

Métaphores guerrières dans la presse sportive algérienne

«La violence du discours, le discours de la violence»

DAOUDENE YAMINA

Maitre Assistant A

IEPS Université Alger 3

«Le vrai sport n'a rien à voir avec le fair-play. C'est plein de haine, de jalousie, de vantardise, de non respect des règles et d'un plaisir sadique à regarder la violence. En d'autres mots, C'est la guerre sans les coups de feu ».

Georges Orwell (1903/1950) sociologue.

Résumé : Les métaphores guerrières utilisées dans le discours sportif, Le sport étant souvent associé à une guerre, ou un combat. Dans cet article, on cherche à relever les particularités de l'emploi des emprunts au langage militaire et guerrier dans le discours de la presse sportive.

Ce serait faire un faux procès aux medias que de les accuser d'avoir crée le phénomène de violences dans les stades, tant celui-ci plutôt à relier au caractère violent de nos sociétés ; mais en permettant une visibilité des actions des supportes et en créant des rivalités, la presse sportive algérienne apparait, la plupart du temps, malgré elle, comme un relais de cette violence.

Mots clés : Métaphores guerrières – presse sportive – éthique professionnelle – la «une» - chauvinisme.

ملخص : تساهم وسائل الإعلام عامة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص في تنامي ظاهرة العنف والشغب في الملاعب الجزائرية وذلك عن قصد أو عن غير قصد وهذا عندما تتبنى المواقف السلبية أو إثارة الجماهير من خلال استخدامها المفرط لمفردات ومصطلحات من القاموس العسكري والحربي والتصريحات الاستفزازية لبعض مسؤولي الأندية عبر وسائل الإعلام المختلفة، ضف إلى ذلك أنّ الشحن الزائد من أجهزة الإعلام يؤدي إلى حساسية الأنصار.

Introduction :

Presse et sport ont depuis ces dernières années acquis une dimension nouvelle. Les multiples enquêtes sociologiques ou sondages d'opinion

minutieusement menés dans plusieurs pays par les médias, les instituts spécialisés, attestent grandement l'intérêt porté par les masses au rôle de plus en plus grandissant des moyens de communication et aussi du phénomène sportif. Longtemps considérée comme le parent pauvre en matière de recherche, la presse sportive a commencé ces derniers temps à faire l'objet d'article et d'études.

L'histoire des relations entre la presse et le sport est une histoire de passion. Mais cette relation d'interdépendance entre le sport et les médias vont créer des conflits d'intérêts entre ces deux milieux. Cet article se veut une contribution à l'analyse du langage militaire et guerrier utilisé par les journalistes sportifs. Cette assimilation du sport à la guerre par les médias n'est pas une invention, on retrouve cette analogie dès l'origine des disciplines que nous connaissons, la course à pied, le marathon, la victoire remportée par les hoplites athéniens contre les perses en 490 avant JC.

Jean Giraudoux avait saisi les dangers d'une assimilation des compétitions sportives à la guerre en écrivant : « Dans notre univers de 1933, où toutes les nations sont devenues nationalistes et se ceignent de remparts autrement étanches que les murs de CHINE, il n'est plus que deux organisations de caractère internationale, celle des guerres, et celles des jeux.

Par l'effet d'un parallélisme indiscutable, il se trouve que chaque pays possède maintenant une armée ou une milice dont l'effectif égale juste celui de l'armée qui mobilise chez lui le sport le plus populaire, le football »(9).

Le sport et la guerre ont sans doute des liens, mais les médias apparaissent, la plupart du temps, comme un déclencheur de cette violence.

La thèse que nous défendons part d'un constat simple : Les journalistes sportifs semblent libres d'écrire tout et n'importe quoi. Cette apparente liberté prêtée au journaliste sportif vient probablement du fait que le sport est un loisir qui ne semble pas nécessiter le sérieux des traitements politiques, économiques, ou culturels.

L'objectif de l'étude :

L'idée principale qui se dégage de cette étude, se résume en deux points :

- 1) La presse sportive est génératrice de la violence dans les stades.
- 2) Les dérives de la profession.

Si l'on suit les écrits des journalistes sportifs, le sport et toujours, la victime de la violence, jamais le déclencheur. La médiatisation très importante de cette discipline (football) serait plutôt la cause de ces débordements.

Deux raisons essentielles président à l'utilisation des métaphores guerrières dans la presse sportive.

1- Le développement du sport (football) en tant que phénomène médiatisé, «spectacularisé»,

politisé ce qui conduit à la banalisation et à la popularisation de la langue sportive (1).

2- Le changement intervenu dans le style journalistique avec son lot de dérives. (2)

Est-ce que la presse sportive remplit les mêmes conditions que la presse généraliste ?

Est-ce qu'elle a les mêmes exigences techniques et éthiques, les mêmes droits, les mêmes devoirs ?

Objet de thèses, ouvrages, et autres articles dans les revues scientifiques, le sport reste avant tout un jeu. La compétition sportive s'est transformée en spectacle dans lequel l'argent tient une place démesurée. De tout le sport de masse, le football est celui qui déclenche le plus de passion de la part des supporters et des journalistes sportifs. Il est « la seule activité sociale en Europe, en Amérique du Sud, et en Afrique, qui puisse parfois rassembler dans une même passion, un peuple entier ». (4)

La singularité du journaliste sportif :

Les journalistes occupent en place déterminante et ambivalente dans le système de la société sportive déterminante dans la mesure où ils relatent les événements pour le public qui n'y assiste pas, ils en constituent hinc et nunc les archives narratives. Mais aussi et surtout ambivalente dans la mesure où ces relations se doublent de commentaires et d'analyse critique et objective. (5) Depuis que le sport moderne existe, la presse sportive existe, ils sont nés ensemble, se sont développés ensemble et se sont soutenus. (6) « L'histoire des relations entre le sport et la presse aussi loin que l'on remonte dans le temps, une histoire d'amour ».

L'écriture sportive, telle qu'elle est conçue par les rédacteurs du 20^{ème} siècle exclurait les spécialistes du sport de l'orthodoxie journalistique, elle serait trop subjective et autoriserait les excès de langage. (7)

L'étude lexicologique de Robert Galisson menée sur le vocabulaire du football dans la presse sportive sur un corpus de 77 journaux entre 1967 et 1968 distingue deux registres, le vocabulaire « technique » et « banalisé ».

Le premier est jugé ésotérique par les non – initiés. Le second se nourrit de métaphores guerrières. La rencontre sportive est basée sur l’affrontement, la violence du discours, bataille machine de guerre, duel, combat. L’utilisation du langage de la guerre par les médias sportifs ne signifie pas que le sport c’est la guerre. En réalité, on retrouve de la guerre un peu partout dans notre culture, ce qui n’est étonnant dans la mesure où l’affrontement est une dimension inhérente à toutes les activités humaines (8).

Cette violence, annexe, connexe, ou interne au sport consiste à tenter d’approcher non par la violence, mais plutôt le discours porté sur l’éthique par partie « par ceux nous avons, eu l’occasion d’appeler les métèques de sport, journaliste en mal de copie. » (9) Les journalistes sportifs cherchent en fait à s’affirmer comme le journaliste « comme les autres » en luttant pour une reconnaissance professionnelle.

Pour éviter d’être stigmatisé du fait du genre « mineur » de l’objet qu’ils traitent, ils essaient de respecter les valeurs cardinales de la profession : indépendance, véracité des faits, information, honnête fiable et contrôlable, « objectivité » et esprit critique. Même si les journalistes sportifs aspirent à être des journalistes à part entière, « les producteurs de l’information sportive, sont souvent appelés dans le jargon des « commentateurs », des « animateurs », des « présentateurs », « des supporters » plus que des journalistes. (9)

Le manque de distance vis-à-vis du milieu sportif altère leur identité professionnelle, il conduit à considérer les journalistes (8) sportifs comme des porte parole du mouvement sportif, et à se poser la question de savoir : si les journalistes sportifs sont d’abord sportif ... ou d’abord journalistes ? ! (10)

L’accès à l’information étant lié aux bonnes relations nouées entre les journalistes et les sportifs, les entraîneurs , les dirigeants , il leur est difficile de produire des analyses critiques au risque d’être tout simplement « interdit de vestiaires .» (11)

D’après l’organisation nationale des journalistes sportifs algériens (ONJSA), les journalistes sportifs représentent approximativement 15% du total des journalistes. Population fortement masculine, origine sociale plus modeste, moins diplômés des écoles de journalisme, connaissance approximative d’une ou plusieurs discipline sportive. Le sport en général reste un sujet moins « digne » que la politique ou l’économie. » (12)

A l’origine se sont les journalistes qu’on fait connaître les activités sportives, le journaliste sportif peut se fournir sa première matière, et de

fabriquer son actualité. La presse sportive doit satisfaire dans des conditions particulières de rapidité et de « précision »

une «clientèle toujours pressée et passionnée, parfois trop passionnée jusqu'au limites du chauvinisme et du nationalisme exacerbé. Sa clientèle est très fidèle, mais turbulente, et elle demande à être toujours comblée (13).

Journalistes sportif ou reporter de guerre ?

Ce qui peut frapper d'emblée un lecteur des journaux sportifs peu habitué à ce genre d'activité, c'est l'abondance des métaphores guerrières employées par les journalistes. Moyen de donner de la hauteur à son récit ou de faire porter des représentations du monde à un jeu qui apparaît comme neutre (mais qui ne l'est pas en réalité). Cette utilisation vient appuyer cette phrase du Baron Pierre de Coubertin dans les années 20 : «le sport est le culte volontaire et habituel de l'effort musculaire intensif appuyé sur le désir de progrès et pouvant aller jusqu'à au risque (...) il lui faut la liberté de l'excès. C'est là son essence, c'est sa raison d'être, c'est le secret de sa valeur morale.». C'était une partie de la philosophie coubertienne qui s'exprimait alors : Le culte du dépassement et du risque, la vocation à l'excès qui se donne aux forts et exclut les faibles et les femmes. Démocrate libéral, antisocialiste Coubertin annonçait la couleur : le sport doit être le levier d'une transformation profonde des âmes, le moyen de créer un homme nouveau porteur de vertus qui sont l'héroïsme, l'énergie en éveil permanent, le sens du devoir. Ces même vertus, sont les mêmes que l'on demande aux soldats prêts à s'en aller en guerre. (14) prônées par celui qui fut à l'origine des jeux olympiques moderne, les vertus guerrières demandées au sportif ne pouvaient que se retrouver dans les écrits et les commentaire de ceux chargés de retranscrire par medias interposés , «les exploits de ces guerriers en short.» En voici quelque exemple parlant : «on veut onze guerriers pour réussir un coup d'éclat au 20 Aout.» «Ça va être un beau combat et on part à la guerre». Le stade devient un « champ d'honneur» le ballon à des « trajectoire de feu» de bataille. «S'il faut mourir sur le terrain, ou va mourir sur le terrain». «Aujourd'hui même avec les kalachnikovs, ça finira mal». (Manchette d'annonce du math de deux clubs algérois de football) ***

Ces quelque exemples qu'on a choisi parmi tant d'autre n'est qu'un échantillon concret de titres de certains journaux sportifs qui se nourrissent de métaphores guerrières et qui à notre avis conclut à une banalisation lexicale de ce vocabulaire spécifique. (15)

Le commentaire sportif est souvent militaire et guerrier. Fondé sur l'émulation et la compétition le sport tend à devenir une véritable guerre en temps de paix (16). Pour rendre compte de cette réalité, les journalistes se sont

engagés dans une escalade du vocabulaire. Aujourd'hui si on croit les medias spécialisés, les joueurs sont des «adversaires» qui «s'affrontent» au cours d'un «choc explosif» et un «combat sans merci» ou il faut «dynamiter», «exploser» la défense «fusiller» le gardien ! Le vocabulaire n'est ni neutre, ni gratuit, reflet d'une société violente, il devient à son tour source de violence.

Titres racoleurs et contenu bas de gamme :

La «une» d'un journal, c'est son affiche. Le gros titre qu'il prenne place en «tribune en bandeau, frappe d'emblée, attire l'attention du passant devant le marchand de journaux. En gros caractère noirs afin d'être bien visible, la fonction est évidente : faire vendre. Qui n'a jamais acheté un journal parcequ'un gros titre l'avait accroché, alléché, ou intrigué. ! La «une» c'est la vitrine du journal le titre de chaque article est sa force de vente. Et l'ensemble de titres, contenant et contenu, c'est-à-dire forme graphique, et style participent fortement à l'identité du journal. (17) le titre attire le regard, impressionne, donne le ton. Un titre réussi, «vendeur» un quasi assurance que le lecteur entamera le papier. Une chose est sûre ces titres racoleurs attirent l'attention et peuvent être réutilisés de manière quasiment indéfinie. Le lecteur toujours curieux se laisse entrainer par des centaines de titres aguicheurs en multipliant l'achat de certains journaux sportifs. Le lecteur, curieux achète le journal, se rend vite compte de l'inanité du contenu. Sachant qu'un journal est un produit commercial fabriqué être vendu aux lecteurs et aux publicitaires, que les information sportives traitent à 90% de l'événementiel , du tragique, du sensationnel , nous mesurons alors les difficultés du journaliste sportif à affirmer son autonomie , à faire preuve de distanciation , d'objectivisme et de neutralité vis-à-vis des pouvoirs économique et sportifs afin de défendre une éthique(18) toujours menacée du journalisme et du sport et s'efforcer de respecter les valeurs de la profession à sa voir la compétence , la crédibilité , l'indépendance et le respect du lecteur.

Ethique journalistique et dérives de la profession.

Toute la presse sportive adopte la même formule d'écriture c'est-à-dire utilisation des titres incitatifs. Son objectif , ce n'est pas de donner de l'information principale de l'article , mais son sens général : en étant suffisamment accrocheur pour inciter a la lecture : le choc des mots dans la «une» consiste à choisir des mots forts, «appâter» le lecteur comme le vocabulaire militaire et guerrier propre à la presse sportive, 48,1 % des personnes interrogées pensent que la presse sportive incite à la violence à travers la publication d'articles subversifs*. Ces titres sur-vendeur dénote bien et

l'argument à l'appui les dérives du sport et de la profession. La profession de journaliste a souffert depuis toujours de dérives déontologiques plus au moins grave L'une des raisons que cette profession est peu organisée : la formation n'y est pas obligatoire. A notre aussi des «petites bavures», (19) dues à un manque de rigueur croissant des journalistes : information non vérifiées, orthographe et grammaire estropiées, langue avachie au profit d'innombrable clichés médiatique. Au point que, depuis vingt ans, la confiance en vers les médias et les journalistes à sévèrement chuté. Il ya aussi le rôle des correspondants locaux qui «à cause de leur chauvinisme ont une responsabilité dans l'endoctrinement des supporteurs. «Pourquoi la presse sportive dégage une image négative ?» propos de Mr Mihoubi (Secrétaire d'état chargé de la communication auprès du 1^{er} Ministre durant l'année 2009/2010) à touché du doigt les véritables tares qui empêchent le développement de la presse sportive , il les a répertoriées : «manque de professionnalisme , niveau de maitrise de la langue laisse à désirer , diffamation violence du style , publication de fausse informations , propagation de la rumeur chauvinisme, article outranciers et la liste est longue».

La presse sportive est souvent pointée du doigt comme vecteur de la violence dans les stades alors que certains journaux ont perdu complètement leur crédibilité auprès des lecteurs.

Selon certains observateurs, la presse sportive Algérienne manque encore de professionnalisme et d'objectivité, dans la transmission de l'information sportive et du respect de la vie privée des joueurs, et sportifs.

Sanctionner le journaliste coupables de ne pas exercer au mieux leur métier d'informer ?!! Le mal est profond, la crédibilité de tout une profession qui est sérieusement entamée, c'est dans cette optique (20) que l'actuel ministre de la communication Hamid Grine évoque un projet d'assainissement du paysage médiatique, il appelle la presse à adhérer au «cercle vertueux» de l'éthique.

L'éthique professionnelle concerne «l'attitude du journaliste». Le «journaliste qui ne s'inscrit pas dans le professionnalisme, qui ne croise pas l'information et qui choisit de se risquer dans les méandres de l'information approximative et donc diffamatoire». Il a assuré que le gouvernement est pour «la liberté de l'expression, non pour la liberté de l'insulte.»

Certains spécialistes appellent à mettre en place une charte ou plate forme de règles et principes déontologiques que les journalistes spécialisés en sport peuvent se référer lors de l'exercice de leur profession. L'essor de la presse sportive dépend de la formation et l'investissement dans le capital humain pour fournir des journalistes sportifs de métier et atteindre le professionnalisme.

Est leurs offrir un cadre adéquat à une bonne pratique du journalisme.

Conclusion

L'objectif de cette contribution était d'apporter un regard original sur les rapports entre sport et journalistes.

L'importante place prise par l'information sportive s'explique d'abord par les logiques commerciales. Une complicité croissante existe entre les milieux sportifs et journalistiques, et cela semble faciliter une sorte d'auto contrôle de l'information. Même si le rappel de l'éthique journalistique est souvent mis en scène pour masquer les difficultés d'une production indépendante. Cette presse qui s'appuie sur des métaphores sensées donner du sens aux oppositions et créer des rivalités en vue d'augmenter l'intérêt de tel ou tel club. Ce qu'il faut retenir, pour l'instant, que le journaliste sportif se contente sous le couvert de la description d'exprimer une haine sociale, la violence sportive trouve alors son sens dans la férocité des propos. Les valeurs sportives « laissées aux vestiaires » marque un profond changement sociétal.

Les médias – tel des vautours- s'accaparent de sombres histoires du sport pour les propulser au devant de la scène. La responsabilité du journaliste sportif est plus importante, car il est plus lu que les autres journalistes dans d'autres domaines, tels que la politique et la culture.

Le journaliste a un rôle d'éducateur et de sensibilisateur.

- 1) Pauze,A(2006) : Comment les médias ont fait du sport un univers parallèle qui survit à l'écroulement des valeurs. Séminaires violence et media Université Lyon 2 Institut d'études politiques de Lyon p 65.
- 2) Dorvillé,C (2002): Ethique sportive, Ethique journalistique, une mise en question. Les cahiers du journalisme N° 11 – Décembre p 23.
- 3) Brohme, JM (1976) : Sociologie Politique du Sport édition J-P Delarge p262.
- 4) Dorvillé, C : op. cit pp 24-25
- 5) Pauze, A: op. cit p30.
- 6) Marchand, J(2004): journalistes de sport Gallimard. p 50
- 7) Bureau, J (Avril 1987): « y-a-i-il un journalisme sportif ? In esprit N° 4 p 12.
- 8) Raymond, T(1993): Le sport et les médias édition Vigot p 08.
- 9) Raymond, T, Ibid. p 9.
- 10) Ohl, F(2002) : Le journalisme sportif, une production sous influence édition Armand Colin p 26.
- 11) Ohl, F : Idem p 38.
- 12) Dorvillé, C : op. cit P27.
- 13) Marchand, J(1973): Histoire de la presse sportive Ed Armand colin. p 12.
- 14) Pauze, A: op. cit p27.
- *** : Journal sportif le buteur 12 février 2009 n° 0830.
- ** : Journal sportif le buteur 20 Septembre 2012 n° 944.
- ** : Journal sportif le buteur 24 Décembre 2013 n° 1120.
- 15) Seidler, E(1964). Le sport et la presse Armand Colin p 13.
- 16) Duvancelle, D(1979): Le football, le plaisir et violence édition Flammarion p 44
- 17) Agnes, Y(2008): Manuel de journalisme, Media a plus p 136
- 18) Agnes, Y : Idem p140.
- 19) Conférence de presse sur les dérives de la presse sportive, animée, par M^f Mihoubi secrétaire d'état chargé de la communication entre 2009 / 2010 au CDA. 24 octobre 2010.
- 20) Point de presse avec les journalistes arrimé par M Hamid Grine, ministre de la communication sur la thématique « l'éthique professionnelle et la responsabilité sociale des journalistes » au de siège de la TV algérienne Décembre 2014.
- *violence dans les stades : Pourquoi ? Sondage réalisé par Liberté et EL KHABAR sur un échantillon de 1340 jeunes entre 06-18 février 2009. 10-03-2009.