

Des cartes postales

Aurélie Delage

29 mai 2008

Carte postale de Chicago

American way of life



Le US Cellular Field de Chicago
Photo : Aurélie Delage (06.05.2008)

« Si vous voulez avoir une vraie expérience américaine, venez boire une bière au stade de baseball... »

Voilà l'une des premières choses qu'un des étudiants de Northwestern University (Illinois) nous dit à notre arrivée sur le campus où nous venions pour un échange interdisciplinaire et trinational (des étudiants allemands, français, et de cette université américaine au nord de Chicago). *So, let's go to the game !* En l'occurrence, les White Sox, une des deux équipes de Chicago, contre les Minnesota Twins. Direction le U.S. Cellular Field [\[1\]](#).

Aller à un match de baseball pour un non-états-unien, c'est une expérience moins sportive que culturelle : le *challenge*, pour ainsi dire, c'est de comprendre les rudiments des règles du jeu, applaudir au bon moment - et comprendre pourquoi on applaudit. Et pour cela, les trois à quatre heures que dure le match ne sont pas de trop.

Pour faire bref, le baseball, c'est un peu comme une course de petits chevaux, mais avec des hommes sur un terrain en forme d'éventail. Le but du jeu : faire avancer ses joueurs sur les trois « bases » (les points blancs à la lisière de la partie de sable, sur la droite de la bande). Mais là, on ne lance pas le dé soi-même : un joueur lance la balle (le *pitcher*, dans le rond

central - ici en blanc, en position de défense : les White Sox,) que le joueur de l'équipe adverse (le *batter*, dans le rond à droite) doit renvoyer avec sa batte afin que lui et ses coéquipiers avancent sur les bases, et ce, avant que l'autre équipe (celle du lanceur donc) ait eu le temps de rattraper la balle. Littéralement, c'est « pousse-toi de là que je m'y mette », le degré zéro de la « lutte des places » que nous avait expliquée [Michel Lussault lors d'un café géo](#) : on ne peut pas être deux à la même place en même temps, il faut que l'un chasse l'autre à l'issue d'une lutte. Ici, chacun défend sa base. Cependant, l'occupation du terrain est assez statique, sauf quand une balle est battée, et que les pions se mettent à courir. Mais, contrairement aux sports collectifs que nous connaissons bien de ce côté-ci de l'Atlantique, il ne s'agit pas d'apporter le ballon, objet de toutes les convoitises, dans un embut qui fait figure de terre promise. Non : au baseball, on part soi-même, seul, à la conquête du terrain, tel un pionnier des temps modernes.

L'élément le plus palpitant du jeu, c'est l'attente du fameux *homerun* : le batteur lance la balle si loin qu'elle est irrécupérable par l'équipe adverse, ce qui donne tout le temps au coéquipier du batteur de faire le tour complet du terrain, prendre toutes les bases, et rentrer pépère à la maison. Les limites du terrain, justement, parlons-en, car elles remettent en cause notre vision de l'espace de jeu. Elles courent en blanc le long des côtés de l'éventail et continuent en jaune pour la partie ouverte de l'éventail (le poteau en arrière plan du terrain, dans le premier tiers gauche de la photo), ce qui ouvre le terrain en hauteur : l'espace de jeu n'est donc pas à deux mais à trois dimensions. Ainsi, si la balle va au-delà des lignes blanches latérales, elle sort, et le point est perdu, alors que si elle va dans les airs dans la partie entre les poteaux jaunes et la ligne jaune, c'est le jackpot.

Dernière chose : un petit coup d'oeil dans les tribunes. Nous sommes là dans ce que R. E. PARK, célèbre sociologue de l'Ecole locale, aurait sans doute appelé une « région morale », un lieu de regroupement d'individus ayant une passion commune, qui sert d'exutoire aux pulsions de l'homme en ville, par effet de *catharsis* [2]. Chose frappante ici, les spectateurs n'arrivent pas forcément en début de match et n'arrêtent pas d'aller et de venir. L'ambiance est détendue, mais, autre chose étonnante pour un habitué des stades européens, il ne semble pas y avoir de réelle cohésion d'ensemble : point de « holà », ni de chants rythmant à l'unisson le match (on chante la chanson du club une fois pour toutes). Ce n'est donc pas forcément un moment de ferveur collective, le stade n'est, semble-t-il, pas un chaudron résonnant des encouragements des supporters à longueur de temps, mais un vaste salon, où l'on regarde un écran géant en 3D. On se lève, on va se chercher un verre de temps à autres dans le gros frigo en bas des tribunes, tandis que sur les écrans géants, les divertissements alternent avec le jeu. Le stade s'apparente à un lieu de sociabilité où l'on vient voir le match, mais surtout passer un bon moment entre amis : pratiques d'allure privée dans un espace ouvert au public.

Côté score, les White Sox ont mis la pâtée à leurs adversaires, nous ont offert un *homerun*, et nous repartîmes vers notre campus en métro - car oui, il y a encore des transports en commun aux Etats-Unis.

Aurélié Delage

[1] Aux Etats-Unis, les stades, ainsi que certaines salles de concert ou festival portent le nom du principal investisseur ou mécène, en l'occurrence une compagnie de téléphonie mobile. Il est à noter que ce type de pratique arrive aussi en Europe : voir les flambants neufs Allianz

Arena de Munich, Emirates Stadium d'Arsenal (la compagnie aérienne de Dubaï : la mondialisation s'imisce partout).

[2] Park donne l'exemple de l'hippodrome. Voir Park Robert E., « The city : suggestions for the investigation of human behavior in the urban environment », in : Robert E. Park & Ernest W. Burgess & Roderick D. Mckenzie (dir.) (1925), *The city*, coll. The heritage of Sociology, The University of Chicago Press, Chicago-London, 1967 pp. 1-46. Ce texte est disponible en traduction française dans l'ouvrage de GRAFMEYER Y. & JOSEPH I. (1979), *L'école de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine*, Flammarion, Paris, pp. 83-130.

© Les Cafés Géographiques - cafe-geo.net