



HAL
open science

**“Une métaphore pour tout le reste”. Le baseball aux
États-Unis : mutations d’une culture populaire
(1910-2013)**

Peter Marquis

► **To cite this version:**

Peter Marquis. “Une métaphore pour tout le reste”. Le baseball aux États-Unis : mutations d’une culture populaire (1910-2013). *Imaginaires*, 2015, Pop Culture! Les Cultures populaires aujourd’hui, 19, pp.138-159. hal-02061250

HAL Id: hal-02061250

<https://hal-normandie-univ.archives-ouvertes.fr/hal-02061250>

Submitted on 25 Jul 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« Une métaphore pour tout le reste ».
Le baseball aux États-Unis : mutations
d'une culture populaire (1910-2013)

PETER MARQUIS

En France, le baseball est un sport méconnu, peu pratiqué, entr'aperçu dans les films et les séries venus des États-Unis¹. Pourtant il constitue depuis les années 1910 un élément central de la culture populaire américaine. Son essor fut inséparable de celui de l'industrie du spectacle et des médias de masse. Il fut aussi au cœur de l'identité des villes et de ce que les Américains percevaient comme leur « culture partagée » (Levine), du moins jusqu'à la fin des années 1950. Aujourd'hui, on constate un recul de sa popularité comme sport, mais aussi de sa signification comme symbole des valeurs nationales. Liée à de nombreux facteurs contextuels (démographie, nouvelle économie, nouvelle urbanité), ce déclin est en fait une mutation qui laisse entrevoir un nouvel âge du baseball comme métaphore des malaises contemporains.

L'objet de cet article est donc d'interroger les mutations du baseball dans une culture populaire américaine elle-même changeante. L'expression « culture populaire », bien qu'à la mode, connaît des définitions contradictoires (Fiske, Kammen, Lahire, Cullen). Nous retiendrons celle, composite, d'ensemble des pratiques de loisirs non légitimées par les arbitres du goût et dont les praticiens se sentent possesseurs. C'est pourquoi le fil rouge de cet essai sera la tension irrésolue entre possession et dépossession d'un artefact perçu comme populaire.

1. Cet article est tiré d'une intervention au séminaire « culture populaire » de l'Université de Reims Champagne-Ardenne qui eut lieu le 29 janvier 2014. Je remercie les organisateurs pour leur invitation et commentaires.

L'article s'articule autour de deux questions : comment le baseball est devenu un élément incontournable de la culture américaine de 1910 à 1960, et comment il a glissé, depuis, d'un objet d'histoire à un objet de mémoire. En effet, depuis ces années, le baseball a perdu de sa superbe dans la conscience collective. Le sport survit grâce à la télévision payante et aux partenaires commerciaux, mais culturellement il a le statut d'une ruine, d'un fantôme. Ce n'est plus tant le sport qui fascine que son empreinte sur la culture américaine. Je développerai dans cette deuxième partie l'hypothèse selon laquelle le baseball, ce fantôme riche de sens, sert de métonymie au passé.

Afin de rendre compte de l'ubiquité du baseball aux Etats-Unis, un vaste éventail de supports a été mobilisé : films, séries, culture matérielle, écrits, chansons, jeux vidéo, championnats virtuels.

« Making a hit » : l'âge d'or du baseball aux Etats-Unis (1910-1960)

Né vers 1840 comme passe-temps d'une élite marchande en quête d'un entre soi bourgeois, le baseball se popularisa et se professionnalisa vers 1870 avec la création de clubs qui représentaient les grandes villes. New York, Philadelphie, Chicago, Boston, comptaient alors une ou deux équipes évoluant dans les ligues professionnelles. Vers 1910, le public américain devint adepte de ce sport-spectacle, producteur et produit d'une culture populaire de masse. Ce fut dans les années 1910-1930, que le baseball devient un élément central de la culture populaire américaine. Six critères, à la fois distincts et complémentaires, permettent d'affirmer cela : croissance, médiatisation, mythologisation, appropriation, pénétration extra-sportive, et joie d'appartenance.

Un public croissant et en pleine diversification sociale

De 1903 à 1908, le nombre de spectateurs dans les stades doubla, pour atteindre 7 millions (Riess 5). Le rendez-vous annuel de la série mondiale, inauguré en 1903, fascinait les foules urbaines qui s'attachaient jour après jour, article après article, à leur équipe locale. Le baseball devint un « bruit de fond social, un discours

qui s'impose par sa persistance, son assiduité et son côté réconfortant » (Nareau, 20). Les citadins se massaient devant les tableaux géants montés sur les places qui annonçaient coup après coup l'avancée des matches². Malgré cette popularité, le baseball resta longtemps un sport réservé à un public restreint, car les matches étaient joués les jours de semaines vers 15h et coûtaient 50 cents (12 dollars constants). Seuls les col blancs, les professions libérales ou les petits entrepreneurs, libres de leur emploi du temps pouvaient donc y assister. Mais, après la Première guerre mondiale, le public se diversifia grâce à l'augmentation des salaires, la baisse des heures travaillées, et surtout l'abrogation des lois du sabbat puritain (*blue laws*) qui interdisaient les matches le dimanche, seul jour chômé par les employés et ouvriers. Cette diversification s'accrut en 1938 avec l'autorisation d'organiser des matches en soirée grâce à l'éclairage électrique.

Le baseball offre toutefois de l'Amérique des années 1930 une image bien peu démocratique. Les athlètes noirs étaient absents des terrains depuis que l'*establishment* du baseball avait interdit en 1880 la pratique de ce sport aux Africains-Américains. Le public noir des grandes villes s'enthousiasmait donc en masse pour les *negro leagues*, circuits parallèles aux ligues officielles (*major leagues*), où évoluaient dans des conditions précaires les vedettes « Cool Papa » Bell ou Satchel Paige. Cette exclusion concernait aussi les Amérindiens, les Cubains, les Nippo-Américains et les femmes.

Médiatisation

À partir des années 1920, le sport entra véritablement dans la sphère de la culture de masse, définie par l'historien de la culture M. Kammen comme « la culture disséminée aux moyens des médias de masse » (4). Avec la première retransmission radiophonique en 1921 (elle concernait le combat Carpentier-Dempsey à Jersey City), le sport fut rendu accessible à un plus grand nombre.

2. Pour la finale de 1911, une foule d'environ 70 000 personnes envahit Herald Square à New York pour suivre le match sur une machine appelée Play-O-Graph. Par comparaison, 20 000 personnes se trouvaient au stade Polo Grounds, à quelques kilomètres de là.

Plus profondément, cette innovation technologique changea la nature même du sport : il passa d'un spectacle collectif direct à un spectacle individuel vécu par procuration. Par exemple, le commentateur Red Barber fit entrer dans les salons de millions d'auditeurs le geste d'Al Gionfriddo lors de la finale de 1947 quand il s'exclama « il recule, recule, recule et attrape la balle d'une main juste avant le mur » quand ce défenseur vola un *home-run* à Joe DiMaggio³.

De plus, avec le passage à l'ère de la radio, les annonceurs s'invitèrent dans la négociation des contrats entre stations, ligue et équipe. Les marques dites masculines sponsorisaient en particulier les programmes de baseball. Désormais derrière chaque spectateur ou simple amateur, on voyait un consommateur. La radio (possédée par un Américain sur douze en 1928), la presse, puis la télévision à partir de 1938 ont fabriqué et détruit des dizaines de stars dans les années 1920. Tous avaient un imprésario, payé pour les vendre aux annonceurs.

Le président F. Roosevelt ne manqua pas de se mettre au diapason du mariage entre ce nouveau médium et ce nouveau sport des foules. Il fit explicitement référence au baseball dans sa deuxième « causerie au coin du feu » de mai 1933. A propos du lancement du *New Deal*, il dit, pour s'octroyer l'indulgence du public : « je n'ai pas la prétention de frapper un coup sûr à chaque fois que je passe à la batte, mais je convoite la plus forte moyenne de frappe possible, pour moi mais aussi pour l'équipe »⁴.

Une mythologisation du « démocratique »

Le baseball « unit toutes les classes et tous les types d'hommes, de la Maison Blanche jusque dans toutes les strates de notre

3. « Back, back, back, he makes a one-handed catch against the bullpen », commentaire de Red Barber, Yankee Stadium, 5 octobre 1947. Philip Roth s'inspira de ce coup d'éclat dans *Portnoy's Complaint* : « Running! turning! leaping! like little Al Gionfriddo — a baseball player, Doctor, who once did a very great thing », édition non paginée.

4. « I have no expectation of making a hit every time I come to bat. What I seek is the highest possible batting average, not only for myself but for the team », Franklin D. Roosevelt, « Outlining the New Deal Program », 7 mai 1933, discours prononcé à la radio depuis la Maison Blanche.

population cosmopolite », écrivait *Scribner's Magazine* dans les années 1910.⁵ Ce poncif aussi vieux que le sport lui-même colonise chaque livre, chaque article, chaque commentaire. S'il est à douter que le banquier et le directeur fraternisaient bel et bien avec le vendeur et l'ouvrier, cette rhétorique marque la naissance d'un discours de la démocratie sociale et de l'intégration sociale, surtout pour les Européens de la deuxième vague d'immigration, non WASP et donc étrangers aux valeurs prêtées au sport national. Mais, selon Morgan Bulkeley, président de la *National League* dans les années 1870, le baseball aurait servi de force assimilatrice pour les immigrants européens : « Il n'y a rien qui facilitera davantage et plus rapidement l'assimilation des étrangers et des descendants d'étrangers nés dans ce pays », écrivit-il dans les années 1920, « que de leur donner une bonne petite leçon du bon vieux jeu de Baseball (sic) »⁶.

Cette mythologisation – qui était aussi une légitimation du rêve américain de l'ascension sociale – fut appropriée par le pouvoir exécutif. Dès 1910, le président William Taft inaugura la saison en faisant le premier lancer, tradition qui perdure jusqu'à aujourd'hui (Rader 82-83). En juillet 2009, Barack Obama, alors aux prises avec une cabale journalistique doutant de la véracité de son certificat de naissance, utilisa le sport pour asseoir sa légitimité en se montrant sur les terrains de baseball quelques mois après son investiture (Marquis 2014, 8).

Une appropriation par le bas

Quatrième élément de popularisation, à l'automne 1919, de petits escrocs bookmakers avaient promis à huit joueurs des Chicago White Sox un appoint à leurs maigres salaires s'ils s'arrangeaient pour perdre la série mondiale contre les Reds de Cincinnati. Un journaliste zélé remonta la piste et, en 1920, le scandale éclata.

5. « Baseball unites all classes and conditions of men, from the White House through every layer of our cosmopolitan population », cité in Alexander, version non paginée.

6. « There is nothing which will help quicker and better to amalgamate the foreign born, and those born of foreign parents in this country, than to give them a little good bringing up in the old-fashioned game of Base Ball [...] », cité dans Seymour, 4.

La presse nationale fit ses choux gras de l'affaire. Des centaines d'articles déplorait la perte d'innocence du sport roi ainsi que la désillusion du public. F. Scott Fitzgerald saisit bien l'esprit du temps quand il fit dire à Nick, le narrateur de *Gatsby le Magnifique* : « Il ne m'est jamais venu à l'idée qu'une personne puisse se jouer de la foi de 50 millions de personnes... avec la détermination d'un cambrioleur forçant un coffre fort ».⁷ Soucieux d'œuvrer pour l'exemplarité, un grand jury se saisit de l'affaire et rappela que « le baseball était plus qu'un sport national, une institution nationale » (Rader 105). Le procès prolongea cette croisade morale, mais contre toute attente le jury se prononça en faveur de l'acquiescement des huit joueurs impliqués, en raison de preuves insuffisantes et de lois interdisant les paris dans le sport. A l'annonce du verdict, les spectateurs de l'audience applaudirent et portèrent les joueurs en triomphe sur leurs épaules. La fête se prolongea jusqu'au lendemain matin. Que nous dit cette histoire ? Que le public tenait davantage rigueur aux corrupteurs qu'aux corrompus, auxquels il était prêt à accorder le pardon. La croisade morale des instances du baseball n'avait pas trouvé d'écho chez le grand public, à en juger par ses réactions, montrant que les valeurs venues d'en haut se heurtèrent aux sensibilités de la base des fans.

Une pénétration dans les sphères extra-sportives

Dans les années 1940, le baseball se mit à pénétrer la scène artistique : le cinéma, la littérature ou la musique exploitaient le goût des Américains pour ce qu'ils appellent le *national pastime*. Il devint une sorte de *lingua franca* adaptable à chaque objet et à chaque genre. Parmi les nombreux exemples musicaux, le plus célèbre reste « Take Me out to the Ball Game », composé en 1908 par l'artiste de vaudeville Jack Norworth, devenu aujourd'hui l'hymne incontesté de ce sport. Il fut sans cesse réapproprié et adapté à divers styles, d'abord en 1948 par Frank Sinatra et Gene Kelly dans le *musical* éponyme, puis en 1949 par Count Basie et son orchestre dans l'introduction à « Did You See Jackie

7. « It never occurred to me that one could start to play with the faith of fifty million people – with the single-mindedness of a burglar blowing a safe », (traduction).

Robinson Hit That Ball ? » et enfin 1954 en forme de clin d'œil dans les premières mesures de « Amazin' Willie Mays » par le *swing band* Odom Quartet.

Le baseball pénétra aussi les domaines filmiques et radiophoniques. Outre les nombreux films sur le baseball dont l'intrigue est souvent maigre, Hollywood produisit des fictions où ce sport la connote et la colore, comme dans le prologue à la fable *Arsenic et Vielles Dentelles* réalisée par Frank Capra en 1944. L'année suivante, Fred Allen, satiriste radiophonique, invita Leo Durocher, *manager* des Brooklyn Dodgers, à jouer *Brooklyn Pinafore*, pastiche des opérettes de Gilbert et Sullivan, afin d'exploiter les clichés relatifs aux Dodgers.

La littérature n'est pas en reste : les *pulp magazines* à thématique sportive, tel *Sport Story Magazine*, incitaient l'imaginaire infantile à aduler les héros sportifs dans des *morality plays* d'un temps nouveau. John Tunis et sa tétralogie autour des Brooklyn Dodgers était, d'après un sondage de 1949, l'auteur favori des jeunes garçons américains. H. Allen, enfin, et son best-seller humoristique *Rhubarb* (1946), narrait les vicissitudes d'un chat qui devient millionnaire et hérite d'une équipe de baseball professionnelle. Il fut adapté au cinéma en 1951 et, l'année suivante, en bandes dessinées.

Moins artistique, mais tout aussi influente, la pénétration du baseball dans la sphère marchande ne saurait être sous-estimée. Quand ce n'étaient pas les vedettes comme Joe DiMaggio qui vantaient les mérites de Camel, Gillette ou Ballantine, c'étaient les marques de chewing-gums qui inventaient le concept de cartes illustrées insérées dans les paquets pour que les utilisateurs, surtout des jeunes, puissent les échanger ou les collectionner. Tous ces produits dérivés rendaient le baseball encore plus populaire, surtout auprès des hommes et des jeunes garçons.

Joie et sentiment d'appartenance

Malgré la Grande crise des années 1930, le baseball professionnel se maintint parmi les entreprises les plus rentables du pays. Les clubs continuèrent de faire des bénéfices en diminuant le

salaires des joueurs, tenus en servitude par des contrats d'exclusivité. Le public trouvait dans ces forçats de la batte des héros ordinaires qui leur ressemblaient. Quand les États-Unis entrèrent en guerre en 1941, la popularité du baseball était à son paroxysme : vingt millions de personnes suivirent la course au titre qui fut particulièrement serrée cette année-là entre les Dodgers et les Yankees, deux équipes de l'agglomération new-yorkaise. Durant toutes les années 1940 et 1950, New York demeura la capitale nationale du baseball : sur les quinze séries mondiales jouées entre 1941 et 1955, le titre ou le place de finaliste revinrent quatorze fois à une des trois équipes de l'agglomération ! En 1955, quand les Brooklyn Dodgers emportèrent pour la première fois le titre de « Champions du monde », un vent de folie s'abattit sur le *borough*. Pendant plusieurs heures, la circulation fut impossible, les lignes téléphoniques étaient saturées, les jeunes Brooklynnoises et Brooklynnois exhibaient dans les rues leur joie d'avoir enfin battu les Yankees (Marquis, 2009, 391) La joie était encore plus grande dans le cœur des Africains-Américains de la ville, puisque les Dodgers furent la première équipe du baseball officiel à avoir brisé la « ligne de couleur » en engageant en 1947 l'Afro-américain Jackie Robinson, deuxième base au talent spectaculaire et au calme olympien face aux insultes racistes. Il était alors la fierté de toute une nation qui communiait sur l'autel de la tolérance raciale dans le souvenir encore vivace du combat contre le fascisme et le nazisme.

Mais l'état de grâce fut de courte durée. Le baseball perdit rapidement son emprise sur la psyché d'une nation alors en plein bouleversement. Dans les années 1950, les emplois ouvriers disparaissaient, les populations blanches se retiraient vers les banlieues, Noirs et Hispaniques les remplaçaient dans des centres-villes frappés par une pauvreté endémique. Symbole de ce nouvel âge, les Dodgers quittèrent subitement Brooklyn pour la glorieuse Los Angeles en 1957, en route vers de nouveaux titres au pays des autoroutes et de la télévision payante. D'autres délocalisations suivirent : le baseball perdait sa place au cœur de la culture populaire, remplacé par le football et le basket, porteurs d'autres valeurs et d'autres héros. Comme le résume Daniel

Hardy, le baseball parlait des « caractéristiques morales que [les Américains] en tant que peuple utilisaient pour se définir, [telles que] le caractère, le courage, la résolution, l'abnégation, le travail, l'acceptation du sacrifice pour l'équipe, etc. [...] » (Hardy, 1). Il ajoute : « le baseball reflétait autrefois ce que nous pensions que nous aurions dû être [...], mais les définitions culturelles que l'on se donne à soi-même ont changé ; le baseball, lui, n'a pas changé, ce qui explique sa marginalité aujourd'hui ». Ce jugement explique pourquoi le baseball est culturellement à la marge de nos jours. Il n'en est pas pour autant insignifiant.

Depuis les années 1960 : la mémoire d'une ruine riche

Depuis les années 1960, le baseball a perdu de sa superbe dans la conscience collective. Son histoire récente est marquée par des scandales à répétition, comme en 1989 lorsque Pete Rose, joueur tant apprécié, fut accusé d'avoir parié sur les matches de son équipe. L'usage de cocaïne chez les Pittsburgh Pirates, puis, à partir de 1998, les contrôles positifs aux anabolisants pour les vedettes Sammy Sosa, Mark McGwire, Barry Bonds et récemment Alex Rodriguez, coqueluche des Yankees, ternirent la réputation du sport. Sans oublier la grève menée par les joueurs en 1994 pour réclamer des salaires plus élevés. De plus, avec les délocalisations des équipes, les joueurs sont perçus comme des mercenaires sans attache à une ville ou un public, et puisque les stades sont maintenant dans les banlieues, accessibles par voiture, loin des autres institutions municipales, le baseball a perdu sa fonction citoyenne locale.

Culturellement, il a donc le statut d'une ruine ; toutefois, puisque les ruines fascinent et mobilisent l'imaginaire, l'historien du culturel peut interroger la perception sociale de cette ruine et de son ombre portée. Loin d'être mort, le baseball a une présence bien vivace, sous une forme nouvelle cependant. Ce n'est plus tant le sport qui fascine que ce qu'il permet de dire ou d'entrevoir sur la culture nationale. Je souhaiterais ici développer l'hypothèse selon laquelle le baseball servirait de métonymie du passé. Celui-ci peut être national tout autant que personnel, voire intime. De nouveau, je voudrais m'appuyer sur des productions

culturelles variées. J'ai identifié quatre modes selon lesquelles le baseball nourrit le rapport des Américains au passé : la nostalgie, le trait d'union, la filiation, la riposte à la dépossession.

Un objet de nostalgie pour la « Grande génération »

Au cours de mes entretiens avec des anciens fans des Brooklyn Dodgers, un propos revenait tel un leitmotiv, ou une plainte lancinante (Marquis 2009, 491). Les Dodgers portaient le souvenir d'un monde perdu, incarné par le bonheur de la vie de quartier dans les années 1950, quand, selon un joueur des Dodgers, « tout le monde connaissait son voisin, que le rythme de la vie était plus lent et que le baseball n'était encore qu'un jeu, et non un commerce »⁸. Souvent imputée à tort à l'invasion des quartiers blancs ethniques par les Afro-américains ou Afro-antillais, cette disparition d'une civilisation fut en partie causée par des politiques immobilières spéculatives et raciales qui mirent l'accent sur l'accès à la propriété dans des banlieues homogènes plutôt que sur le maintien de quartiers mixtes en centre-ville. De plus, le tournant vers l'économie tertiaire défavorisa les jeunes des minorités non qualifiées provoquant une hausse du chômage et des troubles sociaux qui sapèrent les fondements du progressisme et donnèrent même lieu à un retour de bâton conservateur dans les années 1970, illustré par le programme de Nixon pour « la majorité silencieuse ». Typique de cette époque, la célèbre chanson interprétée par Frank Sinatra, « There Used to Be a Ballpark »,⁹ utilise des arrangements de cuivres et de cordes qui, avec des paroles empreintes de nostalgie, métaphorisent le baseball en paradis perdu.

« Il y avait jadis un stade de baseball [où le gazon était tendre et vert,
Et les gens aimaient follement ce sport [avec une joie que je n'avais jamais vue.

8. Carl Erskine, interviewé dans *1955 - Seven Days of Fall*, réal. Rory Fielding, documentaire DVD, 2007.

9. Ecrite par Joe Raposo et enregistrée par Frank Sinatra pour son album *OP Blue Eyes Is Back* (Reprise, 1973).

Et l'air avait l'odeur merveilleuse [des hot-dogs et la bière
Il y avait jadis un stade de baseball [juste ici.

Et les gens mangeaient des sucreries [le soir du 4 juillet
et les feux d'artifice explosaient [dans le grand ciel d'été.

Comme les gens regardaient avec étonnement,
Comme ils riaient et comme ils applaudissaient
Il y avait jadis un stade de baseball [juste ici.

Maintenant, les enfants tentent de le retrouver [mais ils n'en
croient pas leurs yeux
Car l'ancienne équipe ne joue plus [et la nouvelle ne peut guère.

Et le ciel est devenu nuageux [alors qu'il était si clair
Et l'été s'en est si vite allé cette année
Oui, il y avait jadis un stade de baseball [juste ici

Publié dans les mêmes années, le best-seller *Boys of Summer*, du journaliste new-yorkais Roger Kahn, exploita cette veine nostalgique encore davantage en donnant la parole aux joueurs, héros de l'après-guerre, devenus vingt ans plus tard de simples barmen, banquiers ou fermiers : « retrouver ses héroïques Dodgers [...] et les considérer non seulement comme d'anciens sportifs, mais comme des hommes, des pères, qui [...] continuent de se battre contre l'implacable ennemi, le temps » (Kahn, xx).

Un trait d'union entre le passé, le présent et le futur

Quand la gloire est passée, tout n'est pas perdu : il reste les souvenirs et leur pouvoir sur l'imaginaire. Le baseball sert à tracer un trait d'union avec le passé. Il n'est plus le symbole d'un monde perdu, mais d'un monde à réinventer au nom de la continuité, de la stabilité, de l'enracinement qu'il a permis. Comme le dit James Wolcott, critique au *New Yorker*, à propos du documentaire *Baseball* de Ken Burns : « ces stars du baseball semblent nous faire signe depuis la profondeur de l'au-delà ».¹⁰ Un exemple est fourni

10. « These baseball stars seem to beckon us from the great beyond », in Wolcott, James, « Romancing the Diamond », *The New Yorker*, 19 septembre 1994, 105-107.

par le film *Field of Dreams*, sorti en 1989, avec Kevin Costner dans le rôle titre. Adapté du roman de W.P. Kinsella, *Shoeless Joe*, ce mélodrame déploie la métaphore du baseball comme sésame transhistorique, dans une scène en particulier où le fantôme de l'écrivain Terence Mann dit :

La seule constante depuis toutes ces années a été le baseball. L'Amérique a été remodelée par une armée de rouleaux compresseurs. On l'a effacée comme un tableau noir, puis reconstruite et effacée de nouveau. Mais le baseball a marqué les époques. Ce gazon. Ce sport. Cela fait partie de notre passé, Ray. Il nous rappelle tout ce qui a été bon jadis, et tout ce qui pourrait le redevenir.¹¹

Le baseball, garant incertain de la transmission de père en fils

Ce trait d'union est national mais aussi intime. Dans d'innombrables films ou téléfilms produits à Hollywood, il y a une scène où le père et le fils sont dans le jardin derrière la maison et se lancent paisiblement l'un à l'autre une balle de baseball, qu'ils reçoivent dans un gant de cuir. Ce jeu, appelé simplement *playing catch*, est un poncif qui permet un échange, verbal ou non, entre le père et le fils sur le thème de la transmission, du passage à l'âge adulte, du sens profond de la vie.¹² Le baseball apparaît alors comme un moyen de communication privilégié, le vecteur d'une transmission des valeurs collectives au sein de la sphère privée. Selon Harold Theurer, auteur d'un livre sur les bienfaits de *playing catch*, Hollywood voit juste :

Lancer la balle de baseball avec mon père m'a appris que j'étais important à ses yeux. Maintenant que je suis de l'autre côté de la conversation, je montre à mon fils que, oui, il est important à mes yeux [...]. Cette activité est une métaphore de la communication : nous pouvons mieux écouter et mieux communiquer

11. « The one constant through all the years has been baseball. America has rolled by like an army of steamrollers. It's been erased like a blackboard, rebuilt and erased again. But baseball has marked the time. This field, this game, is a part of our past, Ray. It reminds us of all that once was good, and that could be again », extrait de *Field of Dreams*, réal. P. A. Robinson, Gordon Co, 1989.

12. Voir par exemple dans *Field of Dreams*, *op. cit.*

par le simple fait de sentir le sens profond de cet échange de balle. [...] Mais cela se fait presque sans parler ».¹³

Dans les représentations fictionnelles actuelles, ce moment de partage semble menacé par la parentalité moderne où les entraîneurs et les nounous prennent souvent la place des parents. Dans un monde où les familles mononucléaires deviennent l'exception, où les rôles du père sont redéfinis par ses choix, mais aussi par les nécessités d'avoir un double salaire, cette difficulté à transmettre peut servir un ressort tragi-comique. C'est le cas dans une des scènes inaugurales de la série télévisée *Parenthood* (réal. Jason Katims, NBC, 2010-2014) lorsqu'Adam Braverman, père d'un garçon de 10 ans atteint du syndrome d'Asperger, veut à tout prix emmener son fils jouer au baseball pour l'équipe qu'il entraîne, comme son père l'avait fait pour lui.

Scène 1 : Adam et Max, dans la chambre du garçon

ADAM : Ecoute, Max, t'es pas obligé de continuer le baseball après la fin de la saison. Mais je veux que tu essaies. Ça comptait beaucoup pour moi, quand j'étais enfant. T'en dis quoi, on le tente ?

MAX (*silencieux, continue de jouer aux Lego*)

ADAM : (*après avoir vérifié que sa femme ne le voit pas*) : Bon, après le match, on mange une glace ?

MAX (*silencieux, continue de jouer aux Lego*)

ADAM : deux boules.

MAX (*silencieux, continue de jouer aux Lego*)

ADAM : Et quand je dis deux boules, en fait je dis trois boules.

Scène 2 : Kristina et Haddie, dans le couloir

HADDIE (*la sœur de 16 ans*) : On devrait pas l'obliger. En quoi c'est important le baseball de toutes façons ?

13. « Playing catch with my dad showed me that I mattered to him ; and now that I'm on the other side of the conversation I'm showing my son that, yes, he matters to me [...] The catch is a metaphor for communication: we can be better listeners and communicators through the simple act of feeling what a catch is all about, [...] but often there doesn't have to be a lot of talk », in Theurer.

KRISTINA (*la mère, qui range le linge propre*) : Ça l'est pour ton père, par exemple.

HADDIE : Pourquoi ?

KRISTINA : Car ... (*hésite*) les hommes éprouvent le besoin d'exprimer leur amour (*hésite*) en frappant des balles, et (*hésite, puis ironise*) en se tapant sur les fesses, et en discutant de statistiques inutiles. (*redevient franche*) Ton père croit que si Max ne fait pas ça, il finira seul et triste.

HADDIE : Et bien ça, c'est ridicule.

Scène 3 : dans l'allée de garage devant la maison ; le coffre et les portières de la voiture sont ouvertes.

ADAM : Allez on y va, plus que 12 minutes.

KRISTINA (*court vers la voiture avec Max, en tenue de baseball*) : Chéri, comment tu as réussi?

ADAM (*second degré*) : Et bien je lui ai parlé des joies du baseball, à quel point c'est important pour son père, et...

KRISTINA (*l'interrompt*) : Oh, deux boules...

ADAM (*vaincu, mais souriant*) : Trois en fait.

KRISTINA : Très bonne pédagogie.

ADAM : Ecoute, quand il frappera sa première balle, tout s'arrangera, il comprendra.¹⁴

L'apologie du baseball faite par Adam rencontre toute sortes de résistances, de la part de son fils qui n'est ostensiblement pas prêt à marcher dans les traces de son père, et de la part des membres féminins de la famille qui se désolidarisent du problème en essentialisant le goût des mâles pour ce sport. Aussi désuet soit ce rite de passage entre père et fils, il n'est pas encore liquidé dans la psyché masculine. Mais l'apologie est en fait une plainte, celle de la disparition d'un lien aussi fort que simple. Ce lien est souvent exprimé en creux sur le mode du manque, comme dans un long métrage récent, *Before Midnight* (réal. Richard Linklater, 2013), qu'on ne saurait pourtant qualifier de conservateur. Quelques minutes après le début du film, Jesse, un Américain en couple avec une Française, Céline, exprime ses regrets de ne pas

14. Katims, réal., *Parenthood*, saison 1, épisode 1, pré-générique, traduction de l'auteur.

avoir été présent pendant l'adolescence de son fils resté aux Etats-Unis. Alors que le ton monte à propos des droits de visite et de la pertinence de contacter un avocat, Jesse intervient sèchement :

JESSE : Ecoute, il ne sait même pas comment lancer une balle de baseball.

CÉLINE : Et qu'est-ce que ça peut faire ?

JESSE : (*continue sur sa lancée*) Il... fait comme ça (*imite un geste maladroit*) il pousse avec son coude. Il lance comme une gonze.

CÉLINE : Tu n'y es pour rien.

JESSE : Pas du tout. C'est absolument de ma faute. Un père est censé enseigner ça.

CÉLINE : OK, il aime pas le baseball, et alors ? C'est compréhensible, tu sais.

JESSE : Mais ce n'est pas ça le problème, tu vois ? C'est un exemple, une métaphore pour tout le reste. Il va avoir 14 ans et il a besoin de son père.¹⁵

Une riposte à la dépossession contemporaine

La longue tradition de la critique des médias de masse affirme que les divertissements dits populaires sont au mieux le versant ludique du capitalisme aliénant (Ecole de Francfort), au pire l'expression de la toute puissance des marchés de phagocyter ce qui sort de son giron (Thomas Frank). Il serait donc impossible au grand public de s'approprier pleinement ces divertissements. Dans le domaine du sport, l'influx de l'argent des télévisions aurait fait du spectacle sportif une sorte mise en abyme de lui-même, une hyper-réalité (Baudrillard) vidée de sa substance première, à savoir l'émotion esthétique ou partisane. Il semble toutefois exister un contrepoint à cette dépossession : les jeux vidéos de baseball, du moins tels que les utilisateurs les commentent.

Les jeux récents cherchent le mimétisme absolu avec l'expérience télévisuelle. D'ailleurs les commentateurs apprécient particulièrement cela :

[Dans *MLB 13 The Show* (le jeu en question)], on a l'agréable sensation de jouer physiquement au baseball. Le bruit de la

15. Linklater, réal., *Before Midnight*, traduction de l'auteur.

batte est réaliste, et la course sur base est captivante [...]. Les effets d'ombre sont plus fidèles au réel que dans les versions antérieures. Les visages sont plus charnus et plus réalistes. Il ne manque que les tatouages.¹⁶

Même les commentaires les plus critiques (« dans *MLB 2K13*, il y a des centaines de trucs qui vous empêchent de vraiment se jeter à fond dans le match ») soulignent que c'est justement l'immersion grâce au mimétisme qui est recherchée.¹⁷ Il existe sur YouTube de nombreuses vidéos de parties jouées et commentées en direct. L'une d'elle illustre à la fois le réalisme désiré par les concepteurs des jeux et la manière dont les joueurs, du moins celui qui s'est filmé, s'approprie le *gameplay*, c'est à dire la mécanique du jeu afin d'en tirer une expérience plaisante, bien entendu, mais surtout très personnelle.¹⁸ L'utilisateur semble jouir d'être l'architecte total de cet univers, au point qu'il ne dit pas « I » pour parler des joueurs qu'il commande, mais « he » ou « they » : il va même jusqu'à les appeler par leur nom, alors qu'ils n'ont pas d'existence en dehors de ce qu'il fait d'eux. L'imbrication du réel dans la fiction ludique atteint ce point où le joueur/commentateur regrette que son personnage fictif n'ait pas la même barbe que le joueur réel et demande aux concepteurs (qu'il imagine regarder cette vidéo) de corriger ce petit écueil.

En fait ces jeux vidéo « hyper réels » et paramétrables à souhait sont une nouvelle itération des *fantasy leagues*. Fondées dans les années 1980, elles mobilisent des milliers de joueurs

16. « [In *MLB 13: The Show*] physically playing baseball feels good. The crack of the bat is solid, and baserunning is exciting [...]; it's one of the best-looking sports games out there. Shadow effects are more lifelike than before, especially in day games. Faces are more rounded with realistic features. [...] All that seems to be lacking are some tattoos », compte-rendu de Brett Todd, <http://www.gamespot.com/reviews/mlb-13-the-show-review/1900-6405129> (consulté le 25/10/14).

17. « In *MLB 2K13*, there are hundreds of things that pull you out of, never allowing you to get engrossed in the sport. And they happen all the time », compte-rendu de Jack Devries, <http://uk.ign.com/articles/2013/03/25/mlb-2k13-review>, (consulté le 25/10/14).

18. Vidéo de l'utilisateur DunbarSnakbar, « Rivalry Game - San Francisco Giants vs Oakland Athletics - MLB: 13 The Show », <https://www.youtube.com/watch?v=ZgZCpm21b78>, (consulté le 25/10/14).

autour de ligues fantaisistes (ou fantasmatiques ?) qui n'existent que dans les constructions savantes des joueurs¹⁹. Pour l'historien Jules Tygiel, ces formes de repossession par le public d'un sport dévoyé, gangréné par l'argent des sponsors et corrompu par la triche généralisée reste une « forme illusoire d'émancipation » (201). Le succès de ces ligues imaginaires suggère toutefois que le baseball mobilise encore l'imaginaire des Américains d'aujourd'hui, malgré leur défiance vis à vis de l'organisation contemporaine de ce sport.

Conclusion

Au terme de cet essai, trois conclusions peuvent être tirées à propos des mutations du baseball comme culture populaire. Elles se résument en trois mots-clés : adaptation, repossession, narrativité.

Tel un caméléon, le baseball s'adapte aux circonstances de la société environnante. Son essor des années 1910 aux années 1950 refléta l'essor des médias de masse aux Etats-Unis à cette période. De même, s'il déclina en popularité quantitative à partir des années 1960, il demeure en *qualité* un élément incontournable de la culture américaine, aussi bien dans la sphère publique que dans la sphère intime. Les médias les plus récents (*fantasy leagues*, jeux vidéo) indiquent même qu'il participe à une riposte contre ce qu'on appellera, après Adorno, l'ère de la dépossession. Précisément parce que le baseball a innervé la culture américaine depuis au moins 150 ans, il peut passer du statut de culture de masse à celui de culture populaire. Fiske définit la première comme « les produits engendrés par une société capitaliste industrielle » (1989, préface) et la seconde comme « les façons dont les gens font usage et mésusage de ces produits pour les subvertir et créer leur propres significations et messages ».²⁰ A une époque où la culture semble fragmentée, où le marketing de niche rendu

19. « Many baseball fans perceived an opportunity to indulge themselves in an illusory form of empowerment », Tygiel, 201.

20. « [...] mass culture -- the cultural «products» put out by an industrialized, capitalist society -- and popular culture -- the ways in which people use, abuse, and subvert these products to create their own meanings and messages », Fiske, préface.

possible par Internet régit les comportements consommateurs et socioculturels, le baseball semble pouvoir encore jouer le rôle de trait d'union entre les Américains. Est-ce un retour à cette religion civile dont parlaient Christopher Evans *et al.* à propos du baseball dans les années 1950 ? Absolument pas, car la place du baseball n'est plus conscientisée : il est passé « sous le radar culturel » comme on dirait en américain. Comment peut-il dès lors servir de métaphore « à presque tout le reste », comme le dit le personnage de *Before Midnight* ? Mon hypothèse est que ce sport dispose d'un grand potentiel narratif. La longévité des championnats, l'abondance de statistiques et de records, le découpage du jeu en séquences qui sont autant de saynètes à haute intensité dramatique, tout concourt à faire du baseball une exceptionnelle matrice à générer des histoires. De ce fait, il mobilise l'imaginaire et, surtout, offre un comparant de choix pour de nombreuses métaphores : le temps qui passe, le sens de la réussite, la transmission, la place du Soi dans la société, etc. Des recherches plus approfondies pourront confirmer ou infirmer cette hypothèse par l'établissement d'un corpus de textes, entendu au sens large donné par Barthes, et par la conduite d'entretiens avec des producteurs et récepteurs de ces textes.

Bibliographie

- ALEXANDER, Charles C. *Our Game: an American Baseball History*. New York: Henry Holt, 1991.
- ALLEN, Fred. *The Fred Allen Show*. « A Brooklyn Pinafore ». NBC, 25/11/1945.
- BERKELEY, Bubby. réal. *Take Me Out to the Ball Game*. MGM, 1949.
- CAPRA, Frank. réal. *Arsenic and Old Lace*. Warner, 1944.
- CULLEN, Jim. *Popular Culture in American History*. Wiley, 2001.
- DYRESON, Mark. « The Emergence of Consumer Culture and the Transformation of Physical Culture: American Sport in the 1920s ». *Journal of Sport History*, 1998, vol. 16, n° 3, p. 261-281.

EVANS, Christopher et HERZOG, William R. *The Faith of Fifty Million: Baseball, Religion, and American Culture*. Westminster: John Knox Press, 2002.

FIELDING, Rory. réal. *1955 - Seven Days of Fall*. documentaire DVD, 2007.

FISKE, John. *Understanding Popular Culture*. London-New York : Routledge, 2011 [1989].

FITZGERALD, F. Scott. *The Great Gatsby*. New York: Scribner, 1925.

FRANK, Thomas. *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.

GORN, Elliott et GOLDSTEIN, Warren. *A Brief History of American Sports*. New York: Hill and Wang, 1993.

HARDY, James D. *The New York Giants Base Ball Club: The Growth of a Team and a Sport, 1870-1900*. Jefferson: McFarland, 1996.

KAHN, Roger. *The Boys of Summer*. New York: Signet Classics, 1973.

KAMMEN, Michael G. *American Culture, American Tastes: Social Change and the 20th Century*. New York: Knopf, 1999.

KATIMS, Jason. réal. *Parenthood*. NBC, 2010-2014.

LAHIRE, Bernard. *La Culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : Découverte, 2006.

LINKLATER, Richard. réal. *Before Midnight*. Faliro House Productions, 2013.

LOWRY, Philip. *Green Cathedrals*. Reading: Addison-Wesley, 1992.

MARQUIS, Peter. « Les présidents américains et le sport : pouvoirs de l'exercice et exercice du pouvoir, de Theodore Roosevelt à Barack Obama ». *Histoire@Politique*, août 2014.

MARQUIS, Peter. *Brooklyn et « ses » Dodgers. Baseball et construction des identités urbaines aux Etats-Unis (1883-1957)*. Thèse de doctorat en histoire et civilisations. Paris : EHESS, 2009.

NAREAU, Michel. *Double jeu. Baseball et littératures américaines*. Montréal : Le Quartanier, 2012.

RADER, Benjamin G. *American Sports: from the Age of Folk Games to the Age of Televised Sports*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1990.

RIESS, Steven A. *Touching Base: Professional Baseball and American Culture in the Progressive Era*. Urbana: University of Illinois Press, 1999.

ROBINSON, A. P. réal. *Field of Dreams*. Gordon Co, 1989.

ROTH, Philip. *Portnoy's Complaint*. New York: Random House, 1969.

SEYMOUR, Harold. *Baseball: the Golden Age*, vol. 2. New York: Oxford University Press, 1971.

SONY. *MLB13 The Show*. Jeu vidéo pour Playstation, 2013.

THEURER, Harold. *Hey Dad! Let's Have a Catch*. New York: Column Hall Concepts, 2006.

TUNIS, John R. *Keystone Kids*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1990 (réed.).

TUNIS, John R. *The Kid from Tomkinsville*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1989 [réed.].

TYGIEL, Jules. *Past Time: Baseball as History*. New York: Oxford University Press, 2000.

VISUAL CONCEPTS. *MLB 2K13*. Jeu vidéo pour XBox, 2K Sports, 2013.

WOLCOTT, James. « Romancing the Diamond ». *The New Yorker*, 19 septembre 1994.