

Les Boys Une autopsie d'une cinésérie « mythique »

Yves Picard

Numéro 137, juin-juillet 2008

Sport et cinéma : jeu de puissance

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/21394ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Picard, Y. (2008). Compte rendu de [*Les Boys* : une autopsie d'une cinésérie « mythique »]. *24 images*, (137), 17–19.

LES BOYS

**AUTOPSIE
D'UNE CINÉSÉRIE
«MYTHIQUE»**

par Yves Picard

Les Boys de Louis Saïa (1998)

Le cinéma québécois a produit peu de mythes. On sait que le cinéma hollywoodien en engendre à profusion, à telle enseigne qu'on est en droit de se demander s'il ne s'agit pas là de sa caractéristique centrale, de son trait définitoire. Tel n'est pas le cas du cinéma québécois. Il y a de nombreuses raisons à cela, qu'il n'est pas utile ici de toutes énumérer. Il suffit de rappeler que le cinéma québécois a longtemps été à la recherche de son public, suivant l'expression consacrée, pour saisir que ce dernier est une composante essentielle du fonctionnement du mythe. Un mythe ne résonne pas dans le vide; il doit résonner dans le public, pour éclore et perdurer.

La télévision québécoise produit des mythes à répétition, parce qu'elle est en dialogue incessant avec son public. Cela a hypothéqué son expressivité, mais nourrit sa popularité. Le cinéma québécois, que les Majors hollywoodiennes ne cessent de limiter sur ses propres écrans, n'a pas eu cette opportunité. Le dialogue de sourds a duré jusqu'au tournant du millénaire. Les plaques tectoniques ont bougé définitivement en 2003, quand *Les invasions barbares*, *La grande séduction* et *Gaz Bar blues* ont séduit le public au point de mettre un terme au préjugé défavorable dont le cinéma québécois avait été l'objet. Mais avant qu'elles ne bougent, il fallait bien qu'une faille apparaisse, qu'un dialogue émerge entre le grand écran et la salle. Trois facteurs ont tenu lieu de chaînon manquant le long des années quatre-vingt-dix et au début de la présente décennie : la télé-série (*Lance et compte*, *Omertà*, *Fortier*), la comédie cinématographique estivale (*Ding et Dong*, le film, *La Florida*, *Louis 19*) et... *Les Boys*.

Ce qu'il faut bien appeler la cinésérie *Les Boys* a joué un rôle clé dans notre cinématographie. Soyons clairs : il ne s'agit pas ici de

réhabiliter cette série de quatre épisodes pour le grand écran, dont l'expressivité demeure limitée et qui, loin d'être du cinéma d'auteur, demeure une cinésérie de producteurs (au point où le producteur lui-même est crédité au générique comme auteur de l'idée originale). Il s'agit plutôt d'en disséquer le fonctionnement en tant que mythe afin d'éclairer sa participation à l'institution imaginaire de la société québécoise.

Précisons d'abord qu'un mythe est un récit d'un type particulier, un conte de fées pour adultes, dont la particularité est de *mentir vrai*. C'est la fiction qu'une société adopte, malgré ses invraisemblances ou ses relents de médiocrité, parce qu'elle lui est nécessaire. C'est une histoire à échelle collective qui permet de célébrer des idéaux, et qui trouve souvent, chemin faisant, les mots et les images pour les dire. Les États-Uniens se prennent pour des Superman, les Français pour des Astérix, quant aux Québécois, ce sont peut-être des *boys*...

GÉNÉALOGIE

Les *Boys* ont deux parents. Du côté du père, ils sont les descendants directs de la télésérie *Lance et compte*. Il s'agit en effet du même univers sportif national, de la même fraternité entre les joueurs et de la même volonté de vaincre un adversaire dont l'identité change au gré des contextes. Certains comédiens sont d'ailleurs les mêmes dans la télésérie et la cinésérie (Marc Messier, Yvan Ponton). Du côté de la mère, ils sont les descendants indirects de *Broue*. Il s'agit en effet, parallèlement, de la même volonté d'enfermer des hommes dans un lieu interdit aux femmes, que les Anglo-Saxons appelleraient le dernier bastion de la *male attitude*, pour les laisser parler entre eux, se mettre à nu, sans fard, et y rire d'eux, sans retenue. Louis Saïa était bien le metteur en scène de *Broue*, comme il a été le réalisateur des *Boys*, au départ. Cette double généalogie confère aux *Boys* sa stratégie narrative : sur la glace, les protagonistes favorisent l'identification, alors que dans le vestiaire, ils suscitent la dérision.

DUALITÉ

La double nature des *Boys* ne leur vient pas que de ceux qui les ont créés. Il y a aussi la nature bicéphale du mythe, du point de vue de leurs récepteurs, tel qu'en témoigne le titre lui-même du premier film et par la suite de la cinésérie : *Les Boys*.

Ce titre est indubitablement double. Il est constitué de deux mots, mais est construit aussi aux confins de deux langues. Il y a le *Les*, en français, et le *Boys*, en anglais. L'amalgame, qui doit surprendre aussi bien un natif de France que des États-Unis d'Amérique, résonne pourtant en chaque Québécois comme une évidence. Tout Québécois se reconnaît dans cette « appellation contrôlée » : nous sommes des latins par la tête, joutés au sol nord-américain par les pieds... ou les patins. On serait tenté d'ajouter à l'unisson : nous sommes des Européens par nos émotions et notre sensibilité, et des Américains par nos actions et notre mode de vie.

Cette dualité du mythe des *Boys*, on l'aura compris, n'est pas que lexicale ; elle est également socioculturelle. Les *Boys*, sur la glace, face à l'adversaire, affichent leur américanité, malgré leurs bévues répétées, alors que, dans le vestiaire, entre eux, ils s'avèrent européens dans leurs travers manifestés et leurs émotions à peine refoulées. On pourrait aussi dire que ce sont des demi-dieux, dans la lumière comme dans l'ombre. Ce sont bien des *boys*. S'il s'agissait d'une équipe de nage synchronisée, on dirait : ce sont bien des *girls*...

FONCTIONNALITÉ

Le mythe s'avère duel également sur un autre plan, soit lorsque l'on considère la nature du matériau audiovisuel. Il faut reconnaître qu'il y a, au Québec, deux formes audiovisuelles dissemblables, qui atteignent des sommets de popularité apparentés : le cinéma hollywoodien au grand écran et le téléroman ou la *sitcom* au petit écran. Le premier domine par ses images en mouvement, sa rapidité et son énergie cinétique. Il nous offre, c'est bien connu, un monde dont l'image est plus-grande-que-nature, de même que plus-fausse-que-le-rêve-éveillé. Le second règne par ses dialogues ininterrompus, sa quotidienneté et son rapport à l'actualité. Il nous offre, c'est moins souvent admis, un monde dont les sons sont prédominants et où la langue est le vecteur privilégié de la signification. Les Anglo-Saxons disent bien que le premier, c'est le monde des *motion pictures*, alors que le second est celui des *talking heads*.

Les Boys représente le syncrétisme de ces deux médias. D'une part, le découpage et le montage qui ont cours sur la glace relèvent bien du cinéma à l'américaine : les plans y sont courts et variés, alors que le sens transite par l'image. On voit des patins, des corps, des mises en échec, des buts et pour finir des bras hissés en l'air. Parallèlement, le découpage et le montage des scènes qui ont cours dans le vestiaire des joueurs ou dans leur vie privée s'apparentent bien, quant à eux, à ceux du téléroman ou de la *sitcom* : les plans y sont longs et redondants, alors que le sens transite cette fois par le dialogue, l'élocution et l'intonation. On voit des visages, des réactions faciales, et on entend des personnages parler avec notre accent et notre syntaxe. En substance, les *Boys* lancent et compitent sur la patinoire en plans syncopés, alors qu'ils parlent, parlent, jasant, jasant dans le vestiaire, ou dans leur vie domestique, en plans répétés.

Ce syncrétisme fournit, comme Lévi-Strauss l'a mis en lumière pour le mythe, un modèle logique pour résoudre une contradiction, ici celle qui tenaillait le monde audiovisuel au Québec, d'où était justement issu le fossé séparant le public de son cinéma. *Les Boys*, c'est le montage alterné, longtemps impensable et insensé, entre l'*image-de-l'Autre*, qui accapare les premières places du box-office, et la *parole-de-Soi*, qui accumule celles des cotes d'écoute : le cinéma américain de l'effet et le téléroman ou la *sitcom* des affects, côte à côte, tour à tour.

SPÉCIFICITÉ

À la croisée des chemins qui précèdent, les *Boys* possèdent aussi une identité. Comme le titre l'indique, et comme les personnages masculins qui forment l'équipe le démontrent, les *boys* sont des ti-culs. Il ne s'agit pas d'un héros solitaire ; il ne s'agit même pas d'adultes.

Pour survivre en Amérique, et pour conserver son identité nationale, le Québec n'a pas eu d'autre choix que de développer un sens aigu de la communauté, un souci constant de la solidarité et un désir répété de mettre le nous et le vivre-ensemble en avant. Les *Boys* représentent bien ce trait national : ils forment une équipe, un nous où les failles, les faiblesses ou les travers de chaque un sont admises et tolérées, parce que la contribution de tous est nécessaire à la victoire du groupe. C'est même un des ressorts narratifs de la cinésérie que de mettre un ou plusieurs membres de l'équipe à l'écart, pour mieux le(s) réintégrer avant la fin.

Le souci réitéré d'intégration manifesté par les *Boys* n'est néanmoins pas synonyme de *melting-pot*, comme chez les États-Unis. Dans



Les Boys de Louis Saïa (1998)

© Christal Films

l'équipe de Stan, il ne s'agit pas de mêler des personnages d'origines raciale, ethnique ou sociale variées dans un grand tout qui fond les distinctions au point d'en oublier à la fin les différences de race, d'âge, de sexe ou de classe. Il s'agit d'accueillir des hommes d'origines économique ou intellectuelle variées, faisant partie d'une classe moyenne élargie, mais qui ont tous des fêlures diverses dans leur carapace, de les dévoiler, d'en rire et de s'en accommoder, sans les renier. Les *Boys* sont québécois : ils sont tolérants. Mais ils sont aussi bonasses, bêtêtes et bébés. Ils dédaignent d'agir en adultes. Ils agissent en éternels ados pour qui le match, les *chums* et la bière importent plus que le travail et les responsabilités. Ils sont le plus souvent sans enfants, puisqu'ils en sont. Ce sont des machos d'opérette, sans pouvoir, ni conviction. Des hommes dont on rit de la bonhomie.

VITALITÉ

Le mythe serait cruel, s'il n'était contrebalancé par deux traits, qui prolongent ce qui a été dit plus haut relativement à la dualité. D'une part, on rit, bien sûr, mais il y a plus. Il y a les formulations et les intonations qui font sourire et qui marquent la mémoire. Les dialogues des *Boys* sont souvent écrits à plusieurs, jusqu'à six, et certains des comédiens sont des *stand-up comics*. À telle enseigne que le public en a repris nombre d'expressions. On a même vu dans des clubs vidéo des employés choisir *Les Boys* en guise de fond sonore, pour pouvoir se remémorer les *one-liners* et se les répéter, comme nombre de personnes le font avec les *Têtes à claques*, dont le titre est lui aussi un jugement cruel. Il y a du *karaoke* dans le mythe au Québec, ce qui en atténue le masochisme inhérent et le statisme expressif.

Le second trait du mythe vient faire oublier la *quétainerie* des *Boys*. Ceux-ci, dans une société qui s'y est peu habituée, dont l'Histoire est jalonnée de défaites sur les champs de bataille ou dans les isolements, sont, en effet, souvent victorieux. Ce peut être contre des clubs de peu de poids, mais il en demeure que la cinésérie ne fait pas que sourire en cours de récit, elle répète le coup lorsque l'écran s'éteint. Le mot victoire et la notion qu'il sous-tend semblent étrangers à notre imaginaire collectif, parce que le Québec est rarement le fief des *Number One*. Cela est vrai dans plusieurs domaines, sauf un : le hockey. Dans ce pays sans bon sens, il y a (eu) la dynastie du Canadien de Montréal. Il y a la Sainte-Flanelle.

Les *Boys*, ces hockeyeurs de troisième zone qui hantent les arènes aux aurores, permettent ainsi au public d'ici de prendre sa revanche, au grand écran, sur l'Histoire passée ou récente, dans le seul domaine où une telle chose s'avère plausible au Québec : dans l'arène glacée, dans ce lieu unique où les Glorieux ont laissé sur leur passage les traces de l'héroïsme.

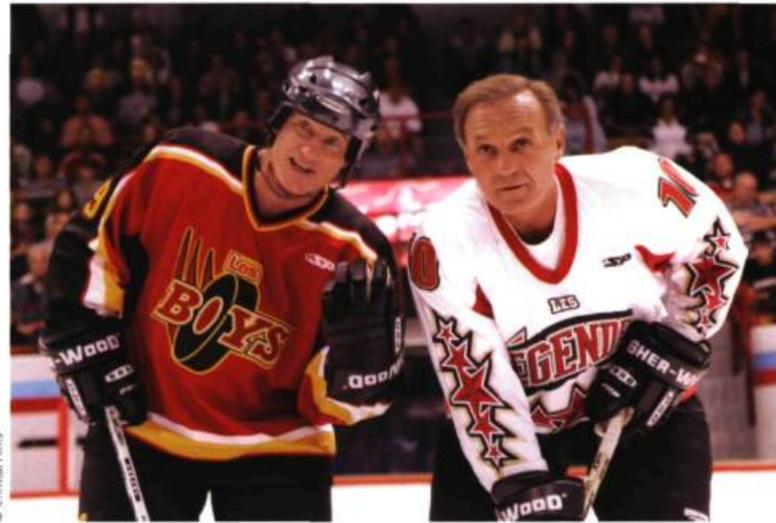
PÉRENNITÉ

Tout mythe possède enfin une ultime particularité, qui permet de mesurer s'il s'agit bien de cela ou s'il ne s'agit pas plutôt, tout compte fait, d'un récit populaire de plus, sans plus, au mieux doté d'une armature logique qui pourrait constituer une formule à succès, une recette. Pour être un mythe, ou pour le devenir, un récit doit être réitéré.

Lévi-Strauss nous a en effet appris aussi ceci : « s'il est vrai que l'objet du mythe est de fournir un modèle logique pour résoudre une contradiction (tâche irréalisable quand la contradiction est réelle), un nombre théoriquement infini de feuillets seront engendrés, chacun

légèrement différent de celui qui précède. » (*Anthropologie structurale*, p. 254) La propriété décisive du mythe consiste à décliner le modèle logique, la *structure matricielle atemporelle*, disait le célèbre anthropologue, en une multitude de variations, toutes différentes les unes des autres.

Comment comprendre cela? En comparant la société à un enfant. L'enfant demande à ses parents de lui répéter l'histoire qu'il connaît déjà par cœur, contre toute logique, parce qu'il veut revivre, encore, et encore, ce récit qui résonne en lui comme une nécessité. Il veut en savourer toute la sève, les moindres plis. Il veut revivre l'expérience du premier comblement. La société n'est pas différente face au mythe : elle demande aux grands énonciateurs que sont la littérature, le théâtre, la chanson, le cinéma, la télé ou Internet de répéter l'histoire connue encore et encore,



© Christian Films

Marc Messier en compagnie du joueur étoile des Canadiens de Montréal, Guy Lafleur dans *Les Boys IV* de Georges Mihalka (2005)

pour la revivre, pour y croire, pour l'adopter. Parce que le mensonge lui est nécessaire, pour réaliser par l'imaginaire, ce que la réalité lui interdit. On pourrait parler d'opium du peuple, comme Marx; on parle ici, dans le monde du narratif mis en images et en sons contemporains, de récit réifié, réitéré et sérialisé. D'un récit d'ordre mythique.

Les Boys constitue un mythe puisqu'il s'agit bien d'un récit dont l'impact sur l'imaginaire collectif se mesure au besoin ressenti par ses producteurs de le déplier en série, d'en faire une cinésérie... et aujourd'hui une télé-série. Le public québécois est allé voir *Les Boys* à répétition au cinéma, en a loué le DVD, quand il ne l'a pas acheté, regarde maintenant la télé-série avec intérêt, et s'est même rendu dans les patinoires y applaudir les membres de l'équipe de fiction, réellement sur la glace, souvent pour y affronter, comme dans le dernier épisode, les Glorieux d'hier, dans une boucle parfaitement bouclée. On ne saurait mieux dire le désir des Québécois de croire à ce mythe, encore et encore. De voir ses protagonistes sur l'écran ou sur la glace; de les entendre au grand écran ou au petit écran. Dans ses deux prolongements conséquents. 

L'auteur est professeur au département de Communication du cégep André-Laurendeau.