

# ANALYSE SEMIOTIQUE DES ETATS AFFECTIFS DES PASSIONNES DE FOOTBALL

Abdoulaye TRAORE  
Université Alassane Ouattara  
[traore\\_abchigata@yahoo.fr](mailto:traore_abchigata@yahoo.fr)

## RESUME :

À partir du sujet « Analyse sémiotique des états affectifs des passionnés de football », nous envisageons étudier le football, un nouvel objet sémiotique pour répondre aux questions qu'il soulève : comment se présente l'objet football ? quels types de figures passionnelles engendre-il ? Nous supposons que si le football est marqué par l'interaction entre différents actants dans la quête d'un objet, cela implique une disposition passionnelle de ces actants-sujets dans la communication de cet objet. Ainsi, nous convoquons les dimensions narrative et tensive de la sémiotique pour montrer d'abord la structure narrative du football, ensuite ses répercussions passionnelles avant de terminer l'étude par son analyse axiologique. In fine, il doit ressortir que le football, en tant que sport populaire à la base de diverses passions, peut contribuer à la construction de certaines valeurs sociales.

Mots clés : communication, football, objet-valeur, passion, valeurs sociales

## ABSTRACT

Starting from the topic "Semiotic analysis of the affective states of football enthusiasts", we plan to study football, a new semiotic object to answer the questions it raises: how does the football object look like? What types of passionate figures does it engender? We assume that if football is marked by the interaction between different actants in the search for an object, this implies a passionate disposition of these actants-subjects in the communication of this object. Thus, we summon the narrative and tensive dimensions of semiotics to show first the narrative structure of football, then its passionate repercussions before ending the study with its axiological analysis. Ultimately, it must be shown that football, as a popular sport at the base of various passions, can contribute to the construction of certain social values.

Keywords : communication, football, value object, passion, social values

## INTRODUCTION

L'analyse sémiotique, portant au départ sur des supports textuels, a connu une variation de supports et d'objets au fil du temps. Ainsi, en plus de la sémiotique des textes, il existe désormais celle de l'image, des passions, de la mode et bien d'autres objets. La sémiotique du sport et plus particulièrement celle du football est appliquée à partir des années 2000 avec la thèse de C. M. SONG (Thèse de Doctorat, 2003) comme l'un des premiers travaux sur cet objet. Dans le cadre de l'analyse de cet objet, l'on considère les acteurs de ce sport comme des actants-sujets, dès l'instant où le match lui-même est pris pour un ensemble de programmes susceptibles d'une exploration narrative. Par conséquent, les états affectifs de certains actants tels que les supporters, se prêtent à toutes les formes de l'analyse tensive. En effet, au cours des compétitions de football, ces actants expriment une passion telle qu'ils paraissent envouter par le jeu et par l'enjeu. C'est à juste titre que nous proposons une analyse de ce sport à partir du sujet qui suit: «Analyse sémiotique des états affectifs des passionnés de Football». Ce sujet suscite les questions suivantes : comment se présente l'objet actuel football? Quelles sont les figures passionnelles qui se dessinent à travers cet objet? Nous partons de l'hypothèse que si le football porte sur les interactions et s'inscrit dans la dimension pragmatique, alors il suscite des manifestations passionnelles. Nous aurons donc recours aux dimensions narrative et tensive de la méthode sémiotique pour l'analyse de ce sujet. L'objectif visé est de montrer que le football étant capable d'envouter le public par les interactions des joueurs, peut aussi servir de levier pour la construction de certaines valeurs sociales. Pour ce faire, nous organiserons ce travail en trois points dont le premier portera sur la structure narrative du football, le deuxième sur la détermination des figures passionnelles liées à cet objet et le dernier, purement axiologique, portera sur l'impact socio-économique de l'objet football.

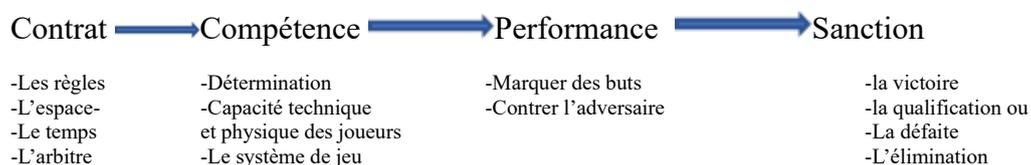
### 1-. Structure narrative du match de football

Le football est caractérisé par l'interaction compétitive. De fait, un match de football est constitué de plusieurs actions intersubjectives où deux équipes s'affrontent sur le terrain pour un objectif. Leurs interactions permanentes entraînent donc différentes relations jonctives en rapport avec le ballon et en rapport avec la victoire. C'est ce que traduit C. M. Song (2003, p. 12) en ces termes : « nous pouvons construire le match de football comme l'enchaînement narratif qui est constitué de différentes unités narratives : la confrontation, la domination et la conséquence ». Pour lui, le match de football est un enchaînement d'actions au cours desquelles les sujets sont mis en situation d'épreuve, d'affrontement où chacun recherche la victoire comme résultat. D'un point de vue narratif, c'est la confrontation de deux sujets face à un seul

objet convoité, la domination et la victoire. Donnant sa conception de la structure narrative, A. J. Greimas (1970, 253) note : « les éléments nécessaires à l'existence d'un récit (...) sont au nombre de trois : disjonction, contrat, épreuve ». Ces trois éléments représentant des syntagmes narratifs, constituent « une séquence narrative » (J. Courtés, 1993, p. 73). Analyser le football dans sa dimension narrative revient donc à déterminer ses différents aspects correspondant aux syntagmes narratifs. Il s'agit donc de relever les différents éléments qui fondent la dimension narrative du football en mettant en lumière les différentes relations jonctives issues de la confrontation.

### 1.1-. Les constituants du match de football : des syntagmes narratifs

Tel que précisé plus haut, l'énoncé narratif repose sur les syntagmes narratifs que sont la disjonction, le contrat et l'épreuve correspondant au début, au déroulement et à la fin du match de football. Cependant, en combinaison avec les phases du programme narratif, nous retenons la notion de "contrat", remplaçons l'épreuve par la performance et la compétence, et ajoutons la sanction à la fin pour construire le programme narratif du match de football. Le contrat est compris comme ce qui met les deux équipes d'accord. Il s'agit des règles du jeu, de l'espace, du temps de jeu et des autres principes de base du début d'un match de football. La compétence et la performance correspondent au déroulement du match et portent respectivement sur les conditions nécessaires à domination de la compétition et la réalisation de la victoire. Quant à la sanction, elle concerne le résultat et l'évaluation de la victoire. C'est à ce niveau que l'on évalue le niveau de la confrontation entre les sujets de quête. Selon L. Ibo (Actes sémiotiques, 2012) « Lorsque l'on aborde le niveau narratif du texte, c'est la phase finale du programme, c'est-à-dire la sanction, qui confirme l'existence conflictuelle dans laquelle les actions sont menées et les actants engagés ». La combinaison de ces notions donne la suite d'éléments suivants :



### **Structure narrative du match de football**

Comme il est présenté dans ce schéma, la structure du match de football est constituée de différentes étapes donnant lieu à un narratif à chaque niveau. Étant donné que la performance présente deux aspects qui se matérialisent dans la sanction par la victoire ou la défaite, il y a lieu de s'interroger sur le mode d'existence de ces objets.

## 1.2.- La construction de l'objet-valeur dans le football.

L'enjeu qui est autour d'un match de football est ce qui détermine essentiellement l'objet de valeur. En fonction de la position de chaque équipe, considérée comme sujet, l'objet recherché peut être la victoire ou l'égalité de score, le "match nul". Présentée sous cette forme, la victoire répond aux caractéristiques d'un objet de valeur, à savoir en relation avec un sujet qu'il attire et qu'il fait agir. Il s'agit donc de montrer la particularité de ces deux types d'objets que l'on retrouve au football.

### 1.2.1.- La victoire comme objet de valeur

La quête de la victoire reste le premier objet visé dans un match de football. Mais contrairement à la structure jonctive ordinaire où, entre deux sujets, l'objet est conjoint de l'un et disjoint de l'autre, la victoire est un objet disjoint des deux à la fois. De fait, au début du match, nul n'est victorieux et nul n'est perdant d'office. Cela suscite non seulement la question du mode de communication de ce type d'objet, mais aussi et surtout, celle du statut des sujets et de l'objet en tant qu'actants. Mais selon A. J. Greimas (1973, p 20),

la disjonction étant la dénégation de la conjonction n'est pas l'abolition de toute relation entre les deux actants (sujet et objet): autrement la perte de toute relation entre sujets et objets aboutirait à l'abolition de l'existence sémiotique et renverrait les objets au chaos sémantique originel. La dénégation maintient donc le sujet et l'objet dans leur statut d'actants sémiotiques, tout en leur conférant un mode d'existence différent de l'état conjonctif. Nous dirons donc que la disjonction ne fait que virtualiser la relation entre le sujet et l'objet, en la maintenant comme une possibilité de conjonction.

Il résout ainsi l'inquiétude liée au statut des actants du football du fait de la particularité des liens entre l'objet et les sujets. Toutefois, étant donné qu'ordinairement, la transformation s'opère par la suite d'une renonciation pour une attribution ou par la suite d'une dépossession pour une privation, il y a lieu de définir le mode de communication qui s'opère à la suite d'une transformation jonctive au football. Dans le cas de la victoire, il faut dire que les modes que sont l'attribution, la renonciation et la dépossession sont absents du fait de la particularité de l'objet lui-même. Seule la privation est employée à l'issue d'une appropriation. Le sujet 1 prive le sujet 2 de la victoire ou inversement à la suite d'une confrontation. Cela se présente comme suit :

$S1 \cup O \cup S2 \longrightarrow S1 \cap O \cup S2$

Comme on le voit, l'objet est d'abord en relation jonctive de virtualité avec les deux sujets avant une quelconque transformation. Ainsi, le sujet 1 disjoint de l'objet se transforme en sujet conjoint de l'objet à la fin alors que le sujet 2 disjoint au départ n'a connu aucune

transformation et reste dans son état de disjonction avec l'objet. La situation aurait pu se présenter inversement pour lui si les conditions se présentaient autrement.

### 1.2.2.- Le match nul comme objet de valeur au football

Selon la configuration du match ou en fonction de l'enjeu, le score nul peut être recherché par une équipe face à une autre. En effet, à côté du programme principal du match dont l'objet est la quête de la victoire, il peut arriver qu'un sujet soit plutôt poussé vers le score nul, et refuse la structure canonique de la communication de l'objet. C'est une absence modale du /vouloir/ qui fait passer l'actant-sujet du statut d'actant actif au passif, comme le souligne bien C. M. SONG (2003, p. 29). Pour lui,

lors de la confrontation entre deux actants, ils sont au début en équilibre. Mais, la baisse de la compétence modale d'un actant peut affecter la modalité du vouloir qui détermine l'actant actif. Malgré la baisse de la compétence modale, l'actant peut résister à l'adversaire.

Le choix de la passivité dans le jeu et de la neutralité du score est ce qui représente sa victoire, donc l'enjeu et l'objet de sa quête. En imposant le score vierge à son adversaire, il le prive de la victoire et réalise sa performance.

Si nous remontons aux composantes de la structure narrative du match de football, nous comprendrons que la compétence étant en rapport avec les conditions nécessaires à la réalisation de la performance, un manque de compétence ou tout soupçon d'infériorité chez un actant sujet du jeu par rapport à l'autre, peut le pousser à rechercher uniquement le score nul comme victoire. Il se dessine alors une opposition de deux objectifs, donc de deux objets valorisés. En cas de score nul, les deux restent disjoints de la victoire comme objet principal, mais l'un d'eux se contente de cet objet d'usage comme satisfaction. Alors, sa stratégie est de contre-attaquer les offensives de l'adversaire sans viser d'attaque réelle. Il y a dans ce cas une privation intentionnelle.

### 1.3.- L'actant sujet dans le match de football.

Par actant sujet du football, il faut entendre les différents acteurs impliqués dans un match. Il s'agit de tous ceux qui jouent un rôle dans le déroulement de la rencontre. Dans le dictionnaire sémiotique A. J. Greimas et J. Courtés (1993, pp. 214-215) précisent : «le sujet apparait comme un actant fonctionnel qui n'existe sémiotiquement que s'il est en relation avec un anti-sujet; c'est leur relation qui les constituera comme entités sémiotiques différentes l'une de l'autre». Ainsi les adversaires dans un match de football sont des actants-sujets opposés qui se classent en diverses catégories, au niveau de chaque équipe du jeu. La première catégorie est

celle des joueurs, la deuxième, le personnel d'encadrement technique et la dernière, plus consistante, est l'ensemble des supporters. C'est la conjugaison des rôles de toutes les catégories qui constitue le programme d'actions de chaque équipe, considérée comme une action collective. Cela renvoie à la notion d'actant collectif démontrée par J. C. Coquet dans *Le discours et son sujet* (1984, p. 96). Pour lui, l'actant collectif, «opposé à l'actant individuel (...) se caractérise par le fait qu'il renvoie à un ensemble composé d'un nombre indéfini d'acteurs». En rapportant cette définition à notre actant-sujet du football, nous ne retenons que le caractère collectif, puisque le nombre de joueurs de ce sport est bien déterminé et connu de tous. L'équipe constitue une unité d'individus autour d'un objet visé à partir d'une tactique commune. Mais de tout ce groupe, seuls les joueurs nous intéressent ici puisque les autres feront l'objet d'étude dans la dimension tensive ou passionnelle.

Selon les règles du jeu de football présentées par l'IFAB (*The International Football Association Board*, 2023, p. 45), «tout match est disputé par deux équipes composées chacune de onze joueurs au maximum, dont l'un est gardien de but. Aucun match ne peut avoir lieu ou continuer si l'une ou l'autre équipe dispose de moins de sept joueurs». Chaque équipe est composée de onze joueurs, avec des postes spécifiques tels que les défenseurs, les milieux de terrain et les attaquants. Les joueurs ont des rôles différents, avec des tâches spécifiques pour contribuer à la stratégie de l'équipe. Les joueurs constituent la matière de l'équipe car c'est sur eux que repose l'essentiel de la confrontation. C'est dans leurs actions que l'on peut le mieux analyser les modalités de la compétence nécessaires à la réalisation de la performance. En effet, lors d'une réalisation ou d'une défaite, il n'est pas rare d'entendre un narratif sur la détermination, la technicité, la puissance, en un mot sur la compétence de l'équipe que l'on salue ou met en cause selon le cas de figure. Cela correspond en fait au /vouloir-faire/, au /pouvoir-faire/ et au /savoir-faire/ de ces derniers. Ainsi, la défaite d'une équipe est très souvent attribuée à un manque de volonté, un /non vouloir-faire/ ou à une incapacité, un manque de technicité correspondant à la conjugaison du /non pouvoir-faire/ et du /non savoir-faire/. De même, la victoire de l'équipe est l'occasion de vanter ses honneurs par la reconnaissance de toutes ces modalités du faire. Tout le narratif qui se déroule relativement à la compétence des joueurs ne porte que sur ces modalités. C'est dire combien le programme du football tourne autour des joueurs, depuis le contrat jusqu'à la sanction en passant par la compétence et la performance. En réalité, toutes les actions des autres acteurs se rapportent à celles des joueurs

en tant qu'auxiliants<sup>1</sup>. Et comme il est dit plus haut, nous aurons l'occasion de les explorer au niveau de l'analyse de la passion en tant que figures passionnelles.

## 2.- Les figures passionnelles dans l'univers du football

On entend par figures passionnelles les différents sujets manifestant de la passion suite à une situation ou à un évènement. Il y a donc lieu de cerner le sens du mot "passion" avant de montrer comment elle se manifeste chez un actant-sujet en rapport avec un objet de valeur. Selon D. Bertrand (2000, p. 264) «la passion est comprise comme une modulation des états du sujet, provoqués par les modalités investies dans l'objet (enviable, haïssable, redoutable etc.) qui définissent en le bouleversant "l'être" du sujet». Cela met en rapport la valeur que le sujet accorde à l'objet et l'impact que cette relation a sur son être. A. J. Greimas et J. Fontanille (1991, p. 24) nous donnent de plus amples explications en montrant que la valeur de l'objet exerce une attraction sur le sujet au point de modifier son état. Selon ces auteurs,

Tout se passe comme si l'intensité passionnelle (...) neutralisait le sujet et le plongeait dans une couche profonde du parcours génératif, ou encore, comme si la remontée vers la valeur de la valeur, à partir de l'objet de valeur proprement dit, s'accompagnait d'une intimité plus étroite avec une zone "énergétique" où prendrait naissance la passion.

Cela dit, il est question de voir comment les objets relevés plus haut suscitent chez les actants-sujets des passions, avant d'identifier les différents acteurs impactés par l'enjeu footballistique au point d'être des passionnés.

En fonction du plaisir et des intérêts que rapporte le jeu du football, il existe plusieurs types d'acteurs passionnés parmi lesquels l'on retient les supporters, les membres des fédérations sportives, les dirigeants des compétitions de football et surtout les acteurs politiques des nations de football. Une analyse des réactions tensives de chacune de ces figures permettra de comprendre son intérêt ou la raison de sa passion pour le football en vue de la caractériser.

### 2.1.- Les supporters du football et l'ambiance : une figure de la sensation

Le nom "supporters" vient du verbe "supporter" et désigne un «partisan (d'un sportif, d'une équipe) qui manifeste un appui» (*Le Micro Robert*, 1988, p. 1032). Un supporter de football est donc une personne qui apprécie un club ou une équipe nationale de football et l'appuie lors de ses performances. Les supporters de football sont connus pour leur passion et leur dévouement envers leur équipe. En effet, les matchs de football sont marqués d'une

---

<sup>1</sup>L'auxiliant, qui renvoie à la compétence modale du sujet, équivaut à la modalité du *pouvoir-faire* ou du *non pouvoir-faire*, que celle-ci soit manifestée par le même acteur que le sujet lui-même ou par un acteur différent : en ce dernier cas, l'acteur individualisé sera dénommé, dans son statut d'auxiliant, et suivant qu'il est conforme à la déixis positive ou négative, tantôt adjuvant, tantôt opposant. (A. J. Greimas et J. Courtés, *op. cit.*, p. 25).

ambiance électrique dans les stades, dans les espaces publics et devant les écrans téléviseurs, créant une expérience inoubliable pour les spectateurs et téléspectateurs. L'état d'âme du sujet-supporter se trouve donc modifié et le dispose à la passion. Mais l'on peut distinguer plusieurs niveaux d'implication chez les supporters de football traduisant une modulation de la tensivité.

D'abord le premier niveau concerne les supporters occasionnels qui se rendent ponctuellement au stade de leur équipe favorite, de façon autonome, donc volontaire et libre. C'est aussi le cas des téléspectateurs dont le statut de supporters ne relève que de leur propre volonté de soutenir et d'accompagner leur équipe à la victoire. Il s'agit là de la modalité du /vouloir-être/, ils ont choisi librement ce statut de supporter passionné et ne sont sous aucune obligation. Mais il faut préciser que la modalité du /vouloir-être/ de ces sujets-supporters est modérée car ils sont moins actifs que d'autres plus engagés. Ils supportent pour leur propre plaisir et pour la satisfaction de la victoire de leur équipe. La manifestation de la passion chez eux s'étend plus dans la dimension intensive qu'extensive. De fait, ils sont liés à l'objet de façon ponctuelle, occasionnelle, juste le temps que dure le jeu.

Le deuxième niveau porte sur les supporters qui s'abonnent au stade de leur équipe favorite, afin d'assister à tous ses matchs de la compétition. Cette disposition dépend de l'engouement pour le football. D'un point de vue modal, le /vouloir-être/ chez ces derniers est élevé, il est à un degré supérieur et se ressent lors de la réalisation de l'objet ou en cas de défaite. Cette catégorie de supporters est plus exigeante et parfois plus violente. C'est généralement dû au fait qu'ils accordent à l'objet une valeur d'absolue. Or, étant donné que «les valeurs d'absolu sont fortes et concentrées», selon C. Zilberberg (2012, p. 46), ces supporters sont fortement attachés à la victoire au point d'y faire dépendre leur état d'âme. Les dégâts enregistrés lors de l'écrasante et humiliante défaite de la Côte d'Ivoire face à la Guinée Équatoriale pendant la Coupe d'Afrique des Nations, édition 2023, témoignent du degré de passion et de la violence de ces supporters totalement envoûtés par l'enjeu du football. En réalité, ces sujets-supporters, privés de leur objet, la victoire, vont connaître une instabilité de leur état puisqu'ils sont passionnément attachés à cet objet. Ici, la passion est source de colère et de violence du sujet.

Dans la même logique de leur passion exagérée, les occasions de victoires se transforment le plus souvent en tragédie. Lors de la récente édition de la CAN dont nous parlions, la victoire de la Côte d'Ivoire face à l'équipe malienne a connu des manifestations excessivement débordantes avec plusieurs cas d'accidentés et de morts. En fait, la conjonction avec l'objet de valeur, la victoire, suscite un débordement de joie, modifiant également leur état d'âme. Dès

lors, du point de vue des dimensions tensives, les sous-dimensions de l'intensité que sont le tempo et la tonicité semblent déterminantes dans les rapports du sujet à l'objet jusqu'à lui imposer des comportements et des écarts. C. Zilberberg (2012, p. 49) le confirme en précisant:

Redoublés, le tempo et la tonicité emportent et transportent le sujet "hors de ses gonds". Ces effets sont hors de proportion, à l'image de l'enthousiasme fou que ressent le supporter d'une équipe de football qui voit son équipe égaliser contre toute attente dans les dernières minutes d'un match qu'il jugeait il y a un instant encore perdu!

C'est dire que la passion de ces sujet-supporters est sous l'emprise de la dimension intensive les emportant hors d'état. Ce type de supporters est qualifiés de sujets envoutés.

Pour ce qui est du dernier niveau de supporters, ils s'organisent en groupes de supporters officiels afin d'organiser les encouragements. Pour ce groupe de supporters pratiquement plus organisés, le soutien à l'équipe ou au club se fait par la manifestation de deux modalités accompagnant leur passion. La première est un /vouloir-être/ qui se traduit par leur libre choix, leur détermination à supporter et à pousser leur club à la victoire. La seconde est un /devoir-être/, dans la mesure où cette organisation constitue l'un des maillons de la structure de l'équipe ou du club. C'est donc une obligation pour eux de jouer ce rôle et de constituer le douzième homme officiel de l'équipe. À ce titre, il y a plus de responsabilité et de modération dans leur engagement de supporters. Rarement ces supporters structurés se laissent emportés dans des manifestations violentes, étant donné qu'ils sont identifiés. Ils ont un meilleur contrôle de leur passion.

Toutes ces catégories de supporters sont décrites par W. Nuytens dans un article publié dans la revue *Déviance et Société* (2005/2, Vol. 29, pages 155 à 166) en ces termes :

Dans une dimension plus militante encore la passion du football conduit à s'engager dans une organisation pour la vivre et la faire vivre, en se mesurant aux autres notamment. C'est pourquoi le supportérisme révèle des solidarités collectives et des tensions, de la cohésion et de la différenciation sociales.

Quel que soit son niveau, le supporter du football se présente comme un passionné pour la cause de son équipe ou de son club, même s'il arrive que certains fassent des débordements par excès d'engagement que l'on doit pouvoir prévenir et contrôler. Mais il existe des acteurs passionnés de football qui sont mus par des intérêts autres que le caractère ludique du jeu.

## 2.2.- Le football et ses dirigeants passionnés : une figure de l'industrie

Connu au départ pour son aspect distrayant, le football est marqué aujourd'hui par une dimension beaucoup plus lucrative. Il suffit de se référer à F. Thiriez (2014, p. 98) pour comprendre cette réalité. Pour lui,

Le football professionnel est devenu une activité économique à part entière, s'efforçant de proposer un spectacle attractif afin de générer des ressources. Il n'y a pas de honte à ce statut, totalement assumé. Il comporte même bien des vertus. En se développant sous le contrôle d'actionnaires, les clubs se sont dotés des mêmes structures de gouvernance que les entreprises : conseils d'administration, de surveillance, directoires, commissaires aux comptes dirigent, gèrent et surveillent. Ils ne peuvent pas faire n'importe quoi. Rigueur et transparence sont indissociables du modèle industriel appliqué au sport. Le football est donc géré comme une entreprise.

Devenant ainsi une véritable industrie productrice de richesse, le football a fait naître chez ses dirigeants diverses formes de passions telles que l'avidité du pouvoir, la cupidité et même la mégalomanie. Tous ces vices poussés à l'excès font de ces sujets les principales figures passionnelles de ce sport. En fait, la valeur que requiert aujourd'hui le football pousse chacun de ces acteurs à vouloir se "tailler" le plus gros morceau. Or cette volonté de conserver tout seul l'objet précieux tant convoité est à l'origine de la passion. C'est justement ce que les auteurs de *Tension et signification* (1998, p. 25) soutiennent en notant : «La passion dirigée par une «tension maximale indivise» élit un objet exclusif, alors que la multiplication des objets, en amenuisant les tensions, se conjugue aisément avec le détachement». Il suffit d'observer le mode de gestion des clubs et les tensions suscitées par les élections des dirigeants de football dans des pays comme la Côte d'Ivoire ou le Cameroun pour se rendre compte du degré d'intensité qui lie ces actants-sujets à l'objet de valeur. Au niveau sémantique, les termes descriptifs de cette disposition passionnelle chez les dirigeants du football sont, entre autres, "corruption", "trafique", "harcèlement". "transferts onéreux". De façon pragmatique, ces expressions portent à une forte intensité la disposition passionnelle de ces sujets, tant au niveau caractériel que dans leur conception de l'environnement footballistique. Mais leur passion est plus orientée vers les ressources financières engendrées par le football que vers la dimension distractive de ce sport. Le football constitue donc une couverture, un objet d'usage pour exprimer leur tension vers la fortune.

### 2.3.- Le football et l'homme politique : la passion de la manipulation et de l'envoûtement

La manipulation est perçue ici comme le fait pour un homme de pousser un autre à faire quelque chose ou à être dans un autre état. Pour A. J. Greimas et J. Courtés (1993, p. 220) «la manipulation se caractérise comme une action de l'homme sur d'autres hommes visant à leur faire exécuter un programme donné». Quant au syntagme nominal "l'envoûtement", il provient du verbe "envoûter" qui renvoie au fait d'«exercer sur quelqu'un un attrait, une domination irrésistible» (*Le Micro Robert*, p. 461). C'est donc la mise en relief de la force qu'il exerce sur le peuple par le profit du football. Les séquences précédentes ont démontré la passion des

supporters au football à la recherche de plaisir et de sensation. Étant donné que «globalement, la passion s'oppose à l'entendement, à la cognition, ou, plus couramment, à la raison» (J. Fontanille et C. Zilberberg, 1998, p. 221), ces supporters, obnubilés par l'enjeu, sont hors d'état de raisonner, de réfléchir et d'exposer les réalités du quotidien. La ferveur et l'enthousiasme que procure la victoire d'une équipe nationale servent de moyen pour les politiques à détourner l'attention des populations de l'actualité politique pendant un moment. En fait, ils conditionnent les esprits et les disposent à la passion. Il s'agit là d'un /faire-être/ ou selon le dictionnaire sémiotique, d'un «faire opératoire» (1993, p 144) qui manipule les êtres.

Si nous prenons le cas de la victoire des éléphants footballeurs à la dernière édition de la CAN, l'évènement est régulièrement rappelé par les politiques dans leurs discours et à travers les nombreuses rediffusions des matchs phares pour faire revivre l'enthousiasme et l'explosion festive que les populations ont ressentis dans les moments forts de l'évènement. Les sujets-supporters sont ainsi matraqués par les images captivantes et envoutantes des performances de leurs joueurs lors des matchs de référence. Mais la portée de cette action ne pourrait se ressentir que sur le plan socio-économique. En effet, l'admiration excessive que les supporters ont pour leur équipe ou leur club de football laisse envisager la possibilité de construire certaines valeurs sociales et d'atteindre des objectifs économiques par le biais de ce sport.

### 3.- L'impact social et économique du football : approche axiologique de l'objet

Pour A. J. Greimas et J. Courtés (1993, pp. 25-26), «on entend généralement par axiologie la théorie et/ou la description des systèmes de valeurs (morales, logiques, esthétiques)». L'analyse axiologique du football revient donc à déterminer, dans notre contexte, les valeurs sociales et morales engendrées par ce sport au sein des sociétés qui le pratiquent.

#### 3.1.- Le football comme vecteur d'identité nationale et de rassemblement

Le football joue un rôle important dans la construction de l'identité nationale. Le spectacle footballistique, qui connaît un développement considérable, représente aussi un moyen d'unification nationale créant les conditions d'un discours social commun. Vecteur d'une culture de masse, le football sait concilier son succès avec la construction de valeurs sociales comme l'amour, la fierté de la patrie, la solidarité, l'union. En effet, les victoires en compétitions internationales sont célébrées avec fierté et peuvent rassembler tout un pays autour d'une même passion. Cela met en relief l'idée de passion collective et traduit la manifestation d'une appartenance identitaire. C'est la preuve d'un attachement collectif à la cause nationale.

M. Piraud et L. Gauthier (2011, p. 144) partagent cet avis lorsqu'ils affirment : «En toute logique, on ne souhaitera pas s'identifier à quelque chose dont on estime qu'elle n'a pas une valeur grande ou intéressante. Une telle évaluation est donc nécessaire au processus de construction identitaire». Ainsi, la passion fait passer de la quête individuelle à une communion dans la conquête pour matérialiser l'esprit d'unicité et d'appartenance à un même territoire. Cela met clairement en lumière les modes d'appropriation et d'inscription dans les rapports sociaux de la culture sportive qui se veut, après tout, collectivité. En revenant sur l'exemple de la CAN 2023, il a été reconnu de tous que ces valeurs suscitées ont été déterminantes dans la victoire des éléphants. Nul ne peut contester le fait que le chant de l'Hymne National par des milliers de supporters au stade de Yamoussoukro et au stade de Bouaké est la preuve palpable du patriotisme et de la cohésion autour de la cause nationale. C'est dire que par le football, la construction de la valeur collective est réalisable au point de devenir une forme de vie. Mais au-delà de cet aspect, le football contribue aussi à la découverte des cultures.

### 3.2.- Le football comme facteur de promotion culturelle et touristique

En évoquant le rôle du football dans la promotion culturelle et touristique d'une nation, nous voulons mettre en exergue la popularité de ce sport et sa capacité à faire découvrir les traits culturels des nations de football. Cette réalité qui est considérée comme une «Autoréférence et projection symbolique» (J. Fontanille, 2015, p. 233), consiste à «ancrer» (Idem) dans la perception des populations, et surtout des étrangers, les cultures et les valeurs qui font l'identité du pays. Si nous nous référons à la conception de E. Toh Bi (2018, p. 10),

L'identité est une spiritualité. Elle désignerait l'ensemble des phénomènes et particularités culturels rattachés à un individu dans un village, dans une région, dans un pays ou dans un continent, et reconnaissables par le parler, par les mets, par le divertissement, par les croyances, par les pulsions, par la cosmogonie, par la langue, par l'organisation sociale (...)

Les valeurs culturelles promues par la Côte d'Ivoire en tant que pays organisateur de la CAN furent entre autres son hospitalité légendaire, les délices de son "garba", les pas du "coupé-décalé", du "zouglou", sa pluralité linguistique, sa diversité culturelle et ses sites touristiques exceptionnels. En un mot, il s'agit de tout ce qui le distingue des autres et qui suscite la curiosité des étrangers. Comme le dit l'écrivain, «bref, l'identité est particularité» (E. Toh Bi, *Idem*). Toutefois, certains actes et propos haineux peuvent entraver la bonne transmission de ces valeurs. Cela a été le cas du public malien reçu lors de la CAN précédente. Emporté par la passion et la rancœur, ce public sportif frère a malheureusement mis en mal l'entente fraternelle entre les deux peuples au détriment du plaisir ludique.

Mais, outre ce cas isolé, ce qu'il faut retenir est que les valeurs transmises constituent «les représentations immatérielles et identitaires du territoire» (J. Fontanille, *op. cit.* p. 234). À côté de ces dernières, le football permet aux nations de football de se faire des identités matérielles à travers les images de leurs stars, des joueurs qui sont des figures emblématiques et qui jouent le rôle d'ambassadeurs de leurs pays à l'extérieur. Ainsi, utiliserait-on les périphrases "le pays de Samuel Éto'o", "le pays de Didier Drogba", "le pays de Lionel Messi" pour désigner respectivement le Cameroun, la Côte d'Ivoire, l'Argentine. Ces idoles du public footballistique servent de référents pour leurs pays et en même temps de références culturelles et identitaires. Avec tous ces atouts socio-économiques et culturels, le football ne peut que connaître du succès et l'adhésion du monde entier aussi emporté par sa passion.

## CONCLUSION

À la fin de cette étude sur l'analyse narrative et tensive du football, nous notons que cet objet sémiotique offre un large champ d'analyse tant au niveau narratif, discursif que tensif et même au niveau des pratiques. De fait, les compétitions sportives du football donnent lieu à un ensemble d'actions et de faits analysables du point de vue du statut et du rôle actantiel des acteurs et aussi au niveau du mode de communication de l'objet convoité au cours de ce sport. Ensuite, dans sa dimension tensive et passionnelle, le football est un puissant facteur d'attraction qui suscite la naissance de plusieurs figures passionnelles en fonction des intentions de ces sujets passionnés. Tout cela offre le cadre d'une évaluation de la portée de ce sport populaire à travers l'étude axiologique qui révèle son impact socio-économique par la construction de certaines valeurs dans les nations de football. Au regard de son importance dans le tissu socio-économique et culturel, il y a lieu de s'interroger sur les moyens à déployer pour limiter les dégâts engendrés par la passion du football à travers un contrôle de ce sport en vue de l'exposer moins à la manipulation.

## BIBLIOGRAPHIE

COQUET Jean-Claude, 1984, *Le discours et son sujet I*, Paris, Klincksieck.

FONTANILLE Jacques, 2015, *Formes de vie*, Liège, Presses universitaires de Liège.

FONTANILLE Jacques et ZILBERBERG Claude, 1998, *Tension et signification*, Belgique, Mardaga.

GREIMAS Algirdas Julien, 1973, « Un problème de sémiotique narrative : les objets de valeur » in *Langages*, n° 31, Paris, Didier-Larousse.

GREIMAS Algirdas Julien et COURTÈS Joseph, 1993, *Sémiotique dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette.

IBO Lydie, (2012), « Négation et conflit : la double face passionnelle et culturelle », *Actes Sémiotiques*, (115). <https://doi.org/10.25965/as.1497>

IFAB (2023), *Lois du Jeu 23/24*, Suisse, Münsterstrasse 9, 8001 Zurich.

NUYTENS Williams, 2005, « Le supporter de football et la règle: entre la faire et la défaire » in *Déviance et Société*, 2005/2, Vol. 29, pages 155 à 166.

PIRAUD Mischa et GAUTHIER Luc (2011), « La consommation culturelle comme processus de construction identitaire: L'exemple du programme 20 ans/20 francs à Genève », In *Nouveaux regards sur les pratiques culturelles*, Paris, L'Harmattan.

SONG Chi-Man, 2003, *Rôles et parcours actantiels dans les sports collectifs: le cas du football. Contribution à une sémiotique des pratiques sportives*, Université de Limoges, Faculté de Lettres et de Sciences Humaines.

THIRIEZ Frédéric (2014), « Le football est-il une entreprise comme les autres? » *Revue internationale et stratégique* 2014/2 (n° 94), pages 97 à 101, Éditions IRIS.

TOH BI Emmanuel, 2018, *Le manifeste de l'ivoironie*, Abidjan, Les Editions Matrices.

ZILBERBERG Claude, 2012, *La structure tensive*, Liège, Presses universitaires de Liège.