

Fan club

Loïc Beauregard-Lefebvre

Number 3, Fall 2021

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/98684ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue L'Esprit libre

ISSN

2563-5425 (print)

2564-1824 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Beauregard-Lefebvre, L. (2021). Fan club. *Siggi*, (3), 50–52.

FEUILLETON

*Ils le diront jamais tel quel aux nouvelles
Mais le tissu social de Montréal c'est de la Sainte-Flanelle
Quand y est question de hockey, nous on fait pas dans la dentelle, OK
C'est plus qu'un sport
C'est une métaphore de notre sort*
— Loco Locass

I'm on the pursuit of happiness and I know
— Kid Cudi

Fan club

LOÏC BEAUREGARD-
LEFEBVRE,
Montréal

*Dans une autre vie, Loïc
étudiait la sociologie, mais
il est à présent un litté-
raire. Aussi, il aime jouer
au hockey. Inutile de dire
qu'il adore le Canadiens
de Montréal. Ça va de soi.*



L'été dernier, Montréal¹ s'est rendu en finale de la coupe Stanley, frôlant ainsi l'ultime rêve partagé par le Canadien et ses partisan·e·s : remporter une nouvelle fois la coupe², les grands honneurs.



On entre au stade comme on entre dans un aéroport. Des détecteurs de métal séparent l'intérieur ordonné de l'extérieur anarchique. Passé cette frontière de sécurité, de longs couloirs de béton, des concessions de nourriture, des boutiques souvenirs. Question d'éviter les détours inutiles, on entre par la porte la plus proche de son siège.

Des hôtes et des hôtesse vous accueillent :

— Section R, rangée 310, c'est juste là-haut.

Une rangée plus haut et c'était le mur. D'ici, les loges et le *jumbotron* nous bloquent la vue. Il faut en profiter au mieux, ce n'est pas donné être ici.

— Accueillez... VOS Canadiens !

Les joueurs embarquent sur la glace, les dieux du stade. L'ambiance, l'atmosphère électrisante : la foule est en délire.



Je trouve le chandail des Canadiens magnifique. Tellement que j'ai de la misère à le voir dans son ensemble : le rouge profond, le bleu solide, le blanc subtil. À mon œil, une composition parfaite.

Il est d'usage d'aller au stade habillé aux couleurs de son équipe. Une marée uniforme. Gonflée à bloc, la foule a la tâche d'intimider l'adversaire. *Le septième joueur*. Par intervalle, sur tous les écrans du stade, des animations encouragent la foule à encourager son équipe, à jouer son rôle dans la partie. Quand elle s'y met, ça résonne. C'est euphorique.

Dans le monde du hockey, on qualifie « d'impondérable » ou « d'intangible » tout ce qui a une influence sur la *game*, mais qui échappe à la commune mesure. Ceci inclut l'effet de la foule, mais aussi le leadership, les blessures, les « performances surhumaines », le désir de vaincre, l'expérience, etc.



Quel nom devrais-je inscrire au dos de mon chandail du CH ?

Sur quel nom miser ? Sur quoi me baser pour faire un choix pareil ? La mode ? Mes valeurs ? Quel chandail ne perdra pas de valeur avec le temps³ ?

Choisir le nom d'un joueur vedette ? de la recrue de l'heure ? d'un « plombier⁴ » ? d'un ancien joueur ? celui du joueur qui *me représente* le plus ? n'en mettre aucun (indémontable)⁵ ?

Indécis·e entre le passé et le futur de l'équipe (le marché fluctue si rapidement), le ou la partisan·e passe son temps à se souvenir ou à se projeter^{6,7}.



La foule s'est levée, en canon, les lumières sonnent l'alerte, la musique fait durer l'orgasme : notre équipe vient de *scorer* un but. Des cris, des applaudissements, des accolades.

¹ Il est possible de parler du club de hockey Canadiens de Montréal par métonymie avec la ville. Beaucoup de surnoms (figures de style) sont aussi admis, dont les Glorieux, la Sainte-Flanelle, le Bleu-Blanc-Rouge, le CH. Plus terre à terre, on peut aussi parler du grand club ou simplement, des Canadiens.

² L'équipe de Montréal est la plus titrée de la Ligue nationale, avec 24 titres, ce qui fait la fierté de tou-te-s les fans.

³ Valeur marchande.

⁴ Terme désignant un joueur de soutien, qui travaille fort, mais qui n'a pas le talent des joueurs élites.

⁵ En date du 15 juillet 2021, le chandail sans nom se vendait aux alentours de 200 \$, alors que celui portant l'inscription du nom d'un joueur se vendait aux alentours 270 \$ — la peur du risque n'est peut-être qu'une question de moyens.

⁶ Le ou la partisan·e se projette à la fois dans le temps, en espérant une issue favorable, et dans le jeu, se fait des films. Étranger·ère au jeu, il ou elle peut s'imaginer joueur, entraîneur, directeur général. Toutes les issues lui sont permises, car aucune décision ne lui revient.

⁷ Ultiment, j'ai choisi le chandail du joueur que j'aimais le plus.

⁸ Cette situation hégémonique permet néanmoins au magazine «d'économiser sur le papier».

⁹ Une collègue, pour expliquer son non-intérêt envers les Canadiens, me confiait qu'elle n'était «pas assez patriotique pour ça».

¹⁰ Ancien stade mythique des Canadiens de Montréal, où les 24 coupes Stanley de l'équipe ont été gagnées, et qui a aujourd'hui été reconverti en centre commercial et en complexe cinématographique.

Nous avons toutes et tous marqué, en quelque sorte.

— Qui qui a scoré ?

Je n'ai pas vu. Heureusement, dans ces stades immenses, des écrans géants nous remontent l'action, sous tous ses angles. Des prises de vue spectaculaires, de gros plans sur les joueurs, *comme si on y était*.

Si la caméra filme un joueur assis sur le banc en train de fixer l'écran, dans un élan de pudeur, le joueur détourne le regard aussitôt qu'il s'est entrevu. Il faut *rester concentré sur la game*. À l'inverse, lorsqu'un ou une partisan·e se voit sur grand écran, l'excitation monte d'un cran, devient ambiguë, extrême ou excessive. Sans faute, le fil de l'image coupe au moment même où la personne s'est reconnue.



À vrai dire, je ne vais pratiquement jamais au stade. Ironiquement, le spectacle n'est pas moins bon de chez soi. Les situations sont décrites par un commentateur, analysées par un analyste, puis décortiquées par animateurs, anciens joueurs et analystes (d'autres); presque entièrement des hommes⁸, qui connaissent leur hockey, qui ont pour beaucoup déjà *un nom dans le milieu*. Situations détaillées, décryptées, crucifiées. Une critique *en live*, toujours en rapport avec ce qui a eu lieu, mais décalée. En écho, comme une rumeur. *The talk of the town*.

Une forme vide, qui se fait toujours référence à elle-même. Et un monde bourré de rituels. Des émissions d'avant-match aux hymnes nationaux⁹. De «la soirée du hockey du samedi soir» à la transition vers les publicités, lancée par une phrase type, une formule comme un rappel à l'ordre : «Vous regardez le hockey des Canadiens sur les ondes de [chaîne de télé spécialisée]».

Dans cette forme les discours se mélangent et se confondent. En parfaite symbiose. Des marques qui n'auraient autrement rien à voir avec le hockey trouvent leur pertinence, accrochées à ce fil conducteur infini, toujours d'actualité.

Contrairement à ceux de la plupart des autres ligues professionnelles, les chandails de la Ligue nationale sont encore exempts de publicité. Jusqu'à présent, car selon des rumeurs, les discussions sont en branle pour remédier à la situation. Une réalité qui pourrait bien voir le jour dès la saison 2022-2023. Pour beaucoup de *fans* du Canadien, le logo d'une marque sur le chandail de leur équipe serait considéré comme un sacrilège.



Dévoué à la cause, j'ai tout de même accompagné des ami·e·s au Centre Bell pour assister au dernier match de cette finale. Des billets dans les rouges. La partie se déroulant en Floride, elle nous était retransmise sur le *jumbotron*.

Après avoir profité de l'enivrante «expérience du spectacle d'avant-match», il ne nous restait plus qu'à suivre la *game* sur grand écran, admirer la glace vide, apprécier la distance entre les deux. Branché vers l'avenir, mon frère aurait trouvé ça *cool* d'avoir des projections pour suivre le déroulement de la partie dans ses dimensions réelles. Des hologrammes peut-être. Pour ma part, j'ai trouvé mon compte avec les banderoles accrochées aux cioux, célébrant les coupes Stanley remportées et les légendes dont le numéro a été retiré par l'organisation. Les fantômes du Forum¹⁰.