qui symbolisent le sujet traité et illustrent harmonieusement notre pensée.»

À son achèvement à Genève, l'exposition n'a pas été reléguée aux oubliettes. Un groupe d'enseignants d'éducation physique tessinois a pris l'initiative d'intégrer plusieurs de ses éléments à une exposition, intitulée «fuori@gioco», que l'on peut découvrir au Centre sportif national de la jeunesse de Tenero jusqu'au 28 mars 2010. Quelques modifications ont été apportées au message original de l'exposition pour qu'elle corresponde à la réalité de la Suisse italienne. Nous vous en présentons ci-après les six parties principales, en nous appuyant sur les explications expertes de son commissaire, Raffaele Poli, et sur quelques-unes des images du catalogue, commentées par le photographe Eric Lafargue. Ces analyses nous offrent un autre regard sur l'une des disciplines sportives les plus appréciées au monde, et à laquelle «mobile» consacrera un dossier dans son prochain numéro.

Art et spectacle: entre beauté et émotion

«C'est l'une des caractéristiques fondamentales de l'être humain: sa capacité à créer, puis à partager la beauté et l'émotion. En suggérant que le fait de jouer au football ou au hockey puisse être comparé à une pratique artistique au même titre que la danse ou la musique, nous avons voulu montrer combien ces disciplines sportives, avec leurs règles et leurs techniques spécifiques, sont à la base du processus

Les statuettes illustrent les synergies entre le football et la société. Les concepteurs de l'exposition du Musée d'ethnographie de Genève ont imaginé leur aspect symbolique, le scénographe les a dessinées, et elles ont été sculptées par des artisans ivoiriens, dont la spécialité est de créer des «colons». Ce style de sculpture remonte à l'époque coloniale, lorsque l'on voulait représenter l'homme blanc avec humour, tout comme ses habitudes, ses manies, et la réussite plus ou moins grande avec laquelle les populations locales s'appropriaient ses attributs. (Photo: Musée d'ethnographie de Genève, J. Watts).





En plus de stimuler l'imagination des joueurs, le football est une grande source d'inspiration artistique pour les photographes et cameramen postés aux points stratégiques du terrain. Comme les joueurs, ils ne perdent jamais le ballon de vue et doivent «l'immortaliser» au bon moment. Largement diffusées, les images contribuent à transmettre la beauté du football de continent en continent et de génération en génération.

créatif et du partage de la beauté. En fait, on peut considérer les matches les plus passionnants et les gestes techniques les plus spectaculaires comme des trésors du patrimoine de l'humanité ou, sous un angle moins universel, comme une richesse des nations pour lesquelles ils ont été joués. L'esthétique ne concerne pas uniquement les œuvres produites (un beau match, un beau décor, une belle danse, une belle symphonie, etc.), mais aussi les personnes qui gravitent autour de cet univers. Le sport, comme l'art, exerce une attraction formidable sur les médias. Leur présence importante attire en retour tous ces personnages qui font de leur beauté un moyen de gagner en popularité et de mettre un pied dans ce que nous appelons le monde du spectacle.»

Marché et globalisation: entre consommation et production

«Quelques objets emblématiques illustrent la manière dont le sport s'inscrit dans le système capitaliste. Nous avons choisi ceux qui montrent à quel point, de nos jours, tout tend à se mettre au service de la société de consommation: de la santé à l'identité, de l'émotion à la passion, du rêve à l'image, du club au joueur lui-même. Le spray antidouleur, abondamment utilisé aux abords du terrain, traduit le rêve de l'homme de surpasser l'adversaire et de dépasser ses propres limites. Les chaussures de marque, au design ultramoderne, symbolisent l'importance que les sportifs accordent à des objets qu'ils associent à des signes extérieurs de succès. Les crampons sont aussi le symbole de la pénétration du football dans le marché global. Les porte-bonheurs, avec le logo et les couleurs de l'équipe favorite, sont des exemples de la transformation des clubs en entreprises qui dégagent de gros bénéfices.

L'incroyable prolifération de toutes sortes de produits dérivés associés à l'image du club témoigne du processus de marchandisation du sport et des liens avec son équipe. De nos jours, les responsables marketing utilisent clairement l'attachement des supporters à des fins commerciales. Dans le cadre de cette marchandisation des passions, le gadget d'un club donne concrètement à l'individu, par son acte de consommation, la possibilité d'exhiber son appartenance au dit club. Les clubs en tirent eux aussi des bénéfices, dans la mesure où ils réussissent à faire plus d'entrées. Poussée à l'excès, cette logique de li-



A l'avant-garde du merchandising, le club anglais de Manchester United a développé une belle panoplie d'articles de consommation, vendus aux quatre coins de la planète. Dans la ville même de Manchester, les grandes surfaces appartenant au club sont devenues des lieux de pèlerinage obligatoires pour les milliers de supporters en quête d'objets qui témoignent de leur attachement à leur équipe fétiche et de leur passion pour le football.



Si, dans le passé, les stades de football et les patinoires étaient des lieux de rencontre populaires où l'on n'allait que pour regarder le match, ils deviennent désormais de vrais lieux de profit. Les installations les plus récentes sont des complexes multifonctionnels, conçus pour pousser le spectateur à l'achat. La création d'espaces privés, les «lounges», offre aux plus riches de quoi dépenser des sommes énormes.

béralisation du sport transforme les clubs eux-mêmes en objets de consommation. Une statuette dépeint un agent de joueur comme un chasseur de têtes avec son portable collé à l'oreille, en contact permanent avec ses joueurs et leur propriétaire – le dirigeant du club – représenté en homme d'affaires. Ces statuettes nous rappellent que tout s'achète et tout se vend dans une société de consommation, y compris les êtres humains.»

Ordre et revendications: entre contrôle et contestation

«Le stade de football et la patinoire sont des microcosmes en soi. Ils montrent les inégalités et les luttes de pouvoir au sein de la société. Un couloir amenant virtuellement à l'entrée d'un stade rappelle le besoin de surveillance qui distingue notre société. D'importants moyens financiers ont été mis en place pour contrôler l'accès au stade et répartir les gens dans les secteurs correspondant au prix du billet acheté. Loin d'être des lieux d'égalité, le stade et la patinoire sont, à l'image du train et de l'avion, des lieux où se constituent les hiérarchies socio-économiques et les phénomènes d'exclusion. La création d'espaces privés, appelées loges VIP, permet de se retrouver entre soi, à l'abri des regards indiscrets et des cris de la foule. Le stade fait aussi office de tribune idéale pour formuler une revendication ou l'autre. Il est un espace d'expression où le public, relayé par les médias, peut faire passer un message au plus grand nombre. Les slogans que l'on affiche sur des pancartes ou des banderoles font souvent référence à des idéologies politiques extrêmes, de gauche ou de droite. Dans d'autres cas, les supporters s'expriment sur des thèmes d'actualité qui se rattachent au sport comme à d'autres problèmes de société.»

Identité et territoires: nous et les autres

«Dans le monde moderne, les équipes de football sont emblématiques d'une différence idéale et largement utilisée pour tracer une frontière entre nous et les autres, à divers niveaux (au cœur de la ville, entre les villes, entre les régions et les pays). L'écharpe montre comment les supporters se distinguent



Dans ce monde globalisé, il y a de plus en plus de gens d'origine multiethnique. Et pourtant, la double nationalité n'est pas encore reconnue dans le sport. A partir de 21 ans, un joueur ne peut représenter qu'un seul pays.



L'arbitre est le garant du respect des règles et évite tout recours à des subterfuges interdits. En acceptant d'assumer le rôle le plus ingrat, il se met au service de la beauté du jeu et en renforce les vertus éducatives.

de l'adversaire, et expriment leur opposition au club rival. En désignant publiquement l'ennemi, les supporters affirment indirectement leur appartenance à leur équipe de cœur, sans devoir la nommer.

Les matches internationaux sont la meilleure occasion pour afficher son appartenance territoriale. L'hymne, chanté avant la rencontre, rappelle aux joueurs et au public que la portée du match va bien au-delà du sport et qu'elle définit l'histoire de la nation. Dans les grands tournois internationaux, la victoire et la défaite ont des conséquences significatives. Elles donnent à un pays la capacité de créer une forte cohésion autour des couleurs nationales et incitent les citoyens à adhérer à un projet commun. Pour démontrer l'influence du sport dans l'expression de l'identité nationale, l'exposition présente les textes parfois particulièrement belliqueux des hymnes nationaux, que le sport contribue à rendre populaires. Quelques références historiques indiquent que dans le passé, le football et d'autres disciplines sportives ont été des instruments au service d'intérêts politiques. Pensons par exemple aux pays fascistes, au Troisième Reich ou aux luttes pour l'indépendance.»

Education et croyance: entre humanisme et solidarité

«L'exposition fait preuve d'esprit critique lorsqu'elle met en évidence les tentatives de faire du sport un outil pour résoudre divers problèmes sociaux, ou pour transmettre des valeurs positives aux générations futures. Ces dernières années, le sport et le football en particulier ont fait une entrée fracassante dans les politiques de développement, et cela à tous niveaux. Dans le passé, le sport était snobé dans les milieux intellectuels et on l'appelait «l'opium du peuple». Mais à présent, on le considère de plus en plus comme un fantastique outil de civilisation, à même d'atteindre des objectifs aussi nobles qu'ambitieux, comme le rapprochement entre les peuples, l'éducation des jeunes générations ou la lutte contre la violence.





Le sport est l'une des rares occasions de la vie quotidienne qui nous soit offerte d'exprimer librement nos émotions. Le passage soudain de la joie à la tristesse, en fonction des résultats, fait du sport une vraie tragédie grecque des temps modernes.

Investis d'une mission d'évangélisation, les plus hauts dirigeants du sport mondial parcourent le monde pour prêcher les mérites d'une pratique sportive apparentée à une école de vie, voire à un remède universel. On confie de grandes responsabilités aux joueurs dans cette œuvre civilisatrice, devoir qu'ils assument de manière plus ou moins convaincante. Dans l'exposition, nous présentons des slogans qui mettent en évidence cette vision du sport présentée comme un remède à tous les maux.»

Liens sociaux et interaction: entre miroir et moteur de la société

«Le sport et le football sont des activités propices au développement des relations humaines. En les étudiant, on démontre à quel point la société est loin d'être un concept abstrait, qui ne peut exister indépendamment des rapports que les être humains tissent les uns avec les autres. Dans cette perspective, le sport n'est pas qu'un simple miroir de la société, mais aussi l'un de ses moteurs. En d'autres termes, il fait bien plus que refléter la société, car il contribue à la faire fonctionner, comme une plate-forme sociale à plusieurs niveaux (pratique active du sport, fréquentation de matches, discussions au bar, etc.).»

Cette dernière thématique nous permet de revenir à la question initiale qui a guidé notre réflexion: peut-on comprendre la société à travers le sport? Si le sport n'était qu'un prisme utilisé pour mettre en relief des processus plus généraux, il serait trop réducteur de le considérer comme un simple miroir de la société. Que ce soit au niveau économique, politique ou culturel, le sport a pris beaucoup d'importance, au point de devenir un laboratoire d'où émergent des phénomènes sociaux qui se calquent étroitement sur la société.» ■

