

Fan de sumo : La Quatrième Dimension ?

par Chris Gould

Chris Gould s'attarde sur la nature changeante du fan de sumo, et dévoile un intéressant paradoxe entre la fin et les moyens.

Introduction

Au premier abord, des innovations telles que l'internet, qui visent en premier lieu à diffuser l'information à tout le monde, pourraient paraître comme un véritable cauchemar pour des organisations qui aspirent au secret. On s'attendrait que l'Association Japonaise de Sumo (NSK) par exemple, répugne à l'idée de voir les autrefois inoffensives et ésotériques rumeurs du sumo provenant des izakaya enfumées transpirer sur les forums de discussion en ligne. Mais, bien entendu, la révolution informative emmène constamment vers une quatrième dimension de conséquences inattendues. Les plus grandes forces des outils de diffusion de masse de l'information sont aussi bien souvent leurs plus grandes faiblesses. Et donc il a fini par s'avérer que la NSK, qui avait à l'origine beaucoup à craindre de l'internet, a en fait beaucoup à y gagner.

La question plus générale qui est soulevée peut laisser perplexe : les fans d'aujourd'hui, bercés dans les arcanes de la technologie d'une société de l'information, sont-ils plus proches de leurs héros du sumo que les fans de jadis ? C'est peut-être surprenant, mais la réponse semble être que non.

Une invasion négligeable ?

Le 23 septembre 2007, la quiétude du sumo est rompue apparemment comme jamais auparavant. Une spectatrice

quelque peu dérangée, ayant l'intention de distribuer quelques tracts polémiques au sujet du sumo, s'infiltré au milieu de l'équipe de sécurité à queues de cheval du Kokugikan et touche le dohyo sacré avant un combat entre Goeido et Takekaze, commettant une action en totale infraction avec la tradition shintoïste. Bien que quelques quotidiens se refusent au départ à confirmer que l'individu est une femme, et nient que le dohyo ait été touché, les tabloïds traitent l'incident comme une « première mondiale », un triste exemple des excès de libéralité vis à vis des fans. « Jamais auparavant un spectateur n'avait osé franchir les barrières révérees qui séparent les guerriers des simples fans », est alors la tirade classique des tabloïds. L'accès aux stars semble n'avoir jamais été aussi facile. En fait, dans la réalité, on ne peut être plus loin de la vérité.

Ce même soir, le hasard veut que le restaurant Hana-no-Mai de Ryogoku repasse l'enregistrement d'un combat de 1960 qui vit l'irruption d'un spectateur dément (qui sera promptement expulsé du dohyo par des yobidashi scandalisés). Au Japon, les caméras de télévision révèlent souvent innocemment ce que les journaux occultent à dessein. Bien entendu, les caméras ne trouvent que rarement quelques unes des perles cachées du tatemaie de cette société. Un fan de sumo étranger a dit un jour avoir été embarrassé par quelques-uns de ses compatriotes après avoir observé l'action matinale au sein du Kokugikan. « J'ai vu des spectateurs d'un jour se lever et toucher le dohyo avant le début des combats », dit ce fan, « et des

yobidashi se ruer désespérément derrière eux pour les faire s'arrêter ». Il n'y a que le tatemaie qui prévienne de savoir combien de tels incidents sont passés inaperçus au fil des ans, et à quel degré d'ancienneté se place réellement une tradition telle que celle de l'accès interdit au dohyo.

Pleurs dans la hanamichi

Les fans de sumo suffisamment âgés pour se souvenir de l'ère de Chiyonofuji et d'avant se remémoreront une époque quand les hanamichi menant à la shitaku-beya étaient bordées de spectateurs de tous âges – et en particulier d'une cohorte très fournie de très jeunes spectateurs. Beaucoup de fans de sumo ayant la trentaine ou la quarantaine m'ont montré des clichés, pris alors qu'ils étaient hauts comme trois pommes, des superstars des années 70 et 80 jaillissant de leurs vestiaires. Certains disent même avec une certaine émotion avoir été poussés ou écartés du chemin par des sumotori extrêmement concentrés, peut-être un poil ennuyés par les demi-portions dérangeantes qui leur bloquaient l'accès au dohyo. Une avance rapide jusqu'en 2008 nous permet de constater que l'on ne peut déceler aucune activité de ce type. La shitaku-beya, comme l'a montré l'article consacré dans notre précédent numéro de SFM, est désormais totalement interdite d'accès aux fans de base, au motif que la concentration des lutteurs ne doit pas être troublée juste avant leur entrée sur le dohyo. La conséquence est que la relation entre les fans et leurs héros en pâtit grandement et est bien moins grande qu'il y a ne serait-ce que 20 ans, et qu'elle doit se satisfaire de visions fugaces et souvent

lointaines des stars de makuuchi entrant et sortant du Kokugikan.

Déliquescence des jungyo

Jadis, les jungyo étaient le principal exercice de relations publiques du sumo, qui permettait aux stars du sport et aux fans de base de se rencontrer de manière plus rapprochée que dans n'importe quel autre environnement proposé par la NSK. Les fans ruraux se trouvant loin des lieux où se produisaient les honbashi étaient ceux qui appréciaient le plus l'exercice, rêvant du jour où ils pourraient dire à leurs petits-enfants qu'ils avaient vu tel grand yokozuna en chair et en os. Cette époque est depuis longtemps révolue. C'est vrai, les jungyo procurent encore pas mal de moments intimes de sumo, mais l'essentiel de leur esprit est tombé dans les oubliettes. Beaucoup des fans qui assistent aux jungyo – en particulier dans les régions du Kanto et du Kansai – sont ceux qui vont de toute façon aux honbashi. Il y a également moins de jungyo au Japon que par le passé. Par exemple, la NSK avait l'habitude de se produire devant un public durant trois journées consécutives à Sapporo jusqu'à aussi récemment que les années 1990. Désormais, elle ne se produit qu'une seule journée à Sapporo, et même cette unique journée a été annulée en 2000.

Beaucoup d'observateurs mettent le déclin des jungyo sur le compte d'un manque de demande uniquement. Toutefois, une large part de responsabilité doit être assumée par ceux qui organisent le sumo, qui ne se sont pas cachés depuis les années 1970 de se concentrer sur les jungyo à l'étranger. Actuellement, la NSK semble décidée à tenir deux jungyo à l'étranger par an, ceci limitant par conséquence le temps que les lutteurs peuvent passer sur leurs terres natales japonaises. Quand on regarde à quel public s'adressent véritablement les

jungyo à l'étranger, les relations entre les sumotori et les fans ordinaires n'en sont que plus restreintes. En dehors du Japon, le sumo est essentiellement vendu comme un événement original à ceux qui ont raisonnablement les moyens et sont fascinés par la différence et voient l'expérience d'autres cultures comme la marque d'un statut social. Si l'on se sert d'un récent article faisant la promotion du jungyo de Los Angeles – qui suggérait inexplicablement que Kotooshu pourrait être promu yokozuna s'il remportait un combat de jungyo – on se rend compte que les jungyo outre-mer sont prostitués principalement à des gens qui n'y connaissent rien du tout au sumo. En même temps, des publics qui s'y connaissent vraiment en sumo, comme ceux de Mongolie, se sentent floués de constater que leur jungyo étranger pourrait bien ne se tenir qu'au bénéfice des individus les plus riches et de leurs familles.

A une ère de l'informatique qui fait d'autant plus prendre d'importance aux contacts personnels, il demeure déroutant de constater que les tournées d'entraînement du 21ème siècle aient fait aussi peu pour renforcer les relations entre les sumotori et leurs fervents admirateurs.

Dure dure, la vente des billets

Quand le sumo vit sa popularité chuter sévèrement dans les années 1930, surtout au début de la Grande Dépression, beaucoup de commentateurs finirent par se convaincre que la nature très stricte de l'attitude envers les fans de sumo était en cause. Les critiques étaient de deux ordres : beaucoup de prix de billets étaient fixés avec en tête les revenus des plus riches, et beaucoup trop de billets n'étaient disponibles que par l'entremise de relations particulières. Pendant la Dépression, le nombre de kanemochi ('riches') désireux de voir du sumo s'écroula, laissant

des rangées de sièges de choix invendus à chaque basho. Toutefois, comme les hommes d'affaires qui venaient préféraient être côte à côte avec des geisha qu'avec le peuple, les prix des billets des sièges invendus demeuraient les mêmes.

Au milieu des années 1930, le sumo regagne alors grandement sa popularité, et les revendications pour une libéralisation des ventes de billets s'apaisent, pour simplement faire leur retour à la fin des années 1950. A cette époque, une enquête diligentée par la Diète japonaise au sujet des ventes de places met à jour le fait que les 'chaya', ou maisons de thé, affiliées au sumo, détiennent un monopole déloyal sur les ventes des tamari et masu-zeki. Pire, beaucoup de ces chaya sont affiliées à l'épouse du Président de la NSK, Dewanoumi (qui commettra une tentative de harakiri après la révélation au grand jour de ces agissements). Les conclusions rendues dans l'enquête de la Diète marquent alors ce qu'on pense être un tournant historique dans la vente des billets par la NSK. A partir de ce moment, tout au moins si l'on en croit le nouveau Président de la NSK Tokitsukaze, des sièges valables seront ouverts au grand public dans des proportions inédites jusque là.

Hélas, cinquante ans plus tard, la Terre Promise de la vente de billets reste toujours à découvrir. Les chaya et les hommes qui comptent à la NSK détiennent toujours un contrôle immense sur la distribution des sièges les plus prisés. La possibilité de décrocher un billet de choix s'accroît de manière exponentielle pour quelqu'un qui a des relations avec une chaya-san. Bien peu, si tant est qu'il y en ait eu, de ces personnes de réseaux, auraient rejoint les fans ordinaires à onze heures du soir le jeudi 7 août pour un petit camping devant le Kokugikan, et donc attendu neuf

heures durant pour les quelques dizaines de billets qui permettent aux fans ordinaires d'effectuer des réservations à l'avance pour des sièges désirés pour l'Aki basho. Même ce geste cadeau accordé aux masses a été dévoyé par les élites. Un membre ancien de la queue nocturne a informé SFM qu'on pouvait voir d'une année sur l'autre les mêmes visages, souvent à la sortie des tentes que la NSK leur avait spécifiquement déconseillé d'apporter. De fait, la page d'information sur les ventes de billets de la NSK est sans doute l'une des pages les plus bizarrement conçues jamais observée. L'apparence démocratique d'informations détaillées sur les billets est risiblement sapée par le fait que les réservations sur internet sont toujours interdites (tout comme l'envoi par la poste de billets à une adresse en dehors du Japon). S'il n'y avait pas ce creux de longue durée de la popularité du sumo et la conséquente abondance de sièges vides en semaine, l'obtention de billets de qualité serait tout aussi difficile au 21ème siècle qu'elle ne l'était au milieu du 20ème.

Les tranchées de la blogosphère

En ce début de 21ème siècle, les fans de sumo n'ont jamais eu à leur disposition autant d'informations sur la vie quotidienne de leurs héros. Si Kotoshogiku part à la pêche ou va s'acheter des gâteaux, son blog donne des commentaires et des photos au monde entier. Même les droits de succession de l'Azumazeki beya ont subi une fuite de manière anodine via le blog de Nikishido oyakata qui venait de dîner et de discuter du sujet avec Azumazeki (son ancien maître de heya) quelques nuits auparavant. Parfois, ce sont même les familles des lutteurs qui entrent dans la danse, avec par exemple l'épouse de Kitazakura qui reste bien souvent debout jusqu'à une heure avancée pour

rédiger un blog de la famille 'zakura'. Beaucoup de fans sont convaincus de manière assez compréhensible qu'ils n'ont jamais eu une relation telle avec leurs idoles du sumo. En théorie, la NSK ne s'est jamais autant battue pour maintenir l'image des sumotori comme des êtres d'exception, à l'écart de la normalité, uniquement concentrés sur le fait de développer leur puissance suprême et de succéder aux samurai comme protecteurs de la nation.

Alors que dans la pratique, même au sein de la blogosphère, les secrets les plus enfouis du sumo demeurent bien cachés. Les blogs peuvent bien révéler beaucoup plus de choses sur les sumotori en tant que personnes, mais à l'évidence échouent à révéler plus de détails sur les réalités de la vie dans le sumo. Il peut apparaître comme ironique que le blog de Toyonoshima, largement considéré comme l'un des meilleurs et des plus informatifs, vienne de la heya qui fut accusée de plusieurs « étouffements » en 2007. En fait, le scandale de la Tokitsukaze a mené à une réduction globale des activités de blog des lutteurs l'été dernier, induisant en conséquence de sérieux doutes quant à la liberté de bloguer de la part des sumotori. Environ à la même époque, un autre blog respecté, celui de Miyabiyama, dépeignait sa heya comme un lieu d'amusement et de rires... très précisément au moment où le staff se voyait critiqué pour des traitements excessivement durs à l'égard des lutteurs novices. Il semble qu'en emplissant l'espace virtuel avec des futilités, les blogs des sumotori aient détourné l'attention des fans des sujets plus graves qui peuvent graviter autour du sumo. Le choc unanime qui a suivi le décès de Tokitaizan a sans aucun doute montré que les fans de sumo de la blogosphère ne sont pas plus au fait de ce qui se passe véritablement dans le sumo que ne

l'étaient leurs homologues des générations précédentes.

Conclusions

En théorie, le fan moderne de sumo peut jouir d'un niveau sans précédent de liberté quant il s'agit d'aduler ses héros. Toutes les stats des lutteurs et les adresses des heya peuvent être retrouvés en appuyant sur un simple bouton. Des points de vue uniques sur les vies personnelles des lutteurs ou des entraîneurs peuvent être également disponibles par les mêmes canaux de la blogosphère du sumo en pleine croissance. Mais toutefois, alors que les contacts cybernétiques entre les fans de sumo et les sumotori ne cessent de se rapprocher, on peut douter qu'il soit possible d'en dire autant des contacts personnels. Les hanamichi des vestiaires sont désormais interdites. Il y a moins de jungyo dans les campagnes japonaises. Certaines heya, dont la Takasago n'est pas des moindres, continuent d'interdire les spectateurs moyens d'assister à l'asageiko. Dans un monde où les rapports humains sont, et de façon inquiétante, en diminution drastique, il est fort possible que la plupart des fans de sumo se contentent de traiter les sumotori comme des amis de la Toile. Si tel est le cas, rien n'empêchera les autorités du sport de restreindre encore plus l'accès à leurs stars à l'avenir, en sachant qu'une telle action n'entraînerait pas de vives réactions. L'internet est, malheureusement, un outil formidable pour faire penser à ses utilisateurs qu'ils ont la connaissance. La question demeure de savoir de quelle connaissance il s'agit en l'occurrence. Dans le cas du sumo, si les fans d'aujourd'hui en savent peut-être plus sur l'amour des gâteaux de Kotoshogiku ou les restaurants favoris de Nikishido oyakata que leurs prédécesseurs, des sujets plus sérieux comme les mauvais traitements infligés à des novices passent toutefois inaperçus.