

Ce que le football fait de nous

Sur le jeu, le travail, le marché et la nation

Kai Froeb

À propos de cette traduction

Cette traduction a été réalisée automatiquement à l'aide de l'IA et n'a pas encore été entièrement relue par un être humain. Si vous y trouvez des erreurs, merci de nous les signaler à feedback@reflexivitypress.com. Toute personne ayant acheté le livre qui nous signale des erreurs recevra gratuitement la version corrigée au format e-book.

Auteur
Kai Froeb
https://kai.froeb.net

Éditeur
Reflexivity Press
São Martinho do Porto
Édition Kai Froeb

Version la plus récente et corrections:
https://reflexivitypress.com/fr/livres/froeb-fussball-essay
Remarques: feedback+fr.fussball-essay.v2.2@reflexivitypress.com
Couverture: https://reflexivitypress.com/fr/a-propos/langage-visuel/

Publication
2026-06-27
Version 2.2
Typeset with LaTeX (LuaHBTeX, Pandoc + Eisvogel)

Note sur la genèse
Écrit avec le modèle de langage Claude (Anthropic). La conception, le contenu et la responsabilité incombent à l'auteur. La traduction a été réalisée avec l'aide de modèles de langage d'IA. La manière dont ce travail a été mené est décrite dans l'essai « La philosophie à l'ère des machines qui écrivent » :
https://reflexivitypress.com/fr/a-propos/machines-qui-ecrivent/

© Copyright 2026 by Reflexivity Press, São Martinho do Porto.
Tous droits réservés.

Zero Marginal Cost License 1.3 (ZMC 1.3)

Résumé accessible aux lecteurs

Ce qui n'a pas de coût marginal ne devrait pas rencontrer d'obstacles.

Vous pouvez

- **Lire, télécharger et copier** l'œuvre gratuitement.
- **Partager numériquement l'œuvre sans en modifier le contenu, à des fins non commerciales**, en mentionnant l'auteur, la source et la licence.
- Convertir son format et effectuer les adaptations techniques nécessaires à l'accessibilité, sans modifier le contenu.
- **Imprimer ou faire imprimer quelques exemplaires et les offrir** pour un usage personnel et non commercial ; les frais directs peuvent être remboursés sans majoration ni bénéfice.
- **Traduire l'œuvre** pour votre usage personnel, non public et non commercial.
- Utiliser individuellement l'œuvre pour l'enseignement et la recherche et la citer, à des fins non commerciales, selon les normes scientifiques, sans que les extraits ne remplacent l'œuvre.

Conditions

L'utilisation doit rester **non commerciale**. En cas de partage public, mentionnez, dans la mesure raisonnablement possible, **l'auteur, la source et la licence**. Vous ne pouvez ni imposer de restrictions juridiques ou techniques supplémentaires ni laisser entendre que l'auteur ou l'éditeur cautionne votre utilisation.

Tous les autres droits sont réservés

Cette licence n'autorise que les usages expressément indiqués. Tout autre usage nécessite une autorisation distincte du titulaire des droits, sauf s'il est déjà permis par la loi.

Les autorisations légales et les droits à rémunération demeurent inchangés. Les contenus de tiers peuvent être soumis à d'autres conditions.

Important : Ce résumé est fourni à titre indicatif et ne constitue pas une licence autonome. Seule la version intégrale de la **ZMC 1.3** fait foi :

https://reflexivitypress.com/fr/zmc/



À propos de l'auteur

Kai Froeb (né en 1963) est un philosophe et expert en informatique allemand vivant à São Martinho do Porto, au Portugal. Son travail associe plus de trente-cinq années de recherche systématique sur Hegel aux possibilités offertes par l'intelligence artificielle, afin de développer une nouvelle forme de collaboration philosophique.

Sa pensée est radicalement interdisciplinaire. Il a étudié les mathématiques et l'informatique à l'Université d'Erlangen-Nuremberg, la gestion d'entreprise à l'EBS, ainsi que les études culturelles et le droit à l'Université à distance de Hagen. Parallèlement, il a approfondi la philosophie, la sociologie et l'histoire dans le cadre d'un Studium generale. Il a délibérément mené ces études sans les orienter vers l'obtention de diplômes, afin de préserver la liberté d'une voie indépendante de pensée et de recherche au-delà des frontières disciplinaires de l'université.

Depuis la fin des années 1990, Froeb dirige et développe **hegel.net**. Disponible en douze langues, le site a figuré pendant de nombreuses années parmi les premiers résultats des recherches internationales sur Hegel effectuées avec Google et est devenu l'une des principales ressources en ligne consacrées à la philosophie de Hegel. Il reste probablement, aujourd'hui encore, le site multilingue le plus étendu consacré à Hegel sur Internet.

Dans le cadre de **hegel.net** et de **hegel-system.de**, Froeb a également constitué de vastes archives de sources librement accessibles au public. La collection germanophone met à elle seule à disposition, en téléchargement gratuit, 506 éditions originales numérisées de Hegel et des hégéliens du XIXe siècle. À cela s'ajoutent des fonds dans d'autres langues, dont 19 ouvrages originaux en anglais.

Plus de quarante années d'expérience en programmation depuis 1980 constituent un autre fondement méthodologique de son travail. Son premier programme fut une réimplémentation d'ELIZA de Joseph Weizenbaum : ainsi se referme le cercle qui va des premières expériences d'intelligence artificielle à sa

collaboration productive actuelle avec Claude. Froeb utilise son expertise informatique non seulement sur le plan technique, mais aussi comme instrument de pensée : il analyse les structures sociales et philosophiques avec la précision d'un architecte logiciel.

Froeb développe une œuvre philosophique indépendante qui s'inscrit dans la tradition de Hegel tout en cherchant à la poursuivre dans les conditions du présent. En son centre se trouve une approche performative originale de la vérité, qui constitue le fondement commun de ses livres philosophiques. La vérité n'y apparaît pas seulement comme l'objet d'énoncés, mais comme un mouvement qui doit également faire ses preuves dans la forme même de la pensée et de l'exposition.

Son projet est celui d'une démystification par la clarification conceptuelle : pénétrer par la pensée toute limite, y compris celle de ce qui paraît d'abord inaccessible. Chez lui, la forme suit le contenu : la structure, les concepts et la méthode se règlent sur la chose elle-même. Il recherche en même temps l'accessibilité : présenter une philosophie exigeante avec la plus grande clarté possible, dans l'esprit de la meilleure tradition scientifique anglo-américaine, sans la simplifier.

Son motif directeur est la formule de Hegel : « Le vrai est le tout » — la recherche d'une intégration qui n'ait rien à refouler.

Zur Herkunft dieses Textes

In meiner Grundschule in Belgien gab es jeden Morgen Gymnastik. Ich habe jede Stunde darauf gewartet, dass sie vorbei ist, und bei Sportübungen geht es mir bis heute so. Beim Mannschaftssport wurde ich als Letzter gewählt. Im Fußballverein, in den meine Mutter mich anmeldete, durfte ich Torwart oder Verteidiger spielen, weil das niemand wollte; nach ein paar Monaten waren der Verein und ich uns einig. Beim Judo habe ich jahrelang meinen weißen Gürtel verteidigt. Das Beste daran war das Malzbier mit meinem Vater danach. Sportübertragungen im Fernsehen bedeuteten, dass die Zeichentrickserie ausfiel.

Später habe ich mit Kollegen Fußball geschaut, und hier im Café in Portugal tue ich es wieder. Nicht wegen des Spiels — das langweilt mich noch immer. Die Leute freuen sich, und man kommt ins Reden.

Genau das ist der Gegenstand dieses Essays. Wie bildet sich dieser Zusammenhalt? Woher kommt die Tradition, das Gefühl von Gemeinschaft, das „Wir" eines Menschen, der keinen Ball berührt hat? Dass Politiker und Firmenchefs das benutzen, ist die kleinere Frage. Die größere ist, warum es sich benutzen lässt.

TABLE DES MATIÈRES

Ce qui nous arrive au football **1**
Un but 1
Jeu et travail 1
Le supporter 3
Pourquoi cela attache 5
Pourquoi justement le football 7
Le revers 7
Qui gagne de l'argent 9
Le grand « nous » 11
Ce qui reste ouvert 14

CE QUI NOUS ARRIVE AU FOOTBALL

Un but

Un but est marqué[1], et un stade entier se lève d'un bond. Des inconnus tombent dans les bras les uns des autres. Dans mille salons, des gens hurlent contre le téléviseur, comme si les joueurs pouvaient les entendre. Le lendemain matin, quelqu'un dit au bureau : « Nous avons gagné » — et il n'a pourtant pas touché le ballon, ne connaît aucun des joueurs, n'avait pas la moindre part à ce qui se passait sur le terrain.

D'où vient ce « nous » ?

Jeu et travail

Depuis l'Antiquité, on distingue le travail nécessaire, le délassement et l'activité libre ; à l'époque moderne, cela devient souvent l'opposition (Gegensatz) du travail et du jeu. Le jeu paraît libre parce qu'il aurait sa fin (Zweck) en lui-même ; le travail non libre, parce qu'il vise le salaire, le pain, la subsistance. Le jeu serait alors l'îlot de liberté (Freiheit) dans un monde plein de contraintes.

Seulement, cela sépare ce qui ne peut pas être séparé. Un footballeur court, passe, tire, et chaque pas poursuit une fin : garder le ballon, trouver le coéquipier, viser le but. La passe sert l'action collective, l'action collective le but, le but la victoire, la victoire le classement. Toute une échelle de fins, l'une au-dessus de l'autre. Le jeu non plus n'a pas sa fin purement « en lui-même ».

La joie est pourtant là — dans le mouvement, dans le dribble réussi, dans la passe qui arrive. Mais elle ne se tient pas à côté des fins, elle est logée en elles.

1 Cet essai a été suscité par l'article « Copa do Mundo – futebol, mercado e identidade nacional » de Christian Iber, Agemir Bavaresco et Lutiero Esswein (A Terra é Redonda, 24 juin 2026). On y trouve la tripartition directrice en jeu et liberté (Freiheit), marché et identité (Identität) nationale, ainsi que plusieurs motifs — le football comme langue mondiale des règles (Regeln) simples, la transformation de l'appartenance du supporter en consommation, la persistance de la nation dans la mondialisation. La présente reprise part d'ailleurs : du « nous » du supporter, des hiérarchies de fins (Zwecke) plutôt que de la gratuité, de la mécanique de l'attachement du supporter et de l'attention comme matière première économique.

On l'a en poursuivant la fin, non à sa place. Même celui qui ne joue que pour se détendre poursuit ainsi une fin — précisément celle de se détendre.

La différence (Unterschied) entre jeu et travail ne tient donc pas à ce que l'un aurait des fins et l'autre non. Elle tient à la manière dont les fins sont ancrées dans la vie (Leben). Les fins du jeu sont encadrées : elles valent dans un espace délimité, leurs conséquences sont bornées, l'ensemble est répétable. On perd un match et l'on se retrouve au point de départ le samedi suivant. Les fins du travail sont soumises à la pression de la véritable conservation de soi (Selbsterhaltung) — celui qui les manque ne perd pas un match, mais salaire, position, subsistance. C'est cette absence de conséquences qui rend le jeu léger, tant qu'il reste jeu. Chez le professionnel, le sérieux du travail revient dans le jeu.

Le professionnel poursuit les mêmes fins que le gamin du terrain vague, la même échelle de la passe à la montée en division supérieure. Ce qui s'y ajoute chez lui, ce n'est pas une autre fin, mais une main étrangère au-dessus de toute l'échelle. Il est salarié : il vend sa force de travail, il est sous contrat, il obéit à l'entraîneur, il sert un club soumis à une pression économique. Tant qu'il joue, la décision sur ce qu'il fait ne lui appartient plus tout à fait — il s'entraîne quand on le programme, joue où on le place, change de club quand on le vend. Sa volonté (Wille) ne disparaît pas ; il improvise, décide, interprète le jeu à chaque seconde. Mais il se meut dans un cadre posé de l'extérieur et veut désormais ce qu'il doit vouloir sous les fins du contrat, du club et de l'entraîneur. Non que sa situation ressemble à celle du serf ou de l'esclave — le professionnel est juridiquement libre et souvent riche —, mais parce que, sous une forme plus douce et volontaire, le même moment structurel revient : l'activité est placée sous une fin étrangère.

Cela engage plus que le football. Ce n'est pas le jeu qui devient un fardeau, mais le jeu sous direction étrangère. La même activité réjouit tant qu'elle est la sienne, et pèse dès qu'une volonté étrangère se tient au-dessus d'elle. Qui voit cela entend autrement l'exhortation à « travailler davantage ».

Au football, quelque chose voile cette dureté, ce qui le rend si utile comme image. La compétition, la cohésion de l'équipe, le but commun éclipsent le fait que les joueurs fournissent leur prestation pour d'autres — pour le club, ses propriétaires, son bilan. C'est pourquoi l'équipe sert si volontiers de modèle au monde du travail : on se représente le personnel comme une équipe qui court d'un seul élan vers le but commun, et la forme capitaliste en dessous — qui accomplit les fins de qui, à qui revient le résultat — disparaît du regard. C'est précisément ce qui rend l'image idéologiquement utile.

Chez le joueur de pointe, le salariat bascule des deux côtés à la fois. Vers le haut : un joueur de classe mondiale est si rare qu'il dicte des conditions dont un salarié ordinaire n'oserait pas rêver. Vers le bas : sa carrière est courte, le corps s'use, la

reconnaissance (Anerkennung) tient à la performance. Un creux de forme, une blessure, l'âge, et le héros d'hier ne compte plus. Son capital est son corps, et celui-ci perd plus vite sa valeur marchande qu'une carrière ordinaire ne s'achève ; aucune caisse de solidarité n'amortit cela. Chez les plus gros salaires, l'argent amortit : celui qui met de côté des millions pendant les années de gloire est pourvu après coup. La dureté demeure pour les nombreux joueurs en dessous, la plupart des professionnels, qui ne vivent de toute façon guère du football et se retrouvent à la fin avec rien (Nichts). Le football de haut niveau n'est pas l'exception au monde du travail, mais sa pointe extrême.

Les joueurs eux-mêmes circulent aussi dans cet ordre comme marchandise et force de travail. Des talents de régions plus pauvres — Afrique, Amérique latine, parties de l'Asie — sont repérés tôt, formés, vendus et attirés vers les centres du capital footballistique, en Europe et, depuis peu, là où l'argent est le plus épais. C'est le même mouvement que pour tout autre capital : il cherche la force bon marché là où elle pousse et fait refluer le profit là où il est déjà accumulé. Le football reflète en cela, en petit, la division internationale du travail.

Le supporter

Le supporter ne joue pas, il regarde — et souffre, exulte, espère, désespère devant un événement qu'il n'influence pas. Ce qui le porte d'abord, c'est l'estime du savoir-faire. Qui voit un bon match voit des êtres humains qui maîtrisent quelque chose, et sait l'apprécier ; précisément parce qu'il ne le sait pas faire lui-même, il pressent combien c'est difficile. C'est ainsi qu'on estime le talent d'un chanteur, d'un acteur, d'un danseur — la prestation qui se montre dans l'accomplissement. L'applaudissement pour le dribble réussi n'est pas acheté.

Cela ne fait pourtant pas encore un supporter. On peut estimer le talent d'un adversaire et ne pas pouvoir le supporter. Le supporter est partisan, et c'est là le noyau.

Il appartient. « Je suis de Schalke », « je suis pour l'Argentine » — de telles phrases rangent un homme. Qui est supporter est quelqu'un : membre d'une communauté avec son histoire, ses héros, ses ennemis jurés. Les anciennes appartenances s'effritent — confession, état, profession pour la vie —, et la question « Qui suis-je ? » reste ouverte. Le club donne une réponse immédiatement disponible, qui n'exige aucune formation et place l'individu dans un ordre plus vaste.

Derrière cela se tient un besoin (Bedürfnis) plus ancien que le marché. L'individu isolé, qui calcule pour lui-même et dont la liberté consiste à acheter et à choisir ce qu'il veut, n'existe pas ainsi à l'origine. Personne ne vient au monde comme Robinson ; on naît dans une famille et l'on pense dès le début en ensembles. Là où le marché n'a pas encore tout pénétré, on le voit plus nettement — l'individu se comprend d'abord à partir de la parenté, du lieu, de l'histoire commune, non comme un être singulier (Einzelwesen) qui choisit. Le marché dissout ces ensembles, pièce par pièce, en autant d'échangeurs isolés — mais il ne dissout pas le besoin de communauté. Il l'aggrave. Plus l'individu est isolé, plus fort est le désir d'appartenance, et les marques, les communautés de consommateurs, les cercles de supporters, les sports le servent, chacun à sa façon.

Certaines de ces communautés sont réelles : les collègues de travail, les camarades d'école — encore que l'on puisse se demander jusqu'où elles aussi sont déjà rongées par la concurrence et l'argent. D'autres ne sont qu'imaginées, et pourtant pas irréelles : elles n'existent pas déjà avant le signe commun, mais naissent avec lui, et elles agissent. Une communauté constatée aide dans la conversation, engendre de la sympathie, offre un point d'accroche : celui qui nomme le même club n'est déjà plus tout à fait un étranger. Au football, les signes de dissolution sont à découvert, et pourtant le supporter se vit uni aux autres supporters et partage avec eux un sentiment qui lui paraît fondamental.

Le club local, voudrait-on penser, serait au moins fondé raisonnablement — c'est tout de même « mon » équipe. Mais les joueurs eux-mêmes ne sont pas nous. Ce ne sont pas nos enfants, pas même nos amis, mais des gens qui sont nés par hasard dans la même ville — et dans le club professionnel pas même cela, mais des joueurs achetés cher dans le monde entier. On ne les connaît pas.

Ce qui relie ne se trouve donc pas dans l'équipe, mais dans ce qui l'entoure. Plus la chose est proche, plus il y a de traces d'une communauté réelle. Peut-être que le neveu d'une connaissance joue dans l'équipe. Surtout : les collègues y vont tous, au bureau on vibre ensemble, déjà le père et le grand-père tenaient pour le même club. Et tous ceux qui vivent sur place partagent de toute façon quelque chose — le club rend cette communauté visible, il la symbolise. Il y a ici une base réelle : les gens d'un lieu ont réellement affaire les uns aux autres, et dans le club ils le voient encore une fois devant eux.

Cela change à mesure que l'unité grandit. Pour un micro-État — Monaco, un État insulaire — les citoyens partagent encore presque autant que ceux d'une ville. Pour les grands pays comme l'Allemagne, le Brésil, les États-Unis ou la Chine, la base commune s'amincit ; ce que symbolise l'équipe nationale n'a alors presque plus de communauté réelle sous elle. Plus on est loin, moins il y a de traces —

jusqu'à ce que, pour la star lointaine, il ne reste rien de réel que l'enthousiasme lui-même.

D'où le rôle singulier du sport aujourd'hui. Quand il y avait deux chaînes de télévision, la nation était assise à la même heure devant le même film policier. On regardait en famille et l'on savait des millions de gens au même instant devant la même image. La simultanéité fondait la communauté au-delà du salon. Cela s'est effondré ; chacun a sa propre série, sa propre chaîne, son propre écran. Le sport est l'un des derniers lieux où des millions de personnes vivent encore simultanément la même chose — un dernier feu de camp.

Pourquoi cela attache

Pourquoi le club attache-t-il plus violemment qu'il ne serait raisonnable ? Une comparaison avec ce à quoi les gens s'attachent par ailleurs aide.

D'abord la marque. On montre par ce qu'on achète qui l'on est — voiture, label, technologie. Pour la plupart des marques, cela reste un signe ; presque personne ne bâtit sa personne sur le fait de porter une marque de chaussures de sport plutôt qu'une autre. Chez quelques-unes, il se produit davantage : les utilisateurs d'Apple, les motards de Harley vivent leur marque comme une partie d'eux-mêmes, la défendent, se reconnaissent entre eux. C'est le rêve des publicitaires — faire d'une clientèle une communauté. Là où il se réalise, la marque est déjà presque un club.

Chez le supporter, cette communauté est là, et elle repose sur quelque chose qui manque à la marque. La marque lie par la possession ; on partage ce qu'on achète. Le club lie par un destin partagé : victoire et défaite, montée et descente, derby, blessure, transfert. L'utilisateur d'Apple ne perd pas le samedi contre Samsung, le motard de Harley ne descend pas en division inférieure. La marque a des clients ; le club a des compagnons d'infortune. On se retrouve, on vibre ensemble, on partage joie et déception — une famille d'esprits semblables, plus qu'un signe partagé.

Et le fait de vibrer ensemble n'est pas un sentiment tiède. Le cœur bat plus vite, quelque chose est en jeu, l'issue est ouverte. Comme dans le film d'horreur ou le thriller, on savoure la tension et la frayeur précisément parce qu'on est assis dans les gradins et qu'on n'est pas réellement atteint. Seulement, le supporter, contrairement au spectateur de cinéma, croit pourtant être concerné — et il l'est avec d'autres. L'angoisse partagée, la joie partagée lui paraissent quelque chose

de fondamental, presque d'existentiel, et cela lie plus fort que n'importe quel accord tranquille.

Au sport s'ajoute une particularité : on croit contribuer soi-même. Le douzième homme, le match à domicile, la foi que l'on fait une différence par ses encouragements. Dans le stade, il y a là quelque chose de vrai : le bruit des tribunes porte les uns et met les autres sous pression, et l'avantage du terrain n'est pas une simple illusion. Mais devant l'écran, où la plupart sont assis, aucun joueur n'entend les hurlements — et pourtant le supporter n'y vibre pas moins et se vit tout autant comme coacteur du destin de son équipe. L'attachement est le plus fort là où l'influence est la plus petite.

Puis la compétition. Apple et Windows ne la mènent pas à son terme ; chaque camp se sent supérieur, mais il n'y a pas d'arbitre, pas de résultat, pas de décision. Le sport décide, selon des règles fixes, avec un vainqueur et un vaincu. C'est une source propre de passion, à deux faces.

L'une est le plaisir de l'affrontement lui-même, de se mesurer. Il ne se trouve pas seulement dans le stade, mais dans la joute verbale des rappeurs, dans le clash des youtubeurs, dans l'échange de coups de la politique. La querelle attire ; on appartient à un camp en prenant parti contre l'autre. L'autre face est la particularité du championnat. Une élection décide une fois, puis c'est le calme. Ici on combat de nouveau chaque semaine, on gagne, on perd, et à peine la saison finie, la suivante commence. On ne gagne jamais définitivement et l'on n'est jamais fini ; on ne perd jamais définitivement et l'on n'abandonne jamais. Une machine qui produit sans cesse une tension nouvelle — c'est pourquoi elle attache durablement comme presque rien d'autre.

Enfin l'histoire commune, même la douloureuse. Chaque club a sa saga : on y était quand l'ancienne tribune se dressait encore, on est allé ensemble au match à l'extérieur, on a traversé ensemble la défaite par le but encaissé dans la dernière minute. Des blessures subies en commun, mais sans conséquences — on perd le match, pas la vie. C'est justement l'absence de conséquences qui en fait un ciment : celui qui a traversé ensemble une défaite amère est lié comme des gens qui ont survécu à une vraie détresse, mais sans en payer le prix. La vie elle-même n'a souvent pas d'histoire dans laquelle on figure ; c'est un fouillis de hasards. L'histoire du club livre ce qui manque — un récit avec triomphe et tragédie, dans lequel on a un rôle.

Pourquoi justement le football

Tout cela ne vaut pas que pour le football. Chaque sport a ses supporters, et pour chacun on retrouve la même chose, appliquée à lui. Certains sports exigent cependant une explication propre de la raison pour laquelle ils saisissent un pays — souvent historique : le cricket en Angleterre, le baseball aux États-Unis, développés sur des générations.

Le football est plus que cela. Il dépasse largement son origine — au-delà de l'Europe et, par les voies du colonialisme, au-delà de l'Amérique du Sud et de l'Afrique. Dans de vastes parties de l'Asie et en Océanie, il n'a certes pas le même primat culturel ; d'autres sports y viennent en tête, cricket, baseball, rugby. Mais là aussi il grandit, et le tournoi fait entrer de plus en plus ces régions. Pourquoi il a saisi certaines régions du monde bien plus profondément que d'autres demanderait une étude propre. Mais là où il a pris pied, cela se renforce de soi-même : ce qui a du rang, les médias le gonflent, et parce que les stars sont des millionnaires, l'idée de richesse se lie à celle du jeu. Mais la raison plus profonde est l'accessibilité. Tout le monde ne sait pas chanter, et tout le monde ne peut pas jouer au golf — l'un demande du talent, l'autre le terrain, les clubs, l'argent. Le football demande un terrain libre et un ballon, rien d'autre. Chacun a joué lui-même, chacun peut courir avec, chacun peut fêter avec. Ce que l'on connaît dans sa propre chair, on l'apprécie autrement que ce que seuls les experts maîtrisent.

Le choix de celui à qui l'on tient a lui aussi sa marge de manœuvre (Spielraum). Par défaut, c'est le club de la ville, l'équipe de son propre pays. Mais on peut aussi prendre le talent lui-même pour modèle, par-delà l'origine — Messi, Ronaldo, comme autrefois beaucoup hors d'Allemagne Boris Becker. Que les médias gonflent ce que les masses veulent voir, et que les masses veuillent voir ce qui est gonflé, n'est pas une simple manipulation, mais une affaire qui se renforce réciproquement.

Le revers

Le supporter croit contribuer en encourageant. Sportivement, il le fait bien moins qu'il ne le croit, et celui qui est devant l'écran pas du tout ; son exultation ne remplace ni une passe, ni un déplacement, ni une conclusion.

Il contribue pourtant, mais autrement qu'il ne le pense. Le supporter n'est pas le contraire du consommateur, mais le consommateur le plus intense : billet, saucisse, écharpe, maillot, magazine, parfois l'action. Et plus encore : en étant supporter et en s'enthousiasmant, il maintient en éveil son intérêt pour les matchs. Cet intérêt, multiplié par des millions, donne de la valeur aux matchs, car l'attention des supporters est la marchandise qui est vendue ici. Ainsi l'effet (Wirkung) sportif et l'effet économique divergent même : celui qui est au stade et y contribue est le plus rare ; celui qui est devant l'écran, qui ne fait rien sportivement, est celui dont l'attention porte la machinerie.

Il aide donc réellement le club — non pas parce que l'équipe joue mieux, mais parce qu'il s'enthousiasme et engendre ainsi l'intérêt dont tout vit. C'est la logique du rite confucéen : celui-ci n'agit pas parce qu'il extorque un but, mais parce que son accomplissement confirme l'ordre. Ainsi le supporter renforce le club en étant supporter et en le montrant. Son accomplissement est la contribution — l'économique, qu'il ne voit pas, non la sportive, qu'il croit.

Peut-être est-il bon qu'il ne la voie pas. S'il savait à chaque match que son vrai rôle est celui du payeur, l'enthousiasme tiendrait plus difficilement. Le décalage entre effet ressenti et effet réel n'est pas un hasard ; il maintient pur le dévouement.

Jusqu'où va l'exploitation de l'attention, on le voit au fait qu'elle remodèle désormais le jeu lui-même. Lors de cette Coupe du monde, chaque mi-temps est interrompue par une pause de boisson de trois minutes, dans chaque match, même dans un stade climatisé et par temps doux. Deux mi-temps deviennent ainsi quatre quarts, comme dans le sport américain. La première raison est honorable : les matchs ont lieu dans l'été nord-américain, et la chaleur met les joueurs en danger. Mais dans cette même pause, les diffuseurs peuvent désormais placer leur publicité — du moins là où la programmation et les règles nationales le permettent, car tous ne l'utilisent pas ; une coupure complète avec le match en cours, que le football ne connaissait pas jusque-là. La FIFA assure ne rien gagner elle-même là-dessus ; le gain revient aux détenteurs des droits de retransmission, et pour le seul diffuseur américain circulent des estimations d'environ 250 millions de dollars de recettes publicitaires supplémentaires. Que la somme exacte soit juste importe moins que la structure : une interruption de jeu devient du temps d'antenne vendable.[2] Le football était longtemps singulier en ce que ses

2 Cf. Reuters, 24 juin 2026, sur les pauses de boisson obligatoires aux 22e et 67e minutes et leur justification officielle ; The Guardian, 14 juin 2026, sur les règles publicitaires qui permettent aux diffuseurs de placer de la publicité pendant les pauses, à condition d'être de retour au match trente secondes avant la reprise. Tous les diffuseurs n'en font pas usage (ITV et Telemundo, par exemple, non).

quarante-cinq minutes se déroulaient sans interruption — pas de place pour le bloc intercalé. C'est précisément cette place vide qui est désormais remplie.

À la même logique appartient la pause de mi-temps, qui, lors de cette Coupe du monde, a été étendue sur le modèle du Super Bowl en un spectacle de presque une demi-heure avec des musiciens célèbres. Les deux, pauses de boisson comme show scénique, ont la même origine : personne parmi les supporters ne l'avait demandé, et les deux furent pourtant introduits d'en haut, peu avant le tournoi et sans débat. C'est là le véritable constat — non qu'il y ait publicité et spectacle, mais la direction de la décision. Le format du jeu n'est pas réglé sur ce que demandent le jeu ou les spectateurs, mais sur ce qui se laisse commercialiser. La substance suit l'affaire, non l'inverse ; et ce qui s'impose ici sur la plus grande scène s'imposera d'autant plus facilement ensuite dans les compétitions plus petites.

Qui gagne de l'argent

Les chiffres dégrisent le murmure. Une enquête annuelle recense les vingt clubs aux revenus les plus élevés du monde et répartit leurs recettes en trois flux : le jour de match (billets, restauration), la retransmission et le commercial (sponsoring, publicité, produits dérivés). Récemment, environ 43 pour cent revenaient au commercial, 38 à la retransmission, 19 au jour de match.[3]

À la caisse du stade, le supporter paie donc la plus petite part. Mais les deux grands flux dépendent de lui. Que valent les droits de retransmission ? Ils valent parce que tant de gens regardent ; on paie pour diffuser parce qu'autour de l'émission on peut vendre de la publicité. Le sponsoring paie pour la même raison : parce que les supporters regardent. Plus de quatre-vingts pour cent des recettes aboutissent en fin de compte à une seule chose — la commercialisation de l'attention que le supporter produit en étant supporter.

(Les chiffres proviennent des plus grands clubs du monde, ceux qui sont le plus devenus des marques. En division de district, le calcul est autre, avec plus de saucisses et moins de sponsoring. Jusqu'où le mécanisme descend serait à examiner à part ; au sommet, il est clair.)

À ce sommet siège encore quelqu'un dont on parle rarement : l'organisateur. Une compétition a besoin de quelqu'un qui l'organise, fixe les règles, admet les participants, détermine le lieu, vend les droits. Cet un — la FIFA pour la Coupe du

3 Deloitte Football Money League 2026 ; chiffres pour les vingt clubs aux revenus les plus élevés de la saison 2024/25, ensemble environ 12,4 milliards d'euros.

monde, le CIO pour les Jeux — est assis sur un monopole. À côté de la « Coupe du monde » on ne peut placer une seconde, pas plus qu'un second réseau d'eau à côté de celui de la ville. Qui détient le monopole fixe les prix de la retransmission, du sponsoring et des billets presque à volonté.

Lors de cette Coupe du monde, ce « à volonté » a pris une forme nouvelle. Les prix des billets n'étaient plus fixes, mais fluctuaient selon la demande, comme à une bourse : si l'intérêt pour une rencontre augmente, le prix monte en temps réel. C'est la même tarification dynamique que l'on connaît pour les vols et les hôtels, et elle rapproche le billet d'un objet de spéculation — son prix ne mesure plus ce que coûte le match, mais ce que le marché rend à l'instant. L'organisateur prélève ainsi exactement le montant que vaut l'enthousiasme du moment. L'attention du supporter, qui est de toute façon la véritable marchandise, est ainsi encore traite à l'instant de sa plus forte amplitude.

Là où un seul décide de ce qui fait d'un bien sans valeur un bien de valeur, la corruption est proche — pas autrement que chez l'élu local qui décide si un champ devient terrain à bâtir. L'histoire de la FIFA est traversée de corruption, des systèmes de pots-de-vin aux attributions de tournois controversées. Le mécanisme qui la maintient stable ressemble à celui des Nations unies : plus de fédérations membres que d'États à l'ONU, et chacune a une voix. Celle d'une petite fédération insulaire pèse autant que celle d'une grande nation du football. Cela paraît démocratique et a une conséquence prévisible. Les nombreuses petites fédérations forment ensemble la majorité, et elles dépendent du soutien d'en haut — de l'argent pour les terrains, les entraîneurs, la relève. Ce soutien est réel et nécessaire ; c'est précisément là que réside sa double nature. Qui le distribue crée dépendance et gratitude, qu'il le veuille ou non, et qui veut rester en haut les entretient. Tout soutien n'est pas corruption ; mais un système où accès, reconnaissance et argent passent par une seule main est exposé au clientélisme — la domination par la répartition. Ainsi une aide légitime devient un moyen de loyauté, sans qu'il soit jamais besoin d'un achat ouvert. L'affaire lucrative reste tranquille tant que la majorité est tenue.

Comment ce mécanisme travaille, l'agrandissement du tournoi le montre. Le champ des participants a d'abord été élargi à quarante-huit équipes, et en pleine Coupe du monde on a évoqué la prochaine extension à soixante-quatre — en réponse à des critiques venues d'Europe. Sportivement, peu de choses plaident pour cela ; le calcul est autre. Plus de places signifie plus de chances de participation pour les petites fédérations d'Asie, d'Afrique et d'Amérique centrale, et leurs voix assurent la majorité. L'extension a l'air d'une participation accrue et elle est en même temps le moyen d'agrandir la majorité tenue. Elle ne coûte rien à celui

qui siège en haut — le prix, c'est le tournoi, toujours plus informe, qui le paie, et les supporters, pour qui il devient plus cher et plus lointain.

La même puissance décide de qui peut seulement participer. La Russie est exclue de toutes les compétitions depuis l'attaque contre l'Ukraine ; les États-Unis, dont l'armée a porté à plusieurs reprises la violence au-delà de frontières étrangères au cours des mêmes années, organisent la Coupe du monde. Il n'est pas nécessaire d'assimiler les cas pour regretter l'absence d'une mesure : il n'y a pas de règle (Regel) qui chasse l'agresseur de la scène, sans quoi elle ne frapperait pas que l'un. La Russie s'est laissé exclure parce qu'elle était déjà isolée ; les États-Unis sont hôte, grand marché, puissance médiatique, le centre (Zentrum) de l'ordre qui porte le tournoi — les exclure reviendrait à fracasser le tournoi lui-même. Qui peut se tenir sur la scène des nations, ce n'est pas le droit qui le décide, mais la puissance.

Le cas le plus aigu s'est joué autour de l'Iran. Le pays hôte menait, avant et pendant le tournoi, une guerre contre un pays participant : il lançait des bombes sur l'Iran, dont l'équipe participait en même temps à la Coupe du monde. Les conséquences ont touché directement le côté sportif. Le championnat national, où joue une grande partie de l'équipe, était suspendu depuis des mois à cause de la guerre ; l'équipe a dû déplacer son quartier des États-Unis vers le Mexique et n'a reçu que des visas de courte durée pour les jours autour des matchs, de sorte qu'elle devait chaque fois repartir aussitôt ; certains collaborateurs n'ont pas pu entrer du tout. Et pourtant le tournoi a continué, comme si de rien n'était. Une compétition qui se donne pour une fête de l'entente entre les peuples supporte que l'organisateur bombarde l'un des participants — on ne peut montrer plus clairement que ce n'est pas le droit qui ordonne la scène, mais la puissance qui la possède.

Le cercle se ferme. Le dévouement des nombreux en bas et la rente de monopole des quelques-uns en haut vont ensemble. L'enthousiasme du supporter, ce qu'il y a de plus authentique dans l'affaire, est la matière première dont, en haut, on fait du profit.

Le grand « nous »

Reste le « nous » du début, celui que dit l'homme du bureau bien qu'il n'ait rien fait. Lors de la Coupe du monde, il devient le plus grand.

Qui dit « nous » là ? Devant le même écran, dans le même maillot, au même but, l'ouvrier et le directeur, la caissière et le médecin-chef exultent. Pour la durée

du match, semble aboli ce qui est réel toute l'année : la différence (Unterschied) des couches, des classes, des fortunes.

Le football se tient à cette différence de trois façons. Certains clubs la portent : là où deux clubs d'une ville se font face, elle se charge socialement — le chic contre le simple, le bourgeois contre l'alternatif, et le choix du club dit qui l'on est et qui l'on n'est pas. D'autres clubs la surmontent : derrière le club de la ville industrielle se tient toute la ville, de l'ouvrier au directeur. L'équipe nationale semble l'effacer ; elle relie à travers toutes les couches.

Cette communauté, dehors, dans l'économie réelle, n'existe justement pas. Là, on est divisé — en haut et en bas, capital et travail, pauvre et riche. Dans le stade apparaît uni ce qui est séparé dehors, comme dans l'armée, où tous les états se fondent aussi dans une camaraderie qui les sépare par ailleurs. Une suppression (Aufhebung) symbolique des classes, réelle dans le vécu et nulle dans les suites : après le coup de sifflet final, chacun retourne dans sa situation.

Lors de la Coupe du monde, au « nous » s'ajoute encore le pays. L'équipe le représente ; elle n'est pas seulement une communauté que l'on vit, mais une communauté qui représente un tout — la nation. Les règles changent par là. Ce ne sont pas des clubs qui s'affrontent, mais des fédérations, et qui veut jouer pour un pays doit en avoir la nationalité. Ici la logique bascule dans l'ouvert : le joueur d'autre origine, né ailleurs, est naturalisé pour pouvoir jouer, et les supporters s'en félicitent quand il marque. L'exclusion qu'on prête d'ordinaire au national ne tombe toutefois pas simplement ; elle est suspendue tant que le joueur incarne avec succès le nous national. Qui marque appartient. Qui échoue peut soudain redevenir l'étranger dont on se rappelle l'origine.

Et ce que les équipes représentent, elles l'expriment aussi. Chacune a ses couleurs, ses armoiries, sa mascotte, souvent une façon propre de jouer et de se tenir, à laquelle on la reconnaît. Les supporters la prolongent, se parent de drapeaux et de visages peints et poussent le typique jusqu'au folklorique — casques de Vikings, sombreros, une bière aux couleurs nationales. Ainsi l'unité imaginée devient, pour un été, colorée et visible, et la diversité des pays paraît côte à côte sur une scène. C'est aussi l'occasion où un public de télévision apprend en passant quelque chose sur des pays lointains qui n'apparaissent jamais autrement — une sorte de leçon de géographie entre les matchs.

Tenir pour son propre pays n'est pas le seul rapport. À côté se tient l'estime des équipes qui jouent particulièrement bien — un plaisir en soi, indépendant de l'origine. Certains la cultivent comme une distinction propre : ils font plus que brandir des drapeaux, ils savent aussi distinguer et louer le beau. Les deux vont de pair, et dans le doute c'est pourtant son propre pays qui l'emporte. Ce faisant, le calcul tombe étrangement toujours juste : si sa propre équipe bat le

favori, c'est un grand exploit ; si elle fait match nul, un résultat honorable ; si elle perd, c'était pourtant contre les meilleurs. Son propre pays ne peut en réalité pas perdre.

Une sympathie propre va au petit — non pas à celui qui sombre simplement, c'est seulement cocasse, mais à celui qui élimine un grand du tournoi avant d'échouer lui-même. Cela touche quelque chose : dans la vie réelle, la plupart sont plutôt David que Goliath. Comme on se rêve, petit, dans le grand, on se rêve dans le petit qui le montre au grand.

Va plus loin celui qui charge les affiches de ce qui lui vient à l'esprit sur les pays — leur politique, leur histoire, leur place dans le monde. Alors, en finale, ce n'est pas l'Espagne contre l'Argentine, mais l'ancienne puissance coloniale contre le tiers-monde montant et sûr de lui ; et qui connaît le vainqueur sait où va le monde. On peut pourtant aussi distribuer autrement la même partie : le pays de l'ultra-néolibéralisme et de la proximité avec Trump contre un pays d'une autre tradition. Les deux interprétations sortent de la même rencontre, et l'issue confirme chaque fois celle que l'on a apportée. Ce qui peut servir à deux conclusions opposées ne porte ni l'une ni l'autre. Chaque pays a assez d'histoire pour qu'on puisse lui donner le rôle dont on a justement besoin ; le choix de la catégorie (Kategorie) se règle sur le résultat voulu. Il y a quelques années, on interrogeait un poulpe dans un aquarium, censé prédire les matchs en se décidant entre deux boîtes de nourriture. Entre son choix et l'issue, il n'y avait aucun rapport, et tous le savaient. La charge politique est, dans sa construction, le même mouvement — un lien apporté de l'extérieur à la chose, qui n'a rien dans la chose qui le porte —, seulement elle se croit profonde. Onze jouent contre onze ; qui gagne tient à la forme du jour, au hasard et aux décisions arbitrales, non à la politique économique des gouvernements. Ce qui est satisfait, c'est un besoin de signification que le jeu ne donne pas.

Mais le pays n'est pas le club. Avec le club, rien ne lie que le choix ; de son propre pays, on dépend réellement — par les lois, les impôts, la protection, la vie que l'on y mène. C'est pourquoi l'identification nationale n'est pas aussi sans conséquences que celle au club. Sous le voile de l'amitié des peuples et du bon perdant court pourtant une concurrence des nations, et elle touche au réel. La critique marxiste, qui voyait déjà dans la réconciliation des classes une idéologie, un opium, trouve ici son cas le plus aigu. Le « nous » du jeu englobe aussi ceux qui gouvernent le pays, et leur politique — et précisément quand on est mécontent d'elle ou qu'elle se dirige contre ses propres intérêts. On le voit à ce que la critique de son propre pays passe facilement pour un salissement du nid, et à ce que les gouvernants aiment siéger à la tribune, dans l'éclat du jeu qui déteint un peu sur eux.

L'éclat ne déteint pas seulement sur les gouvernants. Il atteint aussi le citoyen ordinaire. Qui vient d'un pays dont l'équipe brille en ce moment est abordé à l'étranger à ce sujet — comme s'il avait lui-même accompli quelque chose. Son pays a une formidable équipe, donc on est, avec lui, un peu formidable. Il n'en découle pas beaucoup, mais un peu de sympathie tout de même, et elle compte dans le contact avec des étrangers.

Ce que cela signifie peut se voir de deux manières. Peut-être la réconciliation symbolique désamorce-t-elle la pression d'aborder la véritable fracture — le football donne pour des heures le sentiment d'égalité et ôte sa pointe au désir d'égalité réelle. Du pain et des jeux. Ou bien l'unité vécue est, si dénuée de conséquences soit-elle, une préfiguration du possible — un rappel que les couches peuvent se rencontrer, que ce qui sépare n'a pas le dernier mot. Alors le football n'apaise pas, il éveille. Quelle vue est juste dépend de circonstances qu'il faudrait examiner au cas par cas.

Ce qui reste ouvert

Certaines choses ne sont qu'effleurées. Le plaisir de l'affrontement, le besoin profondément enraciné du « nous contre eux », dont la racine reste ouverte. La violence des hooligans, qui ne s'explique pas par l'être-supporter, mais par son basculement : là où des gens ne se sentent efficaces en rien par ailleurs, l'affrontement symbolique bascule dans le réel, et la soupape devient foyer d'incendie. Et la question de savoir jusqu'où tout cela, montré sur les grands clubs, vaut pour le petit club du coin, où il reste davantage de véritables traces de communauté.

Le football est jeu et travail à la fois, communauté et affaire, sentiment authentique et attention vendue, réconciliation symbolique et peut-être préfiguration d'une réconciliation réelle. Dans l'unique mot « nous » qui sort au but de mille gorges, tout cela est contenu. Qui le crie peut ensuite le démonter — et le crie pourtant de nouveau au but suivant.