



HAL
open science

L'ère étatsunienne du basket français

Brice Monier, Christian Vivier

► **To cite this version:**

Brice Monier, Christian Vivier. L'ère étatsunienne du basket français. Communication [Information Médias Théories]: revue québécoise des recherches et des pratiques en communication et information, 2012, 30 (2), 10.4000/communication.3547 . hal-01428971

HAL Id: hal-01428971

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01428971v1>

Submitted on 6 Jan 2017

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.

L'ère étatsunienne du basket français

Étude des représentations culturelles à travers les unes de la revue Maxi Basket

Brice Monier et Christian Vivier



Édition électronique

URL : <http://>

communication.revues.org/3547

ISBN : 978-2-921383-40-0

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2012

ISSN : 1189-3788

Ce document vous est offert par Université de Lorraine



Référence électronique

Brice Monier et Christian Vivier, « L'ère étatsunienne du basket français », *Communication* [En ligne], Vol. 30/2 | 2012, mis en ligne le 19 février 2013, consulté le 06 janvier 2017. URL : <http://communication.revues.org/3547> ; DOI : 10.4000/communication.3547

Ce document a été généré automatiquement le 6 janvier 2017.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

L'ère étatsunienne du basket français

Étude des représentations culturelles à travers les unes de la revue Maxi Basket

Brice Monier et Christian Vivier

- 1 À la fin des années 1980, les représentations du basket-ball français subissent des changements radicaux, parmi lesquels la spectacularisation¹. Deux niveaux définissent ce processus. D'une part, c'est très simplement la mise en scène du geste et de l'évènement sportif. D'autre part, c'est aussi, au sens des mythologies barthésiennes, l'exagération, l'extrapolation, l'amplification rhétorique, l'emphase des passions. Le spectacle devient un paramètre déterminant d'une pratique sportive hautement révélatrice de l'américanisation qui marque la société française. L'exportation du modèle étatsunien répond moins à un programme impérialiste qu'à la simple logique du profit (Lherm, 2002). L'exemple de la National Basketball Association (NBA) témoigne de la rencontre entre le monde du commerce et l'univers sportif, faisant naître une culture de masse, marchande et standardisée, nourrie par les médias (Pfister, 2007). Les magazines spécialisés aspirent alors à présenter une discipline plus vivante et plus spectaculaire générant l'enthousiasme d'un public jeune et passionné. Dans un contexte social de recomposition (Berstein et Milza, 2001) où les frontières entre les sphères du pouvoir sont de plus en plus vaporeuses, les forces économiques et culturelles fusionnent. Le basket exhibé perd donc son caractère confidentiel, marqué par « un repli sur [lui-même], un isolement, un ostracisme, renforçant la prégnance de certains régionalismes » (Monier et Vivier, 2005 : 108), et s'affiche comme le théâtre d'un grandiose spectacle remarquablement médiatisé, grande scène où se situent nombre de scènes de la vie collective (Balandier, 1992).
- 2 Incontestablement, la spectacularisation du basket-ball donné à voir en France doit beaucoup à l'influence de la ligue étatsunienne professionnelle. La NBA est un produit qui s'exporte bien. Au sein de la « presse basket » où la concurrence s'installe, la logique culturelle capitaliste s'impose peu à peu. Comment montrer la pénétration magistrale du modèle étatsunien au cœur du paysage sportif français et de la presse spécialisée hexagonale ? Quels rôles jouent les vedettes façonnées par la ligue professionnelle

étatsunienne dans ce processus ? C'est le chantier que cette étude originale au carrefour de la sémiologie, de l'histoire de la presse sportive et du basket-ball, de l'anthropologie et de l'ethnologie espère entreprendre ici.

Méthodologie

- 3 Deux raisons essentielles président au choix du périodique analysé. D'abord, *Maxi Basket* est, pour la France, l'un des précurseurs en matière de presse sportive spécialisée dans le basket-ball. C'est l'une des premières revues de ce type à se fixer en kiosque dès septembre 1982 (Rebillard, 2003). Cet organe de presse est le plus persistant et ses parutions n'ont jamais cessé depuis 1982, contrairement à d'autres magazines aux apparitions plus sporadiques. La une, ou première de couverture, est avant tout une image. D'une part, elle est à la fois le reflet illustré et condensé du magazine et, d'une certaine manière, le sommaire de la revue ; elle en présente le contenu. Bref, elle est la vitrine du mensuel (Monier et Vivier, 2010a). D'autre part, sa une est une image photographique (parmi les 300 unes étudiées, les dessins ne sont utilisés que deux fois) qui doit séduire instantanément celui qui la découvre afin d'en faire un client potentiel. Puisque la grande majorité des unes de *Maxi Basket* est constituée d'images photographiques, il convient de mettre en place une méthodologie appropriée à l'étude de ce type de sources (Vivier *et al.*, 2003a et 2003b).
- 4 *Maxi Basket* est, au sens de Roland Barthes, un « canal de transmission » (Barthes, 1982 : 9). La source émettrice et le milieu récepteur alimentent ce que Laurent Gervereau appelle respectivement « contexte en amont » et « contexte en aval ». Le contexte en amont est « ce qui a amené le processus de production. Pourquoi cette image-là est-elle apparue ? » (Gervereau, 2004 : 54). Dès lors que cette image est créée, elle « entame [...] une nouvelle existence qui est celle de sa diffusion » (Gervereau, 2004 : 64) : cette seconde vie de l'image peut être restituée par le contexte en aval. Pascal Legendre, directeur actuel de la rédaction de *Maxi Basket*, a répondu à un questionnaire, suivi d'entretiens, afin d'appréhender les éléments de connaissance quant à ces deux « lieux de pertinence » (Nel, 2001). Mais, si le signe s'avère un concept-clé dès lors que l'on envisage d'analyser l'image (il y aurait signe chaque fois que quelque chose est mis pour quelque chose d'autre), il n'en demeure pas moins que l'image ne peut pas être réduite à un seul et simple signe. Nous avons donc choisi de la considérer comme un texte, « tissu mêlé de différents types de signes, et qui nous parle secrètement » (Joly, 2000 : 134). Ainsi, l'enjeu méthodologique de cette étude portant sur les unes de la revue *Maxi Basket* vise à saisir dans chaque image l'imbrication du message dénoté « qui est l'analogon lui-même » et du message connoté « qui est la façon dont la société donne à lire, dans une certaine mesure, ce qu'elle pense » (Barthes, 1982 : 11). La délicatesse de cette entreprise réside dans cette intention de s'engager dans une véritable recreation en parallèle de l'image pour mieux appréhender sa signification.
- 5 Dès lors, l'image photographique étant envisagée comme un complexe de signes distincts, leur identification s'est avérée indispensable pour construire l'objet de recherche et les outils qui l'accompagnent. Plusieurs classifications des signes sont proposées par les sémioticiens. L'icone (différent de l'icône), du grec *eiko* (« ressembler »), est le signe dont le signifiant a une relation de similarité avec ce qu'il représente. L'image photographique (signifiant) représentant Michael Jordan préparant son *dunk* ou smash (réfèrent) est un icone. L'indice est caractérisé par une relation de contiguïté physique avec ce qu'il

représente, une relation de causalité. Cette catégorie est propice à l'ouverture de possibles interprétations quantitatives. Un troisième type de signes est le symbole. Il entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle. Même si son utilisation est toujours délicate en ce sens qu'elle laisse toujours une forte place à la culture et à la position du chercheur, elle est un complément qualitatif heureux à des approches chiffrées que facilite l'analyse des deux premières catégories de signes (icône et indice). Pour reprendre le cadre barthésien dans le domaine cinématographique, deux niveaux symboliques de l'image peuvent être distingués. Le premier, relatif au symbolisme historique, est celui de la signification. Chez Barthes, il est appelé sens obvie. Il s'impose au chercheur par une double détermination liée, d'une part, à l'intentionnalité du concepteur de l'image et, d'autre part, à son prélèvement au sein d'une « sorte de lexique général, commun, des symboles » (Barthes, 1982 : 45), exhibant une évidence fermée prise dans un système complet doté d'une clarté « naturelle ». Le second, nommé sens obtus parce qu'il vient en « trop », parce qu'il est fuyant et qu'il s'échappe, parce qu'il est composé de traits qui s'affichent comme l'émoussement d'un sens trop évident (sens obvie), ouvre le champ de l'interprétation à l'infini de la culture, du savoir, de l'information et même du langage (Barthes, 1953) et flirte avec la limite qui sépare l'expression du déguisement. En s'affirmant comme l'interprétation capable de distinguer ce qui est de l'ordre du domaine sportif lui-même de ce qui appartient à la mise en scène, le concept de sens obtus s'avère d'une indéniable richesse dans l'étude des compositions photographiques données à voir à la une de la revue *Maxi Basket*. Parce qu'il n'existe pas de signe pur, mais des signes à dominantes iconique, indiciaire ou symbolique, cette classification ne peut être qu'un point de départ que des croisements constants devraient permettre de dépasser. La description des messages plastiques et iconiques, l'étude des contextes de production et de réception de l'image et les analyses indiciaires et symboliques représentent les trois étapes qui guident le travail d'interprétation.

Les indicateurs de recherche

- 6 La culture, dans l'image observée, ne semble saisissable que par l'intermédiaire de ce tissu mêlant différents types de signes. Ces signes peuvent être mis en lumière grâce à divers indicateurs choisis précisément en fonction de l'objet d'étude. Ainsi, il s'agit de se demander qui fait la une et quelle culture ce *spectrum*, le sujet ciblé par la photographie au sens de Barthes (1980), véhicule-t-il.
- 7 Différents « types » de *spectra* sont relevés à partir de leur nationalité et de leur statut, d'une part, et de leur couleur de peau, d'autre part. Ainsi, leur fréquence d'apparition peut être étudiée. Quatre nationalités et statuts du sujet photographié sont retenus : le *spectrum* peut être Français, Européen (non-Français), Étatsunien de France, c'est-à-dire un joueur étatsunien évoluant dans le championnat français, ou Américain des États-Unis, autrement dit un Étatsunien jouant dans le championnat professionnel ou amateur des États-Unis. En parallèle, trois couleurs de peau sont recensées. Le *spectrum* peut être blanc, noir ou métis. Le postulat repose sur l'idée que la représentation photographique traduit à sa façon le lien entre origine ethnique, couleur de peau et culture qui les accompagne. Le lecteur principal de *Maxi Basket*, un garçon pratiquant, n'associe pas le même basket, le même mode de jeu, les mêmes valeurs, selon que le joueur exhibé est issu d'une culture européenne ou afro-étatsunienne (Sudre, 2010). En définitive, cette analyse quantitative de la une de *Maxi Basket*, de 1982 à 2012, à la lumière de ces deux principaux

indicateurs, devrait fournir des pistes explicatives permettant de définir les influences culturelles auxquelles le basket français donné à voir est soumis. Dans le but de caractériser plus en détail chacune de ces tendances, il semble essentiel de croiser ces indicateurs primaires avec d'autres, considérés comme « secondaires ».

- 8 Au nombre de quatre, les indicateurs secondaires sont regroupés par paires selon une typologie de signes visuels précise. Ainsi, deux indicateurs de signes plastiques et deux autres de signes iconiques permettent d'appréhender plus exactement la culture exhibée par la une du périodique. Dans le cadre de cette recherche, les signes plastiques retenus sont propres à l'image, c'est-à-dire qu'ils sont « spécifiques à la représentation visuelle et à son caractère conventionnel » (Joly, 2000 : 136). Il s'agit de l'échelle des plans et de la composition interne. Chaque photographie est prise selon un cadrage réfléchi au préalable. Ces plans constituent une échelle allant du plus large au plus serré. Autrement dit, l'image photographique témoigne une intention du photographe à travers le plan à partir duquel il a façonné son cliché. Plusieurs cadrages sont observés au sein des unes de *Maxi Basket*. Le plan moyen retient un ou plusieurs personnages en pied. Il concentre l'attention du *spectator* (Barthes, 1980), c'est-à-dire du spectateur de l'image, sur le ou les héros, éventuellement dans un espace qui le ou les situe sociologiquement. Le plan américain cadre une ou plusieurs personnes en tronc. Il rapproche encore davantage le public des sujets photographiés. Le plan rapproché place les acteurs à la distance qui sépare les interlocuteurs d'une conversation. De ce fait, il accentue l'intimité, permet de lire les réactions physiologiques, le jeu du visage et des épaules. Le gros plan ne retient que le visage de l'acteur qui envahit toute la photo. Il permet de lire directement la vie intérieure d'un personnage, ses émotions, ses réactions les plus intimes. C'est le plan de l'analyse psychologique.
- 9 Quant à la composition interne, on peut retenir trois façons (Joly, 2000) d'organiser la une. La composition axiale consiste à présenter le sujet principal dans l'axe du regard. Elle correspond en général à un message de lancement, d'apparition du « produit » sur le marché, pour reprendre des termes propres à la publicité (Semprini, 1996). C'est un message « épiphanique ». Message plus descriptif, la composition focalisée consiste à faire poser le regard sur le produit décentré, en jouant sur la surprise du *spectator*. Le dernier type de composition est la composition séquentielle. Elle organise un parcours en « Z » du regard sur l'ensemble de la une. C'est un type de message euphorisant.
- 10 Chacun de ces indicateurs peut être associé à une culture différente : culture publicitaire ou marketing pour la composition séquentielle, culture du détail, de l'investigation de la vie du *spectrum* pour le gros plan, etc. Deux indicateurs iconiques sont incontournables pour saisir au mieux la culture transparaissant au cœur de l'image : la tenue vestimentaire et l'attitude du *spectrum*. Que le joueur, ou le sujet, photographié soit vêtu d'un équipement sportif de match, de vêtements de ville ou de sport, ou qu'il soit dévêtu, nu ou torse nu, les interprétations qui découlent de la lecture de l'image sont foncièrement différentes. Quant à l'attitude du *spectrum*, quatre situations sont observées : il peut poser, à la manière d'un modèle ; exécuter un geste technique (passe, dribble, etc. dans une phase de jeu relativement banale) ; réaliser un mouvement spectaculaire (*dunk*, contre, etc.) et, enfin, il peut se trouver hors d'une action de jeu, alors qu'il est acteur d'une rencontre d'où est extraite la photographie. Chacune de ces attitudes a une signification culturelle. Ainsi, le spectacle semble être *a priori* l'apanage de la culture étatsunienne. Néanmoins, l'exploitation de cet indicateur n'est ni aussi simple ni aussi directe que nous venons de l'esquisser.

Problématique de recherche

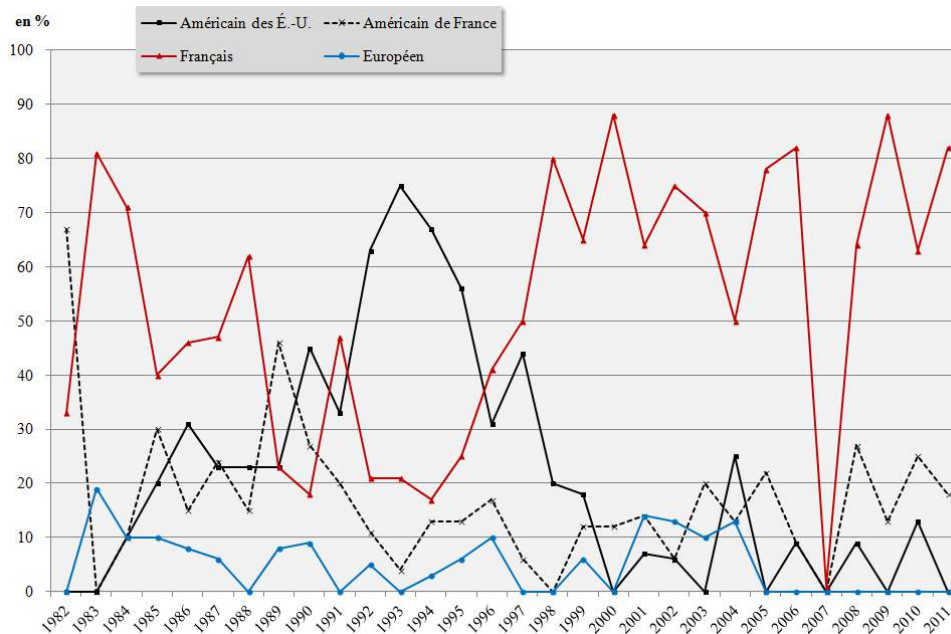
- 11 Le projet consiste donc à évaluer l'influence de la « culture basket » étatsunienne sur les représentations du jeune pratiquant français à travers l'organe dominant de presse spécialisée *Maxi Basket*. L'étude détaillée des unes de ce périodique est l'occasion de mettre en lumière les ruptures et les grandes phases marquantes qui se succèdent dans l'histoire du basket hexagonal des trois dernières décennies. Le magazine révèle et amplifie un phénomène sans doute plus général d'orientation de la pratique vers un basket-ball théâtralisé, commercialisé, télévisé et mondialisé suivant le séduisant exemple outre-Atlantique. La mondialisation se caractérise par la prise de conscience d'un monde unique, à la fois dans ses aspects politiques, économiques, sociaux, écologiques, mais aussi culturels, mettant en exergue des modes de vie, des structures de consommation et des cultures communs, selon la définition élaborée par le groupe de Lisbonne dans son étude de 1993 (Group of Lisbon, 1993). Le basket étatsunien qui pénètre en France, formidable indicateur de l'américanomanie des années 1980, serait symptomatique du lien dialectique qui unit la fabrication des biens matériels et la production de biens culturels. Plus encore, ne révélerait-il pas une bascule de l'un à l'autre qui pourrait s'expliquer, au moins en partie, par le premier recul sur le plan mondial de la production manufacturière depuis la Seconde Guerre qui sévit lors de la récession de 1991-1993 (Bairoch, 1997) ?

Interprétation

- 12 L'étude détaillée de Franck Rebillard sur la « presse basket » en France (2003) fait état d'une médiatisation accrue au début des années 1990 depuis une fréquentation assidue des chaînes de télévision hertziennes classiques jusqu'à une multiplication des magazines consacrés à cette activité sportive. Ainsi, parmi la dizaine de titres qui composent alors cette presse française spécialisée, les nouvelles revues aux noms évocateurs tels que *Mondial Basket*, *5 majeur* et *Basket* (toutes trois nées en mars 1991), *MVP Basket*, *Sports Action Basket*, *Slam* et *Slam magazine*, *Inside the NBA* et *XXL Basketball* jettent très majoritairement leur dévolu sur le basket étatsunien. Aussi, même l'un des plus anciens organes de presse spécialisée dans cette activité, *Maxi Basket*, qui a longtemps abordé prioritairement le basket français, se cristallise progressivement autour du traitement journalistique des compétitions étatsuniennes. L'étude quantitative de la nationalité et du statut du ou des joueurs présentés à la une de *Maxi Basket* confirme cette analyse. En effet, le graphique récapitulatif (tableau 1) montre globalement que, de 1985 à 1997, plus de 50 % des unes consacrent un basketteur outre-Atlantique, qu'il soit un Étatsunien jouant aux États-Unis ou évoluant dans un championnat français. L'ère étatsunienne du basket français peut être encore mieux circonscrite à partir de l'examen attentif des deux catégories de joueurs étatsuniens présentés à la une. Le groupe des joueurs étatsuniens de France, qui représente un pourcentage non négligeable de cet ensemble rassemblant tous les basketteurs étatsuniens, diminue très nettement à partir de 1990. En 1997 et en 1998, les Étatsuniens de France ont quasiment disparu de la une de *Maxi Basket*. L'américanomanie qui gagne le basket français est alors illustrée par l'arrivée massive des joueurs étatsuniens de la NBA à la une de *Maxi Basket*. De 1990 à 1997, plus de la moitié des unes de ce magazine utilise l'image d'un basketteur pro étatsunien (professionnel étatsunien).

Cette période tout acquise au basket étatsunien est donc particulièrement bornée. En effet, dans une étude précédente, il a été mis en évidence que le basket-ball exhibé par les unes de *Maxi Basket* de 1982 à 1989 est une pratique française caractérisée par sa confidentialité (Monier et Vivier, 2005). Néanmoins, le modèle culturel étatsunien, avec ses joueurs-vedettes mondialement connus, sa ligue omnipotente et son industrie du spectacle, pointe à l'horizon. Les années 1980 marquent donc le déclin du basket français et ses derniers sursauts pour défendre sa place dans le paysage sportif international et, plus précisément encore, pour éviter d'être submergé par la vague NBA.

Tableau 1. Nationalité et statut du ou des joueurs présentés à la une de *Maxi Basket* par année (1982-2012)



Place aux insignes du basket étatsunien !

- 13 La fascination pour le basket outre-Atlantique se déploie significativement à travers les emblèmes de la culture étatsunienne qui envahissent les parquets français et, peu de temps après, les premières de couverture des magazines spécialisés. Les symboles de la culture sportive étatsunienne (sens obvie) foisonnent alors dans les unes de *Maxi Basket*. La première page du numéro de novembre 1986 (figure 1) est un exemple du genre par l'accumulation de signes culturels marquants.

Figure 1. *Maxi Basket*, n° 46, novembre 1986, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 14 Un joueur de grande taille (*big man*), d'origine afro-étatsunienne, est planté au milieu de la couverture, flanqué d'un sous-titre non moins détonnant, « Américains : le marché de l'emploi », signalant, pour ceux qui ne l'auraient pas compris, que l'homme vient des États-Unis. Les logos de différentes compagnies aériennes, collés à même la valise sur laquelle le basketteur est assis, évoquent sans doute le billet aller-retour États-Unis-France qui accompagne alors systématiquement les contrats signés par les joueurs étatsuniens dans l'Hexagone. Sa tenue est sans équivoque. Tous les attributs qui rappellent la culture du basket étatsunienne sont là : chaussures de marque étatsunienne, chaussettes blanches sans inscription, short floqué sur le côté droit, traditionnel tee-shirt gris d'entraînement utilisé par les universitaires sur lequel est inscrit en lettres majuscules « WISCONSIN » et « 35 », qui s'avère être un numéro de maillot dont l'utilisation est interdite dans les rencontres officielles des championnats européens ou des compétitions internationales. Casquette, textiles et chaussures posés au sol désignent la mode vestimentaire en provenance des États-Unis, tandis que le joueur semble absorbé par une musique que lui délivre un baladeur dont le casque est d'autant mieux mis en évidence que son crâne est rasé. Enfin, flotte, fondue au milieu des lettres du titre de la revue, la bannière étoilée. Que dire de plus !
- 15 Un peu plus tard, en juillet 1988, *Maxi Basket* propose en première de couverture la photographie de Skeeter Jackson, joueur étatsunien naturalisé Français, portant les couleurs de l'équipe de France (maillot bleu sur lequel est inscrit le nom du pays et bandes tricolores reprises d'ailleurs par le titrage de la revue). L'attitude de l'international en phase de récupération, bras tendus et mains tenant le bas de son short, révèle une posture adoptée fréquemment par les joueurs pros étatsuniens lors de l'exécution de lancers-francs. L'année suivante, à la même époque, la revue spécialisée

française présente Michael Jordan, le « superman » de la NBA, dans une attitude strictement identique. Le célèbre maillot rouge des Bulls de Chicago a remplacé le débardeur bleu de l'équipe de France, tandis que la star de la NBA a été convoquée à la place du meilleur joueur « américain » naturalisé Français. Les projecteurs sont désormais dirigés sur un autre continent.

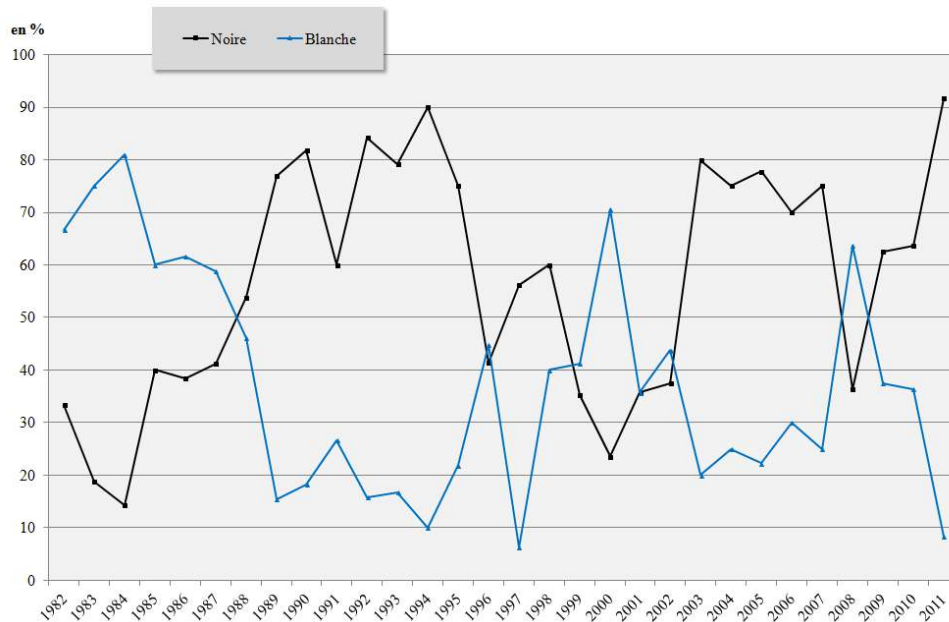
- 16 Fin des années 1980 et début des années 1990, le public français dévore des yeux le basket étatsunien. Les symboles de son hégémonie abondent. Le dribble déterminé du meneur des Pistons de Detroit, Isiah Thomas, écrasant l'effigie des champions européens, de même que l'envolée au sommet d'un gratte-ciel de l'un des joueurs des Knicks de New York représentent deux exemples parmi de nombreux autres. Symboles et emblèmes de la culture étatsunienne (logos de la NBA sur le short et le maillot des joueurs pros étatsuniens, surnom des équipes professionnelles — Pistons, Bulls, Knicks, Sixers —, marques des équipementiers, Spalding pour les ballons par exemple, titrages en anglais, etc.) remplissent alors tous les coins et recoins de la première de couverture de *Maxi Basket*.
- 17 L'arrivée sur la scène olympique du mythe que constitue le façonnage de la première *Dream Team* à l'occasion des Jeux de Barcelone en 1992 accentue encore l'invasion des emblèmes étatsuniens dans les images sélectionnées par les rédacteurs de *Maxi Basket* pour faire la une du magazine. Pour la première fois, les stars étatsuniennes ont la possibilité de se mesurer aux basketteurs du monde entier. En offrant aux sportifs professionnels la possibilité de s'engager dans les compétitions olympiques, le Comité international olympique ouvre ainsi la voie à la concrétisation d'un rêve partagé. Plusieurs numéros portent les stars étatsuniennes à la une de *Maxi Basket* (mars 1992, août-septembre 1992). Plus encore, le mensuel spécialisé semble tout aussi séduit que son public par le basket outre-Atlantique, comme en témoigne la une du numéro hors série de mars 1993 montrant un jeune afro-étatsunien au sourire franc ayant revêtu l'intégralité de l'équipement de la composition étatsunienne. De la casquette au fanion en passant par les magazines et les vignettes autocollantes à collectionner, tous les attributs et objets présentés sont à l'effigie de la *Dream Team* et portent le sigle « USA Basketball ». Une observation attentive et détaillée permet de dénombrer pas moins d'une vingtaine de fois l'affichage du vocable « USA », sans compter les titrages insérés sur la première de couverture. Les étoiles, omniprésentes sur cette image, tentent de réduire les redondances de l'anglicisme « star », utilisé néanmoins trois fois dans cette une. Une double signification symbolique s'offre alors assez naturellement (sens obvie) au lecteur. D'une part, « star » est la traduction anglaise du symbole étoilé qui, en français, évoque la vedette, l'idole. D'autre part, l'étoile est aussi l'indice iconique d'un État sur le drapeau étatsunien. Les références aux États-Unis submergent alors d'autant plus l'image que les couleurs dominantes de cette première de couverture (bleu, rouge et blanc) sont aussi celles de l'étendard étatsunien. Le jeu de confusion avec le drapeau tricolore n'est même pas envisageable ou alors tellement grossier et indécent qu'il ne peut laisser imaginer au *spectator* le moindre espace accordé, dans ces conditions, au basket hexagonal. Plus encore, l'interprétation symbolique orientée dans le sens obtus pourrait conduire à envisager l'idée selon laquelle le jeune garçon, habillé comme les stars étatsuniennes, est dans les étoiles. L'excitation qui accompagne l'événement indique l'importance de la situation pour le monde du basket, la réalisation d'un rêve sans égal. Le bonheur est tel qu'il transperce l'image au point de conduire l'émotion jusque sur le visage du *spectrum*. Faut-il ainsi lire et conclure que l'américanomanie ne peut faire que des heureux ?

- 18 De toute évidence, la mise en visibilité d'un jeune basketteur afro-étatsunien s'inscrit en résonance du phénomène général de chômage structurel né au milieu des années 1970. Au sortir du second choc pétrolier, le taux de chômage progresse encore de manière très importante pour avoisiner les 9 % en Europe occidentale et plus de 30 % pour les jeunes Français en 1995 (50 % en Espagne, 40 % en Italie, 10 % dans le nord de l'Europe) (Bairoch, 1997). Dès lors, le sport, et plus particulièrement le basket-ball, très à la mode dans les dernières décennies du XX^e siècle, pourrait se présenter comme une solution heureuse à l'avenir professionnel incertain d'une jeunesse d'autant plus en quête de sécurité. En faisant appel à un *spectrum* jeune, le magazine illustrerait la mutation d'une société ayant basculé de la fabrication de biens manufacturés vers le commerce des services (y compris les biens culturels tels que le cinéma et la télévision).

Le joueur « d'origine afro-étatsunienne »

- 19 Les insignes qui estampillent en quelque sorte l'image portée à la une ne sont pas les seules enseignes du basket étatsunien. Au-delà de tout ce qui peut évoquer le marché fructueux des produits sportifs et de leurs dérivés, le symbole indiscutable de la « culture basket » étatsunienne est, dès la fin des années 1980, le basketteur afro-étatsunien. Le schéma présentant la répartition des unes du mensuel français par année en fonction de la couleur de peau (tableau 2) confirme cette observation générale.

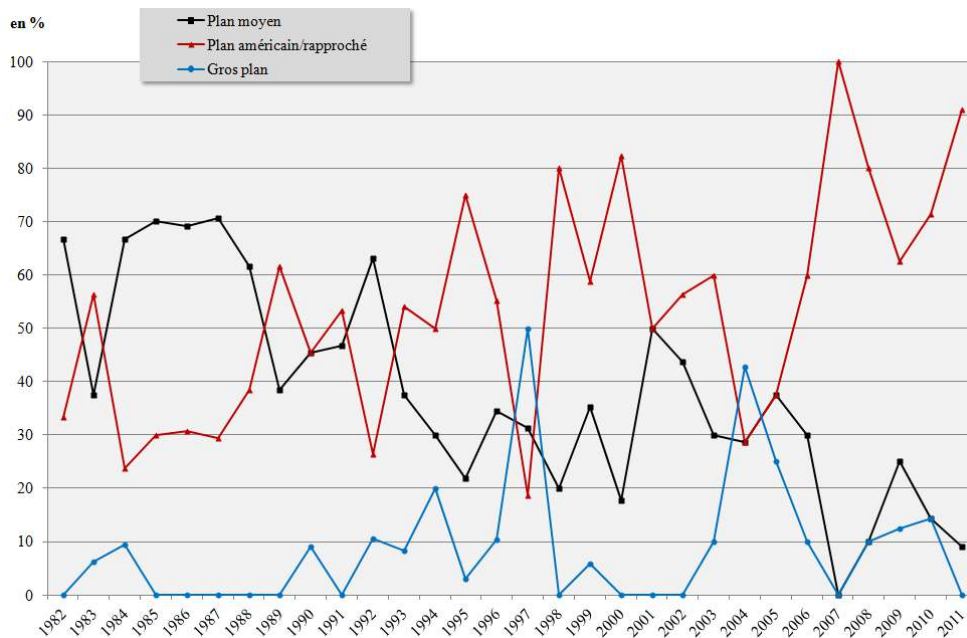
Tableau 2. Répartition par année de la couleur de peau des basketteurs présentés à la une de *Maxi Basket* (1982-2012)



- 20 De 1982 à 1988, les joueurs blancs occupent plus de la moitié des unes de *Maxi Basket*. On peut alors se demander si ce constat a une relation directe avec la crise de la NBA qui éclate au cours de la saison 1980-1981. David Andrews écrit que « les pathologies racistes historiquement associées à la masculinité noire [réapparaissent] alors dans le cadre de reportages sur les tournois professionnels de basket-ball » (2003 : 276). La NBA est présentée comme une organisation « pourrie par la drogue tout simplement parce qu'elle est trop noire » (Andrews, 2003 : 276). La domination écrasante de joueurs afro-

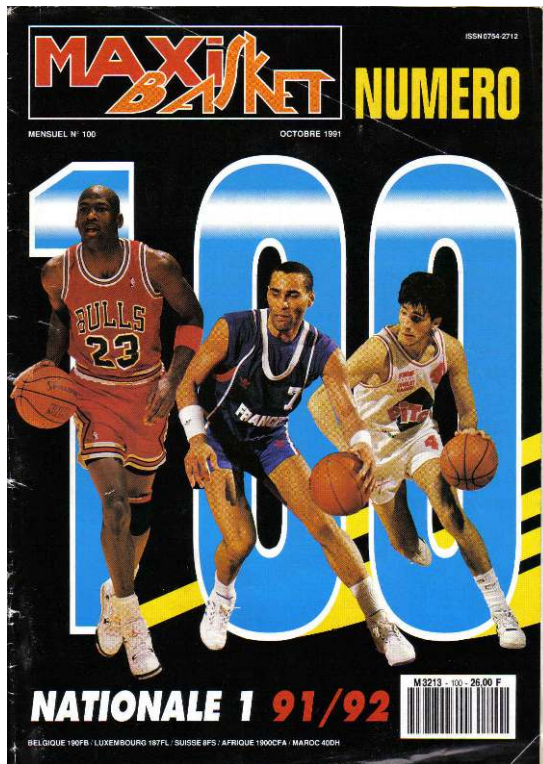
étatsuniens en serait le moteur. Sans aller jusqu'à établir un quelconque parallèle entre cette attitude raciste du public étatsunien à l'origine de l'apparition de la phase critique de la ligue professionnelle et le privilège accordé par *Maxi Basket* aux joueurs blancs, il n'en demeure pas moins que cette stratégie permet au magazine d'esquiver ainsi la crise du basket-ball qui sévit aux États-Unis. En évitant de montrer des joueurs de couleur, la revue spécialisée choisit frileusement de ne pas risquer de perdre la confiance d'un lectorat qui pourrait, selon l'exemple étatsunien, être enclin à se méfier d'un sport susceptible de perdre toute éthique. L'omniprésence de joueurs blancs à la une, même si certains sont originaires des États-Unis, en renforçant l'image d'une pratique isolée du contexte international de la discipline et, plus sûrement encore, radicalement distincte du modèle étatsunien, opère dans le sens d'une démarche permettant de rassurer l'opinion publique française sur la question.

- 21 À la fin des années 1980, la tendance s'inverse. Jusqu'en 1998, avec un premier fléchissement en 1996, le magazine donne alors à voir une pratique de haut niveau afro-étatsunienne. À partir de 1990, les basketteurs afro-étatsuniens occupent près de 80 % des unes, 82 % au moment des exploits de la première *Dream Team* en 1992, 90 % en 1994, avant de retomber à 60 % en 1998 et à 33 % en 1999 (tableau 2). Peut-être faut-il simplement signaler que cette tendance nouvelle repérée dans le magazine français ne fait que refléter la bascule radicale qui s'est opérée sur le plan du recrutement des effectifs des équipes de la NBA au cours des 40 dernières années. Alors que dans les années 1960, la majorité des professionnels évoluant aux États-Unis sont des Blancs, les années 1990 enregistrent une nette domination des joueurs d'origine afro-étatsunienne. Le gros titre de *Maxi Basket* du mois d'avril 1990, « L'or noir », est une illustration parlante, tandis qu'un gros plan de Michael Jordan répond à cette manchette détonante.
- 22 L'entreprise de réhabilitation du joueur afro-étatsunien par les médias étatsuniens (Wilson, 1997) à partir de l'image culte de la star des Chicago Bulls a été engagée dans la seconde moitié des années 1980. La construction et le remarquable succès de la *Dream Team* (n° 4 hors série, mars 1992 ; n° 110, août-septembre 1992 ; n° 8 hors série, mars 1993) semblent avoir définitivement parachévé cet épisode critique ayant mis dans l'embarras le basket pro étatsunien. Le graphique récapitulatif de la nature des plans de prises de vue en fonction des années (tableau 3) fait état d'une plus forte utilisation des gros plans de 1990 à 1997, au moment où les grandes stars du basket pro étatsunien « crèvent l'écran ». Le constat est sensiblement analogue quant aux plans américains et rapprochés, qui sont utilisés plus nettement à partir de 1989.

Tableau 3. Nature des plans par année à la une de *Maxi Basket* (1982-2012)

- 23 Ainsi, la chute progressive de l'usage du plan moyen à partir de 1987 au profit des plans américains et rapprochés semble coïncider avec l'émergence de l'américanomanie des jeunes générations et de la « starification » qui l'accompagne. Le gros plan se prête effectivement mieux à la présentation du « meilleur joueur de la planète », comme se plaît alors à dire le présentateur attitré des matchs de la NBA à Canal Plus, Georges Eddy, lorsqu'il parle de Michael Jordan. Plus encore, le 100^e numéro de la revue d'octobre 1991 (figure 2) offre une interprétation symbolique criante des représentations véhiculées à l'époque (Monier et Vivier, 2010a).

Figure 2. *Maxi Basket*, n° 100, octobre 1991, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



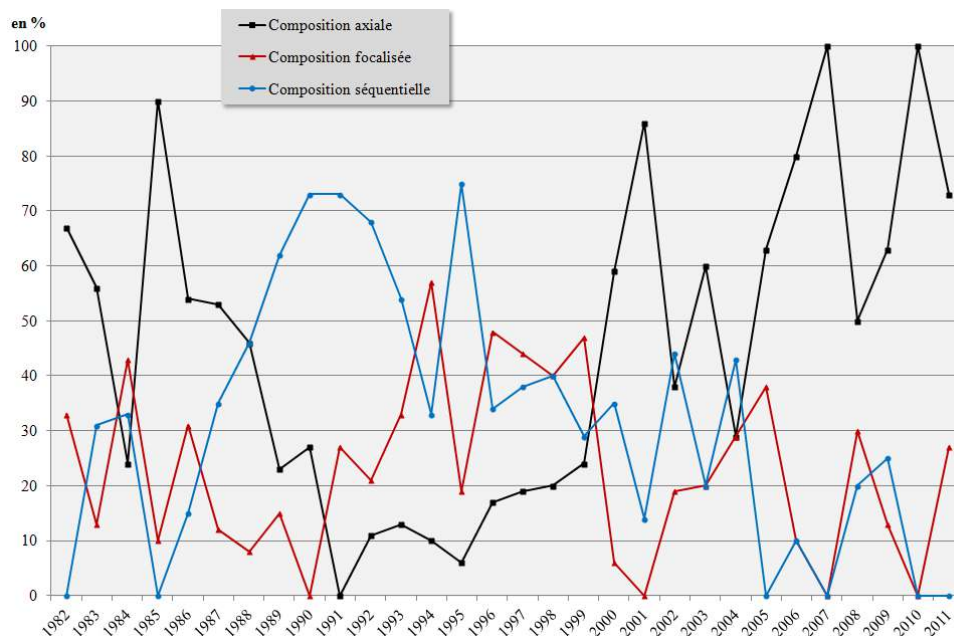
- 24 Les trois chiffres d'un bleu iridescent qui composent le nombre « 100 » se détachent du fond sombre de la page. Ils sont associés à un joueur de renom dans une attitude de dribbleur. La place que chacun de ces basketteurs occupe est éloquente. Michael Jordan, d'abord, leader des Chicago Bulls, est affublé du « 1 », comme pour signifier qu'il est le numéro un. Suit Richard Dacoury, international français et joueur emblématique du Limoges CSP, accompagné, en arrière-plan, par le chiffre « 0 ». Parachevant le triptyque, le jeune meneur de Cholet, Antoine Rigaudeau, destiné à un avenir radieux sur les terrains européens et même à flirter avec la NBA, est accompagné du deuxième « 0 ». Le message est clair. Si, dans le vivier du basket-ball mondial, il est possible de trouver une centaine de joueurs du calibre de Rigaudeau, ou encore une dizaine de joueurs du niveau d'un Dacoury, il n'y a qu'un seul Jordan. La star, afro-étatsunienne, est unique. De gauche à droite, dans le système de lecture occidentale, se succèdent donc, en une manière de hiérarchie que semble dicter le média, la vedette étatsunienne, le joueur international français et le petit *frenchy*. Tous trois sont présentés dans une attitude de dribbleur, mais ils n'affichent pas tous la même sérénité. Michael Jordan, le port de corps altier traduisant une remarquable aisance balle en main, le regard haut et dirigé vers l'avant, progresse sereinement en dribble, alors que l'attitude de Richard Dacoury et d'Antoine Rigaudeau porte les stigmates de l'effort : le poids est chargé sur leur jambe gauche, les muscles sont contractés et leur regard est orienté vers le bas. Par ailleurs, les deux Français conduisent le ballon de leur main gauche, la plus faible, tandis que Michael Jordan dribble de sa main forte, soulignant là encore la facilité avec laquelle il domine son sujet quand les deux autres sont à la peine. L'attitude de chacun est révélatrice du niveau de jeu et des efforts consentis. Enfin, comme pour souligner encore plus la différence de taille, de talent et d'aura des trois basketteurs, contrastant nettement avec la couleur

opaline des chiffres, un rai blanc aux contours floutés fait alors office de toise. À l'étalon de cette marque, il apparaît nettement que plus l'image du joueur rapetisse à mesure que le regard se déporte sur la droite et plus la couleur de peau du joueur blanchit, signifiant l'avènement médiatique du joueur afro-étatsunien au détriment des joueurs blancs (Charlot et Clément, 2007). Finalement, tout dans cette une abonde dans le même sens : l'exemple à suivre est incontestablement le modèle professionnel étatsunien.

Le basket : un marché à investir

- 25 En Europe, le basket-ball, à l'instar d'autres sports plus populaires comme le football (Eisenberg *et al.*, 2004) et plus récemment le rugby (Chaix, 2004), est devenu un marché à investir. Plus qu'un bien culturel, il est peut-être davantage un produit commercial, en ce sens qu'il est injecté dans le circuit de la distribution commerciale. L'étude de Rebillard (2003), mettant en avant la concurrence féroce que se livrent les magazines spécialisés à partir des années 1990, est un exemple marquant de cette récupération du basket-ball à des fins commerciales. Dans cette perspective, l'analyse des unes de *Maxi Basket* autorise une approche encore plus précise du phénomène, puisqu'elle permet de mieux cerner la mutation du basket-ball vers un bien culturel commercialisé.
- 26 L'introduction massive du basket étatsunien au cœur de la revue à la fin des années 1980 est accompagnée d'une nouvelle façon de concevoir l'accroche photographique. L'analyse statistique de la représentation annuelle des unes selon le type de composition interne (axiale, focalisée ou séquentielle) met en évidence une transformation radicale à partir de 1987 jusqu'en 2000 (tableau 4).

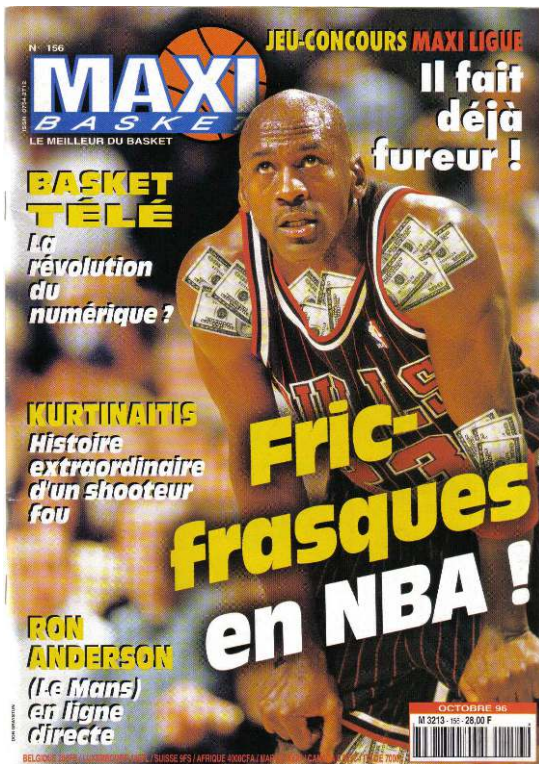
Tableau 4. Fréquence d'utilisation des natures de compositions internes (axiale, focalisée, séquentielle) par année dans les unes de *Maxi Basket* (1982-2012)



- 27 Alors que la composition axiale était le modèle le plus fréquemment choisi à la une de *Maxi Basket* de 1982 à 1988, la tendance s'inverse à la fin des années 1980. En effet, la nature de la composition interne de l'image présentée en première de couverture change nettement. Avant que la composition axiale n'ait à nouveau dans les années 2000 la faveur

des éditeurs, de 1989 à 1995, la composition séquentielle est désormais utilisée de manière prépondérante, réduisant les formes axiale et focalisée à des portions mineures (en 1990, 72,7 % des unes exploitent la forme séquentielle contre 20 % pour la forme axiale ; en 1995, les chiffres sont respectivement de 75 % pour la forme séquentielle, tandis que la forme axiale tombe à 6,2 % et que la forme focalisée est de 18,8 %). Ainsi, parce que la composition séquentielle relève d'un système d'élaboration de l'image particulièrement prisé par les créateurs d'affiches publicitaires, il est alors possible d'émettre l'idée que ce choix qui accompagne la mise en exergue du joueur noir pro étatsunien est révélateur de la bataille que se livrent les différentes revues françaises spécialisées dans le basket. La concurrence est rude. *Maxi Basket*, qui ne cesse d'améliorer chaque année le nombre de ses tirages (1982, 16 000 ; 1984, 20 500 ; 1986, 25 500 ; 1988, 30 000 ; 1990, 35 000 ; 1992, 41 000) (Rebillard, 2003), enregistre une stagnation à partir de 1992, au moment où de nouveaux magazines envahissent les kiosques (*Sports Action* [1989-1991], *Basket* [1991], *Sports Action Basket* [1992-1996], *Mondial Basket* [1991-], *5 majeur* [1991-]) (Rebillard, 2003). Si la plus ancienne revue française de basket réussit à contenir l'attaque de ses concurrents jusqu'au milieu des années 1990 (les chiffres de diffusion de *Maxi Basket* atteignent 43 500 en 1994), l'arrivée sur le marché de groupes de presse magazine en quête « d'opportunités de vente » et prompts à investir des « niches dans différents secteurs journalistiques du moment où celles-ci connaissent un rapide développement » (Rebillard, 2003 : 215) stoppe son ascension. Les chiffres de diffusion de *Maxi Basket* chutent alors de manière alarmante (de 43 500 en 1994 à 38 000 en 1995, de 27 400 en 1996 à moins de 20 000 en 2000 et 2002²). La revue résiste mal à ce surinvestissement d'une branche journalistique qui place les magazines lancés au début des années 1990 parmi les meilleures ventes (80 000 exemplaires de *Mondial Basket* sont distribués chaque mois de 1993 à 1994, 56 000 pour *5 majeur* en 1994-1995) (Rebillard, 2003). Les « coups éditoriaux » réalisés par les grands groupes de presse magazine au début des années 1990 ont immanquablement contraint la revue *Maxi Basket* à s'adapter à la loi du marché et à se tourner, en l'occurrence, vers le basket étatsunien et l'effet de mode qui l'accompagne. Dès lors, c'est sans doute tout autant la volonté d'utiliser la force économique que constitue le basketteur pro étatsunien par son statut de star que la prise de conscience médiatique de l'opportunité que représente l'exploitation de son image pour les ventes de la presse magazine qui explique le « boom » enregistré par la « presse basket » au cours des années 1990. La une proposée par *Maxi Basket* en octobre 1996 (figure 3) présentant une fois de plus Michael Jordan en est l'illustration parfaite.

Figure 3. *Maxi Basket*, n° 156, octobre 1996, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 28 La star, montrée dans sa position favorite de repos à l'occasion d'une phase de jeu arrêté (mains accrochées au bas du short et bras tendus appuyés sur les cuisses), est affublée de billets de banque qui débordent de sa culotte de sport, de son maillot et de son bracelet éponge. Le montage photographique transforme le plus célèbre basketteur du monde en une machine à fabriquer des dollars. Symbolisé par la ligne de son regard posé sur le panneau d'affichage, le « compteur » de la star (peut-être aussi celui de ses agents et de ses commanditaires) semble inscrire au fond de ses yeux les dividendes engrangés au rythme des points marqués et des minutes passées sur le parquet. En se permettant un tel photomontage, les rédacteurs en chef de la revue *Maxi Basket* soulignent peut-être innocemment le rôle que jouent, d'une manière générale, les médias dans le système sportif contemporain (Andrews, 2001).
- 29 La démonstration d'Andrews (2003) reprenant les travaux anglo-saxons (Harvey, 1989 ; Jameson, 1991) exprime de quelle manière l'industrie sportive et, plus spécialement dans le cas étudié, la NBA alimentent à la fois les forces du capitalisme récent propres à la situation post-moderne, mais aussi comment elles les finalisent. De la sorte, le sport professionnel sous l'emprise des médias s'inscrit dans la logique culturelle du capitalisme moderne en pleine expansion dans la dernière décennie du XX^e siècle.
- 30 Au cours des années 1970, la crise de l'économie mondiale (baisse des taux de productivité industrielle, inflations pétrolières, mutation de l'industrie en direction des activités de pointe peu coûteuses en main-d'œuvre, etc.) a occasionné une délocalisation massive du secteur manufacturier vers les pays en voie d'industrialisation. En contrepartie, les pays aux économies développées ont inauguré un nouvel ordre : les industries de la culture (publicité, marketing et médias commerciaux). Dans cette « civilisation de l'image » (Kearney, 1989 ; Andrews, 2003) habile à exploiter tout engouement populaire dans une

perspective commerciale, le sport s'avère un instrument privilégié. Avides de nouveaux marchés, la télévision et les médias en général s'emparent de tout événement potentiel, quand ils ne le façonnent pas, à partir du moindre indice susceptible de faire de l'audience et donc d'être lucratif (Jeanneney, 2001). Ainsi, selon Andrews (2007), l'image de Michael Jordan, parfaite icône (avec un accent circonflexe cette fois) du capitalisme moderne, a été utilisée exclusivement à des fins commerciales. Elle révélerait la découverte d'un nouvel espace de profits pour la NBA (vêtements, produits alimentaires, musique, etc.) frappée des sceaux de « l'urbanité » et de la « négritude ». Andrews (2005) précise qu'il emploie le terme *négritude* sans connotation politique ni raciale.

Théâtralisation : le modèle d'un basket-spectacle

- 31 À partir du milieu des années 1980, le basket français trouve un nouveau souffle. En effet, l'étiquette de sport-spectacle est progressivement accolée à ce sport d'équipe en pleine mutation. Le jeu professionnel présenté outre-Atlantique sonne définitivement le glas du basket promoteur des valeurs morales qui avait tant séduit la YMCA à la fin du XIX^e siècle (Chavinier, 2008) et ensuite les patronages sportifs catholiques dans la première moitié du XX^e siècle (Munoz, 2003). Le modèle de la NBA surpasse désormais tous les autres. Il s'agit de produire avant tout du spectacle, source de revenu et de profits incommensurables. Bien relayé par les médias télévisuels, le basket qui enthousiasme alors la jeunesse prend un caractère de plus en plus sensationnel. Spectacle flamboyant échafaudé de gestes nouveaux, hors du commun, de figures mythiques, d'intrigues de star, d'anecdotes, de performances remarquables, de logos et de produits dérivés sources de bénéfices colossaux (Bryman, 1999), la « balle au panier » inventée par le pasteur Naismith à la fin du XIX^e siècle se trouve alors parée de tous les attributs de l'hypermodernité (Aubert, 2004). Les unes présentant les stars de la NBA en pleine action se multiplient à partir de 1988. La vedette pro étatsunienne de basket-ball est partout. Son omniprésence est à l'effigie de l'expansion du modèle culturel étatsunien. Provocante, à l'ego démesuré, ou simplement sympathique et altruiste, mythique parfois, la star de la NBA donne du « panache » à ce sport. Sélectionnés au filtre de l'emphase, tous les gestes, toutes les attitudes et les mimiques des sujets immortalisés sur les premières de couverture de *Maxi Basket* espèrent attiser d'intenses et d'agréables sentiments chez le *spectator* qui les croise du regard. À la manière du catch décrit par Barthes, le basket mis en évidence par les unes du magazine spécialisé propose également « des gestes excessifs, exploités jusqu'au paroxysme de leur signification » (1957 : 14). S'agirait-il finalement d'une pantomime dans laquelle chaque basketteur-vedette serait affublé d'un geste spectaculaire en adéquation avec son poste de jeu autant qu'avec son caractère et représentatif du rôle joué sur la scène de la NBA ? De la sorte, le public français serait à même de reconnaître spontanément les stars évoluant de l'autre côté de l'Atlantique et ainsi de pouvoir s'y identifier encore plus facilement à l'occasion de leur apparition hebdomadaire sur la chaîne télévisuelle privée Canal Plus. Quelques exemples pourraient remarquablement illustrer un tel constat.
- 32 Ainsi, le roi Michael survole toujours de manière fluide et emblématique les débats, comme se plaisent à le représenter les unes de *Maxi Basket* de janvier 1990, de juillet et de novembre 1992, de juillet-août 1993, etc. Charles Barkley des Sixers de Philadelphie incarne, par son *power lay up* (tir en puissance proche du panier), la force provocatrice d'un joueur d'une combativité et d'un acharnement rares (unes de décembre 1990 et de

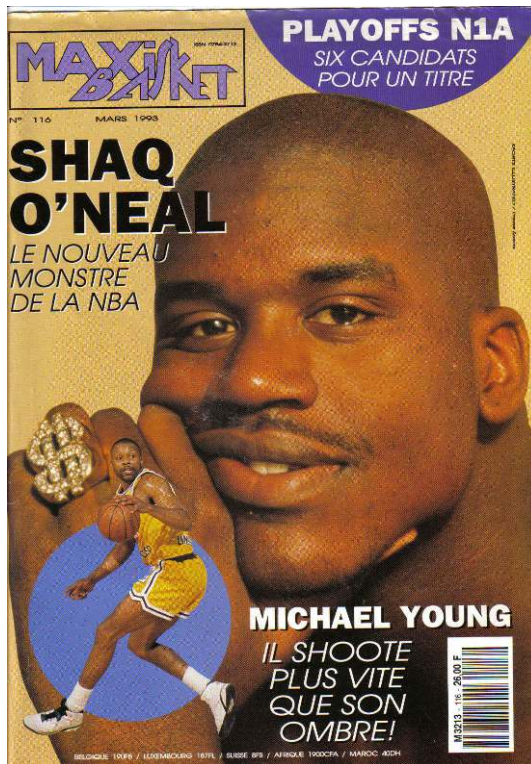
août-septembre 1991). La première de couverture de décembre 1988 montre James Worthy, suspendu dans les airs, bras et jambes écartés, exécutant une passe inattendue dans une position incongrue hautement spectaculaire. Il en est de même pour Magic Johnson, le passeur surdoué des Lakers de Los Angeles. Quant à Karl Malone, photographié au rebond, c'est l'efficacité personnifiée (une de novembre 1991). Mais la plus belle illustration de cette association identificatrice entre une star et un geste spectaculaire revient incontestablement au monstre de puissance physique (2,17 m pour 140 kg) que représente le « Shaq » (Shaquille O'Neal). L'emploi de tels surnoms par la presse spécialisée facilite d'ailleurs la construction de véritables mythologies vivantes, à la manière des vedettes du Tour de France décrites par Barthes (1957).

33 À partir de 1993, l'effigie du « Shaq » envahit les unes de *Maxi Basket* (juillet 1993, avril 1994, avril-mai 1995, etc.). La première de couverture de juillet 1993 (n° 120) est particulièrement intéressante en ce sens qu'elle souligne les qualités surhumaines du colosse O'Neal dans un *dunk* (la balle est lancée du haut vers le bas dans le cercle) surpuissant. La force et la violence de la marque de fabrique de l'athlète étatsunien sont alors illustrées par la présentation d'un kinogramme montrant, en huit photographies successives prises à de très courts intervalles de temps, la destruction d'un panneau de basket cédant sous l'impact du lancer du « Shaq » lors d'une rencontre de la NBA. Le *dunk* est bien sûr tout un symbole de force, d'aisance et surtout de domination que découvrent les joueurs français au début des années 1980 (Monier et Vivier, 2010b). Il est spectacle par excellence, le geste technique que rêve désormais d'exécuter tout basketteur de l'Hexagone à l'occasion d'une rencontre de championnat. Sa dénomination sous un vocable étatsunien est significative, tandis que les retransmissions des premiers *slam dunk contests* (« concours de *dunks* ») focalisent l'attention des jeunes générations. Un basket nouveau s'implante peu à peu en France et en Europe, accordant une importance capitale aux gestes spectaculaires (*dunk*, *block shoot* [« contre »], rebond, passe laser, dribbles entre les jambes, tirs à trois points, etc.) empreints de vitesse et de force toujours contrôlés. Le pari de l'instigateur du basket-ball visant à faire évoluer deux équipes de joueurs dans un espace restreint en privilégiant les qualités d'adresse et d'habiletés motrices tout en sollicitant un engagement physique important de chacun des protagonistes serait-il donc en passe d'être tenu un siècle plus tard ?

34 La violence inhérente à la présentation de ces gestes spectaculaires est alors forcément maîtrisée. Elle peut donc d'autant plus être exhortée par les médias et faire la une des journaux spécialisés qu'elle n'en a que l'apparence. À l'image du catch, les gestes spectaculaires emphatiques du basket étatsunien et le lot d'attitudes véhémentes qui les accompagne participent d'une forme de théâtralisation de la violence. La brutalité du geste n'est que comédie, son exagération qu'une parure témoignant d'une violence primaire toujours prête à surgir, mais que semble réussir à contenir et à transformer en énergie positive le sport compétitif moderne et les réglementations qui le caractérisent (Elias et Dunning, 1986). Les symboles de la domination d'un sport professionnel modifié et conçu pour proposer le plus merveilleux spectacle aux publics du monde entier abondent. La une emphatique de novembre 1993 (n° 123), mettant en avant Charles Barkley, est un modèle du genre. La théâtralité de la pose et, plus généralement, le montage photographique semblent indiquer la prédominance du modèle étatsunien sur le basket. Cette une résume admirablement les représentations du basket-ball véhiculées par le mensuel spécialisé depuis le milieu des années 1980 jusqu'au milieu des années 1990.

- 35 La une de mars 1993 (figure 4) est une autre illustration de conduite emphatique alimentant l'idée selon laquelle le basket étatsunien est avant tout un spectacle, doublé d'une lutte concurrentielle entre les grands sports professionnels étatsuniens (baseball, football étatsunien, basket-ball).

Figure 4. *Maxi Basket*, n° 116, mars 1993, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 36 La première de couverture exhibe une fois de plus Shaquille O'Neal. Le portrait du jeune prodige étatsunien est marqué du sceau de la provocation. Tout d'abord, le *spectrum* est un géant dont le faciès envahit la presque totalité de la première de couverture. Soulignant cette observation simplement spatiale, la légende accompagnant l'image n'hésite pas à qualifier le joueur de « monstre ». Détonnant avec la massivité du portrait du pivot pro étatsunien s'affiche, en petit et en bas à gauche de la couverture, la fluette silhouette d'un joueur, pourtant l'un des meilleurs basketteurs du Championnat de France : Michael Young. Symboliquement, le montage photographique fait en sorte de laisser à penser que les prouesses de ce joueur étatsunien évoluant dans l'Hexagone, matérialisées par le découpage du personnage en pied (plan moyen), peuvent aisément tenir dans la main de l'ogre « Shaq ». En définitive, l'image laisserait entendre que les meilleurs basketteurs européens, qui plus est des Étatsuniens, ne pèseraient pas lourd devant la suprématie des joueurs professionnels étatsuniens. L'écart de taille entre les représentations de ces deux champions est significatif de l'emphase employée à la une du magazine. Ensuite, le *spectrum* a le regard rivé sur l'objectif, qu'il fixe sans frémir, dévoilant la confiance extrême qui est sienne. Sa manière de sourire est révélatrice une fois encore de son degré d'assurance. D'une pression de la main, sans laquelle il resterait de marbre, il semble devoir assister ses zygomatiques pour esquisser un pâle sourire. Cette posture ajoute à l'expression moqueuse du sujet photographié.

- 37 Comme l'écrit Andrews, le basket pro étatsunien s'est chargé de fabriquer un monde fantasmagorique « fait d'identités et d'histoires de vie griffées comme des produits de consommation : des histoires pleines de triomphes et de tragédies, de succès et d'échecs, de héros et de voyous » (2003 : 281). Le mensuel spécialisé français n'échappe pas à la règle. Comme ses homologues étatsuniens, il transmet ou fabrique lui-même des histoires à rebondissements dont la fonction première consiste à intéresser le maximum de lecteurs. La mise à la une de la vie d'une « star » du basket-ball étatsunien, qu'elle soit sportive ou privée, permet inmanquablement d'attirer le regard avant d'espérer captiver le *spectator*-client. La présentation des unes de *Maxi Basket* sous la forme de romans-feuilletons s'avère alors un moyen commercial visant à fidéliser un lectorat. L'histoire d'Earwin Johnson, dit Magic, portée à la une du magazine spécialisé français est une remarquable illustration de ce genre de mise en scène. Le feuilleton Magic est construit en trois épisodes révélés par trois unes. Roman-photo établi à la suite d'événements marquants survenus dans la vie du célèbre joueur des Lakers, il tente de saisir affectivement le *spectator* à la manière des sagas diffusées par les chaînes télévisées : suspens, rebondissements, détresse et liesse se succédant à un rythme effréné sont les ingrédients d'une réussite commerciale assurée. Le lecteur est tenu en haleine. Il lui faut donc attendre le numéro suivant pour connaître la suite d'une tragédie qui n'en finit pas.
- 38 Tout d'abord, le feuilleton Magic débute par un désenchantement. Le 7 novembre 1991, à l'occasion d'une conférence de presse, Earwin Johnson annonce qu'il a contracté le VIH et qu'il quitte l'équipe des Lakers de Los Angeles. « L'histoire presque parfaite et vraie du petit garçon noir et pauvre devenu riche, à qui souriaient la gloire et le succès » (Loving, 1992 : 17), est interrompue brutalement par le sida. Pourtant, la une de juillet 1992 (n° 109) montre un Magic étonnamment souriant. L'image semble cultiver des thématiques aussi sérieuses que les Jeux olympiques, le sida et la ligue professionnelle étatsunienne de basket-ball, comme l'indique le sous-titrage : « Magic parle des J.O., du sida, de la NBA ». Dans un plan très rapproché, la star étatsunienne est photographiée en contre-plongée. Sur un fond sombre, quasiment noir, les contours du visage du meneur de jeu des Lakers se dessinent faiblement à la flamme d'une chandelle conférant un caractère éminemment dramatique à l'image. L'éclairage directionnel suranné tirant sur le jaune orangé « sensualise » (Joly, 2000) et accentue encore le caractère émouvant de cette une. L'ambiance avoisine la veillée mortuaire. Dans la mesure où la lumière issue de la bougie rencontre directement les traits du visage du joueur étatsunien, le *spectator* a tout loisir pour saisir avec précision le plus petit soupçon de vie et de pensée du *spectrum*. La star est ainsi mise à nu, livrée à son public. Comme surgie de l'au-delà, elle n'en est pas moins sans vie, comme l'attestent ses yeux ouverts. Un dialogue avec la vedette étatsunienne semble même possible. Le dernier, peut-être ?
- 39 Plusieurs indices iconiques permettent néanmoins d'espérer un tout autre dénouement à l'histoire. D'une part, la bouche très légèrement entrouverte esquisse un sourire que les froncements du front et les ridules des yeux et des commissures des lèvres confirment nettement. D'autre part, le regard de Magic ne fixe pas l'objectif. Ses yeux légèrement relevés donnent alors l'impression que le *spectrum* a engagé un dialogue avec un interlocuteur situé hors champ. S'agit-il d'une conversation divine ou plus simplement d'un combat engagé entre le joueur de basket et la maladie ? De toute évidence, cette interpellation imagée fait en sorte de rapprocher le héros sportif de son public. La lecture des propos de Magic Johnson permet d'approfondir encore cette analyse. En laissant le *spectator* pénétrer son intimité, le joueur des Lakers espère ainsi « projeter de l'homme

qu'il est devenu, une image positive » (Loving, 1992 : 10). De cette manière, au nom de tous les séropositifs, il souhaite démontrer la nécessité de continuer à vivre de manière active et productive. Le sujet photographié dédramatise donc la situation, laissant transparaître l'espoir de lendemains plus cléments que ne peuvent pas manquer d'attendre les amateurs les plus endurcis.

- 40 La une suivante d'août-septembre 1992 rassure enfin le public français féru de basket. Magic est bien vivant. Mieux encore, il est représenté en pleine course à la une de *Maxi Basket* au côté de Michael Jordan avec le maillot des États-Unis. Magic a donc décidé de reprendre du service et, choix prévisible, c'est avec la *Dream Team* qu'il s'est engagé. Le retournement de situation est à peine croyable. En novembre 1991, Magic annonçait son retrait du championnat de la NBA et, moins d'un an après, il décide de participer aux Jeux olympiques au sein de l'équipe étatsunienne. De tels rebondissements successifs ne sont pas pour rassurer définitivement le lecteur sur l'issue de cette histoire. Magic réintégrera-t-il une équipe de la NBA ? Les JO d'Atlanta seront-ils marqués par la dernière apparition du meneur de jeu étatsunien ? Une telle intrigue a le pouvoir d'ensorceler tout un lectorat. Plus encore, l'ensemble de la communauté des amateurs de basket-ball est tenu en haleine quant au dénouement de ce récit véridique. Finalement, le troisième épisode, la une de novembre 1992, exhibe un Magic au sommet de son art. Revêtu de son habit de lumière propre aux Lakers de Los Angeles et de son numéro fétiche, il est représenté en pleine extension face à un adversaire dominé lors d'un tir au panier. Le héros est de retour. *Maxi Basket* tente bien, quelques années plus tard, de relancer le feuilleton Magic en créant l'événement autour d'un nouveau retour. Mais l'affaire avorte très vite. La situation s'apparente plus à du réchauffé qu'à un véritable scoop. Le n° 149 de février 1996 signe la dernière apparition d'Earwin Johnson à la une du magazine spécialisé français. Dans cette jungle médiatique, une star peut aisément en chasser une autre. La seconde retraite du « roi » Michael se profile à l'horizon au moment où le basket européen prend de l'envergure. Une page est alors en train de se tourner.

Du culte du panache à une culture métissée : la fin de la suprématie étatsunienne

- 41 Le règne étatsunien au sein du basket-ball français s'essouffle à la fin des années 1990. En effet, l'année 1996 sonne le glas de son hégémonie et marque l'avènement d'une primauté des joueurs français à l'image (tableau 1). Quatre années plus tard, près de 90 % des unes présentent un *spectrum* français. Plus encore, en 2007, avec l'intégralité des premières de couverture mettant en exergue un athlète français, le magazine est au paroxysme de la représentation de basketteurs de cette nationalité. Les excellentes prestations ainsi que les résultats des équipes de France aux Jeux olympiques de Sydney expliquent, sans nul doute, le pic observé en 2000, tandis que les performances outre-Atlantique de Tony Parker (champion NBA et premier Européen élu meilleur joueur des finales NBA en 2007) justifient immanquablement l'intérêt des éditeurs aux joueurs français évoluant à l'étranger. Parallèlement, les joueurs étatsuniens passent d'une couverture de 31 % des unes en 1996 à une couverture de 6 % en 2002. En outre, entre 2000 et 2011, ces basketteurs n'apparaissent en moyenne que dans 6 % des « unes ». Comme Pascal Legendre l'énonce dans le questionnaire auquel il s'est aimablement soumis, « [ils] ne seront plus jamais les maîtres absolus de la planète ». Si l'ère étatsunienne du basket français périclète peu à peu à l'aube du XXI^e siècle, quel modèle culturel lui succède ?

- 42 Sans doute que cette renaissance culturelle trouve son origine à la fin des années 1980 dans l'écroulement du communisme et le triomphe du libéralisme. Dès lors, l'évidente orientation du monde en direction du capitalisme n'inviterait-elle pas à dégager un modèle alternatif jouant le rôle d'un contre-pouvoir politique, économique et culturel ? Si aucune solution ne semble s'être dégagée nettement, en revanche, des régulations et des nuances marquent tant les modes de vie que les structures de consommation. À la convergence réciproque de l'Est vers l'Occident (l'Est était censé se rapprocher de l'Occident par ses pratiques économiques et techniques tout en gardant son système social, tandis que l'Occident, en élargissant son système social et en complétant la couverture de l'État-providence, devait se rapprocher de l'Est) succède finalement une gestion mondiale non seulement du politique, de l'économique (*world economy*), du social et de l'écologique, mais aussi du culturel, ou mondialisation (*globalization*). Le consensus est désormais de mise. L'américanophobie, qui s'érige au milieu des années 1990, accentuée par les guerres du Golfe (Duranton-Crabol, 1998 ; Lasserre, 2007), poserait les bases d'une opposition naissante à la toute-puissance capitaliste. Finalement, la mondialisation ne prendrait-elle pas plus les traits d'un métissage culturel que ceux du modèle étatsunien ?
- 43 L'étude des couvertures du magazine met en relief cette réflexion. Alors que la représentation visuelle du joueur afro-étatsunien monopolisant les unes du magazine est désuète dès le milieu des années 1990, le basket-ball qu'elles exhibent n'est pas dépossédé des attributs culturels étatsuniens. Le culte du spectacle, le caractère emphatique des mises en scène, la théâtralisation des *spectra* sont encore très prégnants au sein des unes. De même, il existe toujours un flux de joueurs entre l'Europe et les États-Unis, mais une mutation s'est accomplie : les joueurs étatsuniens professionnels de la NBA ne viennent plus terminer leur glorieuse carrière sur le Vieux Continent. Dorénavant, ce sont les jeunes basketteurs français qui amorcent la leur outre-Atlantique. Les Tony Parker, Jérôme Moïso, Boris Diaw, et autres Mickaël Piétrus sont autant de joueurs français arborant désormais les symboles culturels qui étaient l'apanage de l'ère étatsunienne du basket français. D'une certaine manière, il semble possible d'observer dans ces représentations du basket-ball une succession d'entre-deux qui cautionnent l'hypothèse de l'émergence d'un métissage culturel.
- 44 Le tableau 2 montre qu'après deux périodes d'hégémonies successives des *spectra* blancs puis afro-étatsuniens à la une de *Maxi Basket*, il est surprenant d'observer qu'aucune de ces modalités de réponse ne prend le pas sur l'autre à partir de 1999. D'une certaine manière, les cultures qui y sont liées, ou dont elles sont l'allégorie, seraient amalgamées, entrelacées, conjuguées. Une précédente étude sur les unes de *Maxi Basket* a démontré que la culture ou les caractéristiques culturelles peuvent être associées à la couleur de peau du *spectrum* (Monier et Vivier, 2005). En définitive, une culture ne se fondant jamais totalement dans une autre sans n'y laisser plus que des traces, le modèle culturel qui point serait à saisir entre ces hégémonies successives. La une d'octobre 2002 (figure 5) offre un point de vue synthétique des mutations qui s'opèrent dans les représentations culturelles du basket français révélées par *Maxi Basket*.
- 45 L'arrangement de la scène permet à plusieurs métissages d'être dévoilés. Ni totalement français, ni totalement étatsunien, le *spectrum* Tony Parker représente déjà, à lui seul, un premier consensus. TP (prononcer en anglais) est le meneur de l'équipe de France de basket-ball, mais il est également le meneur des Spurs de San Antonio et le futur vainqueur du championnat de la NBA. Il est entre deux nationalités, entre deux cultures.

Figure 5. *Maxi Basket*, n° 239, octobre 2002, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 46 Un second compromis concerne les symboles qui gravitent autour du thème principal de l'anniversaire, plus qu'évoqué par l'image photographique de la une. Le *spectator* est invité à célébrer un grand moment dans la vie du magazine, comme dans celle de Tony Parker, puisque tous deux fêtent leurs 20 ans (*studium*). Le *spectator* participe même à l'Halloween. Le moment de parution du magazine (mois d'octobre), adjoint au faciès de TP, disgracié et fardé d'une teinte orangée — comme s'il s'agissait d'une citrouille éclairée de l'intérieur par une bougie —, n'est pas sans rappeler cette célébration traditionnelle de la soirée du 31 octobre, empruntée aux cultures anglophones (*punctum*). L'Halloween a tout du folklore, de la légende (Hobsbawm et Ranger, 1983), et peut-être même du mythe, récupéré à des fins commerciales et transformé en bien culturel, à l'image du basket-ball de l'ère étatsunienne dans les années 1990. Cette résurgence de la culture étatsunienne au sein de l'image photographique de la une d'octobre 2002 participe pleinement à la mise en exergue d'une nouvelle ère dans les représentations du basket-ball. Même si elle est inédite, cette période récente compose avec des caractéristiques des modèles précédents. Elle est empreinte, d'une certaine manière, d'une culture panachée. En définitive, l'analyse des unes laisserait entrevoir l'apparition d'un modèle de représentations original, caractérisé par le panachage des cultures passées. Sherry Simon, professeure à l'Université Concordia de Montréal, définit l'hybridité culturelle comme « un présent en perpétuel mouvement ; un mode de circulation, d'interaction et de fusion imprévisible des traits culturels » (2000 : 20). Cette hybridité culturelle caractérise véritablement les représentations véhiculées par les unes de *Maxi Basket* à partir des années 2000. Ainsi, le nouveau modèle culturel qui point à l'horizon du XXI^e siècle serait, à la lumière de ces réflexions, une frontière en errance, un entrelacs de traits culturels s'échangeant de

manière aléatoire et fortuite entre différentes « cultures basket ». Une question reste toutefois en suspens : cette frontière nomade n'est-elle qu'éphémère ou persiste-t-elle ?

L'image cocardière : retour aux sources ou symptôme d'une hybridité culturelle ?

- 47 Les unes des numéros de *Maxi Basket* publiés dans les années 2000 laissent envisager un retour à la stratégie éditoriale des débuts. Autrement dit, le magazine se concentrerait à nouveau sur un basket français ragaillardi par la médaille d'argent des tricolores aux Jeux de Sydney en 2000, même si les résultats lors des compétitions internationales suivantes sont décevants. Plusieurs signes permettent d'avancer cette idée.
- 48 D'un point de vue purement quantitatif, la représentation graphique de l'évolution de la part des joueurs français en une de *Maxi Basket* est tout à fait significative (tableau 1). À partir de 1997, leur proportion ne passe pas une fois sous la barre des 50 %. Plus encore, de 1998 à 2011, les joueurs français se réservent les deux tiers des images photographiques de première de couverture, alors que jusqu'aux trois quarts des unes des années 1990 affichaient un joueur étatsunien évoluant aux États-Unis. La bascule est manifeste. Elle l'est d'autant plus qu'elle est confirmée par une analyse plus fine, qualitative. En effet, illustrant magistralement cette idée, la une du n° 285 de décembre 2006 (figure 6) met en image un certain chauvinisme, sinon patriotisme, résurgent.

Figure 6. *Maxi Basket*, n° 285, décembre 2006, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 49 Un sublime cliché en noir et blanc couvre l'ensemble de la page couverture du magazine. Rien n'est coloré sur cette image, pas même le logo de *Maxi Basket*, qui se pare des tons dominants de la une, ni les titres aux couleurs généralement accrocheuses, rien... Rien, si

ce n'est un fard tricolore déposé sur la joue du *spectrum*. Seules détonnent, au cœur des nuances de gris, ces trois couleurs : bleu, blanc, rouge. Tel un taureau cocardier, Jérôme Schmitt, joueur évoluant au sein du BCM Gravelines, est lancé dans l'arène. Exhibé torse nu, l'éclat d'une faible lumière se reflétant sur la sueur qui ruisselle sur une peau imberbe, le regard assuré et empreint de pugnacité, maquillé aux couleurs de l'étendard français, le joueur d'origine alsacienne symbolise ici cette réorientation du magazine vers le basket-ball français. « Peut-on gagner avec des Français ? » osent même les éditeurs, en gros titre sur cette une.

- 50 Malgré tout, force est de constater que d'autres signes viennent contrebalancer cette interprétation. Ils tendent à montrer que les représentations véhiculées ne sont pas une simple mise en exergue d'un basket exclusivement français, mais véritablement celles d'un sport blotti au cœur d'un entre-deux, d'un métissage, d'une hybridité. La une du n° 270 d'août 2005 (figure 7) contredit magistralement cette idée d'un retour à un basket confiné à l'Hexagone, affaire de joueurs blancs qui évoluent dans le Championnat de France. Au contraire, la mise en scène montre combien le basket représenté erre entre deux mondes.

Figure 7. *Maxi Basket*, n° 270, août 2005, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 51 Mike Piétrus apparaît pelotonné dans une bannière tricolore occupant l'intégralité de la une. Paré de cette seconde peau, le *spectrum* semble être utilisé ici par les éditeurs pour mettre en avant l'idée que, certes, il est un joueur évoluant dans le Championnat étatsunien (Golden State Warriors), mais qu'il est avant toute chose un basketteur français. Il est un métissage, une fois encore. Un hybride. Le *spectrum*, en tant que signe, tient lieu ici de l'hybridité, en ce sens que le joueur n'est pas là pour lui, mais bien pour signifier autre chose, pour représenter cette frontière entre deux mondes. Entre la France et les États-Unis, le va-et-vient est aussi vieux que le basket lui-même, puisqu'amorcé dès

la fin du XIX^e siècle lorsque les YMCA d'outre-Atlantique exportent le basket-ball à Paris dans la plus grande discrétion médiatique (Monier, 2011). À partir des années 1960, « la <colonisation> américaine » (Bosc, 2002 : 204) est en marche. Cette circulation des basketteurs entre les deux pays prend une direction radicalement différente à partir des années 2000. Amplifiant cette représentation — et cette réalité — d'un revirement dans le flux des joueurs, les unes mettent en lumière de manière récurrente des basketteurs français expatriés, à l'image de Mike Piétrus. C'est le cas de Boris Diaw par exemple, et de Tony Parker surtout. À eux trois, ils couvrent plus du tiers des unes de *Maxi Basket* publiées depuis 2001. Les parcours sportifs de ces athlètes sont semblables (voir notamment Primault, 2007). Nés en 1982, formés au Centre fédéral, ils évoluent de deux à quatre ans dans le championnat professionnel français avant d'être repêchés par des franchises de la NBA : Parker le premier en 2001 par les Spurs de San Antonio, Diaw et Piétrus ensuite, en 2003, respectivement par les Atlanta Hawks et les Golden State Warriors. La récurrence de cette triplète à la une, associée à des images telles que Mike Piétrus emmailloté dans le drapeau tricolore, symbolise inmanquablement l'hybridité culturelle qui marque les représentations du basket-ball véhiculées par *Maxi Basket* depuis les années 2000. L'interrogation est donc levée : la frontière en errance persiste et découvre les traits d'un véritable modèle culturel.

Conclusion

- 52 Depuis 1982, *Maxi Basket*, par le biais des images photographiques des unes, a véhiculé différentes représentations du basket-ball français. Au moyen d'une méthodologie appropriée, l'étude réalisée a pu mettre en évidence une succession d'au moins deux ères culturelles possédant chacune ses caractéristiques propres. Grossièrement, un basket-ball blanc, exclusivement français, régional, hermétique et fermé sur lui-même est exhibé dans les années 1980 (Monier et Vivier, 2005). La décennie suivante voit poindre un basket-ball américanisé, spectacularisé, théâtralisé et emphatique qui intègre la dimension commerciale à l'objet culturel. L'association du culturel et du marketing est une caractéristique de la transition économique post-moderne qui a vu le passage de la production de biens manufacturés à la fabrication de produits culturels. Les mutations des représentations du basket-ball observées dans le magazine étudié sont une illustration de cette phase. À partir de la fin des années 1990, l'interprétation des signes, des indices et des symboles marquant les unes du périodique est plus délicate par manque de recul par rapport à l'époque concernée. L'analyse des unes de *Maxi Basket* après 2002 permet néanmoins de mettre en lumière l'émergence d'un modèle caractérisé par une hybridité culturelle. Les représentations du basket sont alors dans un entre-deux, espace où s'échangent de manière aléatoire des traits culturels, frontière nomade qui persiste au moins jusqu'à la fin des années 2000. Les images photographiques de couverture de *Maxi Basket* font désormais la promotion des joueurs français sans se focaliser prioritairement sur les championnats français comme lors des débuts du magazine. Le périodique met désormais en scène des Français d'Amérique. À l'image de Tony Parker, Boris Diaw et Michaël Piétrus, d'autres basketteurs de l'Hexagone intègrent la NBA : des joueurs partis de France pour s'imposer aux États-Unis.
- 53 Bref, l'ère étatsunienne du basket français décline véritablement à la fin des années 1990. Néanmoins, cette période, qui court du milieu des années 1980 au milieu des années 1990, aura toutefois marqué inexorablement les représentations du basket-ball dans *Maxi Basket*

. Le magazine ne peut plus, désormais, se soustraire à une référence au championnat étatsunien. Pour l'heure, les bonnes performances des joueurs français évoluant dans la NBA permettent aux éditeurs de se situer à la frontière entre deux mondes, entre deux baskets, de véhiculer l'image d'un basket-ball hybride. Les années 2010 voient émerger une autre génération, celle d'un Joachim Noah, par exemple, formidable icône médiatique à l'image d'un Tony Parker des années 2000. Le grand pivot est formé aux États-Unis pour y jouer. Sans doute faudra-t-il compter sur une nouvelle mutation issue de cette génération de joueurs, français certes, mais surtout exclusivement formés aux États-Unis, au jeu bien évidemment très américanisé.

BIBLIOGRAPHIE

ANDREWS, David (2001), *Michael Jordan, Inc. : Corporate Sport, Media Culture and Late Modern America*, New York, State University of New York Press.

ANDREWS, David (2003), « À propos de la NBA » dans Fabien ARCHAMBAULT *et al.* (dir.), *L'aventure des « grands » hommes. Études sur l'histoire du basket-ball*, Limoges, Pulim, p. 271-292.

ANDREWS, David (2005), « Managing and marketing blackness : The NBA and the cultural politics of embodied <Urbanité> », Communication présentée lors des conférences de l'INSEP, Paris, 29-30 novembre.

ANDREWS, David (2007), « Basket-ball, politique et culture de rue » dans Fabien ARCHAMBAULT *et al.* (dir.), *Double Jeu : histoire du basket-ball entre France et Amériques*, Paris, Vuibert, p. 229-246.

AUBERT, Nicole (2004), « Qu'est-ce que l'hyper-modernité ? », *Sciences humaines*, 154, p. 39.

BAIROCH, Paul (1997), *Victoires et déboires : histoire économique et sociale du monde du 16^e siècle à nos jours*, tome 3, Paris, Gallimard.

BALANDIER, Georges (1992), *Le pouvoir sur scènes*, Paris, Balland.

BARTHES, Roland (1953), *Le degré zéro de l'écriture*, Paris, Seuil.

BARTHES, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.

BARTHES, Roland (1980), *La chambre claire*, Paris, Seuil.

BARTHES, Roland (1982), *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Seuil.

BERSTEIN, Serge et Pierre MILZA (2001), *Histoire du 20^{ème} siècle. Tome 3. 1973 à nos jours - Vers la mondialisation*, Paris, Hatier.

BOSC, Gérard (2002), *Une histoire du basket français. Tome 2. 1966-1990*, Paris, Presses du Louvre.

BRYMAN, Alan (1999), « The disneyization of society », *The Sociological Review*, 47(1), p. 25-47.

CHAIX, Pierre (2004), *Le rugby professionnel en France : enjeux économiques et sociaux*, Paris, L'Harmattan.

CHARLOT, Vincent et Jean-Paul CLÉMENT (2007), « Blancs et blacks : stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. L'exemple du basket-ball professionnel à Pau (France) », *Sciences de la société*, 72, p. 110-131.

- CHAVINIER, Sabine (2008), *La genèse du basket français : conditions de possibilités de la diffusion du basket-ball des États-Unis vers la France : balles perdues, interceptions et passes décisives des protestants américains aux catholiques français (1893-1933)*. Thèse de doctorat sous la direction de Daniel DENIS, Paris, Université Paris 11.
- DURANTON-CRABOL, Anne-Marie (1998), « L'anti-américanisme français face à la Guerre du Golfe », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 59, p. 129-139.
- EISENBERG, Christiane et al. (2004), *FIFA 1904-2004. Le siècle du football*, Paris, Le Cherche midi.
- ELIAS, Norbert et Eric DUNNING (1986), *Quest for Excitement : Sport and Leisure in the Civilizing Process*, Oxford, Blackwell.
- GERVEREAU, Laurent (2004), *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, La Découverte.
- GROUP OF LISBON (1993), *The Limits to Competition*, Lisbon, Gulbenkian Foundation.
- HARVEY, David (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry Into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Blackwell.
- HOBBSAWM, Eric et Terence RANGER (1983), *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press.
- JAMESON, Fredric (1991), *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press.
- JEANNENEY, Jean-Noël (2001), *Une histoire des médias : des origines à nos jours*, Paris, Seuil.
- JOLY, Martine (2000), *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan.
- KEARNEY, Richard (1989), *The Wake of the Imagination. Toward a Postmodern Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- LASSERRE, Isabelle (2007), *L'impuissance française, 1989-2007 : une diplomatie qui a fait son temps*, Paris, Flammarion.
- LHERM, Adrien (2002), *La culture américaine*, Paris, Le Cavalier bleu.
- LOVING, James (1992), « Magic parle », *Maxi Basket*, 109, p. 17.
- MONIER, Brice (2011), *L'image du basket-ball dans la presse sportive française (1898-1940) – L'exemple de L'Auto – D'un jeu méconnu à un sport d'envergure*. Thèse de doctorat sous la co-direction de Christian VIVIER et Jean-François LOUDCHER, Université de Franche-Comté.
- MONIER, Brice et Christian VIVIER (2005), « Les influences culturelles étrangères dans les représentations du basket-ball en France à travers les <unes> de la revue *Maxi Basket* (1982-2002) » dans Angela TEJA et al. (dir.), *Sport and Cultures, Proceedings of Congress of the European Committee for Sport History (CESH), Crotone 2004*, Crotone, Edizioni del Convento, p. 104-115.
- MONIER, Brice et Christian VIVIER (2010a), « Les représentations du basket-ball dans la <une> du n° 100 de *Maxi Basket* d'octobre 1991 : étude de communication d'un document-éventaire », *European Studies in Sports History*, 3, p. 121-135.
- MONIER, Brice et Christian VIVIER (2010b), « Images apologetiques du basket-ball : du frenchie-smash au dunk personnifié : évolution d'un geste technique de tir de près dans la revue *Maxi Basket* (1982-1996) » dans Françoise BOSMAN et al. (dir.), *Images de sport. De l'archive à l'histoire*, Paris, Nouveau Monde éditions, p. 141-150.
- MUNOZ, Laurence (2003), *Une histoire du sport catholique. La Fédération Sportive et Culturelle de France*, Paris, L'Harmattan.

- NEL, Noël (2001), « Institution médiatique et iconocratie » dans Jean-Pierre BERTIN-MAGHIT et Béatrice FLEURY-VILATTE (dir.), *Les institutions de l'image*, Paris, École des hautes études en sciences sociales, p. 47-60.
- PFISTER, Gertrud (2007), « Watching sport – A universal phenomenon ? » dans Manfred LÄMMER et al. (dir.), *New Aspects of Sport History, Proceedings of the 9th ISHPES Congress, Cologne 2005*, Sankt Augustin, Academia Verlag, p. 379-393.
- PRIMAULT, Didier (2007), « La formation du basketteur professionnel français : du rêve américain à la conquête de l'Ouest » dans Fabien ARCHAMBAULT et al. (dir.), *Double jeu : histoire du basket-ball entre France et Amériques*, Paris, Vuibert, p. 117-141.
- REBILLARD, Franck (2003), « La presse basket en France. Évolutions et diversifications des magazines consacrés au basket-ball (1982-2002) » dans Fabien ARCHAMBAULT et al. (dir.), *L'aventure des « grands » hommes. Études sur l'histoire du basket-ball*, Limoges, Pulim, p. 205-225.
- SEMPRINI, Andréa (1996), *Analyser la communication*, Paris, L'Harmattan.
- SIMON, Sherry (1999), *Hybridité culturelle*, Montréal, L'île de la tortue.
- SIMON, Sherry (2000), « Multiculturalisme et hybridité culturelle », *Le Monde*, 27 juillet, p. 20.
- SUDRE, David (2010), *Basket et culture. Les influences de la culture nord-américaine sur les jeunes basketteurs de la région parisienne*. Thèse de doctorat sous la direction de Bertrand DURING, Paris, Université Paris Descartes.
- VIVIER, Christian et al. (2003a), « Le Tour de France à la <une> de la presse spécialisée hebdomadaire (1903-1939) », *Maillot jaune*, Biarritz, Atlantica, p. 515-542.
- VIVIER, Christian et al. (2003b), « Image de la technique sportive féminine aux XIX^e et XX^e siècles. Les exemples du tennis et de la natation » dans Laurent GUIDO et Gianni HAVER, *Images de la femme sportive*, Genève, Chêne-Bourg, p. 145-166.
- VIVIER, Christian, B. MONIER et L. ROSE (2008), « Basketball and cultural representations in the media : An analysis of the French sport magazine *Maxi Basket* », *International Journal of Sport Communication*, 1(4), p. 487-511. <http://journals.humankinetics.com/ijsc-back-issues/IJSCVolume1Issue4December/BasketballandCulturalRepresentationsintheMediaAnAnalysisoftheFrenchSportMagazineiMaxiBasketi>
- WILSON, Brian (1997), « <Good Blacks> and <Bad Blacks> : Media constructions of African-American athletes in Canadian basket-ball », *International Review for the Sociology of Sport*, 32, p. 177-189.

NOTES

1. Cet article est la version française modifiée et mise à jour d'une publication américaine en langue anglaise : Vivier, C., B. Monier et L. Rose (2008), « Basketball and cultural representations in the media: An analysis of the French sport magazine *Maxi Basket* », *International Journal of Sport Communication*, 1(4), p. 487-511.
2. Malheureusement, nous ne disposons pas de chiffres plus récents, alors même que nous avons contacté la direction de la publication pour tenter de les obtenir.

RÉSUMÉS

La pratique sportive du basket-ball à la fin des années 1980 devient révélatrice de l'américanisation qui marque la société française. L'étude se propose d'évaluer l'influence de la « culture basket » américaine sur les représentations du lecteur et du pratiquant français à travers les unes de l'organe dominant de cette presse spécialisée depuis 1982, *Maxi Basket*. Les auteurs soutiennent que l'introduction progressive du basket étatsunien serait inhérente à la transition économique postmoderne ayant permis aux forces économiques et culturelles de fusionner.

The aim of this study is to evaluate the influence of American "basketball culture" on the representations of young French readers and players by analyzing the front covers of *Maxi Basket*, the magazine that has dominated the sports press since 1982. The authors contend that the changes observed are indicative of the extent to which Americanization has influenced French society and demonstrate most clearly that the gradual introduction of American basketball is an integral part of the post-modern economic transition that favoured the blurring of the boundaries between economic and cultural forces.

La práctica deportiva del baloncesto, a finales de los años 80, es reveladora de la americanización que caracteriza la sociedad francesa. El estudio propone evaluar la influencia "cultural-baloncesto" americana en las representaciones del lector y practicante francés, mediante las "primeras planas del periódico" del órgano dominante de la prensa, *Maxi Basket*, especializada en el sector, desde 1982. Los autores afirman que la implantación progresiva del baloncesto americano estaría asociada a la transición económica postmoderna que las fuerzas económicas y culturales han permitido fusionarse.

INDEX

Mots-clés : basket-ball, France, histoire, presse sportive, représentation, sémiologie

Keywords : basketball, history, semiology, sport magazine

Palabras claves : baloncesto, Francia, historia, prensa deportiva, representación, semiología

AUTEURS

BRICE MONIER

Brice Monier est docteur en sciences du sport, chercheur associé au laboratoire Culture, Sport, Santé, Société (EA 4660) de Besançon (France). Courriel : bricemonier@free.fr

CHRISTIAN VIVIER

Christian Vivier est professeur des universités à l'UPFR des Sports de Besançon (France), Université de Franche-Comté. Courriel : christian.vivier@univ-fcomte.fr