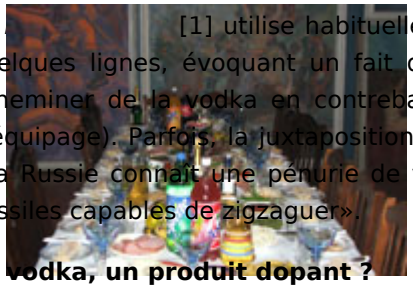
Médias occidentaux et alcool à l'Est

Description

De quelle manière le cliché de l'alcool est-il véhiculé par certains médias occidentaux, notamment La Libre Belgique, Le Monde et Die Presse(Autriche) ? Ces journaux sont-ils objectifs en ce qui concerne l'Europe de l'Est ou bien ont-ils recours de manière régulière aux stéréotypes ? Qu'implique l'utilisation de ce cliché dans la lecture de l'information ?



La [1] utilise habituellement des communiqués d'agences de presse. Ces courtes dépêches se limitent à quelques lignes, évoquant un fait divers à caractère humoristique (un pipeline sous la frontière russo-lettone pour acheminer de la vodka en contrebande ou des retards d'avion à cause du taux d'alcoolémie de certains membres d'équipage). Parfois, la juxtaposition de deux communiqués concernant la Russie établit un lien humoristique, comme: «La Russie connaît une pénurie de vodka/Le président russe Vladimir Putin *(sic)* a déclaré que la Russie disposait de missiles capables de zigzaguer».

La vodka, un produit dopant ?

Outre ces dépêches d'agences, la référence à l'alcool est employée en association avec la Russie, la Biélorussie et l'Ukraine dans le domaine du sport en général et du tennis en particulier. Ainsi, pour annoncer que des joueuses russes sont en finale d'un tournoi de tennis, le journaliste titre: «La vodka est à l'honneur lors de l'US Open». Ces articles réduisent donc la personnalité d'un joueur à son origine (russe) et cette origine à la vodka. Dans une certaine mesure, l'utilisation du mot vodka dans un cadre sportif pourrait permettre au lecteur de douter de la «propreté» des joueurs de tennis russes ou ukrainiens. Ceux-ci étant en compétition contre des *tennismen* belges lors de la Coupe Davis, la vodka pourrait évoquer de manière détournée le dopage, relativisant de ce fait la victoire des premiers sur les seconds. Le journaliste suggère donc, avec le mot vodka, l'utilisation de moyens illicites par les Russes afin d'accroître leurs performances.

Dans les articles politiques de Boris Toumanov, correspondant de *La Libre Belgique* à Moscou, l'alcool n'est jamais utilisé comme stéréotype. C'est le cas en revanche lorsqu'un journaliste belge résidant à Bruxelles écrit un article sur la Russie. Ainsi, lors du décès de Boris Eltsine: le premier Président de la Russie est décrit comme un «*alcoolique pathétique*» ou bien comme un homme accumulant des «*dérapages que son entourage mit toujours sur le compte de la fatigue, et jamais sur celui de l'ébriété, s'agissant d'un homme qui se refusa héroïquement à augmenter le prix de la vodka!*».

Dans *La Libre Belgique*, nous observons donc deux attitudes contradictoires: d'une part une volonté d'objectivité, voire de négation du phénomène de la part du correspondant permanent à Moscou, d'autre part la volonté d'utiliser des pseudo-métaphores dans les articles sportifs et également sous la plume de journalistes belges connaissant peu la Russie.

L'alcool, une métaphore du retour de la menace russe

Le Monde adopte clairement deux manières distinctes d'écrire sur la Russie. Les articles de Daniel Vernet, guidés par une volonté de clarté, écartent l'emploi de tout stéréotype pour décrire la situation russe. Ainsi, ses deux papiers rédigés lors du décès de Boris Eltsine mentionnent ses frasques, sans toutefois citer une seule fois les mots «alcool» et «vodka». Ceux de Marie Jégo recourent fréquemment aux stéréotypes, notamment ceux de «tsar» et «soviétisme». Le thème de l'alcool revient de temps à autre dans ses articles, de manière parfois surprenante: ainsi, expliquant le parcours professionnel de Marina Litvinovitch, porte-parole de Garry Kasparov, elle signale qu'à Beslan celle-ci «*partage les pleurs des mères, s'enivre à la vodka avec les pères*». Dans un article sur Roman Abramovitch, sa description renforce le lieu commun là où il est en fait inexistant: «*... tenant à la main... une bouteille d'eau minérale. C'est Roman Abramovitch. La bouteille n'est pas là pour la pose: selon tous les témoignages, l'homme est un des rares Russes sobres*». *Le Monde*

n'hésite pas à présenter les Russes moyens comme des «*buveurs de vodka frelatée*», tandis que la jeunesse russe «*passe le week-end à boire*».

Cet exemple nous montre combien l'emploi de stéréotypes dépend de la perception du journaliste qui rédige les articles. Si la posture du *Monde* s'est raidie depuis quelques temps à l'égard de la Russie, l'utilisation de l'alcool comme stéréotype y reste limitée, l'idée étant plutôt de refléter l'image d'une Russie redevenue menaçante. Son utilisation répond plutôt à la volonté de montrer une réalité particulière, celle d'un peuple qui souffre, soumis en outre à la volonté d'hommes sobres, c'est-à-dire parfaitement conscients de leurs actes. L'alcool serait donc l'unique liberté et l'unique horizon du citoyen russe, vision permettant d'établir un parallèle avec l'époque soviétique, lorsque la liberté de parole était inexistante. Dans *Le Monde*, l'alcool permet donc de manière indirecte de montrer que la Russie est revenue au soviétisme et à ses dérives, et qu'elle est à nouveau une grande puissance pouvant menacer l'Occident.

L'alcool et l'Europe de l'Est, principalement la Russie, sont régulièrement associés dans *Die Presse*[2]. A la différence de *La Libre Belgique*, il s'agit rarement de faits divers issus d'agences de presse. Dans ces cas exceptionnels, le journal retravaille partiellement le texte de l'agence pour ajouter un commentaire renforçant le stéréotype, tel que: «*Dans les avions russes, il y a souvent des problèmes avec des personnes saoules*».

Plusieurs dépêches et de nombreux articles de fond traitent des problèmes démographiques en Russie. Pour ce quotidien, l'alcool est le premier facteur responsable de la baisse démographique. Le journal met surtout l'accent sur la vodka frelatée et sur l'alcool comme problème social: «*L'alcool est le facteur central de la société russe*», ou «*La province russe..., où les gens tuent le temps avec de la vodka*».

La majorité des articles sont consacrés à la vodka et à l'alcool dans une perspective économique. Ces textes mettent en avant le changement de mentalité dans la société russe qui délaisse la vodka au profit d'autres alcools comme la bière et le vin; ou bien ils mettent l'accent sur la hausse de la production de vodka et sur le fait que l'arrêt de sa production pose un problème sociétal majeur.

Lecteurs autrichiens abreuvés de clichés

Concernant la Biélorussie et l'Ukraine, les articles mettant en scène la vodka sont souvent des textes à caractère sociologique. Ces papiers font appel aux stéréotypes que le lecteur attend. Ainsi, un titre d'article sur la Biélorussie devient «10 décigrammes de vodka pour l'Europe» et ceux concernant l'Ukraine sont illustrés de photos avec la présence d'une bouteille de vodka. Si celle-ci est absente, c'est la légende qui manipulera son contenu. Ainsi, une photographie montre une famille prenant un repas. Sur la table, une bouteille de vin, mais pas de vodka. Cependant, l'unique commentaire de la photo est «*Wodka connecting people*».

Les articles de *Die Presse* font souvent appel aux poncifs, lorsqu'ils traitent de l'alcool, même pour parler d'autres sujets. Un papier sur l'immunité diplomatique évoque le fait qu'elle pose problème lorsque «*des Russes conduisent bourrés*». En outre, le journal n'hésite pas à forcer le trait. Concernant la consommation d'alcool par an et par habitant, le journal cite le chiffre de 17 litres pour «*chaque Russe, du nouveau-né au vieillard*»[3].

Concernant Boris Eltsine, seul un des deux articles consacrés à sa disparition mentionnait «*ses problèmes d'alcool*» et précisait qu'il «*agissait souvent, comme s'il était saoul*». Cet article est une reprise du communiqué de l'agence de presse APA. En revanche, le papier écrit par le journaliste de *Die Presse* ne mentionne nullement les problèmes d'alcool de l'ancien Président. Cela peut s'expliquer par le respect de la société autrichienne envers les défunts: il est de très mauvais ton de parler des problèmes d'une personne décédée et de la critiquer *post-mortem*.

Certains journalistes autrichiens continuent à percevoir l'Europe de l'Est comme l'autre bloc, celui de la Guerre froide. Les frontières communes de l'Autriche avec l'ancien bloc soviétique ont créé des structures mentales qui persistent encore vingt ans après la disparition du Rideau de Fer. La majorité des articles sur l'Europe de l'Est concernent en fait la Russie. On y trouve de nombreux clichés, outre celui de l'alcool. La population autrichienne garde une crainte du Russe, non seulement parce que l'armée Rouge s'est trouvée à sa frontière jusqu'en 1989, mais également parce que celle-ci a occupé l'Autriche de 1945 à 1955. Cette peur et ce ressentiment anti-russe sont encore perceptibles, ce dont témoignent

les articles du quotidien *Die Presse*.

La tendance générale est donc depuis quelques années à représenter la Russie comme une dictature incontrôlable, revenue au temps de l'époque soviétique. L'emploi du cliché de l'alcool renforce cette perception auprès du lecteur, évocatrice du chaos dans lequel la Russie est retombée, menaçant de ce fait l'Europe entière.

En Autriche, *Die Presse* en abuse principalement pour évoquer la Russie, mais également l'actualité d'autres pays de l'Est. Le stéréotype de l'alcool se retrouve en effet surtout dans le contexte russe et, dans une moindre mesure, ukrainien et biélorusse. Cela peut s'expliquer par le fait que les autres pays de l'Est ne sont pas perçus comme des menaces. La Russie, en revanche, continue à représenter l'autre bloc dans l'opinion publique occidentale. La vodka comme stéréotype pourrait constituer un des symptômes de la persistance de la peur diffuse que continue à inspirer ce pays.

[1] *La Libre Belgique* est un des deux quotidiens francophones les plus importants en Belgique. Ce journal de tendance conservatrice-centriste se focalise sur la politique intérieure belge et sur l'actualité politique internationale.
[2] *Die Presse* est un des principaux quotidiens d'information autrichien, proche du parti conservateur (ÖVP). Son lectorat est essentiellement composé de cadres et de responsables politiques et économiques.
[3] L'Organisation mondiale de la Santé arrive au chiffre de 15,48 litres par habitant de plus de 15 ans.

* Luc HERMANN est historien de l'art et archéologue (Université de Liège), diplômé en Sciences politiques de l'Académie diplomatique de Vienne (spécialisations Europe de l'Est et analyse des médias)
Photo : © Mate Chitanava

Retour en haut de page

date créée
01/07/2008
Champs de Méta
Auteur-article : Luc HERMANN*