

Recherches en langue et Littérature Françaises
Revue de la Faculté des
Lettres et Sciences Humaines
Année 53 N^o 218

Narrativité et tensivité dans le discours publicitaire de
Cillit Bang*

Hamid Reza Shairi**

E-Mail: Shairi@modares.ac.ir

Nassim Tajbakhsh***

Résumé

Depuis V. Propp beaucoup de recherches ont été effectuées dans le domaine de la narrativité. Pour la plupart d'entre elles, le parcours narratif se définit comme ce qui nous conduit d'un état de manque vers sa liquidation. Cette vision classique réduit la question de la narrativité à deux éléments principaux: l'action et le programme. Alors que d'un point de vue post-structural, la narrativité peut être aussi soumise à la relation tensivité et phénoménale que le sujet établit avec l'univers des valeurs.

Ainsi, dans cet article, notre tâche consistera de montrer, à partir de l'étude de la publicité "Cili Bang", de quelle façon la tensivité peut intervenir dans le régime narratif. Nous verrons aussi que le "corps" est un facteur important pour que le parcours narratif puisse prendre une allure tensivité. En effet, nous pensons que sans la prise en considération du corps, toute étude narrative restera imparfaite et trop mécanique.

Mots-clés: discours publicitaire, le parcours narratif, la tensivité, le phénoménal, le corps

* - تاریخ وصول: ۸۸/۱۱/۷ تایید نهایی: ۸۸/۱۲/۲۳

** - Maître de Conférences, Université Tarbiat Modares

*** - M.A traducteur, Université Tarbiat Modares

Introduction

Quoique l'étude narrative des contes, proposée par V. Propp, soit reprise et redéfinie par A. J. Greimas et d'autres sémioticiens, la question du procès narratif des discours continue à constituer l'une des priorités des théoriciens du domaine de la sémiotique. En effet, vu la diversité des cultures et des discours qui s'en émanent, la théorie narrative ne cesse pas d'évoluer et de s'enrichir. Ainsi, le discours publicitaire de Cillit Bang qui fait l'objet de notre étude dans cet article, nous permet de revoir et de réexaminer la question du programme et du parcours narratif sous un nouveau jour. Ce qui met d'une certaine manière l'accent sur le rapport entre la narrativité et la structure tensives des discours.

La tensivité intervient-elle dans les structures narratives des discours publicitaires ? Si oui, de quelle façon ?

Le discours de Cillit Bang montre bien que l'examen narratif des textes publicitaires, sans la prise en considération du *phénoménal* et du *tensif*, serait d'avance voué à l'échec. De cette façon, dans cet article, nous nous efforcerons de voir en quoi la présence du corps tensif des sujets humains occupe une place importante dans les parcours narratif du discours publicitaire.

Le parcours narratif, un rappel historique:

En ce qui concerne la science du texte, le schéma de l'action constitue l'un des instruments d'analyse les plus performants de la sémiotique. Mais dans son application à l'étude des textes, le schéma narratif a connu au fil du temps, une certaine évolution. En ce qui concerne son histoire, on considère les années 1960 comme le début d'une vraie révolution narrative. A l'origine de ce bouleversement résident des noms importants comme R. Barthes, A.J. Greimas, C. Bremond, G. Dumézil, U. Eco, G. Genette, C. Metz et T. Todorov.

D'abord, à partir d'une étude comparative d'une centaine de contes (1924), le grand folkloriste russe, V. Propp, a remarqué pour la première fois que tous les récits ont une organisation narrative sous-jacente similaire, qu'il nommait « les trente et une fonctions du récit ». Parmi toutes ces fonctions constitutives, les plus importantes étaient pour lui, le « manque » initial et sa « liquidation » à la fin du récit.

Ensuite, cinq décennies après, C. Bremond (1973) ouvre un nouvel horizon dans le développement de l'étude de la narrativité. En effet, il

donne la priorité aux personnages et aux rôles qu'ils prennent en charge tout au long du récit. Alors pour lui, contrairement à Propp, c'est «l'agencement de rôles», et non pas «la série d'actions» (2007, Shairi: 90) qui se trouve à la base de la structure narrative.

C'est à la suite des théories de Propp et de Bremond, qu'apparaît le «schéma narratif» composé de trois «épreuves» de Greimas. Dans la sémiotique narrative de Greimas, le *changement* et la *transformation* occupent une place centrale. Ces derniers, dépendent de l'action, sans laquelle il est impossible d'imaginer un procès narratif. Mais «l'action» greimassienne, à la différence de celle de Propp, se définit comme une «action en papier» qui prend source dans la réalité langagière du discours.

Le schéma ou le parcours narratif que Greimas proposait sous la forme de trois épreuves «qualifiante, décisive, glorifiante» (Courtés, 2003: 89), dépend fortement de la dynamique narrative.

Pourtant ce schéma a été redéfini par D. Bertrand (2000: 186) fournissant l'occasion de deux modèles narratifs encore plus fonctionnels:

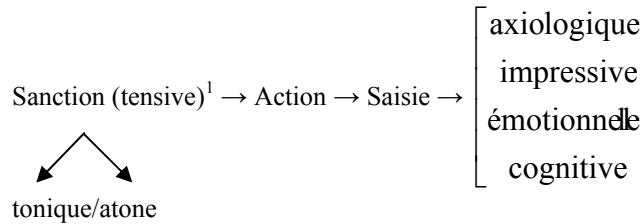
- 1) Contrat → Compétence → Performance → Sanction
- 2) Manipulation/Contrat → action → Sanction

D'après ces modèles, la sémiotique narrative considère le manque initial comme déclencheur de l'action. Cela exige la préparation d'un parcours de programmation ou de manipulation afin de liquider un tel manque. Comme on voit, dans ces schémas la sanction trouve toujours sa juste place à la fin du parcours.

Mais en 2007, H. R. Shairi montre, à partir de l'analyse d'un conte populaire persan, que le modèle classique de la narrativité semblait en effet «insuffisant, inadapté quelque fois à la diversité des corpus provenant de cultures et de situations discursives très variées» (Shairi, 2007: 89).

Procédant à l'étude de ce petit conte persan intitulé *Le Maître forgeron et son Apprenti*, Shairi s'aperçoit que l'ordre du parcours narratif peut être renversé. Autrement-dit, on peut se trouver en présence d'un «déplacement des phases de la narrativité» (*Ibid.*). Ainsi dans son modèle «la sanction manipulatoire» placée à l'origine de l'action et au début du schéma narratif «fonctionne comme ce qui anticipe la fin par l'intrusion d'une force somatique» (*Ibid.*).

En effet dans son analyse, le parcours narratif débute par une sorte de sanction pragmatique anticipée qui peut être considérée comme un moyen de manipulation. Ainsi Shairi propose un nouveau schéma narratif intitulé: « *Le schéma canonique de la sanction* » (*Ibid.*: 99):



C'est ainsi que se dessinent les grands domaines d'articulation sémiotique ayant chacun leur autonomie par rapport aux données narratives. Il en résulte un élargissement du champ d'étude qui ne se limite pas à un simple récit mais qui peut concerner toutes sortes de discours; notamment le discours publicitaire.

Le fonctionnement de la narrativité dans la publicité Cilli Bang²

Beaucoup de publicités ont tendance à présenter l'objet de valeur (produit) dans un contexte narratif.

Le recours au narratif prend dans la publicité des formes extrêmement diversifiées qui varient d'une simple succession de quelques événements ayant entre eux une certaine relation, jusqu'à de plus rares formes narratives.

Mais le cas le plus fréquent est celui de la simple création d'un contexte narratif dans lequel l'objet se trouve en quelque sorte mis en situation. La publicité prend alors généralement la forme d'une simple narration, autrement-dit d'un court moment narratif. La publicité filmique de Cilli Bang est un exemple simple mais très représentatif de la mise en œuvre de ce type de stratégie.

Cette publicité présente un produit de nettoyage (Cilli Bang) qu'elle prétend être efficace pour nettoyer les canalisations, les W.C, etc. Elle demande aussi aux spectateurs de vérifier son efficacité chez eux. Comme on l'a déjà précisé la stratégie persuasive de cette publicité relève d'une simple narration:

Une femme de ménage, fatiguée de nettoyer durement les W.C et les canalisations et déçue de pouvoir désincruster les taches et les saletés tenaces, utilise Cillit Bang, selon la proposition de l'annonceur, pour pouvoir les éliminer.

Cette fois-ci l'action du nettoyage devient beaucoup plus facile et rapide qu'auparavant, ayant un résultat merveilleux: Il suffit de verser un peu de Cillit Bang sur les W.C sales et puis les nettoyer très facilement; ils deviennent, en un clin d'œil, si propres qu'on les prend pour des neufs ! C'est ainsi que la femme de ménage affirme l'efficacité de Cillit Bang. Voici la transcription du dialogue échangé dans cette publicité:

L'annonceur: *«Vous voyez l'efficacité de Cillit Bang dans cette canalisation gorgée; vérifions-la chez vous.»*

La femme de ménage: *«Ces taches-là au fond, avant... pour les avoir fallait y aller; maintenant avec Cillit; ça les désincruste illico: c'est blanc, ça brille, c'est comme neuf quoi!»*

L'annonceur: *«Saletés tenaces, engorgement, moisissures, Cillit Bang élimine toutes les saletés de tous les jours»*

La femme de ménage: *«Les W.C, la salle de bains, les canalisations; que demande le peuple ?!»*

L'annonceur: *«Bang, dites adieu à la saleté»*

Dans la partie suivante, nous analyserons, le système narratif de la publicité Cillit Bang à partir d'une approche sémiotique. Pour ce faire, nous allons tout d'abord examiner le programme narratif propre à cette publicité, afin de pouvoir montrer ensuite, le fonctionnement de son parcours narratif. Comme nous le verrons, le discours publicitaire auquel nous avons affaire, s'inscrit dans l'ordre classique de la narrativité; à cette différence près que, comme nous le montrerons, l'action relève aussi de la *tensivité*³ et du *phénoménal*⁴ (situation de l'homme en tant qu'être humain). En effet, elle est d'abord liée à une présence contractée du *corps* de la femme de ménage; et c'est seulement ensuite que, grâce à l'usage du produit de nettoyage, elle se caractérise par la dilatation du même corps. Ce prédicat constitutif de la phénoménologie, le *corps*, est ainsi présenté par Jean-Claude Coquet (1992: 64-68): *«l'instance de base c'est le corps (...). C'est autour du corps, en fonction de sa position, de ses actes (...) que le sens prend forme.»*

Le programme narratif et l'intervention tensive de la publicité Cillit Bang

Comme on voit, on peut comparer la structure de cette publicité avec celle d'un récit minimal qui se définit de la manière suivante: «*La transformation ou le passage située entre deux états successifs et différents*» (Courtés, 2003: 79).

La syntaxe narrative pose que le récit minimal part d'un état premier, pour aller vers un état second; autrement-dit, pour que la situation narrative puisse se compléter et déboucher sur un sens, il faut qu'il y ait dans toute narration, un changement ou une transformation en perspective. Alors, toute action dans le récit sera au service de ce changement final.

Dans notre exemple, l'action principale s'organise autour de l'acte de *nettoyer*; la femme de ménage lave les W.C sales pour les rendre propres. On oppose donc la *saleté* à la *propreté*. Au niveau temporel, notre récit se divise en deux temps:

Avant: nettoyage sans Cillit Bang

Maintenant: nettoyage avec le Cillit Bang

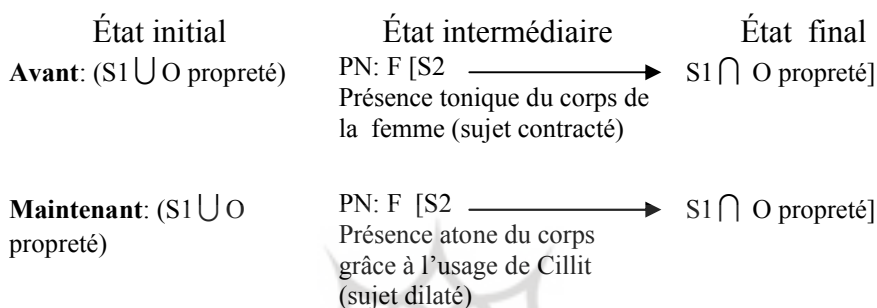
L'énoncé «*fallait y aller*» nous montre que, dans le premier temps, l'action de nettoyer connaît beaucoup de difficultés et a beaucoup de mal à fonctionner. Elle n'a pas de résultat satisfaisant: «*Ces taches-là, au fond, avant, pour les avoir fallait y aller*».

Mais dans le second temps la situation change: l'action du nettoyage devient une affaire simple: «*... maintenant avec Cillit, ça les désincruste illico!*»; le mot «*illico*» peut très bien transmettre cette impression. Le résultat est aussi très satisfaisant: «*C'est blanc, ça brille, c'est comme neuf quoi!*»

Suite à ces indications on peut présenter le programme narratif de cette publicité de la manière suivante:

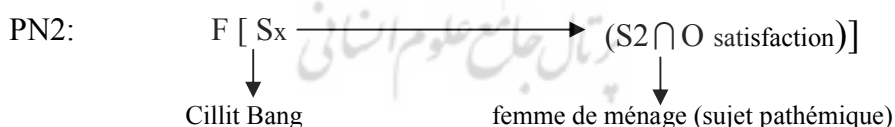
L'"avant" (le passé), du point de vue de la narrativité tensive, est lié à la seule intervention de la femme de ménage. Ce qui témoigne de la présence d'une force *somatique* (le corps) définissable comme une *intensité⁵ forte*: «*fallait y aller*». Ainsi l'"avant" signifie une *temporalité tonique*. Tandis que le "maintenant" (le présent) se justifie par l'affaiblissement de l'intervention de la femme de ménage, grâce à l'usage de Cillit Bang. Ce qui nous met en présence d'une *intensité faible*: Autrement-dit, du point de vue somatique, le corps connaît une dilatation dans l'action du nettoyage. De cette façon, le "maintenant" est homologable à une *temporalité atone*.

Dans tous ces deux temps, on a un *sujet d'état* (S1= les W.C) *disjoint* (\cup) de l'*objet* de valeur (O= la propreté) en état initial. Ceci devient *conjoint* (\cap) à la /propreté/, en état final, par le biais du *faire* (F=Fonction) d'un *sujet de faire* (S2=femme de ménage). On aura alors les formules suivantes, représentant le programme narratif de cette publicité:



On peut étudier le système narratif de cette publicité avec un autre point de vue: On comprend bien sûr la satisfaction de la femme de ménage dans le "maintenant": «*c'est blanc, ça brille, c'est comme neuf quoi!... que demande le peuple ?!*»

Alors on peut la considérer comme un sujet d'état qui était disjoint de la satisfaction, "avant" d'utiliser Cillit Bang; mais dans un second temps, Cillit Bang (ici le sujet de faire) fait qu'elle soit conjointe avec la satisfaction. La satisfaction relève de la thymie et correspond à un état d'âme positif ou euphorique; c'est ainsi que le sujet d'état est un sujet *pathémique*. Donc notre programme narratif sera le suivant:



Ainsi, le programme narratif du *passé*, aboutissant à la présence d'un sujet thymique de la «*dysphorie*» (femme de ménage insatisfaite), se transforme dans le *présent*, en un programme narratif, ayant pour résultat la présence d'une femme de ménage satisfaite en tant qu'un sujet thymique de l'«*euphorie*» (D. Bertrand, 2000: 232).

Le Parcours narratif et l'intervention tensive dans la publicité Cillit Bang

Comme nous avons signalé, selon l'étude comparative qu'a faite V. Propp sur un grand corpus de contes russes, la plupart des récits commencent par un *manque* initial et se terminent par la *liquidation de ce manque* (le cas des récits qui se terminent bien).

Alors le sujet principal, c'est-à-dire le sujet de faire doit passer plusieurs étapes et faire des actions particulières pour liquider ce manque initial.

D'après A.J.Greimas, pour transformer son état de manque le sujet est obligé de faire trois épreuves successives:

Dans un premier temps le sujet passe par l'épreuve *qualifiante* (qui lui donne des moyens de réaliser son projet); dans un second temps il affronte l'*épreuve décisive*, (ou l'épreuve principale, le moment de passer à l'action principale) et finalement il subit l'*épreuve glorifiante*.

Dans l'exemple Cillit Bang, la distinction du manque initial est simple: l'existence des taches tenaces (donc l'absence de la propreté), qui exige un travail éprouvant pour les enlever.

Alors la femme de ménage, notre sujet de faire, doit tout d'abord acquérir le produit Cillit Bang, mettre des gants et disposer d'une brosse (épreuve qualifiante) afin de désincruster et d'éliminer les taches existant au fond des W.C (épreuve décisive) et enfin de pouvoir jouir (la satisfaction) de la propreté, de la blancheur et de la brillance des W.C nettoyés (épreuve glorifiante).

On peut encore étudier les étapes du parcours narratif du récit d'une manière beaucoup plus complète: la sémiotique narrative conçoit le récit standard comme un enchaînement successif de quatre phases (chacune d'elles contenant parfois plusieurs sous-programmes narratifs) qui se lient d'une manière chronologique et qui se présupposent logiquement les unes les autres:

Le contrat/la manipulation

Le récit débute toujours par l'établissement d'un contrat, alors la phase initiale d'un parcours narratif est celle du **contrat**, le moment où le sujet se donne pour tâche de chercher l'objet de valeur et de l'obtenir. Greimas appelle cette étape, la phase de *faire-faire* dans laquelle le destinataire-émetteur soit, informe le sujet de sa mission à réaliser par une opération du type *faire-savoir*; soit par l'opération du

faire-vouloir le pousse à accepter le contrat. On peut parler ici de la phase de **manipulation** où le destinataire-manipulateur soit, va faire en sorte que les modalités négatives du sujet en position initiale, se transforment en modalités positives (par exemple faisant en sorte que le *ne pas pouvoir-faire* laisse place au *pouvoir-faire*); soit va agir en sens inverse, en faisant devenir négatives les modalités au départ positives. Il existe plusieurs manières de manipuler dont Greimas et courtés (1993: 220-222) présentent quelques-unes: manipulation par tentation (*promesse*), par intimidation (*ou menace*), par séduction (*ou flatterie*) ou par provocation (*ou défi*). Le parcours narratif de notre exemple, avant l'acquisition de Cillit Bang, est plutôt du type **contractuel**: La femme de ménage connaît très bien sa tâche, celle de nettoyer les espaces sales de la maison. Alors procéder à l'action de *nettoyer* ou *rendre propre* les W.C sales, c'est un contrat quotidien qui se répète et qui se rétablit à chaque fois que les W.C deviennent sales. Ici notre sujet fonctionne comme son propre destinataire. Mais dans un second temps c'est la **manipulation** qui est moteur de l'action: l'annonceur de la publicité joue maintenant le rôle du destinataire, qui en donnant la promesse de l'efficacité de Cillit Bang pour le nettoyage des canalisations (*manipulation par tentation*), pousse le sujet-manipulé (la femme de ménage et tous les éventuels et futurs usagers de Cillit Bang) à accepter le nouveau contrat établi; celui de nettoyer avec Cillit Bang afin de vérifier son efficacité: «...l'efficacité de Cillit Bang; vérifions-la chez vous! ».

La phase de la compétence

La deuxième étape du parcours narratif, c'est la phase de la **compétence**, le moment où le sujet dispose des éléments, des compétences et des objets modaux nécessaires à l'exécution de sa tâche afin de remplir heureusement le contrat (cette phase est l'équivalent de l'étape qualifiante déjà expliquée).

Dans la publicité Cillit Bang cette phase se manifeste différemment par rapport à deux temporalités "avant" et "maintenant": l'"avant", c'est l'intervention du corps et de la force tensivité qui garantit la compétence. Tandis que dans le "maintenant", à la force tensivité du corps se substitue le produit Cillit Bang.

La phase de la performance

La troisième et la plus importante phase du parcours narratif est celle que Bertrand appelle la **performance**; la phase d'exécution principale où le sujet de faire intervient pour réaliser la transformation visée (soit conjonction, soit disjonction). Cette phase équivaut à l'épreuve décisive déjà présentée.

Quant à notre exemple, dans le passé, la performance est réalisée par la femme de ménage elle-même, en tant que sujet de faire. Cette phase, dans le présent, correspond au moment où la femme de ménage, verse du produit Cillit Bang sur les taches des W.C et brosse leur fond. Il faut faire attention au fait que la stratégie de cette publicité consiste à accentuer et à amplifier le rôle de Cillit Bang dans l'exécution de l'action du nettoyage. Donc, alors que dans le passé, c'était la femme de ménage qui prenait en charge le rôle du sujet de faire, "maintenant" c'est à Cillit Bang que ce rôle est confié: «...ça [Cillit Bang] *les désincruste illico !! ...*». Le verbe « *désincruste* » qui renvoie à Cillit Bang, et l'adverbe de temps « *illico* » qui montre la facilité de ce travail pour ce dernier, accentuent le rôle de Cillit Bang et fondent de lui un sujet de faire incontournable.

Quant à la femme de ménage, elle prend un peu de distance, en ce moment, par rapport au *faire* principal, si bien qu'elle abandonne son rôle du sujet de faire pour devenir elle-même un sujet observateur, juge et pathémique: « *c'est blanc, ça brille, c'est comme neuf quoi ! ...que demande le peuple ?!* »

La sanction

La phase finale du parcours narratif est celle de **sanction** par laquelle ce parcours se clôt. Dans cette phase, le destinataire intervient comme un juge pour juger l'exécution du contrat, par exemple si l'objet visé est acquis par le sujet ou non. La sanction finale peut se situer à trois niveaux: pragmatique, cognitive⁶ et pathémique⁷.

Encore quant à notre exemple, dans cette phase, la femme de ménage joue en même temps deux rôles actantiels: elle est d'une part un destinataire-sujet qui a très bien exécuté le contrat initial, celui d'utiliser le Cillit Bang pour le nettoyage et de vérifier son efficacité. Alors sur l'axe pragmatique sa récompense sera d'avoir les W.C

Conclusion

Au terme de cette article, nous voudrions insister sur le fait qu'aujourd'hui l'examen de la question de narrativité, dépend beaucoup de la présence tensive du corps et du phénoménal. En effet, avec les acquis de la sémiotique des passions et de la tension, et avec ceux de la phénoménologie («la situation de l'homme»), les structures narratives telles que les considère le schéma standard de la narrativité, ne suffisent plus à répondre aux exigences de nouveaux régimes du sens liés à la présence de l'être humain. En vérité la publicité Cillit Bang était pour nous, l'occasion de montrer que le corps du sujet marque sa présence dans le discours, d'une part, par le biais d'une force somatique (ce que nous avons défini comme une compétence tensive et un embrayage corporel), et de l'autre, par le moyen d'une observation idio et sociolectale (la femme de ménage qui ne cache pas son évaluation individuelle du Cillit Bang, se considère également comme la représentante du peuple: «*que demande le peuple ?*»). Ainsi le corps du sujet débrayé du faire se trouve embrayé au corps social et reprend le chemin de la tensivité mais, cette fois, par l'intégration du corps social dont elle se présente comme la seule déléguée compétente. De ce point de vue, la narrativité reste très liée à la tensivité.

Notes

1- Voir infra.: 4, 6.

2- Publicité diffusée sur la chaîne télévisée de France 3.

3- Selon A. J. Greimas et J. Courtés (1993: 388), «la tensivité est la relation que contracte le sème duratif d'un procès avec le sème terminatif: ce qui produit l'effet de sens "tension" et "progression" ». Le point de vue tensif, pour Zilberberg, explicite la relation obscure entre l'intensité et l'extensité, autrement-dit, entre l'énergie et l'étendue. Ainsi il définit la *tensivité*, comme la relation de l'intensité à l'extensité, ou des états d'âmes aux états de choses.

4- La présence corporelle d'un sujet inscrit dans l'espace, le temps et la relation avec autrui.

5- Du point de vue tensif, la dimension de l'intensité a pour tension génératrice: [éclatant vs faible]; elle subsume deux sous-dimensions: le tempo (la vitesse) et la tonicité. On connaît l'opposition (vif vs lent) comme l'opposition basique du tempo. Et quant à la tonicité, terme emprunté au plan de l'expression, elle nous fournit l'opposition basique (tonique vs atone).

6- La sanction est une figure discursive, corrélatrice à la manipulation, qui, inscrite dans le schéma narratif, prend place sur les deux dimensions pragmatique et cognitive. La sanction pragmatique est un jugement épistémique, porté par le Destinateur-judicateur sur la conformité de comportement et, plus précisément, du programme narratif du sujet performant; elle peut être alors de type positif (récompense) ou négatif (punition). En tant que jugement sur le faire, la sanction pragmatique s'oppose à la sanction cognitive qui est un jugement épistémique sur l'être du sujet et, plus généralement, sur les énoncés d'état qu'il surdétermine grâce aux modalités véridictoires et épistémiques (Greimas et Courtés, 1993: 320).

7- Outre les dimensions pragmatique et cognitive, il faut faire intervenir le niveau pathémique dans lequel le destinataire-sujet «passionné» éprouve, au terme de son parcours, un état d'âme d'ordre euphorique ou dysphorique (Courtés, 2003: 93).

Bibliographie

- Adam, J. M. et M. Bonhomme. *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Nathan, Paris, 1997.
- Bertrand, D. *Précis de la sémiotique littéraire*, Nathan Université, Paris, 2000.
- Bertrand, D., C. *La logique du récit*, Seuil, Paris, 1973.
- Coquet, J.-C. «Qu'est-ce qu'un objet de recherche ?». *Hors cadre* (Université de Paris VIII), n° 10: 61-70, 1992.
- Courtes, J. *La sémiotique du langage*, Nathan Université, Paris, 2003.
- Fontanille, J. et C. Zilberberg. *Tension et Signification*. Liège: Pierre Mardaga, 1998.
- Greimas, A. J. et J. Courtés. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris, 1993.
- Propp, V. *Morphologie du conte*, Seuil, Paris, 1970.
- Shairi, H. R. «Réexamen du parcours narratif: place et types de la sanction. "Comment peut-on être un Perçan ?"». *Protée*, volume 35, n° 3: 89-101, 2007.

