

Coupe du monde 2018 : être fan de foot rend-il heureux ? Une étude sur 32 000 personnes a des réponses



Le ballon rond fait-il d'avantage tourner la tête qu'on ne le pense? Ce ne sont pas les fans de foot qui diront le contraire. Une étude récente tout à fait sérieuse du National Institute of Economic and Social Research démontre que la douleur de voir son équipe perdre est deux fois plus forte que celle de gagner. La peine est encore plus intense quand l'équipe adverse est réputée moins bonne que celle que l'on défend.

Avec Pascal
Neveu

Atlantico : Le soutien à une équipe fait partie de l'identité propre des fans. Perdre peut-il être ressenti comme un échec personnel?

Pascal Neveu : L'étude chiffre sur une échelle de 0 à 100 l'émotion de bonheur ressenti par les personnes sondées. Les effets du football sont comparables aux plus hauts de ces nombres. Après une victoire, le pourcentage de bonheur dans l'heure qui suit est à 3,9 et baisse à 1,3 et 1,1 au cours de la deuxième et de la troisième heure. En revanche, face à une défaite on chute de 7,8% dans la première heure à 3,1 et 3,2 % en deuxième et troisième heures. Voir son équipe échouer lorsqu'on s'est rendu au stade est encore pire puisqu'on perd alors 14 points de bonheur. Etre à la maison atténue la désillusion.

Afin de mieux comprendre ces chiffres, il est important de rappeler que nous sommes face à un phénomène de groupe, de masse, qui dépasse le « simple » match local.

C'est Gustave Le Bon qui décrit le premier la psychologie des foules. Il précise, à travers un ouvrage qui reste fort discuté, que le comportement d'individus réunis n'est pas le même que celui d'un individu isolé, son discernement n'étant pas le même. Il écrit en 1895 « La personnalité consciente s'évanouit, les sentiments et les idées de toutes les unités sont orientés dans une même direction. Des milliers d'individus séparés peuvent à certains moments, sous l'influence de certaines émotions violentes, un grand événement national par exemple, acquérir les caractères d'une foule psychologique. Il suffira alors qu'un hasard quelconque les réunisse pour que leurs actes revêtent aussitôt les caractères spéciaux aux actes des foules. A certains moments, une demi-douzaine d'hommes peuvent constituer une foule psychologique, tandis que des centaines d'hommes réunis par hasard peuvent ne pas la constituer. »

Il pose la base de réflexions sur les mécanismes de foule, qui ont permis à des auteurs comme Hume et Freud de penser les problématiques d'empathie, de sympathie ou antipathie, mais aussi d'hypnose, de contagion.

Il est donc question du soutien d'un leader, d'un meneur capable de diriger, d'orienter des émotions et pensées.

Une effervescence, proche de l'hystérie collective, fait que nous sortons pleinement de notre raison émotionnelle.

Il s'agit d'autant plus de soutenir une identité nationale faisant écho à notre propre identité à la fois définie, mais toujours en recherche,

car inconsciemment, notre être est en advenir, et donc en questionnement et besoin de se rattacher à des valeurs collectives. Les revécus de matchs de foot vécus et partagés avec des figures parentales ajoutent à cet échappement émotionnel qui nous dépasse.

J'en discutais avec un très bon ami, qui par ailleurs commente actuellement les matchs dans les médias... et il me disait « Avec mon père, c'était à la fois fusionnel, du registre de la transmission, mais quand je le voyais dans ses réactions avec ses amis... j'étais en union avec lui. »

L'échec personnel est déjà une émotion violente narcissiquement. Mais lorsqu'elle prend une dimension groupale, collective et nationale... les ressentis en sont encore plus violents, et partagés. Dans les gradins (il faut imaginer les montants déboursés par des fans) ou derrière un écran télé, les mécanismes d'identification et de projection sont tels que l'émotion, la compassion sont à leur comble. Il s'agit d'une communion.

Nicolas Hourcade : On ne peut pas raisonner sur les fans de foot de manière générale, ça c'est la première réponse. Tous les gens qui s'intéressent au football n'ont pas le même rapport à ce sport, n'ont pas tous les mêmes émotions et les mêmes intensités d'émotion. Vous avez des gens qui suivent très régulièrement les résultats sportifs, notamment ceux qui vont avoir un club favori et pour lequel l'intensité de l'engagement est très forte et vous avez des gens qui vont se passionner tous les deux ou quatre ans pour les grandes compétitions et les gens qui vont suivre l'équipe de leur ville quand elle a des résultats. C'est très variable d'un individu à l'autre.

Le constat sur le fait que soutenir son équipe c'est avant tout de la souffrance est assez bien documenté. Un roman le montre merveilleusement bien, c'est celui de Nick Hornby qui s'appelle "Fever pitch" qui raconte la passion du foot (à l'époque l'auteur est fan d'Arsenal), dans lequel on comprend que c'est essentiellement une souffrance avec quelques moments de satisfaction, mais globalement c'est du stress pendant le match et on se détend seulement au bout de trois ou quatre buts. De nombreux travaux sociologiques ou ethnologiques montrent la même chose. La question est de savoir comment les gens peuvent se mettre dans cette situation. Là on parle vraiment des gens qui sont fan de leur équipe et qui la suivent régulièrement. Le club de football fait partie de leur identité de manière très forte. Pour différentes raisons: l'équipe de football est un point de stabilité identitaire, on se définit par rapport à ça et la signification du club dépasse le club lui-même. Si on est attaché à un club c'est parce que ça a été transmis par des amis, par la famille et il se joue à la fois des traditions et des transmissions familiales. Certains supporters sont très accros mais c'est une minorité du public du sport. Pour ceux-ci le club est parti intégrante de leur identité, ce qui explique la force de leurs émotions y compris des émotions douloureuses et parce que c'est un sport où les scores sont relativement serrés et où on ne gagne pas toujours. La probabilité d'être détendu est faible!

En ce début de coupe du monde, peut-on soutenir que les fans de football n'apprennent jamais de leurs expériences? Cette irrationalité s'atténue-t-elle en vieillissant ou est-elle constante à tous les âges?

Nicolas Hourcade : Ça varie très fortement avec l'âge et les parcours personnels. L'attachement au club est en lien avec l'identité et pose la question : comment la vie se construit par ailleurs? La vie de famille, le travail, la place des loisirs, etc. Parfois l'investissement vient compenser un travail qui ne nous plaît pas. Parfois le club constitue un ciment familial, une transmission. Le fait qu'on ait appris à aimer le club par son père, son grand, père, l'envie de transmettre à ses enfants. Il y a des phases où on est très engagé, mais généralement ce n'est pas linéaire.

Pascal Neveu : Le terme fan est révélateur du phénomène. Les mêmes mouvements émotionnels seraient observables chez des fans de Wagner à Bayreuth, lors des obsèques de Johnny, ou le mariage d'un Prince du Royaume-Uni.

Freud, dans son ouvrage traitant de la Psychologie des masses et analyse du moi, précise que le collectif est pré-existential du Moi.

Il existe des foules existentielles (les institutions), des foules occasionnelles (jeux olympiques, coupes du monde, téléthon, eurovision...) et des foules organisées décrites par Joyce Mc Dougall qui décrit une typologie qui ne propose qu'adhésion ou silence face à un événement social qui se veut faire lien de cohésion sociale. Autrement dit, il n'est pas question d'âge, de mémoire ou autre...

L'événement et l'émotion collective l'emportent sur le « rationnel ». Freud parlerait bien évidemment d'une communion libidinale et sexuelle. Il devient question de vie ou de mort à travers tous ces matchs... Il suffit d'écouter le champ lexical des commentateurs.

Il s'agit bien évidemment d'une sorte de horde primitive (de par le comportement de supporters) mais également d'ériger un totem/drapeau national, afin de répondre à un idéal collectif, au détriment d'un idéal du Moi.

Précisément, la mémoire collective l'emporte sur notre vécu personnel. Il s'agit bien là d'événements particuliers, éphémères. Le temps et le rationnel reprennent leurs droits par la suite. Je pense que ces mouvements, même s'ils servent à quelques-uns, ont une vertu humaine inégalable : donner le sourire, favoriser le lien social, faire ressentir son cœur, porter des espoirs, accepter la défaite... En soi, une application de notre vie quotidienne, non?

Quand on parle d'irrationalité, quels sentiments cela traduit-il?

Nicolas Hourcade : Il y a du stress avant les matchs et pendant et en cas de défaite, on va ressentir de l'abattement, de la colère, toute cette gamme de sentiments. C'est ce que Christian Bomberger, un des principaux ethnologues à avoir travaillé sur la passion du foot en France dit: "l'intérêt du foot pour les supporters c'est de permettre d'éprouver de manière exacerbée toutes les émotions possibles d'une vie humaine". Emotions que l'on peut ressentir pendant les 90 minutes du match mais qui rayonnent aussi sur le reste de l'existence. Le football, quand on est accroc, c'est pourvoyeur d'émotions fortes, et beaucoup de supporter le compare à une drogue. L'analogie est parlante : c'est beaucoup de souffrance pour peu de bonheur.