

LA NARRATIVITE GREIMASSIENNE COMME ELEMENT DE STRUCTURATION DU SENS DANS LE CROISEMENT DU FOOTBALL ET LA PUBLICITE AU STADE

Anicet Bassilua
Université de Liège, Belgique
anicetbassilua@yahoo.fr

Abstract

Considérée comme principe d'organisation du discours (Greimas et Courtés 1979), la *narrativité greimassienne* semble garder ce statut au-delà des types d'objets sur lesquels elle a été testée à l'origine, par exemple, le système d'oppositions dans les *figures-signes*. Notre étude, consacrée aux *pratiques* du football et de la publicité telles qu'elles se réalisent et se croisent au stade, montre que la *narrativité*, en lien avec le *système tensif*, organise aussi le parcours du sens dans cette interaction. Elle instaure tout un système de hiérarchisation des valeurs à travers une stratégie d'exposition des grandeurs.

Introduction

La syntaxe narrative développée par Greimas ([1966] 1986), avec des éléments comme : schémas narratif (schéma de l'épreuve, schéma de quête...), les transformations narratives, etc., semble sous-tendre tout un modèle de structuration du sens ayant cours au stade dans la situation du croisement du football et la publicité. Ce modèle repose sur la mise en place de deux sujets d'énonciation : un informateur et un observateur, dont l'interaction se déroule à l'intérieur d'un processus d'ajustement (Bertin 2003, Landowski 2007) des espaces : espaces du football et espace de la publicité (le panneau). Dans le présent article, nous décrivons ce phénomène. Nous proposons d'abord quelques données observées sur terrain qui manifestent le procès en question (section 1), puis nous fournissons un modèle explicatif de ces configurations qui épingle les outils du modèle narratif de Greimas (section 2). L'exposé s'achève sur une conclusion qui en résume les propos.

1. Les données du terrain

Nous présentons ces données relevées en deux moments caractéristiques du stade de football: stade en l'absence d'une partie de football et stade en présence d'une partie de football.

1.1. Stade en l'absence d'une partie de football : ajustement statique



Figure 1. Source : Stades.ch

La Figure 1 montre un stade de football en l'absence d'une partie de football. Ce stade de Sclessin à Liège (Belgique) offre la possibilité de voir l'interaction entre le football et la publicité. Nous appliquons une grille de description spécifique qui tient compte de la hiérarchie des niveaux de pertinence du plan de l'expression (cf. Fontanille 2008) pour décrire les éléments de cette figure. De ce fait, nous faisons correspondre le stade au niveau de pertinence *objet*¹. Nous lui assignons la valeur $n+2$. La séquentialité du jeu du football² (qui se déroule sur une surface plane) d'une part et la surface des panneaux publicitaires (qui organise des éléments figuratifs, notamment), de l'autre, représentent, elles, le niveau de *texte*. Nous leur assignons la valeur $n+1$ (Groupe μ , 1992). Les expressions figuratives du football (les joueurs, etc.) et celles de la publicité (des éléments eidétiques, topologiques et chromatiques) reçoivent la valeur n et, en fin, aux parties des figures, c'est-à-dire des aspects dits transitoires (cf. Töpffer cité par Gombrich 1996 : 287-8) qui sont des traits permanents qui servent à l'identification des figures, nous assignons la valeur $n-1$. Nous pouvons ainsi décrire les éléments de la Figure 1 de la manière suivante (Tableau 1):

a) Pour le Football

| Niveau <i>Objet</i> $n+2$ | <i>Texte-énoncé</i> $n+1$ | <i>Figures</i> N | <i>Parties des figures</i> $n-1$ |
|--------------------------------------|------------------------------|------------------------|---|
| Stade en tant que lieu d'énonciation | Absent ³ | Aire de jeu | Tapis vert + plus marquages blancs au sol |
| | | Sièges des spectateurs | Peint en rouge (couleur du Standard de Liège) |

Tableau 1 : Description des éléments du football de la Figure 1

b) Pour la Publicité

| Niveau <i>Objet</i> $n+2$ | <i>Texte-énoncé</i> $n+1$ | <i>Figures</i> N | <i>Parties des figures</i> $n-1$ |
|--------------------------------------|---|-------------------------------------|---|
| Stade en tant que lieu d'énonciation | Panneaux alignés en quatre rangées (zone autour de l'aire de jeu et les balcons (frontons) des étages). | Figures linguistiques et plastiques | Couleurs des caractères et des fonds des panneaux (rouge, blanche, bleue, etc.) |

Tableau 2 : Description des éléments de la publicité de la figure 1

¹ *Objet* ici est entendu dans le sens des niveaux de pertinence du plan de l'expression tel que formulé par J. Fontanille : *Figure- signes, textes-énoncés, objets, scènes pratiques, stratégies, formes de vie*. Dans une étude, à paraître (le croisement sémiotique du football et la publicité : éléments d'une grammaire générale), nous saisissons le stade, avec toutes ses composantes : l'aire de jeu, les gradins, les vestiaires..., tout le bâtiment qui détermine notamment sa morphologie et son identité extérieure comme *objet* dès lors qu'il présente bien une fonctionnalité spécifique : c'est l'endroit où l'on joue au football, laquelle en manifeste l'usage spécialisé. (cf. définition d'objet fournie par Fontanille 2008 : 23). Il en est de même pour notre saisie du *texte-énoncé* que nous faisons correspondre au jeu qui se déroule sur terrain du football et à la surface du panneau publicitaire, dès lors que dans la situation du stade, ces ensembles signifiants y sont intégrés.

² Les séquences de but, de passe, de remise en jeu, etc.

³ Nous ne considérons pas encore la présence du jeu du football (séquences sur l'aire de jeu, qui est absente sur l'image).

Comme on peut le voir, la Figure 1 propose tout un modèle de structuration des panneaux publicitaires. En effet, nous avons des panneaux localisés dans la zone entourant l'aire de jeu et dans trois frontons (balcons) du stade qui proposent, à travers leurs tailles, notamment une hiérarchisation verticale qui va, dans l'ordre des grandeurs décroissant, de bas vers le haut. Ces dimensions fournissent entre autres les conditions d'inscription des objets panneaux au stade. Nous rappelons ici qu'un stade de football est souvent construit sous la forme d'entonnoir : les cercles concentriques en fonction desquels sont placés les sièges des spectateurs s'éloignent du centre de manière horizontale (éloignement latéral) et verticale (de bas vers le haut). Ce modèle propose une stratification des spectateurs selon leurs situations de siège et ce, en rapport avec leurs champs visuels : dans un stade construit avec les étages, comme celui de Sclessin, l'observateur du rez-de-chaussée fait face à un panneau de grande dimension, celui du premier étage à un panneau de dimension moyenne, celui du deuxième étage à un panneau de dimension faible. Nous pouvons saisir cette configuration dans une structure tense. On considérera, par exemple, comme valence intensive la *distance à l'objet* et valence extensive la *dimension du panneau*.

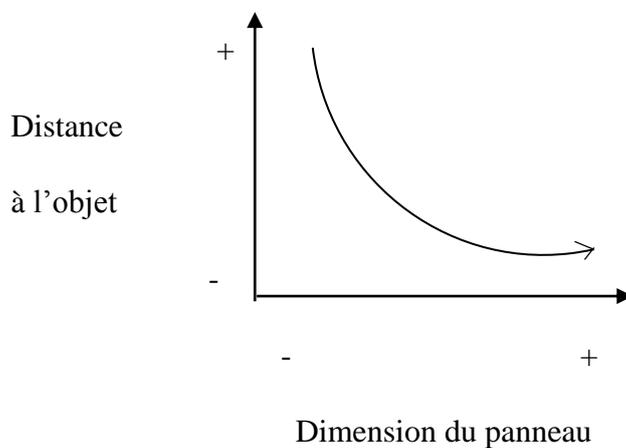


Schéma 1 : Structure tense opérée à partir de la Figure 1

La corrélation produite par cette structure est inverse : plus l'objet à observer est grand, plus la distance qui sépare l'observateur à l'objet semble faible. Mais, ce n'est pas tout. Cette structuration n'est qu'une vue partielle du procès du sens qui se déroule au stade. Voyons le deuxième moment, celui de la présence d'une partie du football au stade.

1.2. Stade en présence d'une partie du football : ajustement dynamique



Figure 2. Source : Pro League.

Nous retrouvons (Figure 2) le même stade de Sclessin, cette fois en présence d'une partie du football. Les unités présentes sont les suivantes :

a) Pour le Football

| Niveau <i>Objet</i> $n + 2$ | <i>Texte-énoncé</i> $n + 1$ | <i>Figures</i> N | <i>Parties des figures</i> $n - 1$ |
|--------------------------------------|---|-----------------------|---|
| Stade en tant que lieu d'énonciation | Jeu (séquence de but marqué par l'équipe du Standard de Liège) | Joueurs | Standard de Liège (habillée en rouge et blanc) Equipe visiteuse, Charleroi, (habillé en bleu et blanc) |
| | | Aire de jeu | Tapis vert + marquages blancs au sol |
| | | Spectateurs | Spectateurs de Standard de Liège, habillés en rouge |

Tableau 3 : Description des éléments du football de la figure 2

b) Pour la Publicité

| Niveau <i>Objet</i> $n + 2$ | <i>Texte-énoncé</i> $n + 1$ | <i>Figures</i> N | <i>Parties des figures</i> $n - 1$ |
|--------------------------------------|--|-------------------------------------|--|
| Stade en tant que lieu d'énonciation | Deux lignes de panneaux placées dans la zone entourant l'aire de jeu (une en retrait et l'autre, ayant des panneaux isolés, placée à l'avant plan) | Figures linguistiques et plastiques | Les noms des marques ainsi que les couleurs qui accompagnent es caractères et le fond des panneaux (rouge, orange, verte, blanche, bleue...) |

Tableau 4 : Description des éléments du football de la figure 2

La Figure 2 présente deux espaces énoncés : la partie du football et les panneaux publicitaires. La partie du football découpée par l'image montre un but marqué par le club du Standard de Liège. Il s'agit d'une séquence qui se déroule dans la surface de réparation. Les panneaux publicitaires se présentent en deux rangées : une constituée de panneau électronique occupe la zone qui entoure l'aire de jeu. (Ce panneau couvre toute la zone entourant l'aire de jeu de l'ensemble du terrain). L'autre rangée des panneaux est constituée des panneaux manuels isolés, placés à l'avant-plan et principalement dans la zone de la surface de réparation. (Ils ne couvrent pas l'ensemble du terrain).

Ces panneaux (manuels isolés) proposent un autre type de hiérarchie : la hiérarchisation horizontale, manifestée par le fait que sur un même plan horizontal, des panneaux publicitaires sont placés les uns derrière les autres, créant ainsi une hiérarchie de valeurs visuelles : les panneaux placés à l'avant-plan peuvent être mieux vus (perçus) que ceux placés à l'arrière-plan. On voit qu'en plus de l'*effet de distance à l'objet*, relevé dans le premier cas, également

présent ici par le fait que les panneaux placés à l'avant-plan bénéficient d'une distance d'observation faible par rapport à ceux placés à l'arrière-plan, on remarque un autre effet, celui de la *concentration* des panneaux à un même lieu. Cette configuration à mettre à l'actif stratégique de l'informateur s'appuie entre autres sur la modalité de *ne pas faire ne pas savoir*. Ce qui explique cette configuration particulière des panneaux à cet endroit est sans doute l'attention accrue que ce lieu mobilise potentiellement au cours du jeu (nous l'expliquons dans la seconde section). De ce fait, cette concentration pose la grandeur espace comme un référent de discrimination : l'espace situé derrière les buts présente une valeur narrative et visuelle supérieure à d'autres espaces. Nous traduisons cette configuration sur le plan tensif de la manière suivante :

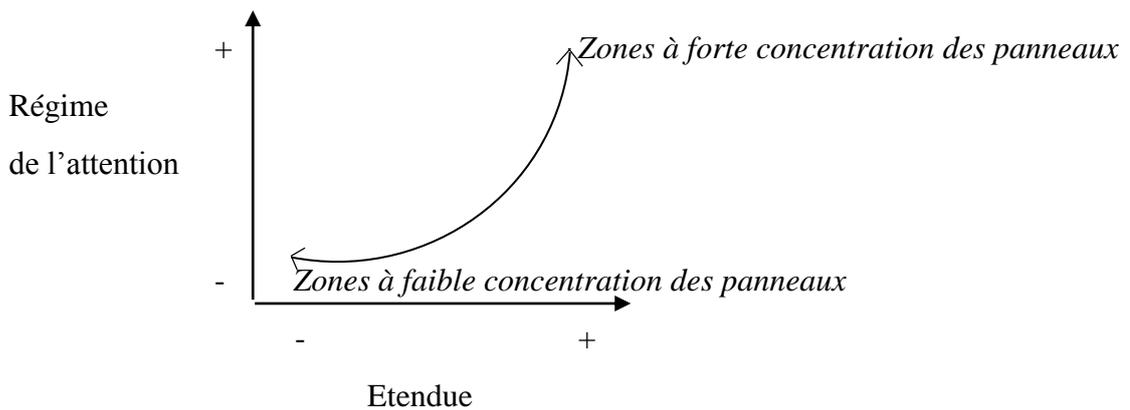


Schéma 2 : Structure tensif opérée à partir de la figure 2.

La corrélation est converse : ce sont des zones à forte concentration des panneaux qui font mobiliser l'attention. Le procès peut aussi se laisser saisir par des oppositions qu'il instaure. De ce point de vue, si nous posons l'*exposition* du panneau comme l'enjeu principal de cette configuration, nous pouvons reconnaître, en plus de l'exposition, trois autres pôles sur lesquels s'articule l'effet du sens dans une telle dynamique de modalisation cognitive de l'espace (Fontanille 1989) : l'*inaccessibilité*, l'*accessibilité* et l'*obstruction*, formés à partir de la combinaison des modalités de l'informateur (le *faire savoir*) et de l'observateur (le *pouvoir faire -pouvoir observer-*). Le schéma tensif proposé ci-dessus montre les régimes sur lesquels s'articule le sens dans la figure 2 : il y a une opposition entre exposition et inaccessibilité et entre accessibilité et obstruction.

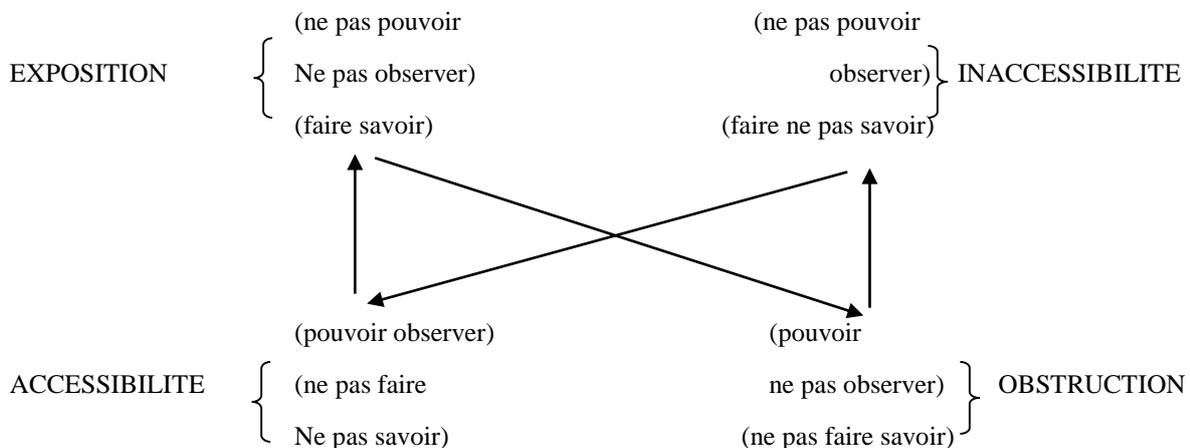


Schéma 3. Articulation des oppositions. Adaptée de Fontanille, 1989.

Il y a ici un régime d'accessibilité qui permet au panneau d'être exposé (les panneaux vus ou perçus) et un régime d'obstruction qui rend les panneaux inaccessibles (les panneaux ou parties des panneaux non vus ou non perçus, c'est-à-dire obstrués par ceux ou celles qui sont visibles).

2. La narrativité comme élément de structuration du sens

La configuration du sens présentée dans les deux modèles ci-dessus s'appuie sur un fait important : la séquentialité qui se déroule sur le terrain du football. En effet, le jeu du football qui se déroule sur le terrain exploite deux sujets collectifs (les équipes) engagés dans une épreuve (confrontation). Il traduit une situation narrative caractérisée par la quête d'objets (Greimas 1973), lesquels sont disputés entre les sujets : par exemple l'objet victoire, dont l'acquisition passe notamment par le contrôle de l'objet ballon qui, de ce fait, devient aussi objet de dispute. Chaque sujet collectif développe un programme de domination/défense qui s'affronte à celui de l'autre. Les rapports sujet(s)-objet(s) qui contribuent à la formalisation de ce procès se traduisent particulièrement sur le terrain par des opérations de transformation (changements d'état) des sujets vis-à-vis de l'objet. Celles-ci se réalisent par des régimes de conjonction (acquisition) et des disjonctions (perte) d'objets, créant ainsi des séquences narratives du football. Par exemple, la séquence de passe ou de tir qui transforme l'état d'un sujet conjoint à l'objet ballon en celui de sujet disjoint à l'objet ballon (libération du ballon auquel on était conjoint)⁴ ; celle de la réception de la passe ou de la réception du tir qui transforme l'état d'un sujet disjoint à l'objet ballon en celui de sujet conjoint à l'objet ballon (acquisition du ballon dont on était disjoint), etc. (Il existe quantité de séquences comme ça, celle de l'interception de la passe, de remise en jeu, de faute, de but, etc., qui, toutes, se réalisent sur base de transformation des états). Il se trouve que ces transformations qui se déroulent sur la surface du terrain, et en fonction du temps (90 min⁵ du temps réglementaire du match) modalisent les indices spatio-temporels en instaurant, par exemple, tout un système de hiérarchisation spatiale ou temporelle : une passe ou un tir qui s'exécute en plein centre du terrain, n'a pas la même valeur qu'une passe ou un tir qui se déroule dans la surface de réparation (ici, elle ou il mobilise plus d'attention) ; de même un but qui rentre aux derniers moments du match dans une partie dont le score était jusque-là de parité n'a pas les mêmes effets qu'un but qui rentre dès les premiers instants du match. Cette modalisation spatiale structure l'interaction du football et la publicité au stade : les panneaux publicitaires sont ainsi concentrés au niveau de la surface de réparation pour bénéficier de la grande attention que suscitent les opérations narratives du jeu qui se déroulent dans cette zone. Leurs régimes d'accessibilité et d'exposition se réalisent au moyen des modalités de l'observateur de *pouvoir observer* (les panneaux sont bien placés au stade), d'une part et de *ne pas pouvoir ne pas observer* (le fait que les panneaux soient placés sur son champ visuel le plus important). C'est donc en suivant le déroulement du jeu à travers les déplacements du ballon, que l'observateur voit les panneaux⁶. La même logique s'applique sur les panneaux publicitaires (de grande dimension, par rapport à ceux des étages) placés autour de la surface du jeu et dont la distance visuelle est faible vis-à-vis des sujets. Ces panneaux construisent également leurs régimes d'accessibilité et d'exposition en combinant leurs coordonnées spatiales avec les données des séquences narratives qui se déroulent le long des lignes de touche et de buts : une séquence de passe qui se déroule le long d'une ligne de touche fait en même temps voir le panneau placé à côté.

⁴ On retrouvera toute une taxinomie de ces transformations dans Bassilua 2016.

⁵ Cette durée peut varier selon des situations, par exemple dans le cas des prolongations.

⁶ Ceci s'opère sur tous les espaces du terrain, mais il est plus accru dans la zone de surface de réparation.

Conclusion

L'étude proposée ci-dessus montre que la syntaxe narrative développée par Greimas, loin de se cantonner sur le récit, peut expliquer la construction du sens dans des situations aussi variées comme celle de l'interaction entre discours, entre systèmes, entre procès, etc. Le croisement du football et la publicité qui s'opère au stade, en tant que système et procès, demeure une de ces situations qui montrent la manière dont la séquentialité narrative formulée par Greimas permet de structurer le sens dans la rencontre de deux configurations discursives, celle du football et celle de la publicité.

Bibliographie

BASSILUA, Anicet. 2016. « La construction du sens dans le discours du football. Essai d'une sémiotique applicable », *Actes du Congrès de l'AFS-Luxembourg 2015* [en ligne] (www.afsemio.fr).

BERTIN, Erik. 2003. « Penser la stratégie dans le champ de la communication », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, numéro 89-91, Limoges, PULIM.

FONTANILLE, Jacques. 1989. *Les espaces subjectifs. Introduction à la sémiotique de l'observateur*, Paris, Hachette.

FONTANILLE, Jacques. 2008. *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF.

GREIMAS, Algirdas Julien & Joseph COURTES. 1979. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette Supérieur.

GREIMAS, Algirdas Julien. 1986 [1966]. *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Paris, Larousse.

GREIMAS, Algirdas Julien. 1973. « Un problème de sémiotique narrative : les objets de valeur » in *Langages*, volume 8, numéro 31.

GROUPE μ . 1992. *Traité du signe visuel*, Paris, Seuil.

LANDOWSKI, Eric. 2007. « Avant-propos », *ACTES SEMIOTIQUES* [En ligne]. n° 10.