

Métaphores de la crise du Covid 19 dans la presse Francophone marocaine : Usages et valeurs

Ahmed ELYAAGOUBI
Ecole Supérieure de Technologie-Khénifra
Université Sultan Moulay Slimane
ESTK/USMS

Abstract: *The present work is a study of the metaphors used by certain French-speaking Moroccan media during the Covid 19 crisis, a global pandemic with harmful consequences at various levels. Through our corpus, we will try to identify the main metaphorical occurrences, with the aim of exploring the fields in which they are used and, above all, the values they convey. We note that this research falls within the framework of metaphor stemming from the research of Lakoff and Johnson, who argue that metaphors are not matters of words or poetic figures of speech, but rather cognitive processes that are largely metaphorical. Indeed, according to these two researchers, "Metaphor is an indispensable part of human thought, perception and understanding" (Lakoff, Johnson 15).*

Keywords: *metaphor; Moroccan media; Covid 19 crisis; use-values;*

Résumé : *Le présent travail se veut une étude des métaphores utilisées par certains médias francophones marocains durant la crise du Covid19, une pandémie planétaire, avec des conséquences néfastes sur différents plans. Ainsi, à travers notre corpus, nous essaierons de repérer les principales occurrences métaphoriques dans le but de relever les domaines dont elles relèvent et surtout les valeurs qu'elles véhiculent. Nous notons que cette recherche s'inscrit dans le cadre de la métaphore conceptuelle issue des recherches de Lakoff et Johnson qui avancent que les métaphores ne sont pas l'affaire des mots, des figures poétiques du langage, mais plutôt des processus cognitifs qui sont largement métaphoriques. En effet, selon ces deux chercheurs, « La métaphore est une partie indispensable de la pensée, de la perception et de la compréhension de tout être humain » (Lakoff, Johnson 15).*

Mots clés : *métaphore ; médias Marocains ; Covid 19 ; usages-valeurs ;*

Introduction

Les médias jouent un rôle très important dans les sociétés modernes. En effet, c'est grâce à leur implication et professionnalisme qu'ils arrivent à nous informer sur différents faits de société. Durant la période de Covid 19, crise sanitaire planétaire, tous les regards étaient pointés vers les différents organes de presse, écrits ou audio-visuels, afin de suivre la manière dont ces derniers

évoquaient cette pandémie. Ainsi, plusieurs procédés stylistiques et discursifs ont été déployés par les journalistes. Dans ce travail, nous focaliserons notre attention sur la métaphore. Ainsi, nous examinerons, à travers notre corpus, constitué, essentiellement, d'articles tirés des principaux journaux marocains francophones, les occurrences métaphoriques employées pour désigner la pandémie de Covid 19. Ce relevé s'effectuera dans le but de vérifier les domaines les plus rapprochés de cette crise ainsi que les valeurs véhiculées par ces métaphores. L'hypothèse de cette étude se résume au fait que le recours aux expressions métaphoriques dans le discours médiatique permet de mieux expliciter cette pandémie pour le lecteur, de le toucher et par conséquent de l'aider à prendre les mesures nécessaires face à ce néfaste virus.

Notre cadre théorique s'appuie sur les travaux de Lakoff et Johnson, avec leur ouvrage de référence *Metaphors We Live By*, écrit en 1980 et traduit par Michel DeFornel en 1985, qui affirment que les métaphores sont utilisées d'une façon quotidienne mais inconsciente. De ce fait, la métaphore dépasse le côté linguistique pour être un phénomène de pensée. Dans ce sens, les deux chercheurs déclarent que la métaphore est :

Un processus cognitif fondamental inscrit dans notre expérience, qui forme une partie de notre système conceptuel. Autrement dit, la métaphore conceptuelle est un processus qui « permet de comprendre quelque chose (et d'en faire l'expérience) en termes de quelque chose d'autre. (Lakoff, Johnson 15)

A partir de cette définition, nous essaierons d'étudier les principales projections établies entre le Covid 19 et les concepts métaphoriques employés par les principaux journaux francophones marocains tels que *Médias24*, *L'Opinion*, *Libération* réputés pour leur grand nombre d'audience. Les numéros choisis s'étalent de la période du mois de Mars 2020, date d'apparition du virus, au Mois de décembre 2021, période de déconfinement et début des préparatifs pour la campagne de vaccination.

Pour ce faire, nous poursuivrons le plan suivant : d'abord, nous commencerons par définir les éléments théoriques de notre recherche tels que métaphore et discours médiatique. En effet, les médias sont réputés par leur pouvoir d'information et de manipulation comme l'ont montré les recherches de nombreux spécialistes tels que P. Charaudeau (1994) et D. Charron (1989), ensuite nous présenterons notre corpus afin de relever les occurrences métaphoriques, les domaines rapprochés ainsi que les valeurs véhiculées. Enfin, nous concluons par émettre les principales réponses aux questions problématiques de notre travail.

I. Éléments définitoires

1. La métaphore

Nombreux sont les chercheurs qui se sont intéressés à la métaphore. Chacun l'a définie selon son objectif de recherche et son cadre théorique. En effet, rhétoriciens et linguistes ont essayé de déchiffrer les énigmes de cette figure, tantôt utilisée pour des fins rhétoriques, tantôt pour des fins sémantiques ou pragmatiques. Le recours à cette figure est motivé par des besoins d'explication par d'autres termes ou mots ou, dans certains cas, pour des raisons d'économie du langage. Dans cette perspective, LeGuern, dans son essai, expliquant les motivations de l'usage de la métaphore affirme :

On recourt à la métaphore parce qu'on ne peut pas faire autrement. La métaphore serait une conséquence de la limitation des moyens du langage, c'est-à-dire, en définitive, une des manques de l'infirmité de l'esprit humain. (LeGuern 67)

Autrement dit, le point de vue selon lequel l'on étudie la métaphore reste primordial pour préciser davantage tous ses aspects. En ce qui nous concerne, nous avons opté pour la démarche de Lakoff et Johnson, qui considèrent la métaphore comme un fait cognitif, qui organise notre pensée. En effet, c'est grâce aux travaux de ces deux chercheurs que la métaphore est devenue un objet d'étude dans la linguistique cognitive. Ils affirment que les métaphores sont employées quotidiennement, mais le plus souvent d'une manière inconsciente : « Les métaphores font partie intégrante de la pensée, et donc aussi du langage quotidien de toutes les nations ». (Lakoff et Johnson 13)

2. Métaphores et discours médiatique

Les expressions métaphoriques sont fréquentes dans le discours médiatique puisque les journalistes en font usage dans leurs articles pour différentes raisons. En fait, au-delà de sa fonction ornementale et rhétorique, la métaphore offre la possibilité d'informer, d'expliquer ou de se positionner par rapport aux faits rapportés d'une manière éloquente. Ainsi, le journaliste dispose d'une stratégie importante pour accrocher l'attention du lecteur et attirer sa complicité. De ce fait, l'on peut aborder les sujets d'ordre social, politique « domaine où l'on assiste à la transformation des métaphores en ressources symboliques comme cela se produit dans le discours de médias politique » (Tocia 377), ou économique à l'aide de la métaphore qui permet de vulgariser les informations pour des fins diverses, surtout en période de crise où l'on cherche à faire l'unanimité autour d'une question préoccupante.

3. Couverture médiatique de la crise

L'apparition du virus en Chine et sa propagation dans les autres régions du monde a provoqué une situation de panique et de tragédie en raison des chiffres inquiétants de morts partout sur le globe. Face à cette situation désastreuse, les médias écrits ou audio-visuels ont essayé d'expliquer ce phénomène et de rapporter toutes les informations nécessaires pour mieux l'affronter.

Le Maroc ne fait pas exception puisque toutes les mesures utiles telles que le confinement, la fermeture des frontières et l'interdiction de toutes les activités sociales et économiques ont été prises par les autorités. Ainsi, le Covid 19 est le thème le plus évoqué dans la plupart des médias qui ne se lassent pas d'inviter des experts afin d'expliquer les enjeux et les risques de ce virus qui se propage d'une manière aussi rapide que dangereuse.

La mobilisation médiatique essayait, donc, d'accompagner les mesures entreprises par le gouvernement afin de lancer des avertissements d'une part, ou d'apaiser les esprits, d'autre part. En fait, les journalistes, conscients du pouvoir des mots dans les médias, ont eu recours à plusieurs procédés rhétoriques et stylistiques pour rapporter toutes les nouvelles relatives au Covid 19. Dans cette perspective, les métaphores ont été utilisées d'une façon récurrente pour désigner cette pandémie. C'est pour cette raison que l'on cherche à découvrir tous les domaines métaphoriques auxquels les journalistes ont eu recours durant cette crise.

II. Présentation du Corpus

Nous soulignons que notre corpus est tiré, principalement, des journaux francophones marocains, réputés pour leur grand nombre de lectorat. Il s'agit, en l'occurrence, des quotidiens *l'Opinion*, *Médias 24* et *Libération* de la période de Mars jusqu'à Août 2021. Ce choix n'est pas du tout aléatoire ; mais émane de notre volonté de découvrir la manière dont ces journaux ont couvert cette pandémie et les principales stratégies discursives utilisées, notamment les expressions métaphoriques. Par la suite, nous présenterons des énoncés tirés de notre corpus afin de procéder à une classification thématique des métaphores les plus usuelles.

Nous notons, également, que durant cette période, la plupart des journaux sont passés de la version papier à la version numérique dans l'objectif d'être consultables par un grand nombre de lecteurs sans négliger les raisons sanitaires durant cette époque.

Enoncés :

A. « Coronavirus : la planète **en état d'alerte** maximale, rayon d'espoir en Chine » pour faire face à cet « **ennemi de l'humanité** », comme l'a qualifié l'OMS, qui a déjà contaminé près de 210.000 personnes et en a tué plus de 8.700 menaçant de plonger le monde dans la *récession* » (*Médias24*, 19 Mars 2020, <https://medias24.com>).

B. « c'est l'Italie qui paie le plus lourd tribut sur le vieux continent en approchant le seuil de des 3.000 morts, alors que le **pic** de l'épidémie ne semble pas encore atteint » (*Médias 24*, 19 Mars 2020, <https://medias24.com>).

C. « Confinement à deux vitesses : **ce vilain Covid** qui nous divise » (*Libération* 11/6/2020).

D. « **Le coup brutal creusé par le Covid 19** à des pans entiers de l'économie, notamment l'industrie hôtelière qui semble la plus à même de chavirer dans la détresse, risque de mettre du temps à se dissiper face à une situation épidémiologique où la vigilance reste toujours de mise » (*Libération* 11/6/2020, <https://m.libe.ma/file/216303/>).

E. « Un mode de vie social transformé face à une conjoncture sanitaire compliquée 2020 : l'année où toute la planète est secouée par un nouvel **ennemi mortel**. Le Covid 19 (1) : un démon qui met le monde face à une guerre sanitaire sans précédent. **Une guerre** qui ne demande pas une confrontation » (*Libération* 27/5/2020, <https://m.libe.ma>).

F. « Ça craint la cata : A moins de 24 heures du déconfinement, le Covid19 **reprend du poil de bête** » (*Libération* 25 Juin 2020, <https://m.libe.ma>).

G. « La grande majorité de ces **réfugiés sanitaires** est constituée de petites mains du secteur productif marocain : ouvriers, maçons, marchands ambulants, bricoleurs ou simples gardiens de voitures. En l'absence de toute indication sur la durée de la crise du coronavirus, rien ne garantit à ces gens de condition modeste que leurs petits boulots les attendront une fois la pandémie maîtrisée. » (*L'Opinion* 24/03/2020, https://www.lopinion.ma/24-Mars-2020_a1449.html).

H. « Tandis que toutes les villes du royaume tournent au ralenti ces jours-ci depuis la mise en train du confinement forcé, dans le but de limiter la propagation du coronavirus, des citoyens de souche ou d'adoption fuient la ville pour aller se confiner à la campagne. Ces derniers quittent la cité croyant se mettre à l'abri de **la psychose et la contagion de l'épidémie**, pour un endroit plus reculé et paisible. » (*L'Opinion* 24/03/2020, https://www.lopinion.ma/24-Mars-2020_a1449.html).

I. « Aucune frontière ne semble plus en mesure de protéger les peuples. La Chine, Cuba, la Russie, la Corée du Nord qui passaient pour des pays fermés au monde n'ont pas échappé **au mal insidieux** qui s'est propagé à travers la planète, n'épargnant aucun pays, ni aucun continent. Certes, la Corée du Nord n'a pas annoncé de cas déclaré sur son territoire mais a mis en quarantaine les diplomates présents sur son sol, comme elle a refusé l'aide américaine pour **combattre le mal** ». (*L'Opinion* 24/03/2020, https://www.lopinion.ma/24-Mars-2020_a1449.html).

J. En ordre **de bataille** contre le covid19 : la résilience de l'économie marocaine mise à rude épreuve (*L'Opinion* 1 Mai 2020, <https://www.lopinion.ma/1-Mai-2020>).

K. « **Deuxième vague** de la pandémie : hallucination ou triste réalité ? Après l'apparition d'un nouveau cluster à Tanger, les autorités semblent craindre l'apparition d'une **nouvelle vague** de la pandémie. Reste à savoir si ces craintes sont justifiées » (*L'opinion* 15 Juillet 2020, <https://www.lopinion.ma/15-juillet-2020>).

L. « **le Match retour** contre Covid sera chaud : ces chiffres restent certes alarmants, ils n'en demeurent pas moins réduits que ceux enregistrés le printemps dernier, en Italie, en Espagne et en France. Malgré tout, **le Match** contre le Covid est loin d'être gagné » (*L'Opinion*, 19 Octobre 2020, <https://www.lopinion.ma/19-octobre-2020>).

M. « Après près de deux ans **en première ligne** face à la pandémie de Covid19, les médecins internes et résidents attendent toujours que le ministère de la santé honore l'accord de principe qui avait été trouvé avec les acteurs du secteur pour que ces médecins puissent percevoir des indemnités, notamment la deuxième tranche » (*L'opinion*, 26 Décembre 2021, <https://www.lopinion.ma/26-Decembre-2020>).

N. « **La course au vaccin** est lancée et rien ne semble l'arrêter, pas même les théories complotistes, pourtant légion. Désormais, il est convenu qu'en l'absence du vaccin le retour à une vie normale n'est pour le moment qu'illusion dans un rêve de satin. Pour les plus optimistes, ce rêve pourrait devenir réalité au plus tard, d'ici à janvier prochain. Pour les autres, une telle issue est inenvisageable avant l'automne 2021. Où en est-on aujourd'hui ? Une interrogation capitale à l'heure où aux quatre coins du monde, l'hypothèse d'une deuxième vague prend, chaque jour, un peu plus d'épaisseur. Alors que l'Organisation mondiale de la santé prédit que « le pire est à venir » (*Libération* 2 juillet 2020, <https://m.libe.ma>).

O. « **Course folle** entre laboratoires sous pression : Il n'en reste pas moins que l'antidote miracle n'est pas pour demain » (*Libération*, 12-13 Septembre 2020, <https://m.libe.ma>).

III. Analyse du corpus :

1. Métaphore de la guerre

Plusieurs domaines sont évoqués. En effet, une première analyse de notre corpus nous permet, effectivement, de détecter l'analogie faite entre le virus et le domaine de guerre comme l'atteste les expressions suivantes :

- La planète en état d'alerte maximale
- Ennemi de l'humanité
- Le monde face à une guerre sanitaire sans précédent
- Le coup brutal creusé par le Covid 19

- réfugiés sanitaires
- En première ligne

La métaphore de la guerre est fréquemment utilisée pour désigner une lutte ou un combat entre deux forces en perpétuelle confrontation. Ainsi, en essayant de mettre en place des ressemblances et des analogies entre le Covid et la guerre, les journalistes essaient d'insister sur le caractère imprévisible et dangereux du phénomène. En fait, le recours aux métaphores guerrières dans le discours médiatique peut être justifié par le fait que les journaux exercent une influence importante sur l'opinion publique et cherche à obtenir une adhésion totale et inconditionnelle contre cet ennemi. C'est, aussi, une stratégie médiatique pour cacher le manque de préparation des autorités face à cet imprévu et en même temps, c'est un appel à l'union nationale face au même ennemi.

2. Métaphore des catastrophes naturelles :

Les métaphores liées à des vagues en particulier et à des catastrophes, en général, sont omniprésentes dans notre corpus. En effet, les expressions telles que première vague, deuxième vague, épidémie, fléau, cata... ont été sollicitées par plusieurs journalistes afin de faire un rapprochement entre le virus et ces catastrophes. La catégorisation du virus en termes de vague (1^{ère} vague, 2^{ème} vague...etc.) sert comme un symbole de croissance, de renouveau et de transformation. Dans cette perspective, nous notons que le discours médiatique recourt à ces expressions métaphoriques dans le but d'inciter les citoyens à prendre les mesures nécessaires édictées par les autorités locales contre la propagation du virus.

3. Métaphores sportives

Parmi les domaines auxquels les journalistes ont eu recours, il y a celui du sport. En effet, certains médias n'ont pas hésité à montrer qu'il y a une course ou une compétition qu'il faudrait gagner contre le virus. Le choix du sport est, certes, motivé par le fait que c'est un domaine amplement médiatisé et popularisé. En conséquence, le langage sportif peut avoir un impact assez important auprès du public. Contrairement à la guerre, le sport semble un domaine plus paisible et moins effrayant mais qui nécessite, en permanence, une mobilisation collective contre la maladie afin de remporter la compétition. A travers notre corpus, il est question, également, d'inciter la population à se doter des moyens nécessaires pour remporter la compétition contre le Covid, en l'occurrence, une campagne massive de vaccination. Dans cette optique, le domaine du sport peut avoir un impact positif auprès de la population.

4. Autres métaphores :

Nous soulignons que notre corpus regroupe, également, certaines expressions métaphoriques ayant une relation avec des domaines diversifiés. D'une part, le virus est personnifié comme l'atteste ces expressions : ce **vilain** Covid ou encore un **démon**. Ces attributions péjoratives visent à mettre en garde contre le virus et à montrer son caractère maléfique. D'autre part, le Covid est assimilé à un animal effrayant (poil de bête). Ces rapprochements cherchent à faire peur aux gens pour qu'ils prennent les mesures nécessaires afin de se protéger.

Conclusion

Il appert que le discours médiatique est imprégné des métaphores du Covid se rapportant à des domaines assez variés comme nous l'avons montré lors de l'analyse de notre corpus. C'est ainsi que les domaines de guerre, de confrontation et de lutte sont omniprésents et amplement utilisés par les journalistes marocains afin de sensibiliser les lecteurs de la gravité de la situation épidémiologique dans le royaume et les motiver à être plus attentifs et vigilants. Le virus est également lié au domaine du sport ou comparé à un humain, un démon ou un animal.

A cet effet, la mobilisation médiatique essayait d'accompagner, d'expliquer voire d'encourager l'opinion publique à se conformer aux mesures imposées par les autorités locales. De ce fait, les expressions métaphoriques occupent des fonctions à la fois argumentatives et cognitives. Nous notons, aussi, que les domaines évoqués correspondent aux préoccupations des autorités. Autrement dit, durant la première période de la pandémie, la plupart des organes de presse faisaient référence aux métaphores guerrières avec toutes les connotations qu'elles possèdent et au fur à mesure que les informations s'assemblaient à propos du Covid, l'on a assisté à une sorte d'atténuation au niveau des analogies métaphoriques.

Il est important, donc, de souligner que la description du virus et son rapprochement de différents domaines métaphoriques s'est fait selon la gravité de la situation et les mesures édictées pour l'éradiquer.

Bibliographie

- Boulanger, Pier-Pascale. « Quand les médias traduisent la crise : les métaphores utilisées par la presse généraliste pendant la crise des subprimes ». *Meta* 61 (2016) : 144–162. <https://doi.org/10.7202/1038690ar>
- Charaudeau, Patrick. « Le contrat de communication de l'information médiatique ». *Le Français dans le monde*, numéro spécial, juillet 1994. Consulté le 21 septembre 2023 sur le site de Patrick Charaudeau,

