

## PLUS VITE, PLUS HAUT, PLUS RICHE

La médiatisation de la culture sportive américaine au xxe siècle

**Fabien Archambault et Loïc Artiaga**

**Nouveau Monde éditions | *Le Temps des médias***

**2007/2 - n° 9**  
**pages 137 à 148**

**ISSN 1764-2507**

Article disponible en ligne à l'adresse:

-----  
<http://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2007-2-page-137.htm>  
-----

Pour citer cet article :

-----  
Archambault Fabien et Artiaga Loïc, « Plus vite, plus haut, plus riche » La médiatisation de la culture sportive américaine au xxe siècle,  
*Le Temps des médias*, 2007/2 n° 9, p. 137-148. DOI : 10.3917/tdm.009.0137  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Nouveau Monde éditions.

© Nouveau Monde éditions. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# Plus vite, plus haut, plus riche

## La médiatisation de la culture sportive américaine au xx<sup>e</sup> siècle

Fabien Archambault\*, Loïc Artiaga\*\*

Lorsqu'en 1909 Camille Meillac décrit les règles du basket-ball, un sport né en 1891 aux États-Unis et joué pour la première fois en France en décembre 1893, il est obligé, pour être compris, de convoquer deux pratiques plus familières à ses lecteurs, car déjà ancrées dans le paysage sportif national :

« C'est le football en espace clos. Le football en chambre. Les combinaisons sont très nombreuses parce que les murs, agissant comme les bandes d'un billard, renvoient la balle d'une façon souvent inattendue. On dessine sur le sol à la craie un rectangle de 20 à 25 mètres de long sur 10 à 15 de large ; on joue avec un ballon plus léger que celui du football. Deux paniers placés à trois mètres du sol constituent les buts. Deux camps de cinq joueurs chacun se disputent la partie »<sup>1</sup>.

La faiblesse des références sportives franco-américaines explique les comparaisons utilisées par l'écrivain. L'acculturation sportive anglaise, respon-

sable, par exemple, du développement du lawn-tennis sur les côtes françaises fréquentées par la bourgeoisie britannique est un processus achevé en 1909. Mais les pratiques physiques américaines restent confidentielles, à l'instar du basket-ball, longtemps cantonné dans la capitale au discret cercle protestant de l'Union chrétienne des jeunes gens. Les passeurs transatlantiques sont encore peu nombreux, comme Pierre de Coubertin qui vante en solitaire les Athletic Clubs des métropoles américaines dans lesquels il décèle un possible futur athlétique de la vieille Europe<sup>1</sup>. En 1913, le caricaturiste Charles Huard rapporte de New York des croquis de sportifs. En marge, il note « qu'avec l'endurance et l'énergie » déployées aux États-Unis, « le croquet et le tennis deviennent des choses tout à fait différentes » de ce que les Français sont accoutumés à voir sur leurs plages et dans leurs jardins. Assis-tant à une partie de football américain, celui qui émerge au *Journal amusant* et à *Cocorico* se montre incapable de suivre

\* École française de Rome.

\*\* Université de Limoges.

l'action de jeu. Mais il relève que « les journaux rempliss[ent] leurs colonnes des détails de la lutte », ajoutant que « dans les music-halls, le cinématographe reprod[uit] les passes les plus sensationnelles »<sup>3</sup>.

À la Belle Époque, les États-Unis jettent les bases d'un exceptionnalisme sur lequel leur système sportif fonctionnera durant tout le xx<sup>e</sup> siècle. Marginalisant un football-association en passe de s'imposer sur l'ensemble de la planète, les « *Big Three and One-Half* » (le base-ball, le basket-ball, le football américain et le hockey sur glace né au Canada) imposent leur hégémonie<sup>4</sup>. Dans un contexte d'opposition culturelle entre l'Ancien et le Nouveau Monde, ces pratiques physiques naissent des sports anglais pour mieux s'en distinguer, devenant des marqueurs de l'identité de la jeune nation. Cette orientation n'exclut d'ailleurs pas le rugby ou le cricket mais ceux-ci ne parviennent pas à s'imposer comme des composantes de « l'expérience américaine »<sup>5</sup>.

Pour autant, les États-Unis ne sont pas écartés de l'échiquier sportif planétaire en cours de constitution. Le pays accueille même les Jeux olympiques dès 1904, puis en 1932. Par indifférence pour le sport, *L'Humanité* passe sous silence le début des compétitions à Saint-Louis. Mais l'inauguration des Jeux de Los Angeles offre à ses rédacteurs l'occasion de fustiger des « olympiades bourgeoises », organisées au paradis des capitalistes<sup>6</sup>. Dans l'intervalle, non seulement le sport est

entré dans les principaux quotidiens nationaux, mais la perception de la culture sportive états-unienne est devenue tributaire de l'image du pays. Le regard critique du journal communiste constitue cependant une exception. Jusqu'aux années 1980 qui inaugurent un « nouvel âge du sport »<sup>7</sup>, post-moderne, hyper-médiatisé, marqué par une américanisation tous azimuts de l'espace athlétique mondial, les médias français entretiennent une forme de cordiale méconnaissance de la culture sportive américaine. Ils n'en contribuent pas moins à forger dans l'impensé collectif l'image d'un corps américain, pétri d'énergie et tendu vers la performance – mesurable en secondes comme en dollars, loin du *topos* actuel de l'obèse<sup>8</sup>. Cette représentation induit un rapport dialectique et façonne en creux une silhouette hexagonale à la vitalité moindre.

### Le corps français à l'épreuve de l'énergie américaine

À l'aube du xx<sup>e</sup> siècle, les correspondants états-uniens de *L'Auto* familiarisent leurs lecteurs avec le spectacle de corps plus puissants, plus rapides que ceux des bateleurs ou des tireurs de savate de la capitale. Ils jouent le rôle d'intercesseurs avec un autre monde du ring, où dominent « l'acharnement, l'éclat des [impacts] portés aux points vitaux [...], le jeu démesuré des forces »<sup>9</sup>. Les journalistes renseignent sur le rôle des *managers*, expliquent le poids des primes en dollars mais éga-

lement l'intensité des coups, dessinés avec précision dans les pages de *L'Auto* ou de *Sporting*. Traversant l'Atlantique, combattants du samedi soir au Casino de Paris ou à l'Eden Palace, Joë Jeanette comme Jack Johnson, le premier champion du monde poids lourds noir (1908-1915), font bonne figure parmi les grandes attractions des salles de spectacles parisiennes. « Taille hors du commun, poids peu ordinaire, couleur rare de peau, rapidité indicible des poings, inimaginable capacité à encaisser les coups font de leur corps un spectacle original » : comme le souligne André Rauch, les excès des pugilistes « deviennent des signes d'abondance, leur désinvolture traduit une assurance indémontable, leur insolence, enfin, congédie les inhibitions propres aux vieilles nations »<sup>10</sup>.

Lorsque Georges Carpentier affronte Jack Dempsey en 1921, l'opposition tourne déjà à la confrontation de valeurs nationales : « une France, celle de Verdun, celle voulant croire encore à l'alliance du modèle bourgeois et du modèle paysan, contre une Amérique, celle de la technique et de l'argent »<sup>11</sup>. Le *knock-out* du Français longiligne est d'ailleurs compensé par une autre victoire, dont se console *L'Intransigeant* du lendemain. Le combat a « permis de fêter une gloire française incontestable [...], Branly. Quand le résultat du match Carpentier-Dempsey a mis un peu moins de 120 secondes à voler entre New Jersey et Paris, nous avons réalisé pour la première fois l'admirable invention qu'Édouard Branly a créée

et que Marconi a mise au point »<sup>12</sup>.

S'il ne possède pas la carrure des premiers boxeurs du siècle, le nageur blanc Donald Schollander présente une assurance identique. Lorsqu'il débarque en France en 1965, il s'affranchit des formalités douanières, devant les caméras de télévision, en se présentant « sans veste et sans passeport » :

« À Orly pour la police française il était clandestin, un jeune garçon blond et sans identité, curieusement accourtré et paraissant venir des bistrots de Greenwich Village. Heureusement son visage correspondait à l'image la plus connue des Jeux olympiques de Tokyo ».

Les quatre médailles d'or qu'il a obtenues lors des premiers Jeux en mondovision (Tokyo 1964) lui ouvrent naturellement les portes du territoire français. Marseille, comme Paris, s'offre « en ville conquise, conquise par ce type de jeune Américain en pleine santé qu'il représente ». Sa silhouette de *teenager* est le meilleur des viatiques. Le nageur américain incarne une parfaite complexion : « le triomphe de la santé, de la résistance ». L'ORTF le filme domptant sans entraînement les eaux glacées du Vieux Port, se séchant à l'arrivée mais « parce que cela se fait », insensible au froid qui mord ses adversaires d'un jour, d'ailleurs oubliés par les porteurs de serviettes<sup>13</sup>.

Le reportage télévisé opère un transfert, attribuant à Donald Schollander la

vitalité d'une Amérique conquérante, comme si l'énergie exceptionnelle attribuée à la Belle Époque à quelques pugilistes noirs avait infusé la population sportive des États-Unis tout entière, *Wasps* inclus. Sitôt Schollander tiré de son bain marseillais, la caméra saisit son regard : « Tout d'un coup, il perd sa décontraction, il devient grave, ses yeux se fixent, il a trouvé son drapeau »<sup>14</sup>. Interrogé dans le reportage, le technicien Lucien Zins explique la performance du nageur par le déterminisme d'un « mode de vie différent de celui des Français ». Plus haut dans l'eau, maîtrisant les virages « à l'américaine », le corps de Schollander témoigne dans l'action d'une domination presque naturelle, menaçant « malheureusement » les records détenus par les Français. Pour Lucien Zins, le médaillé olympique présente « des qualités morales identiques à ses qualités physiques », montrant une « volonté de vaincre » que seuls les Américains partagent.

### Les exploits sportifs californiens à l'ORTF (1961)

Si les médias français sont très tôt les témoins de ce match interculturel et permettent au public de connaître les stars du sport américain – à condition que celles-ci soient engagées dans des compétitions internationales –, ils peinent à rendre compte de la culture sportive américaine, de ce « mode de vie » particulier des athlètes nord-américains invoqué par Lucien Zins. Pour la presse sportive, les temps forts restent les évé-

nements hexagonaux comme le Tour de France. L'amorce de l'âge d'or du magazine autorise toutefois, à partir des années 1960-1970, une exploration plus profonde, moins soumise à l'événement, de la culture sportive. Encore faut-il noter que les premiers titres, comme *Miroir du cyclisme* (1960) ou *Rugby Magazine* (1968), s'appuient sur des pratiques bien enracinées dans les terroirs et l'imaginaire national<sup>15</sup>. À partir de 1961, l'émission télévisée mensuelle *Les coulisses de l'exploit* ouvre d'autres horizons en proposant un tour du monde sélectif de la planète sportive. En 1962, un reportage à Burbank montre les écoles de natation californiennes, où l'on apprend à nager avant de savoir lire, avec le goût de la performance sans cesse dépassée. Le regard porté sur la pépinière de champions, promesse assurée de moissons de médailles à venir, renvoie inconsciemment les téléspectateurs à la politique sportive volontariste alors initiée par Maurice Herzog. La mise en valeur des cinquante piscines dévolues aux écoles de natation de Los Angeles, quand Paris peine à atteindre la trentaine pour l'ensemble de sa population, peut trouver un écho dans une France se lançant dans une première construction planifiée d'équipements sportifs (1961-1965).

Cette dimension matérielle et technique s'impose comme le principal ressort des différentes *Coulisses de l'exploit* tournées outre-Atlantique avec le soutien de la TWA. Le téléspectateur peut ainsi mesurer la stupéfaction de Michel Jazy lors d'un meeting d'ath-

létisme organisé par l'Université de Californie du Sud : « une piste *indoor* qu'est-ce que c'est ? Michel Jazy n'en savait rien »<sup>16</sup>. Quant aux motos utilisées par les coureurs sur glace d'Amérique du Nord, auxquels l'émission s'intéresse en 1962, ce sont bien des machines européennes, mais transformées et méconnaissables, sans frein, sans phare et dotées de gommes cloutées<sup>17</sup>. De la même manière, le reportage « Les dragsters », diffusé en 1966, met l'accent sur la débauche de matériaux nécessaires pour lancer sur une courte distance des engins de série modifiés, dopés au nitrométhane pour dépasser les 300 km/h : combinaisons d'amiante, collection de huit cylindres en V neufs jetés après quelques courses, pneus disproportionnés, réservoirs se vidant totalement sur le \_ mile réglementaire. « Quiconque arrive à construire un de ces engins-là devient un véritable ingénieur automobile » conclut le commentaire.

La côte ouest des États-Unis, privilégiée dans les incursions américaines des *Coulisses de l'exploit*, constitue bien l'épicentre d'un séisme technologique, marqué par le recours aux plastiques et aux fibres synthétiques, par la recherche d'aérodynamisme et de perfection des surfaces<sup>18</sup>. Les sports-jeux californiens nés d'hybridations techniques dérivées de la planche de surf, en sont l'illustration. Ces transformations augurent de changements profonds dans l'appréhension de l'effort. Lorsque la télévision française consacre en 1966 un reportage aux surfeurs de

San Diego, elle montre de jeunes Américains prenant des risques en toute décontraction grâce « aux progrès de la technique ». On peut les voir chevaucher « à 100 km/h » des planches « de mousse de plastique ou de fibre de verre » qui divisent par dix le poids des « antiques radeaux polynésiens » qui les avaient précédées dans l'histoire de la pratique. Une tonalité *fun*, nouvelle, « un hédonisme mêlé aux nouveaux matériaux » naissent là-bas. Bientôt, les vieilles pratiques athlétiques qui s'étaient institutionnalisées au XIX<sup>e</sup> siècle, comme la perche ou le cyclisme, sont rattrapées par ce « réaménagement de la force », privilégiant la souplesse, la rapidité et la légèreté<sup>19</sup>. Dès lors, les athlètes tricolores vont traverser l'Atlantique pour chercher les secrets de la réussite athlétique états-unienne. Pour l'ORTF, la recette paraît simple. En témoignent les succès soudains des nageurs français ayant trempé dans les eaux miraculeuses des piscines californiennes, où « l'on revendique le droit de former plus de champions [...] qu'on en fabrique dans le monde entier » :

« Leur progression est surprenante et due, en partie, au goût de l'effort reçu en Californie. [...] Il suffit d'avoir de la volonté, [...] d'être relativement doué et de disposer d'une piscine. On dit à Los Angeles que la fatigue a des limites que l'on peut toujours repousser. [...]. La fatigue est jugée d'une façon psychologique avec humour [...]. Bref, tout le monde nage quatre heures par jour quand c'est possible et s'en déclare enchanté. »<sup>20</sup>

Pour *Les coulisses de l'exploit*, la synthèse de cette réussite athlétique éclatante tenait dans la rencontre entre un territoire – « le sport est chez lui en Californie, parce que la Californie est baignée par le soleil et que l'envie sportive naît des conditions climatiques » –, une industrie nourrie par une technologie de pointe et une disposition heureuse à l'effort. Le verdict télévisuel est finalement assez proche du constat des missions françaises de productivité découvrant après-guerre la société de consommation américaine. Surestimant les performances de l'économie états-unienne, elles déprécient alors d'autant l'industrie hexagonale<sup>21</sup>.

### L'invention américaine du sportainment

Ces reportages télévisés témoignent également d'une attraction : celle des journalistes français pour une culture de masse juvénile, contaminant l'univers sportif par ses couleurs, ses rythmes et ses symboles. On aperçoit ainsi le magazine *Drag Cartoons* devant le dragster du Drag Cartoons Team, tandis que le reportage consacré aux surfeurs de San Diego s'ouvre sur une piste de danse où résonne un morceau de *surf music*. L'industrie cinématographique états-unienne implique d'autres références : sous l'effet du climat, Michel Jazy se met « à ressembler lui-même à une petite vedette hollywoodienne », déambulant sur Hollywood Boulevard. Même les pilotes

encagoulés dérapant sur les pistes glacées du Canada semblent « tout droit sortis d'un film de James Dean revu et corrigé par Fantômas ». Ces clins d'œil appuyés rappellent aux téléspectateurs français que, dès l'entre-deux-guerres, Johnny Weissmuller puis Esther Williams incarnaient aux États-Unis les héros ubiquistes du spectacle sportif et du cinéma populaire.

C'est toutefois bien la télévision qui a transformé l'espace des sports en Amérique du Nord. Dès 1953, avec *Game of the Week*, la CBS diffuse les samedis après-midi des matchs de base-ball de la saison régulière, alors que trois foyers sur quatre possèdent déjà un récepteur. L'offre télévisuelle permet aux grandes équipes d'accroître leurs revenus – un million de dollars perçu annuellement au titre des droits télévisés pour les New York Yankees au début des années 1960, tandis que disparaissent les équipes semi-professionnelles, incapables de rivaliser avec le *show* proposé par CBS. L'obtention des droits de retransmission des principales compétitions devient un enjeu capital pour les chaînes. Pour les saisons 1962 et 1963, la *National Football League*, en situation de monopole, organise des enchères secrètes remportées par CBS pour 14 millions de dollars par an<sup>22</sup>. La finale de la compétition, le *Super Bowl*, précipite dans une même journée de janvier, le « *Super Sunday* », tous les ingrédients du *sportainment* à l'américaine : l'assurance d'une partie spectaculaire, rassemblant les deux meilleures équipes de l'année,

une régulation assurant une opposition équilibrée et donc l'incertitude du résultat, la présence d'athlètes dont l'aura dépasse le cadre sportif; en bref, l'application au sport des règles de l'*entertainment* éprouvées par des industries culturelles déjà séculaires. L'événement mobilise près de la moitié des Américains devant leur poste de télévision et les espaces publicitaires, dédiés essentiellement aux marques de boissons et aux constructeurs automobiles, se vendent 250 000 dollars les trente secondes en 1980. Les modifications introduites dans le jeu dès 1958, avec l'apparition des arrêts de jeu pour la télévision (*TV timeouts*), permettent aux annonceurs d'introduire des films de promotion au cours du jeu. La médiatisation du sport américain se distingue de celle du sport en France par ses sophistications et ses coûts. L'Hexagone n'entre dans « le temps de la télévision sportive » qu'avec les années 1976-1977, avec trois émissions hebdomadaires à l'antenne (*Stade 2*, *Téléfoot* et *Auto-Moto*). Quant aux enjeux financiers, ils sont bien moindres : en 1982, la retransmission d'un match de Coupe d'Europe de football ne dépasse pas les 150 000 francs<sup>23</sup>.

### La « body culture » et les médias français (1977)

En 1977, le film *Rocky* et le documentaire *Pumping Iron* sont en passe de dominer le box-office mondial. Et les héros hypertrophiés que sont Sylvester Stallone et Arnold Schwarzenegger

déclenchent des réflexes d'imitations. « Il est édifiant de constater à quel point les spectateurs de cinéma qui s'inscrivent dans les clubs de gym dans les années 1980 le font pour ressembler à Arnold Schwarzenegger et à S. Stallone [...]. Tous les jours, à Philadelphie, des personnes qui viennent des États-Unis ou d'ailleurs grimpent en courant les célèbres marches de Philadelphie et lèvent les bras au ciel, imitant la célèbre gestuelle de Rocky ». <sup>24</sup>

La presse spécialisée puis la télévision française servent de relais à la vague du *body-building* qui invite ses adeptes à, littéralement, construire leur corps, à jouer le « pari fou d'un remake de la création »<sup>25</sup>. La période 1977-1984 est marquée en France par la première phase de diffusion transmédiate d'une déclinaison musculeuse et tonique de l'*hexis* corporelle états-unienne. Vingt ans après *Les coulisses de l'exploit*, c'est au tour des magazines féminins de relayer les innovations athlétiques de la côte ouest des États-Unis. Les formes corporelles américaines, souples et musclées, sont désormais accessibles à chaque Français, à condition qu'il ait acquis un répertoire précis de gestes et d'habitudes. Dans son premier numéro d'octobre 1980, *Vital*, qui allait rapidement atteindre les 200 000 exemplaires, donne les clés de la « *body culture* » californienne, annonçant l'avènement d'un nouveau « corps de pointe »<sup>26</sup>. Les émissions *Gym-tonic* lancée en 1982 en même temps que la traduction française de *Ma méthode* de Jane Fonda, et, dans une moindre

mesure *H.I.P.H.O.P* qui rompt en 1984 les téléspectateurs français aux saccades du *breakdance*, jouent le rôle de traducteurs nationaux. Cette rupture télévisuelle est importante, parce qu'elle invite à un corps à corps à distance, qui entend imposer la même cadence, non pas à des athlètes triés sur le volet, mais à une communauté médiatique étirée à l'échelle de l'Atlantique.

### La NBA sur Canal + (1985)

La saison sportive 1984-1985 confirme cette extension. La *National Basketball Association* (NBA), seule ligue majeure d'un sport américain présent de manière significative sur l'ensemble de la planète, amorce alors une transformation profonde de la médiatisation du spectacle produit par ses équipes. L'expansion concerne d'abord le marché américain, dont elle sature les réseaux câblés. Des films d'autopromotion, des cassettes vidéos bientôt complétées par des magazines, des jeux vidéos et même une chaîne exclusive, NBA TV, enrichissent un arsenal médiatique qui jusque-là reposait essentiellement sur les canaux traditionnels de la télévision. La concurrence n'est plus alors incarnée par la défunte *American Basketball Association*, une ligue concurrente absorbée en 1976, mais par les grands groupes de l'industrie du divertissement de masse, comme Disney<sup>27</sup>. Dès 1985, le développement de la NBA trouve avec Canal + un relais en France. George

Eddy, ancien joueur pro américain, s'installe au service des sports de la chaîne comme spécialiste du basket et du football américains.

La presse magazine suit également le mouvement, profitant de la victoire de la *Dream Team* états-unienne lors du tournoi olympique de Barcelone en 1992. Alors que *Maxi-Basket* occupait seul le champ de la presse basket depuis 1982, la période 1991-1996 voit naître neuf nouveaux magazines spécialisés, souvent portés par des groupes à la recherche de coups éditoriaux, parfois basés à l'étranger, comme *Lawrence Publishing* (Londres) ou *Imp-press Publications* (Toronto). *MVP-Basket* ou *Mondial Basket*, avec respectivement 50 000 et 78 000 exemplaires en 1994, témoignent d'un changement dans la façon de traiter le basket-ball en France. La description des compétitions nationales ou européennes est supplantée par un intérêt grandissant à mettre en scène des espaces de jeu en marge de la compétition<sup>28</sup>. Le basket français ne tarde pas à être éclipsé par le championnat de la NBA : il quitte progressivement les chaînes hertziennes à partir de la saison 1994-1995. Dans le même temps, des ouvrages dédiés aux stars de la NBA apparaissent sur les rayons des libraires visant un jeune public. De même, les fictions sur le basket produites à Hollywood, absentes des écrans avant 1992, sont dorénavant systématiquement distribuées dans les salles françaises<sup>29</sup>.

La captation médiatique réalisée par le basket-ball *made in USA* aux dépens du basket français ne vaut pas pour les autres sports américains qui ne disposent pas du même vivier de licenciés<sup>30</sup>. On remarque toutefois qu'au début des années 1990 on fait des efforts pour les populariser, jusque dans les collèges<sup>31</sup>. En 2002, George Eddy fait le constat que « grâce à la télévision », le football américain « s'exporte de plus en plus ». « Prenons l'exemple de la France. Dans les cinq ans que la chaîne Canal Plus diffuse ce sport [sic], le nombre de licences [sic] à la Fédération Française de Football américain s'est multiplié par dix ! »<sup>32</sup>. Le journaliste omet ici de donner le nombre total de licences en 2002, qui s'élève à 11 116 et accuse alors une baisse de près de 20 % par rapport à 2000. Les footballeurs américains en France sont moins nombreux que les golfeurs enregistrés dans le seul département des Hauts-de-Seine.

### « Parodie de boxe au Lenine's Palace » (1990)

Cet échec relatif du football américain comme du base-ball en France n'empêche pas le sport états-unien de représenter, au moins dans la presse sportive, un horizon enviable pour le sport mondial. En 1990, *L'Équipe magazine* propose un numéro consacré à l'URSS. Le dossier s'ouvre par un instantané en double page, immortalisant « la première réunion de boxe professionnelle dans la capitale ».

« Parodie de boxe au Lenine's Palace », ironise la légende. Le commentaire moque le « poids lourd un peu gras », à côté duquel posent « quelques grâces du cru » aux maillots échancrés. L'éclairage blafard, les bancs vides, l'unique photographe aux abords du ring et l'évocation du « concert de sifflets » démontrent l'incapacité des Soviétiques à faire le spectacle. La « parodie de boxe » peine à singer une rencontre du Caesars Palace mais permet de comprendre que, malgré une première place au tableau des médailles aux Jeux de Séoul deux ans plus tôt – les États-Unis terminent à la troisième place, derrière la République Démocratique Allemande, l'avenir du sport russe est de rattraper le « modèle » américain – et la photo laisse à penser que la distance est abyssale. L'exemple à suivre est donné, à la page suivante, par Irina Rodnina. La patineuse incarne « un nouveau visage du sport, tourné, sans complexe, vers l'Ouest ». Cofondatrice d'une « Fund-Aid financée par les Américains », elle s'apprête à partir travailler à Los Angeles. Plus loin, l'entraîneur du club de football du Dynamo de Kiev, Valeri Lobanovski, est annoncé comme le futur « Monsieur Plus du foot américain », tandis que la championne du monde de gymnastique Svetlana Boginskaïa arbore un tee-shirt « World USA Gymnastic ». Mais c'est le basketteur lituanien Sarunas Marchulionis qui incarne le plus parfaitement l'accomplissement du « rêve américain ». Quelques semaines avant la proclama-

tion de l'indépendance de ce pays balte, Thierry Bretagne rencontre les parents du transfuge, récemment intégré à l'équipe des Golden State Warriors. C'est grâce au magnétoscope et « image par image » que ces derniers goûtent, depuis Vilnius dont le journaliste souligne les difficultés d'alimentation en eau potable la réussite de leur progéniture :

« Tout a des allures de « Success story » télévisée. Les huit pièces de la maison d'Oakland, noyée dans la verdure. La Toyota rouge sang que Marchulionis sort du garage au ralenti. La Mercedes gris acier. En cinq secondes de défilement rapide, on plonge dans le jacuzzi bouillonnant du fils prodigue. On se laisse choir, aux côtés d'une beauté de magazine – leur belle-fille – sur les coussins du canapé blanc-cassé, larges comme une section d'autoroute. On ne s'épargne pas la cuvette des toilettes, en simili-marbre. On s'attendrit aux mimiques de la petite-fille, jolie frimousse bronzée, qui ne s'exprime disent-ils, qu'en anglais... »<sup>33</sup>

## L'Autre américain

Troublante image que celle du sport américain proposée par les médias français tout au long du siècle dernier, tout à la fois repoussoir à l'aune duquel se définirait une pratique sportive française spécifique, plus pure et moins intéressée, et horizon de la modernité célébré par les chantres du progrès. Déjà dans l'entre-deux-guerres se cristallisent des visions antithétiques : face aux modernistes qui plaident pour

l'adoption des méthodes américaines dans la presse (publicité massive, course à la nouveauté, usage de la photographie), Georges Duhamel, dans ses *Scènes de la vie future*, prophétise à partir de ses remarques sur le sport américain les ravages du développement du sport en France. Il dénonce l'illusion de la gloire sportive offerte à « ces gentils compagnons qui, dès l'enfance, chérissent la force, la souplesse, le beau jeu, l'acte élégant et difficile, à ces bons gars que l'on a, petit à petit, gâtés d'orgueil, engagés dans des concurrences absurdes, livrés au pire des publics, celui du cirque, enivrés d'une gloire grossière, perfide, bientôt plus nécessaire que l'alcool ». Il fustige aussi bien le système sportif, engagé irrémédiablement dans la voie de la professionnalisation, passé « entre les mains de traitants ingénieux, [...] devenu la plus avantageuse des entreprises de spectacle » que ses hérauts, les journalistes et leur « jargon [...], farci de mots étrangers, employés hors de propos, avec un sens de la métaphore que le bon sens désavoue »<sup>34</sup>. Toutefois l'image renvoyée des États-Unis, tels les miroirs grossissants et déformants du salon des glaces du musée Grévin, réfléchit davantage la réalité hexagonale que la leur.

« Respirer le parfum de la Belle Époque », comme y invite Jean-Yves Mollier, permet de comprendre qu'en France l'industrialisation et la médiatisation des loisirs n'ont eu « nul besoin d'attendre les vagues d'assaut de l'américanisation de la société après 1945 pour trouver [leur] terrain d'ac-

tion »<sup>35</sup>. Afin de lutter contre son principal concurrent, *Le Vélo* (80 000 exemplaires quotidiens en 1895), *L'Auto* crée en 1903 le Tour de France cycliste pour des raisons commerciales. Michelin organise ainsi les premières courses automobiles lui permettant de se faire de la publicité et de réaliser des tests grandeur nature. De même, au mitan des années 1950, le journal *L'Équipe* invente la Coupe

d'Europe de football pour augmenter ses ventes en milieu de semaine. En France comme de l'autre côté de l'Atlantique, l'argent et les médias ont été très tôt les deux mamelles de l'expansion du sport. La monstruosité de l'Autre américain a sans doute aussi pour fonction de nous aider à exorciser nos fantasmes et à apaiser, ne serait-ce que dans l'imaginaire collectif, nos contradictions.

## Notes

1 Camille Meillac, *Les sports à la mode*, Paris, Paul Paclot, 1909, p.17.

2 Patrick Clastres, « Comment peut-on être chrétien et sportif? L'américaniste Pierre de Coubertin à l'UCJG de Paris (1891) », dans Fabien Archambault, Loïc Artiaga, Gérard Bosc (dir.), *Double jeu. Le basket-ball entre France et Amériques au xx<sup>e</sup> siècle*, Paris, Vuibert, 2007, p.17-32.

3 Charles Huard, *New York comme je l'ai vue*, Paris, E. Rey, 1913, p.173-179.

4 Andrei S. Markovits, Steven L. Hellerman, *Offside. Soccer and American Exceptionalism*, Princeton/Oxford, Princeton University Press, 2001.

5 *Ibid.*, p.13.

6 *L'Humanité*, 31 juillet 1932.

7 Nous reprenons ici les termes choisis par la revue *Esprit* pour le numéro qu'elle consacra aux sports en avril 1987.

8 Voir par exemple Sandrine Blanchard, « Obésité : la France sur la voie des États-Unis », *Le Monde*, 20 janvier 2006.

9 André Rauch, *Boxe, violence du xx<sup>e</sup> siècle*,

Paris, Aubier, 1992, p.12.

10 André Rauch, « Mises en scène du corps à la Belle Époque », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n°40, 1993, p.33-44.

11 Georges Vigarello, « Stades. Le spectacle sportif des tribunes aux écrans », dans Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello (dir.), *Histoire du corps*, Paris, Seuil, 2005-2006, tome 3, p.343-369.

12 Cité par Jean-François Sirinelli, « L'événement monde », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n°76, 2002, p.35-38.

13 « Un nageur américain à Paris », *Les coulisses de l'exploit*, ORTF, 20 janvier 1965.

14 *Ibid.*

15 Meryll Moneghetti, Philippe Tétart, Fabien Wille, « De la plume à l'écran. Sports et médias depuis 1945 », dans Philippe Tétart (dir.), *Histoire du sport en France. De la Libération à nos jours*, Paris, Vuibert, 2007, p.197-228.

16 « Un coureur sur les planches », *Les coulisses de l'exploit*, 21 février 1962.

17 « Dérapages », *Les coulisses de l'exploit*, 21 mars 1963.

18 Georges Vigarello, *Une histoire culturelle du sport. Techniques d'hier... et d'aujourd'hui*, Paris, Revue EPS – Robert Laffont, 1988, p.71-72.

19 *Ibid.*, p.154.

20 « École US pour nageurs français », *Les coulisses de l'exploit*, 7 juillet 1966.

21 Richard F. Kuisel, « *L'American Way of Life* et les missions françaises de productivité », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n°17, 1988, p.21-38.

22 Richard O. Davies, *Sports in American Life. A History*, Oxford, Blackwell Publishing, 2006, p.230-240.

23 Patrick Clastres, Paul Dietschy, *Sport, société et culture en France du XIX<sup>e</sup> siècle à nos jours*, Paris, Hachette, coll. « Carré Histoire », 2006, p.206.

24 Cité par Laurent Kasprovicz, Francis Hippolyte, « Le corps bodybuildé au cinéma : magie et anthropologie d'un spectacle », dans Frédéric Gimello-Mesplomb (dir.), *Le cinéma des années Reagan. Un modèle hollywoodien ?*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2007, p.193-212.

25 *Vital*, n°1, octobre 1980, cité par Yves Trauvaillet, *Sociologie des pratiques d'entretien du corps*, Paris, Puf, coll. « Pratiques corporelles », 1998, p.74-75.

26 *Ibid.*

27 David Andrews, « À propos de la NBA », dans Fabien Archambault, Loïc Artiaga, Pierre-Yves Frey (dir.), *L'Aventure des*

« grands » hommes. *Études sur l'histoire du basket-ball*, Limoges, Pulim, 2003, p.271-292.

28 Franck Rebillard, « La presse basket en France. Évolutions et diversifications des magazines consacrés au basket-ball (1982-2002) », dans Fabien Archambault, Loïc Artiaga, Pierre-Yves Frey, *L'Aventure...*, *op. cit.*, p.205-225.

29 Voir Françoise Hache-Bissette, « Basket et baskets : le basket-ball dans l'édition jeunesse » et Loïc Artiaga « Quand le ballon crève l'écran. Le basket-ball au cinéma, entre France et États-Unis (1947-1992) », dans Fabien Archambault, Loïc Artiaga, Gérard Bosc (dir.), *Double jeu...*, *op. cit.*, p.99-116 et 83-98.

30 La Fédération française de basket-ball comptait en 1993 432 588 licenciés.

31 Frédéric Le Mercier, *Football américain : formes jouées pour l'école et le collège*, Paris, Éditions Revue EPS, 1991.

32 George Eddy, Franck Richaud, *Le football américain*, Montréal – Paris, L'Étincelle, 2002, p.10.

33 *L'Équipe magazine*, n°437, 3 février 1990, p.28-57.

34 Georges Duhamel, « Le nouveau temple », *Scènes de la vie future*, Paris, Mercure de France, 1930, p.178-189.

35 Jean-Yves Mollier, « Le parfum de la Belle Époque », dans Jean-Pierre Rioux, Jean-François Sirinelli (dir.), *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 2002, p.72-115.