

24 images

24 iMAGES

## Basket et cinéma Le fond du panier

Alain Charbonneau

---

Number 92, Summer 1998

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/24019ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this article

Charbonneau, A. (1998). Basket et cinéma : le fond du panier. *24 images*, (92), 63–63.

## BASKET ET CINÉMA LE FOND DU PANIER

PAR ALAIN CHARBONNEAU

Pour la plupart des jeunes Noirs américains, le basket-ball professionnel est une véritable planche de salut social, un aller simple vers la gloire et l'argent. Mais le supplément de rêve qu'il leur procure tend à faire oublier qu'il est également une implacable loterie et qu'il y a, là plus qu'ailleurs, beaucoup d'appelés mais peu d'élus. Comme tout autre sport, le basket obéit à un processus serré de sélection naturelle, mais ceux qui en sont les sacrifiés ne bénéficient pas du filet de sécurité dont profite l'athlète de race blanche: le golfeur avorté peut toujours compter sur son appartenance à la classe moyenne pour accéder à une vie confortable, le basketteur, lui, ira presque inévitablement grossir les rangs des laissés-pour-compte.

Pour cette raison, le basket-ball a souvent retenu l'attention des cinéastes américains revendiquant un certain cinéma social ou politique. Dans le film qu'il vient de lui consacrer (*He Got Game*), Spike Lee — qui a commencé sa carrière de cinéaste en signant les pubs de Nike — souligne le principe électif de ce sport, en prénommant son héros Jesus — un jeune joueur-vedette qui s'appête à choisir l'équipe universitaire dans laquelle il évoluera les quatre prochaines années de sa vie. Filant lourdement la métaphore biblique, le réalisateur de *Sbe's Got to Have it* plonge son personnage dans un univers où il est constamment soumis à la tentation (c'est Babylone à l'ère du rap) et où l'argent contribue à la perte des valeurs fondamentales. Il rejoint ainsi, même si la symbolique et les moyens diffèrent, le propos d'un Friedkin qui, dans



*Blue Chips*, retraçait avec intelligence le chemin de croix d'un entraîneur stipendié.

Le film de référence sur le sujet reste sans conteste *Hoop Dreams*. Réalisé en 1994 par Steve James, Frederick Marx et Peter Gilbert, ce documentaire aux accents wisemaniens, dont le tournage s'est étalé sur près de cinq ans, capte en direct la vie scolaire, sociale et familiale de deux jeunes joueurs talentueux issus des ghettos. L'un est promis à une belle carrière, mais les hasards de la vie le pousseront à abandonner le sport dès sa première année d'université. L'autre est exclu du collège réputé qui l'a très tôt repêché, mais il mènera l'équipe de son école municipale au «State championship» et se hissera au premier rang des compteurs de la ligue universitaire. Tout l'intérêt du film est là, dans cette façon d'insister longuement sur le poids du déterminisme pour ensuite montrer que les voies du basket sont impénétrables.

Abordé dans de nombreux autres films de qualité variable (*Hoosiers*, *Basketball Diaries*, *White Man Can't Jump*), le basket-ball est pourtant beaucoup plus qu'un simple alibi thématique pour parler de l'Amérique ou pour explorer la misère nègre. Depuis les années 80, il est devenu une industrie extrê-

hégémoniques de l'Amérique actuelle et les ambitions monopolistiques des majors. Jordan est un concept et, partant, applicable à une brochette de produits (espadrilles, big mac, eau de Cologne). Pourquoi par les films?

En s'associant comme elle le fait au basket-ball professionnel, l'industrie américaine du film

**He Got Game** de Spike Lee.

«Depuis (disons) les Jeux de Los Angeles et (redisons) la chute du Mur, le sport a cessé d'être une métaphore de nos sociétés, ce sont les sociétés qui sont en voie de se lire comme les allégories lumineuses du sport.»

mement lucrative et, comme telle, se trouve souvent courtisé par les producteurs qui pratiquent à son endroit un copinage commercial stratégique. À preuve: le nombre croissant de joueurs vedettes (Jordan, O'Neill, Rodman) qui passent du terrain au plateau de tournage. D'un star system à l'autre, rien ne se crée mais, surtout, rien ne se perd et l'argent verdit au même soleil. Le cartoon *Space Jam* tablait non seulement sur les qualités d'athlète de Michael Jordan mais aussi sur l'image aérodynamique que la publicité a imposée de lui au fil des ans et sur des aspects précis de sa vie personnelle (sa retraite prématurée du basket et son come-back après un passage peu concluant dans le baseball professionnel). Il est vrai que, depuis 1987, les Bulls de Chicago jouent à guichets fermés grâce aux performances de celui que l'on surnomme «Air Jordan». La domination de ce dernier sur le terrain — bien réelle — est de nature à alimenter à la fois les fantasmes

semble prendre à la lettre le mot de Woody Allen: «Un match de basket procure plus de sensations fortes que n'importe quelle œuvre d'art». De fait, Hollywood participe d'une cannibalisation du champ social par le sport, et ce d'une façon plus profonde que le dopage cathodique auquel la télévision nous a accoutumés. Depuis (disons) les Jeux de Los Angeles et (redisons) la chute du Mur, le sport a cessé d'être une métaphore de nos sociétés, ce sont les sociétés qui sont en voie de se lire comme les allégories lumineuses du sport. Le devenir sportif du monde occidental est aujourd'hui un processus bien enclenché et si la télé en est le moteur, le cinéma en est sans doute la clé. La mondialisation, la pensée unique, Internet, la fin de l'histoire, tout cela ne pourrait bien être que la première manche d'un match sans fin. Joué sur une terre qui ne sera plus bleue comme une orange, mais orange comme un ballon Spalding. ■