

JOANNA CIESIELKA

***Mejo n'anno de galera che laziale pe na sera, ou la spécificité du langage des supporters italiens***

*The author focuses her interests on the linguistic content of slogans taken from 270 banners displayed during football matches between the years 1994-2014 and presents an analysis of the language used by Italian football fans. Phonetic, semantic, and lexical stylistic devices are within the scope of her research.*

**Introduction**

Sans aucun doute, on peut considérer le stade non seulement comme un terrain de jeu, mais aussi, aux dires du sociologue Dal Lago, comme un lieu où se déroule une représentation rituelle d'une bataille à travers laquelle s'exprime un trait primordial des relations interhumaines : compétition entre ami et ennemi. Diverses motivations qui, dans la plupart des cas, sont d'origine politique ou ethnique, semblent être les ingrédients essentiels qui alimentent cette animosité. Dans cette perspective, le stade devient une arène où se réalise parfaitement le processus de la communication entre les différents acteurs tels que, par exemple, l'arbitre, les joueurs, le public et ainsi de suite.

Dans ce contexte, la langue des supporters de foot italiens nous a paru fort intéressante. Bien que les formes d'expression et de communication de ce groupe, très hétérogène d'ailleurs, (chants de stade, banderoles, et d'autres, que l'on peut observer hors les stades, comme graffittis ou échanges d'opinions sur les forums etc.) soient très variées, on a limité le champ de notre recherche au discours sportif que les fans du football expriment sur leurs banderoles pendant les matchs. On s'est fixé deux objectifs, à savoir celui de répertorier la thématique des discours affichés sur les banderoles et celui d'analyser les procédés linguistiques qui caractérisent ce type de discours. 270 banderoles des années 1994 - 2014 relevées sur trois sites (cf. bibliographie), constituent le corpus de notre étude. Tout en restant consciente que notre choix est fort arbitraire, il n'empêche qu'il nous renseigne sur un type de discours sportif, à savoir le langage des supporters italiens.

### Thèmes

Comme les groupes de supporters assistant aux matchs de football aux stades sont différents, les thèmes de leurs énoncés, montrés sur les banderoles, varient aussi bien. Il est possible de les classer en fonction de quelques critères. L'admiration pour son équipe, la fierté de ses exploits serait le premier axe. Comme exemples on peut citer à ce propos : *AS Roma: simbolo immortale di Roma capitale*<sup>1</sup> [AS Roma: symbole immortel de Rome capitale] ou *Da S. Siro al meridione un solo grido Roma campione* [Du stade S. Siro jusqu'au Sud (on entend) un seul cri : Roma la championne].

L'admiration pour son équipe s'étend, par conséquent, aux joueurs, ce qui constitue le deuxième axe thématique auquel on peut rapporter l'exemple suivant : *Non basterebbero Pascoli e Ungaretti/ né Foscolo coi sonetti/ per salutare un eroe senza difetti./ Grazie Zanetti.* [Pascoli et Ungaretti et même Foscolo avec les sonnets ne suffiraient pas pour saluer un héros sans défaut. Merci Zanetti]. Le troisième groupe contient des énoncés qui pourraient être considérés comme les « cartes de visite des supporters ». Ce sont des autoprésentations ou fournissent des informations sur les valeurs des amateurs de foot comme par exemple *Commando Ultrà : onore e fedeltà* [Commando Ultrà : honneur et fidélité], *Ultrà Roma eroi negli stadi* [Ultrà Roma héros aux stades]. La haine envers une équipe adverse et ses supporters est un autre motif qui se manifeste à travers le discours des fans de football. Citons comme exemple *Laziali zoticoni analfabeti povere bestie* [Les supporters de la Lazio pauvres bêtes et analphabètes rustres], *Noi figli di Roma, voi di una cagna* [Nous les fils de Rome, vous les fils d'une chienne]. Parfois ces messages contiennent des propos ouvertement agressifs et violents : *Faremo della Nord un gran deserto, tutti i laziali col cranio aperto* [On fera un grand désert de la curva Nord /Tous les supporters de la Lazio avec des crânes découpés] ou *Milanesi tutti appesi* [Les Milanais à l'échafaud]. Même les antagonismes entre le Nord et le Sud d'Italie se reflètent sur les banderoles. Certains supporters recourent aux expressions qui trahissent leurs mobiles les plus primaires, pour ne pas dire primitifs : *Sarà un piacere vedere Vesuvio fare il suo dovere* [Ça sera un plaisir de voir Vésuve faire son devoir], *Vesuvio wash it!* ou *Napoli, fogna d'Italia!* [Napoli, l'égout de l'Italie].

Pour dévaloriser et ridiculiser l'équipe « ennemie », les supporters font souvent recours aux dysphémismes moqueurs. Voyons quelques exemples : *Ma lo "stadio" che l'avete preso all'Ikea!?!?* [Mais le « stade », vous l'avez pris chez Ikea?!?] est une banderole que les supporters de la Fiorentina ont présentée en

---

<sup>1</sup> Nous avons tenu à garder l'écriture originale des textes étudiés.

2007 après avoir vu le stade d'Empoli dont les dimensions, aux yeux des *fiorentini*, laissaient beaucoup à désirer ; en voici un autre exemple d'un message adressé par les supporters de l'Inter aux joueurs du Milan avant un derby : *Siete come le Spice. Cantate in 5* [Vous êtes comme les Spice Girls : vous chantez à 5]. Il serait intéressant de citer aussi un texte où les auteurs ont pris pour cible Silvio Berlusconi, propriétaire du Milan AC : *Dio c'è. Silvio, Rilassati, Non Sei Tu!* [Dieu existe. Silvio, relax, ce n'est pas toi !].

### **Procédés linguistiques**

Lo striscione è un foglio o tessuto su cui i tifosi esprimono passioni, frustrazioni, il proprio livello culturale, su cui sono nati stili, modelli, slogan, usati ritornelli popolari, citazioni di ogni tipo. (Guerra et al., 2010 : 14)<sup>2</sup>

En prenant comme point de référence ce propos de N. Guerra, il nous a paru intéressant de réfléchir aux problèmes concernant les procédés auxquels font recours les supporters pour exprimer leurs émotions pendant les matchs.

Lors de la lecture d'un texte donné, la graphie est l'élément de première importance que l'on prend en considération. Dans la plupart des cas elle ne surprend pas, car elle correspond bien aux normes de la langue italienne. Il est rare que les auteurs des messages raccourcissent leurs textes en utilisant des symboles propres aux textos ou à la communication via Internet. Sans aucun doute, le recours aux signes comme *x* qui signifie pour ou à l'emploi de la graphie *k* à la place de *ch* s'explique par la difficulté de mettre le message entier sur une banderole pas suffisamment grande. Néanmoins, nous avons trouvé trois occurrences dans lesquelles les auteurs des messages violent les règles orthographiques, mais ils le font exprès afin de ridiculiser les supporters de l'équipe adverse : *Filippo campia squadra anghe io prima tifavo Inter e non sono più andato a scuola* [« Philippe, changes d'équipe moi aussi je supportait Inter avant et je ne suis plus allé à l'école », ce qui donne en français standard : « Philippe, tu ferais mieux de changer d'équipe, moi aussi j'étais le supporter de l'Inter et je ne suis plus allé à l'école »].

En ce qui concerne les procédés phonétiques, notre étude prend en considération la rime et le rythme. Les exemples qui suivent nous en donnent quelques traits typiques : *La Curva Sud ce l'ha insegnato, uccidere un laziale non è reato* et *AMBARABACICOCOCO' LA SPEZIA SUL COMO'*, le deuxième texte étant d'ailleurs une intertextualisation qui reprend une partie d'une comptine pour

---

<sup>2</sup> La banderole est un bout de papier ou un tissu sur lequel les supporters expriment leurs passions, frustrations, leur niveau de civilité. Elle a donné la vie à des styles, des modèles, des slogans, en recourant à des refrains populaires et des citations de tout acabit. (trad. J.C.)

les enfants. Dans *O'Moggi chi tu chiami oggi???*, message adressé au directeur général de la Juve après un scandale d'écoutes téléphoniques, on observe les allitérations et les assonances qui se manifestent respectivement à travers la répétition des sons [k], [dʒ] et des voyelles /i/et /o/.

Le procédé lexical de la néologie n'est pas fréquent dans le corpus analysé. Pourtant, une banderole des supporters de la Juventus adressée à l'Inter, qui a joué plusieurs matchs nuls, nous en fournit un exemple intéressant : *X la cura della pareggite acuta rivolgiti al... Dott. Mancini!!!* [Pour soigner l'égalitite aiguë, adresse-toi au... docteur Mancini]. Le mot *pareggite*, qui n'existe pas en italien, comme d'ailleurs *égalitéte* en français, a été formé par l'ajout du suffixe *-ite* utilisé dans la formation des noms des maladies au substantif *pareggio* [match nul]. De cette manière originale les supporters tournent en dérision les résultats du travail de l'entraîneur de l'équipe milanaise. Voici deux autres exemples de néologismes : *Taranamore* et *cassanate* sont constitués par des mots-valises composés d'un nom propre et d'un nom commun. Le premier se rapporte au joueur de l'équipe de Mantoue Emiliano Tarana, admiré par l'un de ses fans, et fait appel au titre d'une émission de télévision *Stranamore*. L'autre a pris pour cible Antonio Cassano, attaquant de la Sampdoria, qui, lui-même, avait appelé *cassanata* son propre comportement irréfléchi et immature par le passé. Le nom commun qui fait partie du mot en question est le mot vulgaire *cazzata* [connerie]. En 2009, pendant le match Catania - Sampdoria, les supporters de la Catania ont montré une banderole avec l'inscription : *À Genova cassanate, à Catania cassatelle* en exprimant avec ironie leur préférence pour les sucreries locales *cassatelle* et en laissant les *cassanate* aux habitants de Gênes.

Dans le corpus des formes étudiées on a repéré plusieurs occurrences dans lesquelles les auteurs des messages recourent à l'homonymie. En 2008/2009 lorsque l'Inter n'a pas atteint la finale de la Ligue des champions à Moscou, les supporters de la Juve ont écrit : *Se l'Inter non va a Mosca, Mosca va sull'Inter* en exploitant l'homonymie du mot *Mosca* qui peut signifier Moscou ou mouche. Ce commentaire paraît fort malicieux compte tenu des endroits où les mouches aiment bien s'asseoir.

Un autre groupe de banderoles présente de nombreux messages dont les auteurs emploient des jeux de mots basés sur l'homophonie. Le premier exemple rapporté est aussi un néologisme, apparu sur une banderole adressée à l'Inter pendant un derby en 2009 : *I beckhamorti*. Le mot, dont une partie était constituée par le nom d'un fameux joueur, David Beckham, est un homonyme du mot *beccamorto* [fossoyeur]. L'inscription sur une banderole présentée par les supporters de l'Inter au stade San Siro pendant l'un des matchs contre le Milan AC était la suivante :

*Rimanete a Kakà che noi andiamo a Figo.* Ses auteurs ont utilisé ici les noms de footballeurs Kakà et Figo, dont le premier est un homonyme du verbe caccare [chier], dans sa variante non-soignée prononcé comme [kaka'] et l'expression *noi andiamo a Figo* en évoque une autre : *andare a figha/e* [aller à la chatte]. L'effet de double signification, créée de cette manière, surprend et facilite la mémorisation du message, ce qui est très utile dans le cas des slogans publicitaires et politiques qui attirent ainsi l'attention du destinataire au produit ou politicien/parti politique auquel il devrait, selon le destinataire, s'intéresser. En ce qui concerne les inscriptions sur les banderoles, elles ont pour objectif de surprendre et d'irriter les supporters de l'équipe adverse.

Le défigement, un procédé qui consiste en la modification d'une expression figée, est pratiqué non seulement par les créateurs des messages publicitaires, mais aussi par les supporters, ce que prouvent les messages sur certaines banderoles. Après un match Italie-France, qui a permis aux Italiens de passer en quart de finale, les supporters italiens ont adressé aux Français le message suivant : *A voi l'arco a noi il trionfo/ Liberté, Egalité, Eliminé.* La substitution d'une partie de la devise française par le mot *éliminé* ainsi que la division du nom du célèbre monument parisien est une preuve de créativité et d'invention de la part des supporters. Un autre exemple de défigement concerne une chanson : *Ma cos'e' che ve fa senti' importanti anche se nun contate un cazzo?* [Mais qu'est-ce qui vous fait penser que vous êtes si importants quand vous ne valez même pas une queue ?], on a pu le voir sur la banderole des supporters de la Lazio. Ce message reprend une strophe de *Grazie Roma*, un vrai hymne des *giallorossi* d'Antonello Venditti.

Le recours aux dialectes est un autre trait caractéristique des inscriptions sur les banderoles italiennes. Cette pratique qui sert à souligner la différence entre « nous » et « les autres », n'est pas très fréquente, toutefois n'étant pas non plus très rare, elle met en valeur l'appartenance à un groupe donné. Il serait intéressant de rapporter comme exemple un message fort amusant et ironique présenté par un supporter de l'équipe de Palerme pendant le match Palerme - Juventus au cours de la saison 2005/2006 : *Aviti U Ceko, Aviti U Mutu, Vi Manca U Surdu.* Son auteur joue ici sur l'homophonie des mots : *Ceco* [tchèque] qui se rapporte à Pavel Nedved, joueur de la Juve et *cieco* [aveugle], du mot sicilien *mutu* [muet] et du nom du joueur Adrian Mutu et se moque de l'absence d'un sourd qui compléterait cette équipe d'handicapés. Un autre exemple, cette fois-ci napolitain, est le suivant : *Martina Al San Paolo?! Si' Sapev Ce' Purtav E Mimos* [Martina au stade San Paolo ? Si je l'avais su, je lui aurais apporté des mimoses]. Le message ci-dessus était adressé aux supporters de l'équipe Martina lors d'un match joué quelques jours après le 8 mars 2006 à Naples.

### **Conclusion**

Pour conclure, il serait utile de continuer nos recherches dans le domaine étudié, le cadre du présent article ne permettant pas des analyses exhaustives. C'est pour cette raison que nous avons dû renoncer à décrire d'autres phénomènes linguistiques observés. Cependant, notre choix se révèle suffisant pour rendre compte de la diversité et de la richesse du discours des supporters. À cette fin, nous avons groupé diverses inscriptions sur les banderoles en fonction des procédés linguistiques : phonétiques (rimes, rythme, allitération ou autres), lexicaux et sémantiques (défigement, homonymie, homophonie, néologie, etc.) et les dialectes. L'étude de notre corpus portait aussi sur l'emploi du vocabulaire non standard dans les inscriptions sur les banderoles. Il s'agit de formes de l'italien familier et des vulgarismes présents dans ce type de messages. D'après notre recherche, ce vocabulaire peut se rapporter aux joueurs ou supporters de l'équipe adverse, aux symboles de lieu de provenance de l'équipe.

Notre étude a démontré d'un côté la créativité des supporters et de l'autre, l'attachement des auteurs de ce type de messages non seulement à un groupe, mais aussi à la région dont ils sont originaires.

### **Bibliographie**

- DAL LAGO Alessandro (1990), *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Bologna, Il Mulino.
- GUERRA Nicola, IMPERI Valentina, VARDANEGA Claudia (2010), *I poeti della curva. Un'analisi sociolinguistica degli striscioni allo stadio*, Territori Sociologici – Working Papers, Roma, Aracne Editrice.
- OŹDŹYŃSKI Jan (1979), *Mówione warianty wypowiedzi w środowisku sportowym*, Wrocław, Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- <http://www.striscionistadio.com/> (17/08/2014)
- <http://www.nanopress.it/sport/2014/03/13/striscioni-stadio-raccolta-dei-piu-divertenti/2017/> (19/08/2014)
- <http://www.magnaromagna.it/satira/sport/striscioni-da-stadio-divertenti/> (19/08/2014)

---

JOANNA CIESIELKA

Université de Łódź

Courriel : joannak@wp.pl