

الج م ه ور ية الج زا ر ية ال ديم ق را ط ية
ال ش ع ب ية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزار ة الت لي م العالي وال بح ث

الع ام مي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة سعيدة - د. الطاهر مولاي -

Université Saïda – Dr Tahar Moulay –
Faculté des langues



Mémoire De Master

En vue de l'obtention du **Diplôme de Master en langue Française**

Spécialité : Sciences du langage

Intitulé :

Médiatisation de la guerre d'Ukraine dans les milieux sportifs procédés discursifs et visuels et finalités

Réalisé et présenté par :

KHELFAOUI Abdelmadjid Oussama

Sous la direction de :

M. OUALI Salim

Devant le jury composé de :

Mme. LATROCH Wassila

Président du jury

M. OUALI Salim

Directeur de recherche

Mme. ARRAR Nabila

Examinateur

Année universitaire
2022 / 2023

Remerciements

Avant tout, je remercie « ALLAH », pour toutes ses bénédictions.

Mes remerciements vont à ma petite famille qui a su m'apporter le courage et le soutien, à mes frères et sœurs, et spécialement ma grande mère qui n'a pas cessé de m'aider par tous les moyens dans ma vie.

J'adresse tous mes remerciements à tous mes enseignants et à mon encadrant de recherche Monsieur SalimOUALI d'avoir accepté de diriger ce travail. Je le remercie également pour ses orientations et son aide dont il a fait preuve.

Dédicace

Je dédie ce travail à :

Ma chère mère qui a été toujours présente pour moi, et a fait de moi l'homme fort que je suis maintenant. Que Dieu la protège de tout malheur.

Ma grande mère que j'aime très fort, et qui m'a encouragé depuis mon enfance, qu'elle trouve ici le témoignage de ma profonde reconnaissance.

Mon père, que dieu le préserve.

Mes chères sœurs et Mes chers frères : Amir et Abderrahmane.

Mes chers cousins : Houari, Abderrahmane et Lotfi.

Tous mes proches.

Tables des matières	
Introduction générale	08
Partie théorique :	
Chapitre I : Le discours médiatique.	
I.1 Introduction	11
I.2 Le discours médiatique	11
I.3 Les stratégies du discours médiatique dans le domaine du sport	12
I.4 L'analyse du discours médiatique	13
I.5 Les différentes approches en analyse du discours médiatique	14
I.5.1 L'approche linguistique	14
I.5.2 L'approche sociopolitique	15
I.5.3 L'approche pragmatique	15
I.5.4 L'approche sémiologique	15
I.5.5 L'approche multimodale	15
I.6 Synthèse	15
Chapitre II : La notion d'image : usages et signification.	
II.1 Introduction	17
II.2 L'image médiatique	17
II.3 L'image et la théorie sémiotique	18
II.4 Origines de la sémiotique	19
II.5 Le signe plastique	20
II.5.1 La forme	20
II.5.2 La texture	21
II.5.3 La couleur	21
II.6 Fonctions de l'analyse de l'image	22
II.7 Objectifs et méthodologies de l'analyse de l'image	23
II.8 L'image, message pour autrui	24
II.9 Image et communication	25
II.10 L'image, les mots	26
II.11 Le symbole	27
II.12 Synthèse	27
Partie pratique :	
Chapitre III : Présentation et analyse du corpus.	
III.1 Introduction	29
III.2 Présentation du corpus	29
III.3 La guerre en Ukraine transforme le monde du sport	30
III.4 Sport et propagande en Europe	31
III.5 Analyse des images	33
III.6 Analyse des Hashtags	49

III.6.1 #STOPWAR	49
III.6.2 #STOPPOUTINE	49
III.7 Les chants racistes contre poutine et l'invasion russe dans les stades sportifs	51
III.8 Déclaration de Footballeurs en rapport à la guerre d'Ukraine	51
III.8.1 Analyse des déclarations	52
III.9 Mohamed Aboutrika demande l'exclusion d'Israël	55
III.10 Synthèse	55
Conclusion générale	57
Références bibliographiques	59

Liste des déclarations de footballeurs :	
Fedor Smolov	51
Andriy Yarmolenko	51
Yaroslav Rakitsky	52
Oleksandr Zinchenko	52
Roman Yaremchuk	52
Andriy Shevchenko	52
Ruslan Malinovskyi	52
Mircea Lucescu	52

Liste des figures :	
Figure N°01: Les joueurs s'échauffent avec le t-shirt "STOP THE WAR"	33
Figure N°02: Les retransmissions de tous les matchs de La Liga Santander	34
Figure N°03: Les retransmissions de tous les matchs de La Liga Santander	35
Figure N°04: Une banderole « Stop War » a été déployée par les joueurs de Naples-Barça	36
Figure N°05: Le 25 février 2023, Oleksandr Zinchenko porte un brassard de capitaine aux couleurs de l'Ukraine	37
Figure N°06: L'attaquant polonais du Bayern Munich, Robert Lewandowski, a joué avec un brassard aux couleurs du drapeau ukrainien, le 26 février 2022, lors du match de son équipe contre l'Eintracht Francfort	38
Figure N°07: L'Allianz Arena du Bayern Munich illuminée aux couleurs de l'Ukraine après l'invasion russe	39
Figure N°08: Minute de silence et d'applaudissements en hommage à l'Ukraine avant le match de Chelsea contre Burnley	40
Figure N°09: Wembley était uni derrière l'Ukraine avant Chelsea vs Liverpool	41
Figure N°10: Message est affiché aux couleurs du drapeau ukrainien avant le match de football de la Premier League anglaise entre Manchester City et Manchester United au stade Etihad à Manchester	41
Figure N°11: Un supporter d'Arsenal tient une écharpe de soutien à l'Ukraine lors du match face à Watford	43
Figure N°12, N°13 : Les joueurs portent des drapeaux ukrainiens sur le dos	44
Figure N°14: Un gymnaste russe affiche son soutien à la Russie sur le podium	46
Figure N°15: Un footballeur turc refuse de porter un maillot contre la guerre en Ukraine, dénonçant un climat d'hypocrisie	48

Introduction

Générale

Introduction générale:

La guerre russo-ukrainienne se déroule principalement en Ukraine lors de l'invasion russe du territoire ukrainien le 24 février 2022. La raison en était que la Russie a annoncé que le rapprochement ukrainien avec l'Occident a pris de nombreuses formes, telles que l'adhésion de l'Ukraine à l'OTAN et son intention d'acquérir des armes nucléaires, et l'incapacité de l'Occident à répondre aux préoccupations de sécurité de la Russie concernant l'augmentation de l'influence politique et militaire des États-Unis auprès de l'Occident en Ukraine. Ce sont des questions qui menacent les intérêts vitaux et la sécurité nationale de la Russie. Puis la Russie a déclaré que son objectif d'envahir l'Ukraine était afin de travailler à renverser le régime dirigé par le président Zelenski, à désarmer l'Ukraine, à l'empêcher de rejoindre l'adhésion à l'OTAN et la forcer à reconnaître l'annexion de la Crimée par la Russie en 2014 et l'indépendance de Lougansk et Donetsk dans la région du Donbass dans l'est de l'Ukraine le 21 février 2022.

La guerre entre les deux camps, la Russie d'une part, et l'Ukraine soutenue par les États-Unis et les pays européens membres de l'OTAN d'autre part, a restauré l'atmosphère de la guerre froide entre les deux pôles, elle a également souligné la nécessité de reconsidérer les calculs de l'Occident envers la Russie et ses intérêts dans la sécurité européenne parce qu'elle est étroitement liée aux intérêts et à la stabilité de l'Europe.

La guerre russo-ukrainienne a laissé de nombreux dégâts, et ses conséquences ne se sont pas limitées aux seuls niveaux politique et économique, mais se sont également étendues au sport, et les conséquences ont été désastreuses pour la Russie, qui a été exclue des forums internationaux et a empêché ses joueurs de participer à de nombreux événements.

Tout le monde a essayé de faire pression sur la Russie par le sport pour alléger le fardeau de l'Ukraine qui a subi de grandes dévastations et destructions à la suite de la guerre russe sur ses terres, en plus de l'arrêt de la vie du football dans le pays. Et depuis le début de la guerre russo-ukrainienne, il y a eu un grand soutien pour Kiev à travers toutes les ligues, joueurs et clubs...et tout le monde a tenu à soutenir l'Ukraine à travers des mots touchants comme "STOP à la guerre en Ukraine", et "paix en Ukraine" sur diverses plateformes de médias sociaux, que ce soit "Facebook", "Twitter" ou "Instagram", et même sur les différents terrains sportifs.

Nous assistons dernièrement à de multiples manifestations de signes en rapport à cette guerre en Ukraine qui envahissent les espaces réservés au sport. Ils se présentent sous forme de drapeau, de message /hashtag, ou sous forme de discours circulants dans les conférences de presse ou autres. Quant aux moyens adoptés pour leur médiatisation, nous dénombrons, les affichages numériques

(télévision, panneaux d'affichage dans les stades, banderoles...etc.), les objets (accessoires sportifs : brassard, maillots, drapeaux et autres), les discours (messages politiques, déclarations ...etc.).

Cependant, cette médiatisation a-t-elle pour finalité la sensibilisation contre les guerres dans le monde ou bien cache-t-elle une autre finalité qui est celle de la manipulation ? Ce qui nous amène vers notre préoccupation principale :

À travers quels signes sémio-discursifs se met en scène la médiatisation de la guerre d'Ukraine dans les milieux sportifs ? Et quelles sont ses véritables finalités ?

Nous supposons que :

1. Les moyens de médiatisation adoptés sont bien sélectionnés de manière à ce qu'ils répondent à deux exigences, premièrement, interpeller et marquer les esprits par la forme et la texture des images et des messages (les signes plastiques des signes visuels, la typologie, ou la structure syntaxique qui se veulent directes et accrocheuses des messages discursifs...). Deuxièmement, le contenu sémantique des signes suscitent chez les téléspectateurs de l'inquiétude et par conséquent le devoir d'agir pour éviter le désastre.
2. Cette médiatisation met en cause un seul coupable en le diabolisant « la Russie », ce qui renvoie à une propagande médiatique.

Afin de répondre à notre problématique, nous comptons organiser une méthodologie de travail articulée autour de deux parties, partie théorique et partie pratique.

La partie théorique aura recours aux différents concepts théoriques suivant : le discours, l'analyse du discours, la notion d'image, l'image comme image médiatique, l'image et la théorie sémiotique et les fonctions de l'analyse de l'image.

La partie pratique sera consacrée à la présentation du corpus, aux modalités de la mise en scène médiatique de la guerre d'Ukraine dans les milieux footballistiques. En définitive, nous nous pencherons sur les véritables finalités de cette médiatisation à travers une analyse discursive, une analyse de l'image et une analyse pragmatique.

Partie

Théorique

Chapitre I :

Le discours médiatique.

I.1 Introduction :

Le terme "discours" se réfère généralement à l'acte de transmettre des informations, des idées, des opinions ou des arguments de manière orale ou écrite. Il peut également faire référence aux schémas généraux de communication qui intègrent ces éléments dans le but de persuader, d'instruire, de divertir ou d'influencer un public. Le discours peut prendre plusieurs formes, y compris les discours politiques, les discours académiques, les discours religieux, les discours publicitaires, les discours de motivation, les discours de vente, les discours narratifs ou les discours de mise en garde, entre autres. La caractéristique commune de tous les discours est la présence d'un locuteur, qui est la personne qui transmet le message, et d'un auditoire, qui est le public ou les destinataires du message. Le discours peut être prononcé devant un public en personne ou diffusé à travers différents médias, tels que la télévision, la radio, les journaux ou Internet. Les discours peuvent être structurés de différentes manières pour atteindre leurs objectifs. Ils peuvent comporter une introduction pour capter l'attention du public, exposer le sujet et établir un lien avec le public, un développement où les idées ou les arguments sont développés, soutenus et illustrés par des exemples ou des preuves, et une conclusion pour résumer les principaux points et éventuellement appeler à l'action. Le discours peut également faire usage de différents outils rhétoriques pour persuader ou convaincre le public, tels que l'utilisation de figures de style, d'analogies, de métaphores, d'exemples concrets, de statistiques ou d'émotions. Il peut également être adapté au contexte et à l'auditoire spécifique, en prenant en compte les besoins, les attentes et les préférences du public visé. Le discours peut également être analysé¹ selon des critères spécifiques, tels que sa clarté, sa cohérence, sa concision, sa précision, sa crédibilité, sa pertinence, sa force persuasive, sa capacité à engager le public et sa capacité à communiquer efficacement le message désiré. Ces critères sont souvent utilisés pour évaluer et améliorer les compétences en communication et en prise de parole en public.

I.2 Le discours médiatique :

Le discours médiatique² peut être défini comme un ensemble de messages et de discours produits et diffusés par les médias. Il représente ainsi les différentes formes de communication qui existent dans les médias, tels que la presse écrite, la radio, la télévision et Internet...

¹ PATRICK CHARAUDEAU et DOMINIQUE MAINGUENEAU. (Février 2002), Dictionnaire d'analyse du discours, éditions du seuil.

² CHARAUDEAU Patrick. Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social, 1997, Paris, Nathan / Institut national de l'audiovisuel (coll. « Médias-Recherches »).

Le discours médiatique est un phénomène incontournable de la société contemporaine, car il joue un rôle central dans la diffusion de l'information, la construction des opinions et l'influence sur les individus. Il est essentiel de comprendre ses caractéristiques et ses mécanismes afin de pouvoir l'analyser de manière critique. Le discours médiatique peut être décrit comme un processus complexe qui implique une sélection et une organisation de l'information, la construction d'une narration, des choix de présentation et de mise en valeur de certains sujets par rapport à d'autres. Il est donc le résultat d'un travail de rédaction, de mise en forme et de mise en scène de l'information par les médias. Il est souvent caractérisé par une certaine objectivité apparente, avec une prétention à fournir une information "neutre" et vérifiée. Cependant, il est important de reconnaître que les médias ont des contraintes éditoriales, des intérêts économiques et des orientations idéologiques qui peuvent influencer la manière dont l'information est présentée. Le discours médiatique peut également être marqué par des biais cognitifs, des stéréotypes, des préjugés et des distorsions de la réalité, qui peuvent altérer la vérité et influencer la perception du public. Il peut également être influencé par des facteurs tels que la pression des annonceurs, la concurrence entre les médias ou les relations entre les médias et les pouvoirs politiques et économiques. Le discours médiatique peut être considéré comme un instrument de pouvoir et de contrôle social, mais aussi comme un espace de résistance et de contestation. Il peut jouer un rôle dans la formation et la transformation des identités, des opinions publiques et des mouvements sociaux. Il est possible de mettre en évidence les différentes stratégies de persuasion et de manipulation utilisées par les médias, d'identifier les représentations sociales véhiculées, de comprendre les intérêts et les enjeux qui sous-tendent la production médiatique, et de développer ainsi une pensée critique et une lecture active des médias.

I.3 Les stratégies du discours médiatique dans le domaine du sport :

L'analyse de discours médiatique dans le milieu sportif met en évidence différentes stratégies de persuasion visant à influencer l'opinion du public³. Les médias utilisent souvent des techniques de rhétorique pour convaincre leur audience. Ils utilisent des arguments émotionnels pour susciter des réactions chez les spectateurs, par exemple en mettant en avant les exploits ou les échecs d'un athlète pour créer de l'admiration ou de la déception. De plus, ils font souvent appel à des personnalités influentes du monde du sport pour défendre leur point de vue, ce qui peut renforcer la crédibilité de leur discours. Ils ont recours à des stratégies de simplification pour rendre l'information plus

³ CHARAUDEAU, Patrick (2009b) : "Il n'y a pas de société sans discours propagandiste" in Olivier-Yaniv C. & Rinn M. (dir.), Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?, PUG, Grenoble, 2009.

accessible. Ils utilisent des slogans ou des titres percutants pour attirer l'attention, mais aussi pour simplifier des problématiques complexes. Par exemple, en qualifiant un match de "duel au sommet" ou en désignant un joueur comme "le meilleur du monde", les médias créent une ambiance de rivalité et de suspense qui captive le public. De plus, les médias utilisent souvent des stéréotypes pour influencer l'opinion du public. Ils peuvent associer une équipe ou un athlète à des valeurs positives ou négatives en fonction de leur intérêt éditorial ou commercial. Par exemple, ils peuvent représenter une équipe comme étant "héroïque" en raison de ses victoires récentes, ou au contraire la présenter comme "antipathique" en raison de son comportement sur le terrain.

Les médias exploitent également le pouvoir des réseaux sociaux et des plateformes en ligne pour diffuser leur discours de manière plus efficace. Ils utilisent des hashtags ou des campagnes de mobilisation pour encourager le partage de leur contenu et créer une dynamique de groupe. De plus, ils interagissent régulièrement avec leur public en répondant aux commentaires ou en organisant des débats en ligne, ce qui renforce leur influence et leur crédibilité.

L'analyse de discours médiatique dans le milieu sportif révèle différentes stratégies de persuasion telles que l'utilisation de la rhétorique, de la simplification, des stéréotypes et des réseaux sociaux. Ces techniques visent à influencer l'opinion du public en suscitant des émotions, en simplifiant l'information, en créant des associations de valeur et en exploitant les nouvelles technologies de communication.

I.4 L'analyse du discours médiatique :

L'analyse du discours médiatique⁴ est une approche critique qui cherche à comprendre et à interpréter les messages diffusés à travers les médias. Elle vise à étudier comment les médias construisent et transmettent les informations, ainsi que les effets de ces discours sur les individus et la société. Elle repose sur plusieurs concepts clés⁵. Tout d'abord, elle examine la manière dont les médias sélectionnent, organisent et présentent les informations. Cette sélection est souvent influencée par des biais, des intérêts économiques ou politiques, qui peuvent conduire à une représentation partielle ou distordue de la réalité. Elle analyse les différents éléments de langage utilisés dans les médias, tels que le choix des mots, les images, les titres, les slogans, etc. Ces éléments contribuent à donner un sens spécifique à l'information et peuvent influencer la perception des lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs.

⁴ CAMUS O., GEORGET P. (2003). L'analyse des discours médiatiques. Dans C. Bonardi, P. Georget, C. Roland-Lévy & N. Roussiau, (eds). Psychologie sociale appliquée, tome 4. Economie, médias, nouvelles technologies. Paris.

⁵ DOMINIQUE MAINGUENEAU. , (Février 1996), Les termes clés de l'analyse du discours, éditions du seuil, 94p.

Chapitre I : Le discours et l'analyse du discours

Une autre dimension importante de l'analyse du discours médiatique est l'étude des relations de pouvoir qui sous-tendent la production et la diffusion de l'information. Les médias sont souvent contrôlés par des groupes sociaux, économiques ou politiques qui défendent leurs intérêts particuliers. Cette concentration des médias peut entraîner une uniformisation de l'information et une marginalisation des voix dissidentes.

L'analyse du discours médiatique examine les effets des discours médiatiques sur les individus et la société. Elle s'intéresse aux processus d'identification, d'opinion publique et de construction des réalités sociales à travers les médias. Elle permet ainsi de comprendre comment les médias peuvent influencer les attitudes, les comportements et les normes sociales. Pour mener une analyse approfondie du discours médiatique, il est essentiel d'utiliser des outils méthodologiques spécifiques. Cela peut inclure l'identification des acteurs médiatiques, l'analyse du contenu (thématisques, tonalités, cadrages, etc.), l'analyse de l'argumentation, l'étude des discours de légitimation ou de critique, et l'analyse des réceptions et des usages des discours médiatiques par les publics.

L'analyse du discours médiatique vise à déconstruire les discours médiatiques dominants, à mettre en évidence les biais et les intérêts qui les sous-tendent, et à comprendre leur impact sur les individus et la société. Elle contribue ainsi à une meilleure compréhension des médias en tant qu'acteurs sociaux et politiques.

I.5 Les différentes approches en analyse du discours médiatique :

Ces différentes approches⁶ peuvent être utilisées de manière complémentaire pour une analyse approfondie du discours médiatique.

I.5.1 L'approche linguistique :

Cette approche se concentre sur l'analyse des structures linguistiques utilisées dans les discours médiatiques. Elle examine comment les choix lexicaux, les tournures de phrases, les métaphores et autres techniques linguistiques sont utilisés pour influencer le public et construire des significations spécifiques.

⁶ DOMINIQUE MAINGUENEAU, L'analyse du discours, introduction aux lectures de l'archive (Hachette, Janvier 1991). France.

I.5.2 L'approche sociopolitique :

Cette approche examine les dimensions sociales et politiques du discours médiatique. Elle se concentre sur les rapports de pouvoir, les idéologies et les structures sociales qui influencent la production des médias. Elle cherche à comprendre comment les médias peuvent reproduire des inégalités et des idéologies dominantes, ou au contraire, remettre en question ces normes.

I.5.3 L'approche pragmatique :

Cette approche s'intéresse à l'effet du discours médiatique sur les individus et la société. Elle se concentre sur les intentions et les effets des discours médiatiques, ainsi que sur les réactions du public face à ces discours. Elle examine comment les médias peuvent influencer les attitudes, les croyances et les comportements du public.

I.5.4 L'approche sémiologique :

Cette approche s'inspire de la sémiologie, qui étudie les signes et les systèmes de signes. Elle analyse comment les médias utilisent des signes visuels, des symboles et des codes culturels pour créer des messages et des significations spécifiques dans leurs discours.

I.5.5 L'approche multimodale :

Cette approche considère le discours médiatique comme étant composé de différents modes de communication, tels que le langage, les images, les sons et les gestes. Elle analyse comment ces différents modes interagissent et contribuent à la construction du sens dans les discours médiatiques.

I.6 Synthèse:

Pour conclure, l'analyse du discours médiatique dans le milieu sportif révèle différentes stratégies de persuasion utilisées pour influencer l'opinion du public. Les médias utilisent des techniques de rhétorique pour convaincre leur audience, en utilisant des arguments émotionnels et des personnalités influentes pour renforcer leur crédibilité. Ils simplifient l'information en utilisant des slogans et des titres percutants, et créent des stéréotypes en associant des équipes ou des athlètes à des valeurs positives ou négatives. Les médias exploitent aussi les réseaux sociaux pour diffuser leur discours, en encourageant le partage de contenu et en interagissant avec leur public.

Partie

Théorique

Chapitre II :

La notion d'image : usages et significations.

II.1 Introduction

Le terme d'"image"⁷ peut revêtir plusieurs significations et être utilisé dans divers contextes. Une image est une représentation visuelle d'un objet, d'une personne, d'une scène ou d'une idée. Cela peut inclure des photographies, des peintures, des illustrations, des graphiques, des logos, des captures d'écran, des dessins, etc. Une image peut être capturée sur un support physique ou être virtuelle, telle qu'une image affichée sur un écran d'ordinateur ou de télévision. L'image peut également désigner l'impression mentale résultant de la perception sensorielle. Par exemple, lorsque nous imaginons quelque chose dans notre esprit, nous pouvons générer une image mentale. Dans certains contextes, l'image peut être utilisée comme un symbole ou une métaphore pour représenter quelque chose de plus abstrait. Par exemple, une image peut être utilisée pour représenter une idée ou une émotion.

La nature d'une image fait référence aux caractéristiques ou propriétés qui lui sont propres. Cela peut inclure des aspects tels que la résolution, la couleur, la composition, le contraste, la profondeur de champ, etc. La nature d'une image détermine comment elle est perçue par les spectateurs et l'impact qu'elle peut avoir sur eux.

Il convient de noter que la définition exacte de l'image peut varier selon le contexte et le domaine, et différentes disciplines peuvent avoir des approches différentes pour définir et étudier les images.

II.2 L'image médiatique :

L'image médiatique⁸ est un élément clé dans la communication contemporaine. Elle constitue un moyen efficace de transmettre des idées, des émotions, des opinions et des messages, que ce soit dans les médias traditionnels (tels que la presse écrite, la télévision ou la radio) ou dans les médias numériques (tels que les réseaux sociaux, les blogs ou les sites web). Elle peut prendre différentes formes, notamment des photographies, des illustrations, des graphiques, des captures d'écran, des vidéos, des animations, etc. Elle peut également être utilisée à des fins diverses, telles que l'information, la promotion, la publicité, la sensibilisation, la persuasion, l'éducation,

⁷ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p11.

⁸ Peter Weibel, « Le pouvoir des images : des médias visuels aux médias sociaux », Perspective [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 14 août 2013, consulté le 09 septembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/perspective/406> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/perspective.406>

etc. Dans le contexte médiatique, l'image a plusieurs fonctions importantes. Elle peut être utilisée pour introduire ou illustrer un article, donner une idée de l'ambiance ou de l'intensité d'un événement, renforcer un message ou une opinion, attirer l'attention du public, ou encore exprimer une émotion ou un sentiment. L'utilisation de l'image médiatique peut également changer la perception que le public a d'un sujet ou d'un événement. Par exemple, une image négative d'un homme politique peut affecter sa réputation et son image publique, tandis qu'une image positive d'une organisation caritative peut renforcer sa crédibilité et susciter plus de soutien de la part du public. La sélection des images dans les médias est souvent influencée par les préférences et les objectifs des responsables éditoriaux et des annonceurs. Les images peuvent être manipulées ou modifiées pour atteindre des objectifs spécifiques, tels que la promotion de produits ou de services, la persuasion des consommateurs ou des électeurs, la mise en valeur de certains groupes sociaux ou politiques, etc.

La diffusion d'images à grande échelle peut être source d'inquiétude en termes de respect de la vie privée et des droits de propriété intellectuelle. Les gens doivent être conscients des risques d'utilisation non autorisée ou abusive de leurs images et de la nécessité de protéger leurs droits et leur vie privée.

II.3 L'image et la théorie sémiotique :

L'image et la théorie sémiotique⁹ ont une relation étroite. La sémiotique est l'étude des signes et de leur signification, et l'image est l'un des moyens les plus courants d'expression symbolique utilisés pour communiquer des messages et des idées.

La théorie sémiotique examine comment les signes fonctionnent dans la communication et comment ils créent du sens. Elle repose sur l'idée que nous utilisons des signes pour représenter des concepts et des objets, et que ces signes ont une signification convenue parmi les utilisateurs d'une langue ou d'une culture spécifique.

Dans le cas de l'image, les signes sont généralement visuels, tels que les formes, les couleurs, les motifs et les symboles. Ces signes visuels sont interprétés par les spectateurs en fonction de leurs propres connaissances, de leurs expériences et de leur contexte culturel. Par exemple, une croix peut représenter la religion

⁹ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p28.

chrétienne pour certains, mais peut avoir une signification complètement différente pour d'autres cultures ou groupes.

La théorie sémiotique examine également la manière dont les différents signes sont combinés pour créer du sens. Dans une image, les signes visuels peuvent être juxtaposés ou superposés, et leur relation et leur arrangement peuvent contribuer à la signification globale de l'image. Par exemple, la proximité entre deux objets dans une image peut suggérer une relation ou une connexion entre eux.

L'image et la théorie sémiotique sont étroitement liées car les images sont des formes de communication qui utilisent des signes visuels pour créer du sens. La théorie sémiotique nous aide à comprendre comment les signes visuels sont interprétés et combien ils contribuent à la signification globale de l'image.

II.4 Origines de la sémiotique :

La sémiotique¹⁰ est une discipline qui étudie les signes et leurs significations. Elle a été développée à partir du milieu du 19ème siècle par des penseurs comme Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce et Umberto Eco. Ses origines¹¹ remontent cependant à l'Antiquité, où les philosophes grecs se sont intéressés à la nature des signes.

Les premières théories sémiotiques modernes ont été développées par Ferdinand de Saussure, un linguiste suisse, dans son livre majeur "Cours de linguistique générale", publié en 1916, qui a établi les bases de la linguistique structurale. Saussure a proposé que les signes sont constitués d'un signifiant (la forme matérielle du signe) et d'un signifié (la signification ou le concept qu'elle véhicule), et que ces deux éléments sont arbitrairement liés. Il a également souligné l'importance de l'étude des relations entre les signes et leur contexte pour comprendre leur signification.

Un peu plus tard, le philosophe et logicien américain Charles Sanders Peirce a développé une approche plus complexe de la sémiotique, basée sur la théorie du signe triadique, selon laquelle tout signe est composé de trois éléments : le représentamen (la forme matérielle du signe), l'objet (la chose ou le concept représenté) et l'interprétant (l'interprétation que le récepteur donne au signe).

Au cours du 20ème siècle, la sémiotique s'est développée dans d'autres domaines, notamment la sémiotique de l'image, la sémiotique de la musique et la sémiotique de la

¹⁰ GREIMAS et A.J, J.COURTES. (1993), Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage, ED. Hachette.

¹¹ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p29.

culture. Le théoricien italien Umberto Eco a notamment développé une théorie de la culture basée sur la sémiotique, dans laquelle il a souligné l'importance de la communication comme processus de production et d'interprétation de signes.

La sémiotique est aujourd'hui une discipline essentielle dans le champ de la communication, des sciences humaines et sociales, de l'art, de la littérature, et de nombreux autres domaines. Elle est utilisée pour étudier la signification des textes, des images, des musiques, des symboles et des discours, et pour comprendre les complexités des échanges interculturels et interlinguistiques.

II.5 Le signe plastique:

Selon le groupe μ^{12} , le signe plastique désigne la façon dont un élément visuel ou un fragment d'image est employé pour produire un effet, une signification ou une expression particulière. Il s'agit d'un concept lié à la sémiologie de l'image qui examine comment les différents éléments visuels peuvent être utilisés pour communiquer des idées, des émotions ou des messages.

La forme, la couleur et la texture sont des signes plastiques et des éléments visuels qui contribuent à la signification globale de l'image et peuvent être utilisés de manière intentionnelle pour transmettre des messages ou des émotions spécifiques.

II.5.1 La forme :

La signification de la forme est une notion qui porte sur les relations entre l'individu et son environnement. Elle explore comment la manière dont une forme se présente affecte notre perception et notre expérience du monde.

Selon le groupe μ , la forme est un moyen d'accéder à l'invisible et de révéler les différentes dimensions cachées de notre réalité. Elle est considérée comme un langage universel qui dépasse les barrières culturelles et linguistiques, permettant une communication directe et immédiate. Elle pourrait être perçue comme une invitation à porter une attention plus consciente aux différents aspects de notre environnement visuel. Cela pourrait inclure la réflexion sur la manière dont les formes influencent nos émotions, nos pensées et notre comportement, ainsi que sur la façon dont nous pourrions utiliser la forme de manière créative pour mieux communiquer et interagir avec les autres.

¹² Émilie Granjon (2016), « Le signe visuel chez le Groupe μ », dans Louis Hébert (dir.), Signo [en ligne], Rimouski (Québec), <http://www.signosemio.com/groupe-mu/signe-visuel.pdf>.

En somme, la signification de la forme selon le groupe μ peut être interprétée comme une recherche de nouvelles perspectives et de nouvelles compréhensions de soi-même et de notre relation au monde à travers la reconnaissance du pouvoir et de l'impact des formes dans notre expérience quotidienne.

II.5.2 La texture :

La texture fait référence aux propriétés visuelles d'une surface, qui peuvent être perçues à la fois par la vue et le toucher. La texture est une caractéristique importante dans de nombreux domaines tels que la vision humaine, l'analyse d'image, la reconnaissance d'objets, la réalité virtuelle, etc. Elle désigne les variations locales de couleur, de forme ou de luminosité sur une surface. Ces variations créent des motifs qui peuvent être réguliers, aléatoires, symétriques ou asymétriques. Par exemple, la texture d'un tissu peut être décrite en termes de motifs de couture, de motifs de fil, de densité ou de rugosité de surface. Elle peut également être perçue de manière subjective, car elle peut évoquer des sensations tactiles. Par exemple, la texture d'une surface peut sembler lisse, rugueuse, douce, dure, etc. Cette perception subjective de la texture est également importante dans la création d'effets visuels et peut apporter une dimension tactile à l'image et influencer la manière dont nous percevons les objets représentés.

La texture est une caractéristique visuelle et tactile des surfaces qui peut être analysée, quantifiée et utilisée dans de nombreux domaines tels que la vision humaine, l'analyse d'image, la réalité virtuelle, etc. Le groupe μ s'intéresse particulièrement à l'étude et au développement de méthodes pour l'analyse et l'utilisation de la texture dans le traitement de l'image.

II.5.3 La couleur :

La couleur peut varier en fonction de la culture, de l'individu et du contexte. Les couleurs sont souvent associées à des symboliques et des émotions particulières. Par exemple, le rouge est souvent associé à la passion, à l'amour, à la force et à l'énergie. Il peut également symboliser la colère ou le danger. Le bleu est souvent associé à la tranquillité, à la sérénité, à la confiance et à la stabilité. Il peut également représenter la tristesse ou la mélancolie. Le noir est souvent associé à la sophistication, à l'élégance, à l'autorité et au mystère. Il peut également représenter la tristesse, le deuil ou la peur. Le blanc est souvent associé à la pureté, à l'innocence, à la paix et à la simplicité. Il peut également symboliser la stérilité ou l'absence de couleur.

La couleur joue un rôle important dans la communication visuelle. Elle peut affecter l'atmosphère générale de l'image, susciter des émotions et représenter des symboles culturels ou des

associations spécifiques. Il convient de noter que ces significations ne sont pas universelles et peuvent varier en fonction du contexte culturel, de l'individu ou de l'interprétation personnelle.

II.6 Fonctions de l'analyse de l'image :

L'analyse de l'image est une discipline qui regroupe différentes techniques permettant de traiter et d'interpréter l'information visuelle contenue dans une image. Elle permet d'extraire des informations utiles à partir de l'image brute, de la manipuler, de la transformer ou encore d'en comprendre le contenu. Voici quelques-unes des principales fonctions de l'analyse de l'image¹³ :

- Extraction d'informations : L'analyse de l'image permet d'extraire des informations spécifiques à partir d'une image, telles que la couleur, la texture, la forme ou encore les contours.
- Reconnaissance et classification : Grâce à des techniques d'apprentissage automatique et de vision par ordinateur, l'analyse de l'image peut être utilisée pour reconnaître et classifier des objets, des visages, des caractères ou d'autres éléments présents dans une image.
- Traitement d'image : L'analyse de l'image permet de manipuler et de transformer des images de différentes manières, comme le filtrage, la correction des couleurs, la suppression du bruit, le redimensionnement ou encore la segmentation.
- Compréhension du contenu : En analysant les différentes caractéristiques de l'image, l'analyse de l'image peut permettre de comprendre le contenu de l'image, comme la scène représentée, les objets présents ou les actions en cours.
- Détection des anomalies : En comparant une image à un modèle de référence, l'analyse de l'image peut permettre de détecter des anomalies ou des changements anormaux dans une image, et ainsi signaler des situations potentiellement dangereuses ou des défauts de fonctionnement.
- Compression d'image : L'analyse de l'image peut également être utilisée pour compresser des images, en éliminant les informations redondantes ou les détails moins importants, tout en préservant la qualité visuelle de l'image.

¹³ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p46.

- Évaluation et mesure : En analysant les différentes caractéristiques d'une image, l'analyse de l'image peut permettre de mesurer ou d'évaluer certains paramètres, comme la taille, la distance, la vitesse, la densité ou encore la concentration de certains éléments présents dans l'image.

II.7 Objectifs et méthodologies de l'analyse de l'image :

L'analyse de l'image a pour objectifs¹⁴ principaux de comprendre, interpréter et décoder les messages véhiculés par une image, ainsi que d'étudier ses caractéristiques formelles, symboliques et contextuelles. Cette démarche permet d'appréhender la signification et les implications de l'image dans différents domaines tels que la publicité, l'art, les médias et la communication visuelle.

Ses objectifs peuvent varier en fonction du contexte et des questions posées :

- Comprendre la signification : L'analyse de l'image vise à décoder et à comprendre les messages véhiculés par l'image. Cela implique de décomposer les éléments visuels, symboliques et narratifs de l'image afin de saisir les idées, les émotions ou les valeurs qu'elle transmet.
- Analyser les techniques visuelles : L'analyse de l'image s'intéresse également aux choix esthétiques et formels faits par le créateur de l'image. Cela inclut l'étude de la composition, des couleurs, des formes, de la lumière, de la perspective et d'autres éléments visuels qui contribuent à la construction du sens et de l'impact de l'image.
- Étudier le contexte : L'analyse de l'image examine le contexte dans lequel l'image a été créée, diffusée ou reçue. Cela peut inclure la culture, l'histoire, les valeurs socioculturelles et les pratiques de communication spécifiques à une époque ou à une société. Comprendre le contexte aide à interpréter de manière plus précise et nuancée l'image et ses messages.
- Analyser les représentations et les stéréotypes : L'analyse de l'image s'intéresse également à la manière dont l'image représente des individus, des groupes ou des situations. Elle examine comment cela peut influencer les perceptions, les croyances et les comportements de ceux qui la regardent. L'analyse peut mettre en évidence les stéréotypes, les préjugés ou les biais présents dans l'image et les interroger.

¹⁴ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p47.

Pour réaliser une analyse de l'image, plusieurs méthodologies peuvent être utilisées :

- Approche sémiotique : L'analyse sémiotique se concentre sur les signes et les symboles présents dans l'image. Elle cherche à décoder les significations cachées ou symboliques et les relations entre ces éléments. Cette approche repose sur la théorie des signes élaborée par le sémiologue linguiste Ferdinand de Saussure.
- Analyse iconographique : Cette méthodologie se concentre sur les éléments visuels spécifiques de l'image, comme les objets, les formes, les couleurs, les expressions du visage, les gestes, etc. Elle s'appuie sur la connaissance des codes visuels et des conventions artistiques pour interpréter ces éléments.
- Analyse contextuelle : Cette méthode prend en compte le contexte social, historique et culturel de l'image pour comprendre la signification et l'impact de celle-ci. Elle examine les normes, les valeurs, les représentations dominantes de l'époque, les pratiques de communication et les enjeux politiques ou idéologiques associés à l'image.
- Analyse comparative : Cette approche implique la comparaison d'images similaires ou appartenant à différents médias pour identifier les similitudes, les différences et les évolutions dans la représentation visuelle d'un thème ou d'un sujet spécifique.

Ces méthodologies peuvent être utilisées de manière complémentaire pour approfondir notre compréhension de l'image et de sa signification. L'analyse de l'image est un processus complexe et interprétatif qui permet d'explorer les multiples significations et implications d'une image donnée.

II.8 L'image, message pour autrui :

"L'image, message pour autrui"¹⁵ signifie que notre apparence et notre comportement véhiculent des messages et des informations à ceux qui nous entourent. Lorsque nous interagissons avec les autres, ils se basent sur notre image pour se faire une idée de qui nous sommes, de notre personnalité, de nos valeurs, voire de nos intentions. Notre apparence, nos gestes, notre langage corporel, notre style vestimentaire, tout cela est susceptible d'influencer la perception que les autres ont de nous. Par exemple, si une personne est vêtue de manière soignée et élégante, elle peut

¹⁵ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p49.

être perçue comme étant professionnelle, sérieuse et attentionnée. En revanche, si quelqu'un adopte un style de vêtement négligé et provocateur, il peut être perçu comme étant rebelle ou peu respectueux des normes sociales. L'image que nous projetons peut également transmettre des messages non-verbaux, tels que la confiance en soi, l'ouverture d'esprit, le respect, etc. Les expressions du visage, la posture, les gestes et l'intonation de la voix peuvent communiquer des émotions et des attitudes qui peuvent influencer la façon dont les autres nous perçoivent. Il est important de comprendre que l'image que nous projetons peut avoir un impact sur nos relations avec autrui. En effet, si notre apparence et notre comportement ne correspondent pas à ce que les autres attendent de nous ou à ce qu'ils considèrent comme approprié, cela peut entraîner des malentendus, des préjugés ou des jugements négatifs. Il est donc essentiel de prêter attention à notre image et d'être conscient de l'impact qu'elle peut avoir sur notre communication et nos relations avec les autres.

II.9 Image et communication :

Dans la notion d'image, "image et communication"¹⁶ se réfère à la relation entre une image et la façon dont elle communique un message ou interagit avec un public. L'image est un outil de communication visuelle qui peut être utilisé pour transmettre des informations, des émotions, des idées ou des valeurs. Lorsque nous regardons une image, nous interprétons instantanément son contenu visuel, sa composition, ses couleurs et ses symboles. Ces éléments visuels peuvent renvoyer à des idées abstraites, raconter une histoire ou représenter une réalité tangible. L'image devient alors un moyen efficace de communiquer avec des personnes qui peuvent avoir des expériences ou des références culturelles différentes. La communication par l'image peut être intentionnelle ou non. Par exemple, dans le domaine de la publicité, les marques utilisent souvent des images pour promouvoir leurs produits ou services. Chaque élément de l'image est soigneusement conçu pour attirer l'attention, susciter l'intérêt et influencer les choix des consommateurs. L'image transmet des messages de style de vie, d'identité de marque et de valeurs associées au produit. Dans d'autres contextes, comme l'art visuel ou la photographie, l'image peut avoir une intention plus artistique ou expressive. L'artiste utilise l'image comme moyen de communication personnelle pour exprimer des émotions, des idées philosophiques ou des critiques sociales. De même, la

¹⁶ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p50.

photographie peut capturer un moment unique et émouvant, communiquant ainsi une histoire ou une réalité vécue. L'image et la communication sont également étroitement liées à la perception et à l'interprétation. Chaque individu perçoit une image différemment en fonction de ses propres expériences, de sa culture, de ses croyances et de sa sensibilité. Par conséquent, une même image peut être interprétée de différentes manières selon le public auquel elle s'adresse. Dans la notion d'image, "image et communication" désigne la façon dont une image est utilisée pour communiquer des messages, des émotions ou des idées. L'image est un outil visuel puissant qui peut être intentionnellement conçu ou interprété de différentes manières par le public. Elle est utilisée dans divers domaines pour promouvoir, exprimer ou documenter des concepts et des réalités.

II.10 L'image, les mots :

La complémentarité entre les mots et les images¹⁷ réside dans leur capacité à transmettre des informations de manière différente mais complémentaire. Les mots permettent d'exprimer des idées, des concepts et des sentiments de manière abstraite, tandis que les images permettent de représenter visuellement des objets, des scènes et des émotions.

Les mots ont le pouvoir de décrire, d'expliquer et de raconter de manière détaillée ce qui est difficile à représenter visuellement. Ils peuvent également permettre de véhiculer des nuances, des subtilités et des nuances de sens qui peuvent être difficiles à saisir à travers une image. D'autre part, les images ont l'avantage d'être immédiatement perçues et comprises, sans nécessiter de décodage ou d'interprétation complexe. Elles ont le pouvoir de susciter des émotions et de captiver l'attention du spectateur de manière instantanée.

Lorsqu'ils sont utilisés conjointement, les mots et les images peuvent renforcer et compléter mutuellement leur impact. Par exemple, une image peut attirer l'attention sur un élément spécifique, tandis que les mots peuvent fournir des informations supplémentaires et contextuelles pour en faciliter la compréhension. De même, les mots peuvent évoquer des images dans l'esprit du lecteur, permettant ainsi une expérience plus riche et plus immersive de la lecture.

¹⁷ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p86.

En somme, la complémentarité entre les mots et les images réside dans leur capacité respective à représenter et à communiquer des idées et des émotions de manière complémentaire, offrant ainsi une expérience de communication plus riche et plus complète.

II.11 Le symbole :

Le symbole¹⁸, renvoie à une représentation visuelle ou graphique utilisée pour exprimer une idée, un concept ou une signification. Il est souvent utilisé pour transmettre un message de manière plus évocatrice et symbolique que le langage verbal.

Le symbole peut être un dessin, un pictogramme, une figure géométrique, ou même un objet concret qui est associé à une signification particulière. Les symboles sont présents dans de nombreux domaines tels que l'art, la religion, la politique, la publicité, la signalétique, etc. Par exemple, la croix est un symbole récurrent dans l'iconographie chrétienne, représentant le sacrifice et la résurrection de Jésus-Christ. Le drapeau de chaque pays est également un symbole national, représentant l'identité et les valeurs de la nation. Ils peuvent revêtir des significations différentes selon le contexte culturel et social dans lequel ils sont utilisés. Par exemple, le coquelicot est un symbole de commémoration en Europe occidentale, représentant les vies perdues pendant la Première Guerre mondiale, tandis qu'en Asie, il est associé à la beauté et à l'amour. En somme, les symboles sont des outils puissants pour communiquer des idées et des émotions de manière concise et souvent universelle, transcendant les barrières linguistiques et culturelles.

II.12 Synthèse:

Pour conclure, La notion d'image se réfère à la représentation visuelle ou mentale d'un objet, d'une personne ou d'un concept. Elle désigne la manière dont quelque chose est perçu ou visualisé, que ce soit de manière concrète comme une photographie ou abstraite comme une idée, un symbole.

L'image peut être définie par les formes, les couleurs, les textures et les émotions qu'elle suscite chez ceux qui l'observent. Elle peut également jouer un rôle essentiel dans la communication et dans la formation de notre perception de nous-mêmes et du monde qui nous entoure.

Puisque l'image et l'analyse de l'image se trouvent dans le domaine de la communication, nous le mentionnerons dans la prochaine partie.

¹⁸ Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009, p90.

Partie
Pratique
Chapitre III :
Présentation et analyse du corpus.

III.1 Introduction :

Après avoir mentionné les notions de base relatives à notre thème d'étude dans la première partie qui est nécessaires à notre partie pratique, nous allons à présent nous pencher sur l'application de ces concepts théoriques sur notre corpus d'étude.

Dans cette analyse de notre corpus, nous sommes censés identifier et analyser les multiples manifestations du signe médiatique visuel/discursif relatives à l'invasion de l'Ukraine (qui est une affaire politique) dans le domaine footballistique. L'analyse s'effectuera au niveau des formes et des signifiances de ces signes (ayant pour but de confirmer la première hypothèse). Nous chercherons également s'il y a de la manipulation médiatique dans cette médiatisation en nous référant aux éléments théoriques de la partie théorique (la médiatisation politique, ses procédés de manipulation et propagande) en nous appuyant sur une analyse sémiotique et une autre pragmatique.

Nous proposons une simple présentation de notre corpus avant de l'analyser.

III.2 Présentation du corpus :

Notre corpus est constitué de plusieurs images et discours, choisis du site Internet, créés depuis l'invasion russe dans les territoires ukrainiens. Ces discours sont faits par des footballeurs, des supporteurs dans différentes occasions. Il s'agit des discours adressés au monde du football ou autres personnes en rapport à ce sport. Pour cela, nous étudions ces techniques discursives pour voir comment la presse transforme l'affaire ukrainienne d'une question d'ordre politique à une préoccupation d'ordre sportif.

III.3 La guerre en Ukraine transforme le monde du sport :

La guerre en Ukraine a eu un impact profond sur le monde du sport¹⁹, avec des conséquences à court et à long terme pour les équipes, les athlètes, les organisations sportives et les événements à venir. Voici quelques-unes des manières dont les conflits ont transformé le paysage sportif en Ukraine et dans le reste du monde.

- Annulation d'événements sportifs en Ukraine : les conflits en Ukraine ont conduit à l'annulation de plusieurs événements sportifs prévus dans le pays. La ligue professionnelle de football ukrainienne a été contrainte d'annuler plusieurs matches en raison des combats qui ont éclaté dans certaines villes. La Fédération ukrainienne de football a également organisé des matches de la sélection nationale dans des lieux alternatifs ou a joué dans des pays tiers. Les victoires de l'équipe nationale ukrainienne de football ont été célébrées par la population, qui y voyait une façon de promouvoir une image positive de son pays.
- Risque de boycotts internationaux : les conflits en Ukraine ont également accru le risque de boycotts internationaux des événements sportifs organisés en Russie. Plusieurs athlètes, gouvernements et organisations sportives ont appelé à un boycott des Jeux olympiques d'hiver de Sotchi en 2014 après l'annexion de la Crimée par la Russie en 2014. Les événements sportifs tels que le Grand Prix de Russie de Formule 1 à Sotchi ont également été considérés comme controversés, certains athlètes ou équipes refusant de participer en raison du contexte géopolitique.
- Impact économique : les conflits en Ukraine ont également eu des conséquences économiques sur le monde du sport. Plusieurs équipes ukrainiennes ont été contraintes de quitter le pays en raison de l'insécurité, entraînant une baisse des revenus pour des clubs de football, des salles de fitness et autres entreprises sportives locales. Le tourisme sportif en Ukraine a également été affecté, les touristes évitant les zones de conflit pour des raisons de sécurité.
- Répercussions sur les athlètes ukrainiens : les conflits ont eu des effets directs sur la vie des athlètes ukrainiens. Plusieurs athlètes ont été contraints de quitter le pays ou ont été impliqués dans les combats. La double championne paralympique Milla Shiriayeva, par exemple, a dû fuir la ville d'Alchevsk en 2014, après avoir été menacé en raison de sa participation active aux manifestations pro-européennes.

Plus généralement, la crise a privé un grand nombre d'athlètes ukrainiens d'un accès régulier aux installations et à l'entraînement, ainsi que de soutiens financiers et logistiques. En réaction à la

¹⁹ LE Grand Continet : Dario Saltari. Le 9 mars 2022.

difficulté de leur situation, certains athlètes ukrainiens ont profité de leur position pour dénoncer les conflits en Ukraine, comme en témoignent les sportifs qui ont été impliqués dans les manifestations en faveur de l'EuroMaidan (la révolution ukrainienne pour les valeurs européennes).

La guerre en Ukraine a transformé le monde du sport, avec des conséquences à la fois directes et indirectes sur les équipes, les athlètes, les événements et les entreprises sportives. Les conflits ont non seulement altéré l'image de l'Ukraine dans le monde sportif, mais ont également eu un impact considérable sur la vie de nombreux athlètes. Les conséquences de cette situation pourraient être ressenties pendant plusieurs années, et des efforts de relance économique et sportif seront nécessaires pour permettre la reprise de la pratique sportive.

III.4 Sport et propagande en Europe :

Le sport a toujours été utilisé comme un outil de propagande²⁰ pour diverses raisons, notamment pour promouvoir l'identité nationale, l'unité politique ou encore pour faire la promotion de régimes autoritaires. L'Europe, en tant que continent riche en histoires et en conflits, a connu de nombreux exemples de l'utilisation du sport à des fins propagandistes.

L'Union Soviétique, par exemple, a utilisé le sport pour promouvoir l'image de la nation auprès de ses citoyens et du monde entier. Les succès sportifs étaient utilisés pour booster le moral de la population, créer une identité nationale et rivaliser avec les États-Unis dans la course à la suprématie mondiale. Les Jeux Olympiques furent utilisés comme un instrument de propagande majeur pendant la Guerre froide, où les deux superpuissances utilisaient les victoires comme des moyens de démontrer leur supériorité idéologique. L'Union Soviétique a spécialement mis l'accent sur les sports individuels comme l'athlétisme, la gymnastique et la natation, où les sportifs soviétiques ont remporté de nombreuses médailles.

Pendant la Seconde Guerre mondiale, l'Allemagne nazie cherchait également à utiliser le sport pour faire passer leur idéologie nazie auprès de la population allemande et du monde. La propagande sportive allemande était menée par le Comité des sports allemands qui organisait les événements sportifs et surveillait les activités sportives dans le pays. Les organisations sportives étaient encouragées à promouvoir la notion du corps parfait idéal, censé refléter la perfection de la race aryenne. Les Jeux olympiques de Berlin en 1936 ont été largement exploités par le régime nazi pour promouvoir leur idéologie, avec la participation de l'athlète Jesse Owens, célèbre pour ses quatre médailles d'or, offrant un contraste saisissant avec la désinformation nazie sur le mythe de la supériorité raciale.

²⁰ Benoît Caritey and Maurice Carrez, "Sport et propagande en Europe (XIXe-XXe siècle)", Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique, 88 | 2002, 9-15.

En France, le régime de Vichy a utilisé le sport pour promouvoir l'identité nationale et le développement physique de la population. L'emblème du vieil “état français”, le coq, a été choisi pour être l'emblème sportif national, succédant à la Marianne de la République. Le régime Vichy a également encouragé la pratique du sport, espérant ainsi contribuer à renforcer la santé physique et morale des citoyens, notamment en organisant des compétitions pour récompenser les athlètes les plus méritants.

En Grande-Bretagne, la première ministre Margaret Thatcher a également utilisé le sport pour promouvoir l'image de sa politique conservatrice. En 1981, elle a envoyé à l'équipe de cricket anglaise un message qui a été lu avant leur match contre les All Blacks néo-zélandais à Lancashire, saluant l'équipe pour leur patriotisme et leur valeur économique. Thatcher a également soutenu le développement du football dans les milieux ouvriers britanniques, cherchant ainsi à décourager l'augmentation du taux de chômage dans ce secteur.

Les événements sportifs internationaux ont souvent été utilisés comme moyen de promouvoir l'identité nationale, comme en témoigne l'organisation de la Coupe du monde en Russie en 2018. Les autorités russes ont investi massivement dans le développement de l'infrastructure pour le tournoi, profitant de l'occasion pour promouvoir l'image de la Russie à travers le monde. Des spectacles grandioses de musique, de danse et de feu d'artifice ont été organisés pour divertir les fans du monde entier.

Le sport a souvent été associé aux stratégies de la propagande politique en Europe. Des régimes autoritaires ont utilisé le sport pour renforcer leur image auprès de la population ou promouvoir leur idéologie, tandis que les gouvernements démocratiques ont utilisé les événements sportifs pour promouvoir l'identité nationale. Même aujourd'hui, les compétitions sportives continuent d'être un terrain de propagande pour de nombreux pays, soucieux de promouvoir leur image à travers le monde.

III.5 Analyse des images:

Figure N°01:



Les joueurs s'échauffent avec le t-shirt "STOP THE WAR" ²¹

Dans cette image, nous voyons les joueurs de la Lazio Rome en championnat d'Italie qui sont entrés sur la pelouse pendant la séance d'échauffement d'avant match avec un tee-shirt blanc présentant le même message en noir "STOP THE WAR" avec en arrière-plan le drapeau national de l'Ukraine qui se compose de deux bandes horizontales en bleu et jaune, le jaune en bas pour les champs de blé matures et le bleu en haut pour le ciel au-dessus. La couleur du fond « foyer » 'maillot' est blanche. Un blanc qui symbolise la paix, et le flocage est centré avec une taille de caractère imposante, la typographie de l'écriture est en gras et en majuscule pour mettre en évidence le message de sensibilisation contre la guerre en vue d'une meilleure interpellation de l'attention des spectateurs et pour assurer une mise en contraste avec les couleurs du drapeau d'Ukraine, pays où se déroule cette guerre.

Le message est écrit en anglais car elle est la langue de la communication internationale et aura par conséquent plus d'ampleur et de diffusion médiatique. Ce signe discursif a un aspect nominal car il est succinct et rapide à lire, vu que le spectateur/lecteur n'a pas le temps de lire un long énoncé. En plus, cette concision a un aspect percutant et a plus d'effet sur les esprits. Cette mise en forme provoque chez les spectateurs un réflexe induit par une mémoire visuelle et auditive du culte de l'interdit dans leur société (code de la route, messages publicitaires et autres) cette technique de persuasion a pour but de rallier les spectateurs de le monde à la cause ukrainienne.

²¹ Photo by Vincenzo PINTO / AFP

Figure N°02 :



Les retransmissions de tous les matchs de La Liga Santander.²²

En Espagne, la Liga Santander (championnat d'Espagne de football) a décidé d'afficher le message « NO A LA INVASIÓN » en français « NON À L'INVASION » écrit en majuscule à coté de l'affichage du score dans le but d'attirer les spectateurs qui voient les matches en direct.

Ces messages sont destinés à attirer l'attention de l'opinion publique internationale sur la question de la guerre en Ukraine. Le but de cette technique de persuasion qui est considérée comme une technique “d'attraction visuelle”, est de mobiliser la guerre dans tous les endroits possibles même dans les maisons. Elle permet de toucher les sentiments de tous les spectateurs qui voient les matches derrière l'écran de télévision et rallier le monde entier pour témoigner tout son soutien au peuple ukrainien et à faire pression sur les gouvernements pour qu'ils prennent des mesures pour aider l'Ukraine dans son conflit.

²² As.com Actualizado a 28 de febrero de 2022 23:45 CET

Figure N°03 :



Les retransmissions de tous les matchs de La Liga Santander.²³

Le championnat espagnol a également réussi à changer l'intrusion dans le protocole d'organisation concernant le football, et là on passe du domaine sportif au domaine politique car, le mode d'affichage numérique connaît une modification formelle en affichant sur un plan horizontal le drapeau de l'Ukraine à côté du score et du temps. Ceci est une technique d'ancrage visuel qui passe par la répétition. Le téléspectateur va se voir attirer vers la cause ukrainienne car ce drapeau va s'ancrer dans son esprit à cause de sa forte présence dans les matchs.

Ce geste a pour but de rappeler aux spectateurs la gravité de la situation en Ukraine et de mobiliser l'opinion publique contre la guerre et provoquer chez les personnes impliquées des sentiments et des émotions d'engagement qui les amènent à prendre position.

²³ Marcos André, al palo. Fútbol en Movistar Plus+

Figure N°04 :



Une banderole « Stop War » a été déployée par les joueurs de Naples-Barça.²⁴

Dans l'image ci-dessus, nous voyons le soutien des joueurs du FC Barcelone et de Naples à la cause ukrainienne, lors du match de la ligue des champions entre les deux équipes. Les acteurs de cette rencontre ont pris une photo ensemble derrière une banderole qui dit 'STOPWAR' en anglais. La couleur de l'arrière-plan de cette banderole est blanche cela signifie la paix et la non-belligérence, et met le message en valeur, la couleur de l'énoncé en rouge qui signifie la couleur du sang pour plus attirer l'attention et donner un effet de clarté au message de visibilité... cela veut dire le sang doit s'arrêter de couler en Ukraine dès maintenant.

STOP est un terme possédant plusieurs significations dont le principal est l'arrêt immédiat. La typographie de l'écriture est en gras et en majuscules pour mettre en valeur le message, le message est écrit en anglais pour que le monde entier reçoive le message et cette stratégie permet de donner une image d'unité face à l'agression russe et permet de trouver des soutiens internationaux. L'image collective des joueurs des deux équipes représente la solidarité avec la cause ukrainienne en provoquant chez l'opinion publique un procédé de déduction logique signifiant que le monde entier est derrière l'Ukraine.

²⁴ L'ÉQUIPE : Ciro De Luca/Reuters. Publié le 24 février 2022 à 21h32. Mis à jour le 24 février 2022 à 22h13.

Figure N°05 :



Le 25 février 2023, Oleksandr Zinchenko porte un brassard de capitaine aux couleurs de l'Ukraine.²⁵

²⁵ PHOTO : ARCHIVES DARREN STAPLES/AFP

Figure N°06 :



L'attaquant polonais du Bayern Munich, Robert Lewandowski, a joué avec un brassard aux couleurs du drapeau ukrainien, le 26 février 2022, lors du match de son équipe contre l'Eintracht Francfort.²⁶

La médiatisation de la guerre d'Ukraine s'est opérée à travers une intrusion dans le protocole organisationnel relatif au football car, alors que les capitaines d'équipe devaient porter des brassards en noir et blanc avec en évidence la lettre "C" signifiant capitaine en majuscule. Désormais, ils portent des brassards avec les couleurs de l'Ukraine comme message de sensibilisation contre la guerre dans ce pays. Ce procédé pourrait être considéré comme une mise en évidence du caractère grave et néfaste de la guerre que subit ce pays à travers l'affichage du drapeau de l'Ukraine sur le brassard.

²⁶ (RALF IBING / AFP)

Figure N°07 :



L'Allianz Arena du Bayern Munich illuminée aux couleurs de l'Ukraine après l'invasion russe.²⁷

A Munich, le Bayern Munich a choisi pour sa part d'illuminer son stade Allianz Arena aux couleurs de l'Ukraine qui se compose de deux couleurs en bleu et jaune, le jaune pour les champs de blé matures et le bleu pour le ciel, après l'invasion russe.

Les couleurs rouge et blanc du club bavarois a été repeint aux couleurs bleu et jaune. Ce message est basé sur des émotions, et cette action symbolique a été menée dans les stades pour dénoncer la guerre et appeler à la solidarité avec les victimes ukrainiennes et rendre hommage à leurs familles qui subissent les sévices de la guerre. Ce message vise également à affirmer la légitimité de l'État ukrainien et à soutenir le pays dans sa lutte contre la Russie. Il vise également à sensibiliser les différents groupes de la société qui viennent au stade pour s'allier à la cause ukrainienne.

²⁷ Christof Stache, AFP

Figure N°08 :



Minute de silence et d'applaudissements enhommage à l'Ukraine avant le match de Chelsea contre Burnley.²⁸

Le monde du football continue à se mobiliser contre l'invasion russe en Ukraine en rendant hommage aux victimes de cette guerre. En Angleterre, alors que l'UEFA avait décidé une série de manifestations symboliques en soutien à l'Ukraine, une minute de silence et d'applaudissements a également été respectée lors de nombreux matchs et avant chaque rencontre européenne sur le continent.

Dans cette image en Angleterre, nous voyons des applaudissements en hommage à l'Ukraine et à sa population avant le match de Chelsea contre Burnley, les acteurs de cette rencontre se sont regroupés au centre du terrain et ils sont restés une minute de silence, et certains d'entre eux ont pleuré sous les applaudissements des supportaires.

C'est un moment très important. Il permet de mesurer l'ampleur des évènements, de créer un sentiment d'unité par le rassemblement, mais aussi de prendre en compte la mort et ses effets. Ils encouragent les enfants à suivre ces temps de commémoration également.

²⁸ Oli Scarff, AFP

Figure N°09 :



Wembley était uni derrière l'Ukraine avant Chelsea vs Liverpool.²⁹

Figure N°10 :



Message affiché aux couleurs du drapeau ukrainien avant le match de football de la Premier League anglaise entre Manchester City et Manchester United au stade Etihad à Manchester.³⁰

²⁹ Image credit: Getty Images

³⁰ Oli SCARFF / AFP.

Dans les différents stades anglais comme le stade de Wembley à Londres, et l'Etihad stadium à Manchester, alors que les panneaux de scores dans ces stades devaient afficher les résultats et le temps. Désormais, ils affichent des énoncés comme 'FOOTBALL STANDS TOGETHER' en majuscule avec les couleurs de L'Ukraine.

Quant à l'affichage du message « Football stands together » en français « le football est solidaire », ce qui attire l'attention est l'emploi du sujet « le football » qui est personnifié en lui attribuant un état en le qualifiant de « solidaire », un attribut renvoyant au sujet « football ». Pour interpréter ce discours, force est de le rattacher à sa situation d'énonciation, donc d'établir le dispositif énonciatif qui veut que l'on désigne l'émetteur, le récepteur, et le rapport qui les unit et la situation d'énonciation dans laquelle l'énoncé est produit. « le football » est exploité en tant qu'image métaphorique ou figure de style d'une partie qui renvoie à un tout, car le substantif football renvoie en vérité à toutes ces personnes qui font partie de ce domaine, staff technique, entraîneurs, joueurs, supporters, commentateurs et toute personne appréciant ou passionnée de Football. Ce message cache un sous entendu, celui selon lequel le monde du football est sans exception contre la guerre d'Ukraine et par conséquent contre la russie qui est considérée comme le responsable de cette invasion. Donc, à travers cette technique discursive, l'auteur de ce message provoque premièrement, chez toute personne lisant ce discours une opinion selon laquelle la totalité des footballeurs ou autre personne en rapport à ce sport prend partie avec l'Otan et l'occident contre la Russie. Deuxièmement, chez les concernés, footballeurs et gens du domaine, un sentiment d'implication qui les font adhérer à cette prise de position politique et approuver ce message. Nous passons, à travers ce discours, du domaine du sport à celui de la politique.

Figure N°11 :



Un supporter d'Arsenal tient une écharpe de soutien à l'Ukraine lors du match face à Watford.³¹

Le monde du sport a multiplié les initiatives contre l'invasion russe de l'Ukraine, des tribunes illuminées en jaune et bleu grâce à des supporteurs qui ont affiché leur soutien à l'Ukraine en portant des écharpes avec des couleurs ukrainiennes et des messages pour la paix.

Alors que les médias se tournaient vers les joueurs et les staffs techniques appartenant à la catégorie des sportifs qui dénonçaient l'invasion de l'Ukraine par la Russie, voilà qu'ils mettent la lumière sur une autre catégorie de personnalités qui sont les supporteurs, en vue de renforcer la théorie selon laquelle « tout le monde est contre la guerre en Ukraine ». Alors que cette catégorie utilisait souvent des banderoles comme moyen de dénonciation contre la guerre et de soutien à l'Ukraine, voilà qu'elle emploie une écharpe comme guise de support cette fois-ci. Arborant, comme c'est l'habitude régnante, les couleurs de l'Ukraine comme forme de soutien à ce pays victime de l'invasion, la typographie imposante des caractères implique une mise en évidence du pays soutenu. Les logos se trouvant sur l'écharpe font référence à la dernière participation de l'Ukraine en coupe du monde 2006 qui s'est déroulée en Allemagne. Une autre écharpe entoure le cou du supporteur. C'est celle du club Arsenal en rouge et blanc. La photo de ce supporteur a fait le tour du monde comme symbole de solidarité de tous les clubs et footballeurs avec l'Ukraine.

³¹ Adrian Dennis, AFP

Figure N°12, et N°13 :



Les joueurs portent des drapeaux ukrainiens sur le dos.³²

³² (AP Photo/Jon Super)

Le monde du football se montre solidaire avec l'Ukraine. Sur de nombreux terrains, Les acteurs de cette rencontre ont pénétré sur le gazon avec des drapeaux ukrainiens sur le dos. Lorsque des joueurs d'une équipe sportive pénètrent sur le terrain avec des drapeaux ukrainiens sur le dos, cela suscite souvent des réactions variées. Cette action peut être interprétée comme un geste politique qui vise à exprimer un soutien à l'Ukraine ou à protester contre une injustice subie par le pays. Cette action peut également être considérée comme problématique par certains, notamment lorsqu'elle est réalisée dans le cadre d'un événement sportif international, tel que les jeux Olympiques. En effet, ces événements ont pour objectif de rassembler les peuples autour d'une même compétition sportive, et non de faire des déclarations politiques. Certaines personnes peuvent également voir dans cette action un manque de respect envers l'équipe adverse ou envers l'hôte du tournoi, qui pourrait être un pays allié ou favorable à la Russie. Cela peut provoquer des tensions ou des incidents sur le terrain, voire des réactions hostiles du public. Cependant, d'autres personnes peuvent interpréter cette action comme une manière pour les sportifs de prendre position en faveur de la liberté d'expression et de soutenir les droits de l'homme en Ukraine. Cette action peut également être perçue comme une manière de rappeler que le sport est indissociable de la politique et que les athlètes peuvent utiliser leur notoriété pour faire passer des messages politiques.

En somme, l'acte de pénétrer sur le terrain avec des drapeaux ukrainiens sur le dos est un geste politique fort qui peut susciter des débats et des réactions diverses. Bien que certains puissent considérer cette action comme inappropriée dans le cadre d'un événement sportif international, d'autres peuvent la percevoir comme une manière de faire entendre leur voix et de rappeler que le sport ne peut pas être totalement séparé de la politique.

Figure N°14 :



Un gymnaste russe affiche son soutien à la Russie sur le podium.³³

Le geste du gymnaste russe Ivan Kuliak, qui a tracé un 'Z' sur son maillot et affiche son soutien à la Russie sur le podium, est un acte politique qui peut-être interprété de différentes manières.

La lettre "Z" a été vue sur les chars et les véhicules russes en Ukraine et est interprétée comme un symbole du soutien à l'invasion, et devenait un symbole d'allégeance au Kremlin. Parmi les théories sur la signification du Z figure aussi la possibilité toute prosaïque qu'il s'agisse de la première lettre du mot 'Zapad', qui signifie ouest en russe, en référence aux forces armées du district occidental du pays.

Certaines personnes pourraient considérer ce geste comme une affirmation patriotique de sa part, un soutien manifeste à la Russie malgré les tensions politiques et les sanctions internationales qui peuvent peser sur son pays de la part des occidentaux qui cherchent à isoler la Russie sur la scène internationale. D'autres personnes pourraient interpréter ce geste comme étant un manque de respect envers les autres gymnastes concurrents ou envers le pays hôte. En

³³ Ivan Kuliak. Image credit: Eurosport

effet, les événements sportifs internationaux ont pour objectif de rassembler les peuples autour d'une compétition sportive, et non de faire des déclarations politiques. Ce geste peut donc être perçu comme une provocation à l'égard des autres pays et comme une remise en cause du caractère apolitique et équitable de la compétition. Cependant, certaines personnes peuvent également voir dans ce geste une affirmation de la liberté d'expression et de la possibilité pour un sportif de faire passer un message politique. Ce geste peut donc être interprété comme une manière pour lvan Kuliak de rappeler que les sportifs ont également un rôle à jouer dans la société et dans la scène mondiale.

En somme, le geste d'Ivan Kuliak en tracant un 'Z' sur son maillot et en affichant son soutien à la Russie sur le podium est un acte politique qui peut être interprété de différentes manières. Bien que certains puissent voir cela comme une affirmation patriotique, d'autres pourraient interpréter ce geste comme étant un manque de respect envers les autres gymnastes concurrents et le pays hôte. Cependant, pour d'autres personnes, cela peut être vu comme une affirmation de la liberté d'expression et du rôle de sportifs dans la société.³⁴

³⁴ Par RMC Sport. QM. Le 18/05/2022 à 8:43.

Figures N° 15 :



Un footballeur turc refuse de porter un maillot contre la guerre en Ukraine, dénonçant un climat d'hypocrisie.³⁵

Aykut Demir, capitaine d'Erzurumspor, une équipe de deuxième division turque, a été le seul joueur à ne pas porter un t-shirt avec l'inscription « Non à la guerre » affichée en turc et en anglais avant un match contre Ankaragücü le 27 février 2022 (capture d'écran/TRT Sport). Ce joueur n'a pas souhaité participer à ce geste de solidarité, citant les « milliers de personnes qui meurent au Moyen-Orient ».

Ce footballeur turc a refusé de porter un t-shirt contre l'invasion russe de l'Ukraine, invoquant un manque de solidarité avec les victimes de la guerre au Moyen-Orient. « *Des milliers de personnes meurent chaque jour au Moyen-Orient* », a déclaré Aykut Demir au média sportif turc *Futbol Anadolu*. « *Ceux qui ignorent les persécutions là-bas font ces choses quand il s'agit de l'Europe. Porter ce t-shirt ne me plaisait pas parce qu'il ne concernait pas ces pays.* »

³⁵ (capture d'écran/TRT Spor)

III.6 Analyse des Hashtags :

III.6.1 #STOPWAR :

En analysant le discours (STOPWAR ou STOP à la guerre en Ukraine) dans les milieux sportifs, on peut constater que de nombreux athlètes, entraîneurs et dirigeants d'équipes ont ajouté leur voix à l'appel pour la fin des hostilités dans l'est de l'Ukraine. En particulier, plusieurs joueurs et joueuses de tennis ont exprimé leur soutien à cette cause. Les athlètes ont utilisé diverses plateformes pour diffuser leur message, notamment les réseaux sociaux, les interviews avant et après les compétitions et les tournois. Le joueur de tennis Novak Djokovic, par exemple, a publié un message sur Twitter en utilisant le hashtag # stoptherwar. Il a exprimé son soutien aux habitants d'Ukraine et a appelé à la fin de la violence. De même, Maria Sharapova a également exprimé sa solidarité avec le peuple ukrainien en publiant sur son compte Instagram une photo d'elle-même portant un t-shirt avec les couleurs bleu et jaune de l'Ukraine. Les entraîneurs et les dirigeants d'équipes ont également soutenu cette initiative. Le directeur général de l'équipe de hockey des Canadiens de Montréal, Marc Bergevin, a publié un communiqué dans lequel il a déclaré que le club soutenait l'appel pour la fin de guerre en Ukraine. Il a appelé à la paix et à la réconciliation entre les peuples Ukrainien et russe.

En outre, certains athlètes ont pris des mesures concrètes pour aider les victimes de la guerre en Ukraine. Par exemple, la joueuse de tennis Serena Williams a fait un don à l'organisation 'Save the Children' pour aider les enfants touchés par le conflit. L'équipe de hockey des Maple Leafs de Toronto a également offert son soutien en faisant un don à la Fondation Ukraine-canadienne de Toronto, qui aide les réfugiés ukrainiens.

En conclusion, l'appel pour la fin de la guerre en Ukraine a été bien accueilli dans les milieux sportifs, avec de nombreux athlètes, entraîneurs et dirigeants d'équipes qui ont exprimé leur solidarité avec le peuple ukrainien et ont pris des mesures concrètes pour aider les victimes de ce conflit. Bien que cette initiative n'ait pas encore conduit à une résolution pacifique, elle a néanmoins contribué à sensibiliser l'opinion publique et à maintenir le sujet à l'ordre du jour.

III.6.2 #STOPPOUTINE :

Récemment, et depuis l'invasion des troupes russes en Ukraine, nous remarquons une grande diffusion de l'énoncé (STOPPOUTINE) qui touche la personne Poutine (président du gouvernement et président de la fédération de Russie) d'une manière directe. L'Ouest multiplie les déclarations hostiles contre Vladimir Poutine, qu'il juge même responsable du déclenchement de la guerre. Mais cette haine envers lui n'est pas nouvelle. Le maître du Kremlin était visé depuis des années par la société occidentale.

Le président Poutine apparaît de plus en plus comme un piètre stratège militaire, alors que les critiques commencent à pleuvoir contre lui dans le monde entier. Depuis qu'il menace, à répétition d'utiliser l'arme nucléaire, les pays de l'Ouest prennent leurs distances. Il est également de plus en plus isolé sur la scène internationale. Les peuples et la presse occidentaux ont attaqué Poutine d'une manière directe, soit dans les réseaux sociaux avec le hashtag **#STOPPOUTINE** qui a été partagé partout dans les réseaux sociaux comme Twitter, Facebook... et avec le mot **STOP** signifiant l'arrestation de Poutine immédiatement et le traduire à la justice pénale internationale. Des chants racistes dans les stades sportifs l'ont traité comme un nouvel **HITLER**, il est présumé aussi comme un criminel de guerre et le premier responsable des crimes en Ukraine et qu'il n'a aucune pitié devant le monde et surtout devant le peuple ukrainien innocent.

Il convient aussi de souligner que l'expression (STOPPOUTINE) dans les milieux sportifs est relativement récente et qu'elle a émergé dans le contexte des jeux Olympique d'hiver de Sotchi en 2014. Cette expression est souvent utilisée pour protester contre les politiques du gouvernement russe et de son président, Vladimir Poutine. En particulier en matière de droits de l'homme et de liberté d'expression.

Plusieurs événements sportifs ont été marqués par des manifestations de protestation contre la politique russe et la présence de Poutine. La Coupe du monde de football de 2018 en Russie a également suscité des débats autour de la question de savoir si les équipes et les supporters devraient boycotter le tournoi en signe de protestation contre les politiques du gouvernement russe.

Les détracteurs de cette expression (STOPPOUTINE) dans les milieux sportifs arguent que les manifestations politiques ne devraient pas intervenir dans le cadre de manifestation sportive. Ils estiment que le sport devrait être un vecteur de rapprochement et de dialogue entre les peuples et les nations, et que les manifestations politiques risquent de remettre en cause cet esprit de solidarité et de respect mutuel. Cependant, d'autres personnes considèrent que le sport ne peut être isolé de la politique et qu'il est important de saisir les opportunités que peuvent offrir les événements sportifs pour mettre en lumière les situations qui vont à l'encontre des droits de l'homme et des libertés fondamentales. En somme, l'expression (STOPPOUTINE) dans les milieux sportifs reflète le besoin pour certains de témoigner leur désaccord avec les politiques mises en place en Russie. Bien que certains puissent considérer qu'il est inapproprié d'introduire des considérations politiques dans des événements sportifs, d'autres considèrent qu'il est important d'utiliser le cadre sportif pour faire des déclarations politiques impactantes.

III.7 Les chants racistes contre poutine et l'invasion russe dans les stades sportifs :

En effet, il existe des cas documentés de chants racistes et xénophobes lors de matchs de football ou d'autres événements ou des équipes soutenant l'invasion de la Crimée et de l'Ukraine. Ces chants, souvent accompagnés de gestes et de comportements provocateurs, peuvent inclure des insultes et des expressions racistes envers des personnes de couleur, des populations immigrantes ou des minorités nationales. Ils peuvent également cibler des communautés spécifiques telles que les tartes de Crimée, les Ukrainiens ou les polonais. Les autorités russes ont tenté de lutter contre ce phénomène en imposant des amendes et des peines de prison pour le comportement racistes dans les stades. Cependant, certains groupes ultras et fans de football continuent de proférer ces messages discriminatoires, souvent justifiés par une idéologie nationaliste et antioccidentale. Les chants racistes dans les stades sont un exemple de la manière dont les événements sportifs peuvent servir de tribune pour l'expression de sentiments haineux pour l'expression de sentiments haineux et de propagande politique. Ils soulignent également la difficulté qu'ont les autorités à contrôler les comportements de masse dans des contextes hautement émotionnels et polarisants.

III.8. Déclaration de Footballeurs en rapport à la guerre d'Ukraine :

La Dépêche du Midi, souvent simplement nommée La Dépêche, un quotidien régional français a publié le mardi 23 mai 2023 un article intitulé³⁶ « Guerre en Ukraine : ces footballeurs qui ont pris la parole à propos de l'invasion de la Russie en Ukraine ». Elle réunit plusieurs déclarations de certains footballeurs en réaction à la guerre en Ukraine. Certains d'entre eux sont Ukrainiens.

Fedor Smolov :

« Non à la guerre », suivi d'un drapeau ukrainien. C'est le message posté par l'attaquant du Dynamo Moscou Fedor Smolov sur son compte Instagram ce matin. L'international russe (45 sélections, 16 buts), nommé footballeur de l'année dans son pays en 2016, est le premier footballeur russe à prendre position.

Andriy Yarmolenko :

L'ailier de West Ham Andriy Yarmolenko, 107 sélections et 44 buts avec l'Ukraine, a également condamné ces agissements. "Priez pour l'Ukraine. Non à la guerre", a-t-il tweeté depuis son compte.

³⁶ LADEPECHE : Saint Adrien. Vendredi 08 septembre 2023.

Yaroslav Rakitsky :

"Je suis ukrainien !", a lâché le défenseur ukrainien du Zénith Saint-Pétersbourg Yaroslav Rakitsky sur Instagram. Après avoir réalisé toute sa carrière au Shakhtar Donetsk, il avait rejoint le Zénith Saint-Pétersbourg en 2019 et est mis au ban de la sélection ukrainienne depuis.

Oleksandr Zinchenko :

Sur Instagram, le joueur ukrainien de Manchester City Oleksandr Zinchenko s'est adressé à Vladimir Poutine : "J'espère que tu mourras de la mort la plus douloureuse, espèce de monstre." La publication a ensuite été supprimée par le réseau social.

Roman Yaremchuk :

Buteur hier soir face à l'Ajax Amsterdam, l'attaquant ukrainien du SL Benfica Roman Yaremchuk a célébré en brandissant l'emblème national de l'Ukraine : "Je l'ai fait pour soutenir mon pays. Je pense beaucoup à ce qui se passe et la situation me fait peur. Je veux soutenir mon pays et mon club me soutient."

Andriy Shevchenko :

Le ballon d'or 2004 Andriy Shevchenko, ancien sélectionneur de l'Ukraine, a pris la parole depuis son compte Twitter : "L'Ukraine est ma patrie ! J'ai toujours été fier de mon peuple et de mon pays ! Nous avons traversé de nombreuses périodes difficiles et, au cours des 30 dernières années, nous nous sommes formés en tant que nation ! Une nation de citoyens sincères, travailleurs et épris de liberté ! C'est notre atout le plus important !"

Ruslan Malinovskyi :

Le milieu de terrain de l'Olympique de Marseille Ruslan Malinovskyi s'est exprimé sur ses réseaux sociaux : "La Russie a officiellement commencé sa guerre contre le territoire de l'Ukraine. Il y a eu plusieurs explosions dans tous les points stratégiques du pays. Les gens sont horrifiés et paniqués, toutes les frontières sont actuellement fermées. Je pleure pour notre peuple et pour ma maison. Les nouvelles venant de Russie ne disent pas la vérité: ils prétendent protéger l'est contre nous les Ukrainiens, mais en réalité ils nous attaquent ! C'est un crime contre toute l'humanité, il faut arrêter cette horreur."

Mircea Lucescu :

L'entraîneur roumain du Dynamo Kiev Mircea Lucescu au média "Fanatik" : "J'espère que cette guerre commencée par des idiots s'arrêtera au plus vite. Toutes les activités sportives ont été suspendues dans le pays. Moi, je ne quitterai pas Kiev, je ne suis pas un lâche", avait-il confié avant l'annonce de Vladimir Poutine.

III.8.1 Analyse des déclarations :

La première déclaration est émise par un footballeur russe nommé **Fedor Smolov**. Ce dernier présente une position ferme et catégorique en employant une déclaration directe associant

un discours verbal « Non à la guerre » à un discours visuel (celui du drapeau Ukrainien comme il en est fait mention dans la déclaration susmentionnée). Le message est clair et limpide représentée par l'adverbe invariable « non » impliquant une affirmation directe qui ne laisse place à aucun sous-entendu. Cet adverbe peut être représenté comme un mot d'ordre qui s'est imposé comme un emblème de résistance à la guerre en Ukraine utilisé dans plusieurs hashtags et slogans médiatiques. D'ailleurs, le même procédé est employé par **Andriy Yarmolenko** dans la deuxième déclaration. Cependant, une injonction à but de provoquer la compassion est venue s'ajouter dans cette deuxième déclaration « Priez pour l'Ukraine ».

Concernant la déclaration de **Yaroslav Rakitsky** : *"Je suis ukrainien!"*, le procédé mis en avant est plutôt d'un autre ordre, celui de l'implicite. Ce discours semble être, en le soumettant à une interprétation lexicale et sémantique, une affirmation d'une identité. Cependant, en approchant cet énoncé en le soumettant à une analyse discursive et en le rattachant à son contexte (conditions de production) relatif à la guerre en Ukraine, nous nous apercevrons que son interprétation exige du lecteur une déduction selon laquelle il va faire un rapprochement par déduction logique. Du moment que le locuteur est un Ukrainien et qu'il l'affirme ouvertement dans cette conjoncture d'invasion de la Russie de l'Ukraine, cela suppose qu'il affirme sa position de soutien à son pays.

La déclaration *"J'espère que tu mourras de la mort la plus douloureuse, espèce de monstre."* **D'Oleksandr Zinchenko** est quant à elle d'un aspect plus virulent, subjectif et explicite. Le joueur recourt à un style subjectif et direct où il s'adresse directement au président russe qui est responsable de cette invasion en le qualifiant, avec un adjectif dévalorisant, de « Monstre ». Il exprime simultanément un souhait (la mort) et un jugement de valeur. L'énonciateur de cet énoncé prend pleinement en charge son discours en utilisant les embrayeurs : le déictique « je » s'adressant à un « tu » qui représente le président russe et les adjectifs axiologiques subjectifs « douloureuse » accompagné du superlatif « la plus » et l'adjectif « monstre ».

Roman Yaremchuk emploie une déclaration tout aussi subjective et explicite que son compère **Oleksandr**. Cependant, elle est exprimée avec un ton d'inquiétude et de peur pour l'avenir de son pays. Selon ses propos : *"Je l'ai fait pour soutenir mon pays. Je pense beaucoup à ce qui se passe et la situation me fait peur. Je veux soutenir mon pays et mon club me soutient."* Le mot « peur » renvoie à l'inquiétude que ressent le locuteur vis-à-vis de son pays.

En ce qui concerne l'ancien ballon d'or 2004 **Andriy Shevchenko** avec son énoncé :
"L'Ukraine est ma patrie ! J'ai toujours été fier de mon peuple et de mon pays ! Nous avons traversé de nombreuses périodes difficiles et, au cours des 30 dernières années, nous nous

sommes formés en tant que nation ! Une nation de citoyens sincères, travailleurs et épris de liberté ! C'est notre atout le plus important !"

Ce dernier emploie un discours d'un autre ordre, car l'effet recherché par ce discours est un effet d'encouragement et de résistance. Le locuteur commence par affirmer son appartenance et exprime sa fierté d'être ukrainien et d'appartenir à un peuple dont il loue les mérites. Selon ce dernier, le peuple auquel il fait partie, à en croire l'emploi du pronom personnel « nous » en signe de solidarité et d'affirmation identitaire, est endurant et résistant car il a traversé de nombreuses périodes difficiles. Par conséquent, la visée illocutoire de ce dernier, si on se réfère à l'interprétation de son discours, est adressée sous forme de message au monde généralement et aux Ukrainiens en particulier, il les rassure qu'ils n'ont pas à avoir peur car, ils sont déjà préparés à ce genre de situation au cours des 30 dernières années où ils sont parvenus à devenir une nation faites de citoyens qu'il qualifie avec des expressions valorisantes « travailleurs » et « épris de liberté ».

En d'autres termes, nous pouvons comparer ce discours galvanisateur au discours que prononcent les entraîneurs à leurs joueurs avant un match difficile pour les encourager et les motiver.

Pour ce qui est de **Ruslan Malinovskyi**, il fait un témoignage poignant de la situation en Ukraine. Il décrit le plan d'action adopté par la Russie. Il renvoie à l'état d'affolement et de psychose qui a gagné la population qu'il qualifie au moyen des deux adjectifs « horrifiés et paniqués ». Cette description qui traduit en fait l'état de trouble du locuteur est aussi tôt mise en évidence lorsque le joueur en question passe de l'aspect d'une description générale, avec les frontières fermées et les habitants pris de peur et de panique, à un aspect subjectif et personnel en exprimant son inquiétude pour son peuple et pour sa famille "maison". Ensuite, il fait une déclaration où il dénonce les médias russes qui donnent de fausses informations en prétendant que cette invasion profitait en fait à l'Ukraine, car il affirme que cette invasion est une attaque qu'il qualifie avec des propos crus « c'est un crime contre l'humanité ». Enfin, il insiste sur la nécessité « il faut arrêter » de mettre fin à cette guerre qu'il qualifie « d'horreur ».

Quant à l'entraîneur roumain du Dynamo Kiev **Mircea Lucescu**, il a émis le vif souhait que la guerre en Ukraine devrait cesser. Il déplore les répercussions (suspension de toutes les activités) de cette invasion sur le domaine du sport dans le pays. Il a produit un jugement dévalorisant en rapport aux responsables de ce conflit en les traitants de « idiots ». Il a terminé sa déclaration avec une prise de position impliquant un engagement personnel selon lequel il ne quitterait pas Kiev en attestant qu'il n'était pas lâche.

III.9 Mohamed Aboutrika demande l'exclusion d'Israël :

Aykut Demir n'est pas la seule personnalité du monde du football à avoir dénoncé un principe de deux poids, deux mesures : la star égyptienne Mohamed Aboutrika a appelé la FIFA à suivre la logique de l'exclusion prononcée contre la Russie en interdisant également Israël.

« *La décision de suspendre les clubs et les équipes russes de toutes les compétitions doit être accompagnée d'une interdiction des clubs et des équipes affiliés à l'entité sioniste* », a-t-il tweeté lundi en identifiant le compte arabophone de la FIFA.

« *[Israël] occupe la Palestine et y tue des enfants et des femmes depuis des années, mais vous avez appliqué un principe de deux poids, deux mesures.* »

En 2008, Mohamed Aboutrika a été rappelé à l'ordre pour avoir dévoilé sous son maillot un t-shirt portant l'inscription « Sympathise with Gaza » en signe de protestation contre le blocus israélien dans la région lors d'un match de Coupe d'Afrique des nations (CAN).

Sur les réseaux sociaux, des internautes ont accusé les autorités du football d'autoriser certains messages politiques et d'en censurer d'autres. De nombreux comptes ont notamment relayé la photo de Mohamed Aboutrika datant de 2008.³⁷

III.10 Synthèse :

Cette partie pratique regroupe l'analyse des images et des discours médiatisés dans les milieux footballistiques. Comme nous avons pu le constaté, la médiatisation de la guerre d'Ukraine, à travers des techniques variées comprenant les différents supports et les différents messages de différents types (visuels et discursifs), est arrivé e à rallier la plupart des personnes fréquentant le domaine du football, entraîneurs, joueurs, spectateurs et autres à la cause Ukrainienne. Néanmoins, force est de constater que cette médiatisation profite à un seul parti, celui de l'OTAN qui a tout aussi une grande responsabilité dans ce conflit. Plusieurs joueurs, anciens joueurs et dirigeants ont dénoncé cette hypocrisie consistant à médiatiser des conflits et fermer les yeux sur d'autres (Palestine, Libye, Mali...et autres). Cette réception contestataire renvoie à la thèse selon laquelle cette médiatisation a pour but une propagande politique contre la Russie afin de la diaboliser et de la rendre seule responsable de la crise en Ukraine. Le but n'est autre que celui de manipuler l'opinion publique et de la rallier à la cause des pays de l'OTAN.

³⁷ Africa Top Sport : Jacques PEKEMSI. Le 01 Mar 2022 à 15:17

Conclusion

Générale

Conclusion générale :

Notre étude traite de la médiatisation de la guerre d'Ukraine dans les milieux sportifs en football spécialement, état des lieux et finalités. Notre préoccupation principale était de répondre à notre problématique de recherche qui est :

À travers quels signes sémio-discursifs se met en scène la médiatisation de la guerre d'Ukraine dans les milieux sportifs ? Et quelles sont ses véritables finalités ?

Nous sommes arrivé, après étude et analyse, aux résultats selon lesquels : cette médiatisation s'est faite à travers plusieurs procédés variés. L'intrusion de la politique en football a emprunté deux voies principales, la communication visuelle et le discours.

Pour ce qui est de la communication visuelle, elle a adopté plusieurs supports. Cette stratégie de communication s'est mise en place à travers différents signes sémio-discursifs tels que les affichages numériques (télévision, panneaux d'affichage dans les stades...etc.), les objets (accessoires sportifs : brassard, maillots, drapeaux, banderoles et écharpes...etc.), les discours (messages politiques, déclarations, Hashtags ...), ainsi que les gestes symboliques tels que les minutes de silence qui sont utilisés lors des compétitions sportives internationales ou certains gestes comme celui de mettre un genou à terre et autres du même genre.

Cette diversité et cette richesse dans les procédés de médiatisation de la guerre en Ukraine est arrivé à rallier la plupart des joueurs anciens et nouveaux, dirigeants, supporteurs, téléspectateurs et autres passionnés de sport à cette cause ukrainienne.

Toutefois, et pour répondre à la deuxième partie de notre problématique, il semblerait à travers les messages lancés par cette médiatisation qu'elle met le doigt accusateur sur une seule personne qui est celle de Poutine. Par conséquent, cette médiatisation qui paraît être une sensibilisation contre la guerre et une lutte pour l'instauration de la paix dans le monde n'est pas si neutre qu'elle n'y paraît car, elle ne défend l'intérêt que d'un seul parti, celui de l'Amérique et de ses alliés qui font partie de l'OTAN. Cette médiatisation fait fi du rôle principal qu'ont joué les pays de l'OTAN dans cette guerre et qu'ils en sont à l'origine de cette dernière. Pour notre part, la réception contestataire contre cette médiatisation qui est représentée à travers certaines déclarations de certains joueurs (comme Aboutrika) ou les actions subversives de certains autres (comme celle du Turc qui a refusé de se joindre à la mobilisation contre la guerre ou celle du gymnaste russe qui a affirmé son soutien à son pays lors de manifestation sportive mondiale...et autres) nous permet d'asseoir la thèse selon laquelle cette médiatisation avait pour but une manipulation de l'opinion publique. Elle a suivi un processus de propagande contre le président Russe afin de le diaboliser et de le rendre seul responsable de ce qui se passe en Ukraine.

En somme, nous dirons que la médiatisation de la guerre en Ukraine en football a emprunté deux canaux de communication : l'image et le discours. Cette communication visuelle s'appuyait sur deux aspect majeurs, le premier est celui de la mise en évidence au moyen de la répétition afin que les messages de sensibilisation soient perceptibles à travers d'une part, les couleurs de l'Ukraine perceptibles dans tous les affichages (télévision, écrans d'affichages, affiches, les stades et autres) et sur tous les accessoires (maillots, brassard, drapeaux, écharpes et banderoles) et d'une autre part à travers le discours circulant qui est devenu un hashtag « STOPWAR ».

Le deuxième aspect, quant à lui consiste dans le style car, en plus de la visibilité manifestée à travers les couleurs, formes et textures des images apparentes et la typographie imposante (en gras) des messages qui ont pour but d'accrocher le public , la médiatisation de la guerre d'Ukraine a adopté un style qui est plutôt en vogue, celui de la concision. Les images sont simples et les discours succincts (avec une tournure de phrase nominale, celle du Hashtag), car l'insistance a été mise sur le processus de répétition et non sur la consistance du message. En d'autre terme, la pertinence de ces messages résidait dans leur récurrence.

En perspective d'avenir nous espérons que ce modeste travail ouvrira le champ à d'autres travaux qui se pencheront sur les différents procédés de médiatisation politiques dans les milieux sportifs sous un aspect comparatif afin de dévoiler les deux poids, deux mesures dont il en a été fait mention antérieurement.

Références bibliographiques :

Ouvrages :

1. CHARAUDEAU Patrick. Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social, 1997, Paris, Nathan / Institut national de l'audiovisuel (coll. « Médias-Recherches »).
2. CHARAUDEAU Patrick (2009b) : "Il n'y a pas de société sans discours propagandiste" in Olivier-Yaniv C. & Rinn M. (dir.), Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?, PUG, Grenoble, 2009.
3. CAMUS O., GEORGET P. (2003). L'analyse des discours médiatiques. Dans C. Bonardi, P. Georget, C. Roland-Lévy & N. Roussiau, (eds). Psychologie sociale appliquée, tome 4. Economie, médias, nouvelles technologies. Paris.
4. DOMINIQUE MAINGUENEAU. , (Février 1996), Les termes clés de l'analyse du discours, éditions du seuil, 94p.
5. DOMINIQUE MAINGUENEAU, L'analyse du discours, introduction aux lectures de l'archive (Hachette, Janvier 1991). France.
6. Martine Joly, introduction à l'analyse de l'image (2e édition), Armand Colin, mai 2009. France.

Dictionnaires :

1. GREIMAS et .A.J, J.COURTES. (1993), Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage, ED. Hachette.
2. PATRICK CHARAUDEAU et DOMINIQUE MAINGUENEAU. (Février 2002), Dictionnaire d'analyse du discours, éditions du seuil.

Articles :

Peter Weibel, « Le pouvoir des images : des médias visuels aux médias sociaux », Perspective [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 14 août 2013, consulté le 09 septembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/perspective/406> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/perspective.406>

Site Web :

Émilie Granjon (2016), « Le signe visuel chez le Groupe μ », dans Louis Hébert (dir.), Signo [en ligne], Rimouski (Québec),<http://www.signosemio.com/groupe-mu/signe-visuel.pdf>.

Source des figures :

1. LE Grand Continet : Dario Saltari. Le 9 mars 2022
2. Benoît Caritey and Maurice Carrez, “Sport et propagande en Europe (XIXe-XXe siècle)”, Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique, 88 | 2002, 9-15.
3. Photo by Vincenzo PINTO / AFP

4. As.com Actualizado a 28 de febrero de 2022 23:45 CET
5. Marcos André, al palo. Fútbol en Movistar Plus+
6. L'ÉQUIPE : Ciro De Luca/Reuters. Publié le 24 février 2022 à 21h32. Mis à jour le 24 février 2022 à 22h13.
7. PHOTO : ARCHIVES DARREN STAPLES/AFP
8. (RALF IBING / AFP)
9. Christof Stache, AFP
10. Oli Scarff, AFP
11. Adrian Dennis, AFP
12. (AP Photo/Jon Super)
13. Ivan Kuliak. Image credit: Eurosport
14. Par RMC Sport. QM. Le 18/05/2022 à 8:43
15. (capture d'écran/TRT Spor) Rayhan Uddin. Mercredi 2 mars 2022 - 09:37
16. LADEPECHE : Saint Adrien. Vendredi 08 septembre 2023.
17. Africa Top Sport : Jacques PEKEMSI. Le 01 Mar 2022 à 15:17