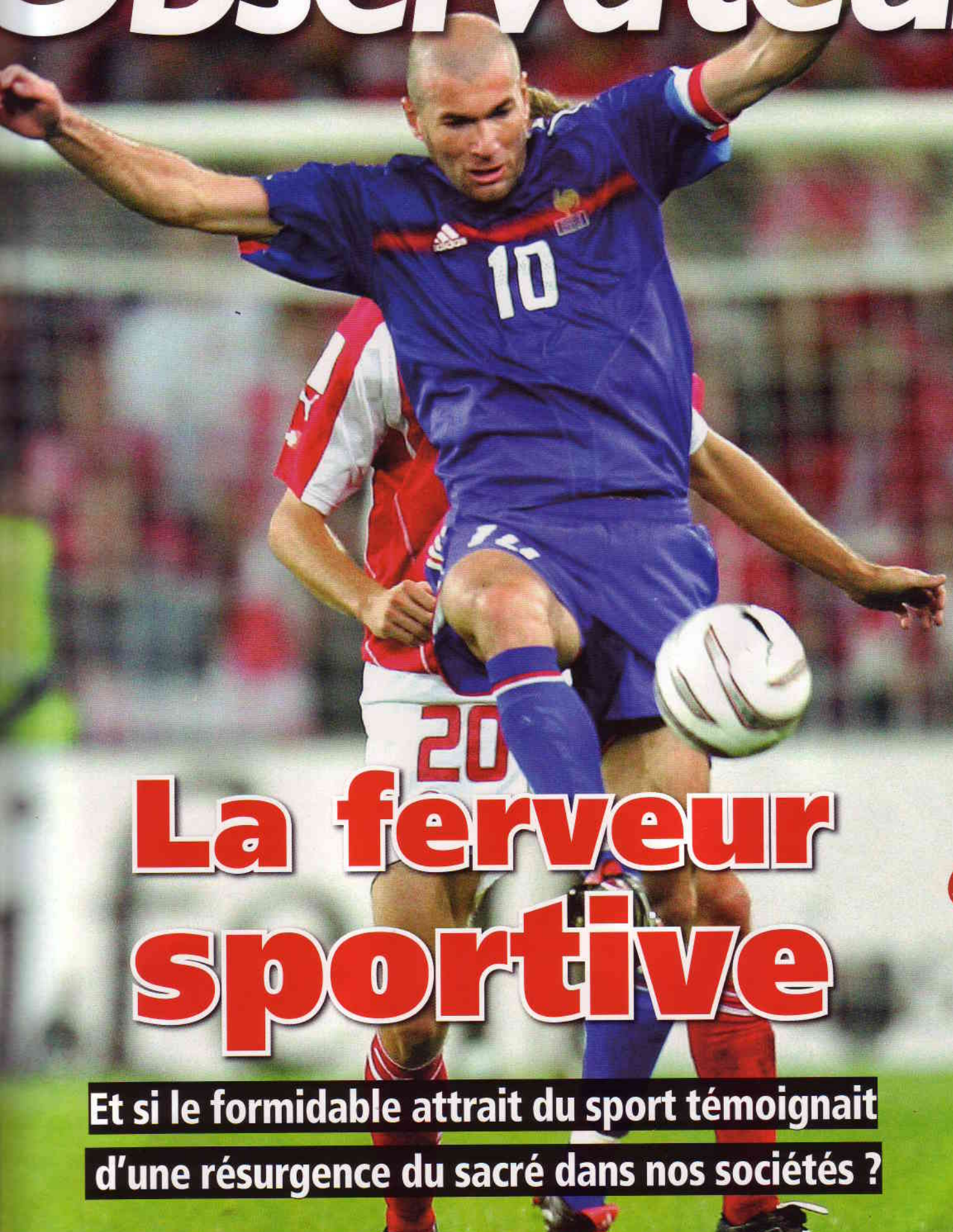


le nouvel
Observateur

HORS-SÉRIE



**La ferveur
sportive**

**Et si le formidable attrait du sport témoignait
d'une résurgence du sacré dans nos sociétés ?**



M 02802 - 511 H - F: 4,00 € - RD
[Barcode]

éditorial

Il n'y a guère que les Journées mondiales de la jeunesse (JM) pour attirer autant les foules que les grandes rencontres sportives. On chercherait en vain, aujourd'hui, d'autres événements créateurs de rassemblements collectifs unanimes. Il serait imprudent toutefois de réduire le phénomène sportif contemporain à une simple recrudescence, dans nos sociétés de loisirs, du défoulement ludique. Ni à une conséquence du reflux de la politique dommageable pour la vitalité démocratique. Il serait encore trop simple d'en faire une régression à des stades primaires du comportement ou le dernier avatar de l'« opium du peuple ». La critique du sport-spectacle n'est d'ailleurs pas nouvelle, elle remonte à la fameuse formule de Juvénal – *panem et circenses* – stigmatisant la popularité des *ludi* dans la Rome antique. Laissons donc les considérations habituelles.

La résurgence du fait sportif en plein cœur de la civilisation industrielle, son déploiement continu tout au long du XX^e siècle, et son apothéose actuelle, tout porte à croire que nous sommes en présence d'un noyau fondamental de la culture, jailli des profondeurs de l'histoire.

Qu'il y ait du sacré dans le sport, il est aisé d'en convenir. Mais que le sport assume pour la collectivité les fonctions du religieux – faire du lien, rassembler dans l'Un, le temps d'une rencontre, des individus ordinairement dispersés et raviver en eux le sens d'une communauté de destin dans la chaleur identitaire retrouvée –, telle est bien la nouveauté. Si ce n'est l'étrange surprise. N'avait-on pas prêté la fin du religieux dans nos sociétés « sorties de la religion » ? Sans pousser trop loin l'analogie, convenons que l'agenda des grandes manifestations sportives rythme le temps social à la place du calendrier liturgique ; que les stades captent la ferveur populaire comme le firent jadis les cathédrales ; que la puissance émotive, la liesse ou les spasmes épanchés durant un match ne sont pas sans rappeler la fonction dionysiaque des antiques festivités rituelles. Et que dire du champion ? N'est-il pas le sacrificateur qui immole devant des millions de supporters et téléspectateurs la victime sacrificielle, cet indispensable vaincu ? Le voilà porteur du lointain héritage tribal, le combat agonistique avec son fameux *vae victis* ! On peut alors se demander pourquoi l'imaginaire archaïque est ressenti avec autant d'intensité dans nos sociétés ? C'est que la compétition opère sous nos yeux un dévoilement progressif de la vérité – « Que le meilleur gagne » – et manifeste alors ce que la coutume appelait le jugement de Dieu, l'ordalie. Cette résonance tragique du sport concourt puissamment à sa dimension esthétique – la beauté du jeu – et éthique – l'impérieux respect des règles. Si donc le plaisir moral compte autant que l'agrément du spectacle, on comprend mieux le malaise suscité par la brûlante question du dopage ; il y va de l'identité et de la dignité du sport.

Le réveil de la sensibilité religieuse primitive en plein cœur de nos sociétés sécularisées est sans doute riche d'enseignements ; nous rejouons obscurément à chaque match l'histoire des origines de la culture. Les *olà* vibrantes des supporters reproduisent à notre insu les chœurs des tragédies antiques et nous relie à un passé toujours présent. Il y a donc, dans le sport, beaucoup plus qu'une récréation, c'est tout le mystère de la vie et de l'expérience du monde qui se donne à voir avec éclat.

Sandrine Hubaut

RUBRIQUES

13 CHRONIQUE La glorieuse incertitude du sport <i>par Olivier Tinland</i>	80 SUR LE MOTIF L'art-performance <i>par Jérôme Picon</i>
79 L'ESPRIT BUISSONNIER Le revers de la médaille <i>par Jean-Michel Besnier</i>	82 REGARD La paix du stade <i>par Marcel Conche</i>

DOSSIER

- 4 **LE GRAND ENTRETIEN**
Le sport est l'affaire du philosophe !
par Alexis Philonenko
- 14 **Breaking the rules**
par Alain Loret
- 16 **Quand la loi de l'Audimat arbitre le match !**
par Patrick Mignon
- 18 **L'inactualité du sport-spectacle**
par Jean-Paul Thuillier
- 22 **Le football comme drame philosophique**
par Christian Bromberger
- 28 **Faites du sport, pas la guerre !**
par Jean-René Ladmiral
- 32 **Des jeux de la noblesse au sport pour tous**
par Georges Vigarello
- 36 **La religion laïque de monsieur Coubertin**
par Alain Loret
- 38 **Une production du sacré hors de la religion**
par Paul Yonnet
- 40 **Le sport de haut niveau, un culte de la démesure**
par Isabelle Quéval
- 44 **Vers une société dopée**
par Patrick Laure
- 46 **L'opium des peuples**
par Patrick Vassort
- 50 **La mystique du combat**
par Yannick Constantinides
- 54 **Le Mondial plutôt que la guerre mondiale**
par Pascal Boniface
- 58 **La police des corps**
par Jacques Birouste
- 62 **Les bottes de sept lieues de Michael Jordan**
par Benoît Heilbrunn
- 64 **L'effet Nicolas Hulot**
par Jean Corneloup
- 68 **Les supporters à l'épreuve de la mondialisation**
par Ludovic Lestrelin
- 70 **La naissance de l'électronic sport**
par Philippe Mora
- 72 **Dans la foulée de Pégase aux pieds d'azur**
par Patrice Delbourg
- 76 **Le sport, « comme je veux et où je veux ! »**
par Pascal Duret

POINTS DE VUE

- | | |
|---|--|
| 8 La jouissance sportive
<i>par Paul-Laurent Assoun</i> | 10 Du pain et des jeux
<i>par Patrick Clastres</i> |
| 9 Un inconscient social
<i>par Michel Caillat</i> | 12 Le jeu de vivre
<i>par David Le Breton</i> |

photo de couverture : Franck Fife/AFP

L'effet Nicolas Hulot

Beaucoup croient pouvoir s'improviser alpiniste ou spéléologue, sans mesurer les difficultés que les sports de l'extrême comportent. L'assiduité aux émissions télé d'aventure n'est pas une préparation sportive

La montagne fait partie de ces univers qui ne laissent pas indifférents. Elle agresse, protège, séduit et interpelle les touristes, et les pratiques sportives qui animent ces paysages sont l'objet de multiples appropriations pour le meilleur et pour le pire. Comment peut-on alors comprendre ce qui s'y passe ? Ces espaces éloignés de l'effervescence du monde, considérés historiquement comme des refuges humains propices à la rêverie et aux saines escapades, sont-ils concernés par les grands changements contemporains de nos sociétés et leurs enjeux ? Sont-ils irradiés par la mise en marché de la planète sport ? Et puis, que viennent chercher tous ces pratiquants ? Le décryptage des usages sociaux et professionnels de la montagne permet d'observer les dynamiques culturelles qui animent ces lieux et la manière dont les technologies et les nouveaux objets virtuels participent à recomposer les médiations symboliques à cet ailleurs. Il consiste aussi à montrer la présence de dimensions corporelles et symboliques qui organisent le rapport à la nature et à la société. Ces dimensions dévoilent les fonctions sociales de la montagne, mais en même temps, elles participent à la constitution d'un espace sociopolitique au sein duquel la société s'exprime, se reproduit et se reconstruit.

L'identification des sports de montagne n'est pas évidente tant celle-ci est marquée par de profonds changements depuis les années 1980-1990. Si les pratiques classiques – alpinisme, randonnée, spéléologie, kayak, ski alpin et de fond – ont émergé et se sont développées tout au long des XIX^e siècle et XX^e siècle, l'époque actuelle bouleverse les cadres de lecture de cet espace sportif. Les lieux, les pratiques et les technologies se sont diversifiées et multipliées entraînant la montagne dans un vaste mouvement d'ouverture et de recomposition. De pratiques estivales qui valorisaient autrefois la montée, la lenteur et l'effort – randonnée et alpinisme –, on voit émerger aujourd'hui des pratiques orientées vers la descente, la vitesse et le vertige – VTT, parapente, canyoning, base-jump, longboard. Ces mêmes activités qui se déroulaient dans les profondeurs de la nature, en haute montagne, se déplacent maintenant dans les vallées, à la périphérie et au cœur des stations touristiques. L'émergence des pratiques sportives à l'intérieur de la station touristique – gymnastique, beach-volley, skate... – et à proximité – escalade en falaise, parcs aventure, via ferrata, petites randonnées... – ainsi que le renouvellement des pratiques de haute montagne – néo-alpinisme, cascade de glace, parapente, ski-alpinisme... – sont quelques exemples qui illustrent cette rupture avec les usages historiques.

Sur un autre registre, si la montagne sportive moderne s'est développée grâce à de prodigieux aménagements – stations de ski, refuges, téléphériques, voies de communication... –, équipements – cordes,

pitons, baudriers, ski, tente... – et vestimentaires spécifiques, l'époque actuelle prolonge et dépasse de bien loin cette première période de technologisation. Cette technomédiation exponentielle produit toujours plus d'interactivité, de légèreté, de confort, de finesse gestuelle et d'innovations motrices. La production d'artefact – neige artificielle, surdage des pistes, parcs ludiques... –, le développement de nouveaux engins de glisse – surf, carving, base-jump, kitesurf, longboard... –, l'amélioration des équipements – télésièges, refuges, hébergements... –, l'informatisation – forfaits, site Internet, GPS, géocoaching... – constituent quelques exemples illustrant cette deuxième période de technologisation. L'accès aux espaces sportifs de la montagne s'est ainsi profondément transformé et complexifié permettant une entrée plus conviviale et facile, une combinaison de plus en plus large d'activités mais aussi une ouverture vers de nouvelles excellences sportives par l'exploration d'extrêmes en tout genre.

A cela, il faut ajouter la profonde transformation des cultures professionnelles, institutionnelles et locales qui sont véritablement entrées dans une phase de marchandisation de l'offre proposée. En l'espace de vingt ans, les acteurs de la montagne ont renouvelé leur approche de leur activité pour répondre du mieux possible aux enjeux d'un développement économique réussi. L'entrée dans l'ère de la mondialisation touristique, la pression des

investisseurs et des financiers attachés à de grandes entreprises et la course à la rentabilité maximale bouleversent le climat montagnard produisant toujours plus de tensions et de concurrence. Les valeurs entrepreneuriales et marketing se sont diffusées à l'ensemble de la communauté pour répondre aux exigences du marché, pour renforcer la qualité de la chaîne de la valeur au sein de la filière des sports de montagne et pour gérer du mieux possible les attentes du pratiquant devenu un client exigeant.

Si autrefois, les novices acceptaient de passer par de longues initiations et se satisfaisaient de conditions de pratique précaires, les nouveaux entrants viennent consommer des produits touristiques au sein de services qui doivent afficher une qualité totale et un renouvellement constant des produits proposés. Cependant, des nouvelles tensions apparaissent entre ceux qui s'inscrivent dans une course effrénée à la surproduction d'aménagements, de flux et de produits pour satisfaire ces nouveaux clients et ceux qui souhaitent mieux maîtriser ce développement en valorisant certains équilibres humains, sociaux, économiques, culturels, locaux et écologiques, respectueux des territoires de vie. Jamais autant que ces dernières années se posent des questions de responsabilité, de gouvernance et d'éthique professionnelle. Bref, la ►

PAR
JEAN CORNELOUP

L'émergence d'une religiosité sportive

► montagne n'échappe pas aux grands défis de notre monde contemporain lorsqu'il s'agit d'évoquer le problème des limites à la croissance sportive et à sa gestion, structurée par le simple jeu du marché et des intérêts économiques et financiers.

Dans ce contexte particulier qui nous éloigne des images de la montagne refuge et porteuse de saines valeurs, la lecture de la dynamique sociale qui participe à la structuration de l'espace des pratiquants révèle, là encore, la présence de nombreux enjeux au cœur d'un champ de valeurs profondément transformé. Historiquement, la culture sportive montagnarde se structurait autour d'une symbolique ascensionnelle s'associant à des valeurs religieuses, méritocratiques, patriotiques et ascétiques. On allait en montagne pour promouvoir l'héroïsme français, légitimer sa position sociale de dominants par sa capacité à prendre de la hauteur par rapport au peuple et gens des vallées, se forger une mentalité d'entrepreneur et de chef lors d'affrontements et de passage de multiples épreuves et partager de bons moments entre individus appartenant à la même fratrie sociale.

Le tableau serait incomplet si on oubliait la présence de mouvements sociaux montagnards construits autour des valeurs contestataires et alternatives, des vertus de la montagne sanitaire – thermalisme, hygiénisme, santé – et d'un projet de démocratisation de la montagne. À ce titre, les mouvements de jeunesse et d'éducation populaire ont initié des jeunes dont les parents n'avaient ni les moyens ni les dispositions, contournant ainsi la socialisation élitiste des grandes institutions urbaines : Club alpin français, scoutisme, Touring-club de France... Mais, la montagne reste le lieu où on affiche son excellence sociale au cœur d'un univers culturel qui valorise la masculinité, la maîtrise, la domination et l'aménagement de la nature, la prise de risque et le dépassement de soi ; l'adhésion à ces pratiques nécessitant l'assimilation de dispositions sportives spécifiques et l'inscription dans un monde social particulier qui reconnaisse la valeur de ces engagements et lui donne du sens. Le projet de développement d'un alpinisme social, cette volonté de renforcer la présence des couches populaires et de proposer une culture alpinistique alternative, malgré les efforts développés par ces protagonistes, n'ont jamais abouti.

Si les valeurs classiques construites autour d'un imaginaire prométhéen et contemplatif sont aujourd'hui toujours présentes – incarnées historiquement par le Club alpin français –, une vaste rupture s'est produite sous l'impulsion de dynamiques sociales et professionnelles qui ont participé à la recomposition du paysage culturel des montagnes. Le mouvement contre-culturel californien des années 1970-1980 a donné naissance à l'univers du *free* qui valorise la glisse, la sensation, le défi,

l'hédonisme et l'immersion dans des espaces de jeu vertigineux au sein de petites « tribus » de passionnés ; l'univers marketing des années 1980 s'est orienté vers les techno-pratiques ludiques – via ferrata, parcs aventure, snow parc, slides, sports urbains... Ces nouvelles pratiques, en perpétuelle croissance, s'exécutent dans des arbres, des grandes falaises et à l'intérieur de structures artificielles aménagées, sécurisées et encadrées ; elles s'adressent à un public élargi – les vacanciers, les enfants, les corps enveloppés et dilettantes, les familles, les handicapés... Ce mouvement remarquable participe à brouiller les jeux des identités sportives, produit de la confusion dans la définition de la pratique légitime et du rapport au risque. Il alimente les controverses sur le bien fondé de cette ouverture sociale et symbolique quant à la définition des valeurs, des accroches touristiques et sportives à ces espaces.

Il faut aussi noter la prodigieuse expansion des compétitions et raids sportifs – trail, VTT, escalade, ski-alpinisme, course de traîneaux... Jamais, les valeurs et émotions compétitives n'ont autant imprégné les imaginaires et les relations à la montagne. On est bien loin du temps où la contemplation des randonneurs et l'héroïsme des alpinistes structuraient seuls le rapport à cet ailleurs. La montagne se « digitalise » à grande vitesse lorsque le classement, le chiffre, le chronomètre, l'entraînement binaire et la médiatisation forte de ces confrontations s'ancrent dans le quotidien de ces lieux. Certaines fédérations sportives de nature en profitent pour affirmer leur présence et pouvoir institutionnel sur cet univers comme si la grande aventure et d'autres engagements symboliques n'étaient plus possibles. Cependant, dans la continuité de l'alpinisme et des grands voyages d'antan, certains aventuriers continuent à explorer d'autres formes d'extrême. Patrick Berhault, alpiniste de renom décédé récemment lors de l'enchaînement de quatre-vingts 4 000 mètres en quatre-vingts jours, représente la figure emblématique de ce renouveau et des valeurs qui la caractérisent.

Enfin, ces dernières années sont marquées par la montée de l'univers écologique – soft ou des profondeurs – où les valeurs d'authenticité, de rencontres locales, de patrimoine redonnent de la vigueur à ces pratiques douces ou extrêmes, respectueuses de l'environnement, où il s'agit d'aller à la découverte de soi et de racines personnelles ou locales au sein de rencontres affinitaires fortes. Certains allant même jusqu'à s'inscrire dans ces mouvements de décroissance soutenable – « les extrémistes du durable » – avec cette volonté de promouvoir un autre rapport au monde, à la société de consommation et ses débordements via la promotion d'un mode de vie sportif alternatif, situé au plus près de la nature. Le développement des bio et éco-sports montagnards – randonnée, escalade, parapente, kayak – et le succès des itinéraires



HORS PISTE BIEN BALISÉE. Corsica Raid et via ferrata des Vigneaux (Hautes-Alpes), la première qui s'est vu installer un péage.