

**SEMILOGIE D'UNE ECRITURE URBAINE :
L'EMPIRE DE LA LOGIQUE MARCHANDE.**

Par

Bernard Mbassi

Chargé de cours à l'Ecole normale
supérieure, université de Yaoundé I

Résumé

L'écriture est un signe tellement omniprésent dans la ville qu'il finit sinon par passer inaperçu, du moins par paraître évident. Pourtant, l'écriture urbaine est d'une complexité que ne laisse pas facilement voir son apparente simplicité. Elle est l'un des canaux par lesquels on peut découvrir la ville dans ce qu'elle révèle et dans ce qu'elle cache. Le cas de la ville de Yaoundé(1) montre comment l'écriture urbaine est oxymore. Elle sert et asservit " l'énonceur psychosocial ". Elle transforme ses producteurs et ses consommateurs en sujets surdéterminés par les lois du marché. Comme dans toute écriture travaillée par des enjeux vitaux et puissants, dans l'écriture urbaine, la lettre n'est pas à prendre à la lettre.

Abstract

Writing is a very omnipresent sign in the town that it ends up if not going unnoticed, at least to be obvious. Yet, urban writing is so complex that its simpliffity is hardly visible. It is one of the channels

through which we could discover what the town reveals and conceals. The case of the town of Yaounde shows how urban writing is oxymoronic. It serves and controls the psychosocial utterer. It transforms its producers and consumers into overdetermined subjects by market forces. As in any other writing shaped by vital and powerful stakes, in urban writing, the letter should not be taken to the letter.

SEMILOGIE D'UNE ECRITURE URBAINE : L'EMPIRE DE LA LOGIQUE MARCHANDE.

Le discours scientifique actuel sur la ville situe au cœur d'une problématique qui englobe sa définition et des voies d'approche permettant de l'appréhender dans sa complexité. Au plan définitionnel, il ressort que la ville ne se laisse pas facilement saisir, et pour cause. Les spécialistes de la question sont unanimes à relever que les critères de définition varient d'une époque à une autre, d'un pays à un autre. Dans cet ordre d'idées, Roncayolo (1997 : 32) écrit :
Les anciens disposaient de deux mots : la cité et la ville. La cité constituait l'organisation sociale de la communauté, la ville était en quelque sorte le corps physique de cette communauté.

Mais il ajoute :

Est-ce que cela a encore un sens à partir du moment où les phénomènes urbains n'ont plus la continuité physique, ni les caractères visibles qu'ils avaient lorsque la ville était entourée de ramparts ?

Dans le même champ de préoccupations, Choay (1979 : 239), répondant à Greimas, suggère :
D'abandonner le mot ville et le mot cité qui sont ambigus... car précise-t-il il est tout à fait fallacieux d'employer le même mot pour désigner la cité médiévale classique et la grande ville de l'ère moderne.

Toutefois, le terme agglomération qu'il propose n'apporte pas plus de clarté, tout comme les néologismes métropole, mégapole,

mégalopole, forgés par le discours scientifique sur la ville. On assiste à l'élargissement du champ lexical d'une notion dont les contours, le contenu sémantique et l'ancrage référentiel sont instables, voire controversés. Dans ces conditions, on comprend que pour le commun des locuteurs, le même mot ville continue à désigner aussi bien Obaïa (2) que Yaoundé, Yaoundé que Paris et Washington. Il demeure que ce l'on s'accorde à appeler tantôt du nom de ville, tantôt de celui de cité ou de tout autre nom est objet d'étude. La ville, espace multidimensionnel, est nécessairement l'objet d'une approche pluridisciplinaire. Historiens, architectes, sociologues, urbanistes, économistes et politologues, etc. ont leur mot à dire sur la ville. Néanmoins, leurs approches spécifiques du fait de leur spécialisation, restent partielles même si elles ont le mérite d'être précises et de participer de ce principe cartésien qui consiste à diviser la difficulté pour bien la cerner. C'est pourquoi nous avons choisi la perspective sémiologique, la sémiologie étant cette discipline transversale et fédératrice que Saussure (1916 : 11) avait annoncée et à laquelle il avait assigné la tâche d'étudier la vie des signes au sein de la vie sociale. C'est en tout cas le champ de réflexion de Greimas (1972 : 140-141) et de Roncayolo (1997 : 33) qui observent une homologie entre la structure de la phrase c'est-à-dire du langage verbal, et la structure de la ville. Le premier suggère :

On peut inscrire la ville comme un objet-message qu'il d'agit de déchiffrer...en paraphrasant la démarche du lecteur qui cherche à décoder le message avec ses sous-entendus et toutes ses présuppositions.

Plus péremptoire, le second déclare :

La ville n'est seulement un lieu de densité d'activités, c'est aussi quelque chose dont on parle et qui se donne à lire...les questions qu'elle soulève sont d'ailleurs assez proches de celles que peuvent se poser les linguistes et les grammairiens.

Dans le sillage de Greimas et de Roncayolo mais à la différence de leur prise en compte du système ville dans sa globalité signifiante,

le présent propos est centré sur le sous-système de l'écriture, entendu comme structure de signes graphiques situés au confluent de la communication et de la signification. En d'autres termes, l'attention dans ces prolégomènes à une sémiologie de l'écriture urbaine, est focalisée sur la ville comme organisation de signes linguistiques écrits, un sous-système tellement familier aux citoyens qu'il finit par passer inaperçu, alors même qu'il est un lieu d'inscription privilégiée de l'urbanité. L'opposition phénotexte/génotexte telle que théorisée par Kristeva fournira les grandes articulations de l'analyse qui aura pour champ d'application la ville de Yaoundé.

I. LE PHENOTEXTE DE L'ECRITURE URBAINE : UN SIGNE OMNIPRESENT ET PRAGMATIQUE.

La notion de phénotexte (1979 : 280) est empruntée à Kristeva qui désigne par ce terme la face perceptible de la signification telle qu'elle se construit par et dans les discours des sujets parlants et/écrivains. Elle renvoie ici au sens propre et au sens figuré de l'écriture urbaine, c'est-à-dire à sa fonction pour l'Homo-Urbanus. Rendre compte de cette fonction présuppose une identification de la manifestation de l'écriture dans l'espace urbain.

I-1. LA GEOGRAPHIE DE L'ECRITURE URBAINE

Nous entendons par géographie de l'écriture urbaine, le mode d'occupation de l'espace physique par les écrits produits par celui que nous appellerons plus loin, à la suite de Hagège (1985 : 316), l'énonceur psychosocial. Cette occupation s'exprime en termes de densité et de distribution.

I-1-1. UN SIGNE ABONDANT.

L'écriture est si abondante en ville qu'elle y apparaît nécessairement comme un des traits de son identité. Cette affirmation se comprend mieux si on se situe dans la perspective différentielle - si

importante en sémiologie - de la comparaison entre la ville et le village. L'observation empirique donne à constater que les signes écrits augmentent ou diminuent selon que l'on se rapproche ou s'éloigne de la ville.

En effet, une enquête menée, à l'entrée Nord de Yaoundé sur l'axe Yaoundé-Bafoussam et dans le village Ntui-Essong, à cinquante kilomètres de Yaoundé a permis d'inventorier 972 textes écrits sur un kilomètre de à l'entrée de la ville et deux textes écrits seulement sur trois kilomètres dans le village. Dans le même ordre d'idées, alors que dans la ville se rencontrent de multiples structures de production et de consommation de l'écriture (imprimerie, cabinet de traitement de textes, kiosques à journaux, bibliothèques, librairies, bureaux divers), dans le village, seuls un bar (Café-bar) et une école (Ecole primaire de Yeptang) rappellent qu'il existe une pratique appelée écriture. Yaoundé et Ntui-Essong étant considérés comme des cas typiques de nos villes et villages, on peut dire qu'urbanité et prolifération de l'écriture sont corrélées. Lieu d'une densité d'activités sociales diverses, la ville est aussi le foyer d'une forte concentration de l'écriture.

1.1.2. UN SIGNE OMNIPRESENT

Si l'écriture trouve dans la ville son biotope de prédilection, elle la marque également de son omniprésence. Toutes proportions gardées, cet autre trait identitaire révèle un envahissement de la ville par l'écriture puisque cette dernière occupe, de façon synchrone, les deux plans de la dichotomie extérieur/intérieur, cette dichotomie constituant elle-même un paradigme englobant et transversal qui comprend les sous catégories haut/bas, loin/proche, centre/périphérie, dessus/dessous, devant/derrrière, etc. On peut dès lors identifier dans la ville, une écriture du plan intérieur et une écriture du plan extérieur entre lesquelles prend place une écriture biplane.

L'écriture du plan intérieur comprend les écrits non-exposés à la lecture de tous, du moins au niveau de leur consommation. Elle

relève de la vie individuelle et privée. On la trouve dans :

- des lettres ;
- des chèquiers ;
- des documents administratifs personnels ;
- des factures et reçus ;
- des agendas ;
- des bulletins de solde et de santé, etc.

Ces écrits ont la particularité d'être conservés dans des espaces clos voire hermétiquement fermés : poches, trous, portefeuilles, armoires, coffres-forts, etc.

L'écriture du plan extérieur désigne les écrits conçus pour être affichés sur la place publique. C'est le plan de l'écrit pour tous que l'on trouve au niveau des espaces ouverts :

- chaussée ;
- bords de la route ;
- carrefours ;
- murs et vitrines d'édifices ;
- produits manufacturés ;
- carrosserie de véhicules ;
- façades d'édifices, etc.

La syntaxe de cette écriture, comprise comme la disposition ou l'ordonnancement dans l'espace des divers écrits, révèle des cas de figures variés. Les écrits sont tantôt l'un devant l'autre, tantôt l'un au-dessus de l'autre. La succession s'organise tantôt par affinité fonctionnelle des réalités dénotées, à l'instar d'une succession de noms des débits de boisson, tantôt selon un lien de dépendance systémique, comme c'est le cas pour les noms des divers services d'une même institution. Il arrive aussi que la succession des écrits évoque l'écriture automatique. Dans ce cas, à côté d'un nom d'école se retrouvent ceux d'un bar, d'une usine tonitruante ; une discothèque, d'une toilette

publique, d'un lieu de culte, d'une poubelle, d'un garage et d'un restaurant. L'ordre obéit ici au hasard des initiatives.

L'écriture biplane, quant à elle, concerne les écrits qui ne sont pas conçus pour être affichés, mais qui font l'objet d'une grande consommation dans les échanges privés et publics.

Ils figurent sur :

- les pièces de monnaie ;
- les billets de banque ;
- les sujets d'examens, etc.

Leur statut hybride les situe tantôt sur la place publique (banques, marchés, salles d'examens), tantôt dans les endroits moins découverts (poches, coffres-forts, chambres-fortes, enveloppes scellées, etc.).

Au total, dans la ville, l'écriture est à la fois abondante et partout. Elle occupe la scène publique et pénètre jusque dans l'intimité du citoyen. Il ne sera question dans notre analyse que l'écriture du plan extérieur qui affiche l'urbanité de façon visible par tous.

1.2. LA FONCTION DE L'ECRITURE URBAINE

L'omniprésence de l'écriture en ville n'est pas gratuite. Elle a une fonction aussi bien pour l'encodeur que pour le décodeur. Si l'on admet avec Jakobson (1963 : 214) que la structure verbale d'un message dépend avant tout de la fonction prédominante, on peut dire que la fonction dominante de l'écriture urbaine est la fonction conative. Il est en effet facile de montrer comment, dans l'écriture urbaine, toutes les autres fonctions phatique, esthétique, référentielle, métalinguistique et émotive, convergent vers de la centration du message sur le destinataire.

1.2.1. UN SIGNE CONATIF

La perception immédiate de l'écriture urbaine est assurée par les fonctions phatique et esthétique. La seule présence de l'écriture au bord d'une rue ou sur un immeuble rompt le silence et la solitude de la vie urbaine. Elle crée un contact pour celui qui sait lire. Afficher un écrit, peu importe son contenu, est une postulation de lien. Une fois ce lien instauré, la fonction esthétique s'emploie à rendre le message agréable et attachant par le travail supplémentaire du décor et du corps de l'écriture. La distance dans l'espace, les types de caractères et leur grandeur, les effets spéciaux engendrés par le support, les jeux de couleurs, de lumière et de mouvement, tout cela se combine pour offrir au destinataire une fête des yeux. Chaque enseigne, chaque affiche est ainsi un poème, un spectacle, une œuvre d'art conçus pour la consommation et la délectation du décodeur.

Les fonctions référentielle et métalinguistique viennent renforcer cette délectation.

En affichant les noms des réalités de la ville, l'écriture fait passer le lecteur de l'ignorance à la connaissance. Elle lui fournit diverses informations sur divers types de réalités en même temps qu'elle ordonne et rationalise cette réalité. L'écriture signale, en effet, la localisation spatio-temporelle et la fonction de données susceptibles de satisfaire les multiples attentes de l'homme dans la ville. Les affiches se répartissent, dans ce contexte, en champ lexico-sémantiques utiles et captivants :

- l'alimentation, à travers les noms de restaurants, de débits de boisson, de boulangeries, de boucheries de supérettes, de confiserie, etc. ;
- l'habitat à travers les noms de quartiers, d'immeubles, d'agences immobilières, d'hôtel etc. ;
- la santé, à travers les noms de cabinets de guérisseurs, de pharmacies, de dispensaires, d'hôpitaux, de cliniques ainsi que des indications de poubelles et de toilettes ;

- le divertissement, à travers les noms de salles de cinéma-théâtre, de vidéoclub, de salles de jeux, de lieux de sports ;
- l'esthétique et la cosmétique, à travers les noms de salons de coiffure, salon de beauté, les noms des parfumeries, de bijouteries, d'atelier de couture, etc.

A cette masse d'informations utiles apportées par la fonction dénotative, la fonction métalinguistique ajoute un plus d'intelligibilité. Parce qu'elle est discours sur un discours, c'est-à-dire explication complémentaire, cette fonction participe à la transparence sémantique et à la désambiguïsation du contenu explicite du message. Trois cas de figures peuvent être observés :

- soit l'écriture commente une image et vice-versa. Elle est alors un code qui explicite un autre code et est explicité par lui. C'est le rôle joué par la cohabitation sur une même affiche de l'écriture avec une photo ou un dessin de parfum, de boisson, de vêtement, d'annonce de film, etc. ;
- soit l'écriture commente une autre écriture à l'exemple des messages suivant : grande Tombola DHL : des centaines de lots à gagner. Cameroon Tribune : le quotidien national bilingue. Génération : hebdomadaire d'enquêtes et d'analyses ; Cube maggi : le secret de la bonne cuisine ; Infiniment femme : le magasin de la femme actuelle.
- soit l'écriture met en exergue le bilinguisme camerounais : ministère de l'Education nationale/Ministry of National Education.

La fonction émotive est, elle aussi, un auxiliaire de la fonction conative. La présence de l'écriture présuppose un destinataire. Ce destinataire se révèle à travers des marques individuelles qu'il donne à son écriture au sens où on parle généralement de style. À travers chaque écriture se lit donc une manière d'être ou plus précisément de paraître et d'agir. Cette manière de procéder est une prise en compte du destinataire dont la présence s'inscrit dans la morphologie, le vocabulaire, la syntaxe et la rhétorique de l'écriture. On paraît pour le

destinataire qui est donc omniprésent dans l'énoncé. Comme le souligne opportunément Kriteva (1969 : 9), l'encodage incorpore son destinataire dans la combinatoire de ses traits.

1.2.2. UN SIGNE POLYPHONIQUE

Le destinataire n'est pas seulement une présence passive dans l'énoncé, il est aussi actif. Il est coproducteur de l'énoncé. L'accent n'est pas mis seulement sur lui, il est aussi mis par lui. C'est dire que le destinataire fait entendre sa voix. Dès lors, l'écriture urbaine révèle, comme tout langage verbal, sa dimension de discours polyphonique.

Nous tenons le terme polyphonie de Ducrot qui l'emploie pour signifier ce que Bakhtine appelle Dialogisme(1978) et que l'on retrouve sous le nom de transtextualité chez Genette(1982), et sous celui d'intertextualité chez Rifaterre(1971) et Kristeva (1969). Tous ces concepts essaient de définir le phénomène complexe et multiforme de la coprésence de plusieurs voix dans un énoncé, de plusieurs textes dans un texte, autrement dit, de l'hétérogénéité au sein de ce qui paraît homogène. C'est dans ce contexte qu'Orecchioni (1990 : 14) écrit : le langage verbal est donc par essence fait pour être adressé. Ce qui implique que dans la phase d'encodage antérieurement à toute réponse ou simple réaction émanent du destinataire, celui-ci se trouve déjà inscrit dans le discours de l'émetteur, explicitement parfois, implicitement toujours dans la mesure où l'émetteur tient compte en permanence de l'image qu'il s'est construite de son destinataire et des compétences qu'il lui prête. Ce qui implique encore qu'en son absence même, le tu exerce un contrôle permanent sur le discours du je. Il convient de souligner que dans les faits, l'échange entre le je et le tu fonctionne sous le mode de la prosopopée, ce qui est, du reste, le mode de toute communication différée : quand l'encodeur encode, le décodeur est omniprésent mais de façon virtuelle.

Quand le décodeur décode, l'encodeur est omniprésent mais de façon virtuelle. L'écriture urbaine est la formule de cette magie qui

actualise la communication. Sa production et sa consommation se situent à des stades chronologiquement successifs de la chaîne de l'échange. Il reste toutefois à préciser l'identité théorique de ce je et de ce tu interactifs dans la manifestation de l'écriture urbaine. La question, de prime abord sans importance, ne relève son véritable enjeu que quand on prend en compte les statuts multiples du sujet dans les sciences du langage et, de façon plus générale, dans les Sciences Humaines. On peut ainsi dire que les deux partenaires de l'écriture urbaine sont l'homme, le citoyen, le citoyen. Mais qui ne voit que l'imprécision de ces termes galvaudés porte à chercher une réponse ailleurs. Il ne s'agit ni du sujet parlant de Saussure ni du locuteur idéal de Chomsky, tous deux des entités abstraites. Il ne s'agit pas non plus des embrayeurs de Jakobson, ces outils vides de référent, ni de l'énonciateur benvenistien réduit dans son énoncé à des indices appelés marqueurs de subjectivité. Le statut théorique des co-producteurs de l'écriture urbaine se situe, à notre point de vue, du côté de l'homme dialogal, de l'énonciateur psycho social de Hagège (1985 : 316). Par ce concept, l'auteur de l'Homme de paroles entend redonner leur juste place au psychologique (besoin, rêve, vie intérieure...) et au sociologique (culture, histoire, économie...) du locuteur en situation concrète d'échange verbal. En rappelant ces deux dimensions essentielles du locuteur concret, Hagège (1985 : 316) précise qu'il veut seulement souligner que :

L'homme en situation dialogale noue avec son semblable une relation dans laquelle sont engagées solidairement toutes les composantes de sa psychologie et de sa nature sociale, dont cette situation permet l'expression.

Puis il ajoute :

Enonciateur est à prendre au sens de locuteur + auditeur et non de locuteur-auditeur. A la suite de Hagège, nous parlerons d'énonciateur psychosocial urbain ou énonciateur urbain.

En conclusion, le phénotexte de l'écriture urbaine est une manifestation et une production de l'énonceur psycho-social urbain. Il donne à lire l'omniprésence d'un système de signe qui proclame son projet de satisfaire les multiples attentes de l'énonceur décodeur. Il affiche, crée, anticipe, oriente et consolide ces attentes définies en termes de besoins animaux et supérieurs. Toutefois, ce phénotexte n'est que la partie visible d'un iceberg dont il convient de découvrir la partie immergée.

II- LE GENOTEXTE DE L'ECRITURE URBAINE : L'EMPIRE DE LA LOGIQUE MARCHANDE.

Kristeva (1969 : 284) définit le génotexte comme un ensemble de pratiques signifiantes qui surdéterminent le texte, comme ce discours constitué de mythes, de croyances et d'idéologies qui travaille un texte de façon occulte mais réelle et profonde. Etudier un texte du point de vue du génotexte est en faire l'anamnèse autrement dit, considérer ce qui en lui est antérieur au sujet ...oeuvrant en deçà et au-delà de lui ... hors subjectif et hors temporel.

Dans cet ordre d'idées, s'intéresser au génotexte de l'écriture urbaine, revient à faire entendre un discours implicite et transcendant mais productivité signifiante qui amène l'énonceur psychosocial à engendrer et à utiliser cette formule qu'est l'écriture urbaine. Cette productivité signifiante se laisse entrevoir dans le rapport instauré entre l'écriture, le référent et l'énonceur d'une part, et d'autre part, dans les pratiques de séduction et la bataille multiforme qui opposent les diverses écritures autour de la place de choix à monopoliser dans l'espace physique, affectif et idéologique de la ville.

II.1 ECRITURE URBAINE ET REFERENCIATION.

On sait définitivement depuis Saussure que les mots ne sont pas les choses en raison du caractère arbitraire de la relation signifiant-

signifié, signe-référent. Les exemples sont nombreux et vont de la désignation d'une même réalité par plusieurs mots autant dans la même langue que dans diverses langues, à ces enseignes placées au bord des rues et sur les immeubles, mais en déphasage avec la réalité proclamée. Il n'empêche que la perception du rapport arbitraire signifiant/signifié, signe/référent n'est pas la chose du monde la mieux partagée dans l'espace urbain. Le commun des énonces est porté à prendre les mots pour les choses, ce qui écrit pour ce qui est.

II.1.1 ECRITURE ET ILLUSION REFERENTIELLE

C'est que le langage verbal dispose en son sein de ressources qui lui permettent de susciter voire d'amplifier l'illusion référentielle, à l'exemple du procédé de l'actualisation par lequel l'écriture fonctionne comme un miroir que l'on promène à travers la ville. De ce point de vue, le vocabulaire et les déterminants de l'écriture urbaine sont assez parlants.

Le vocabulaire de l'écriture urbaine, couvre le champ des besoins animaux et supérieurs du citoyen. Reflet de l'expérience sensible et intellectuelle, il réfère à des objets, des idées, des services et des pratiques de la vie quotidienne. Les déterminants, notamment les déterminants possessifs, définis et l'absence de déterminant, dessinent un parcours de référentialité qui va du particulier au général et vice versa, et dans lequel l'énonces circule comme dans une ornière. Il en est ainsi des adjectifs possessifs qui créent une illusion de possession réelle de l'objet désigné : king of Cameroon notre bière ; la vache qui rit, mon fromage préféré ; Paul BIYA mon président ; ...votre journal préféré. Il en est également ainsi du déterminant défini qui transforme la réalité dénotée en réalité familière, parce que de façon générale, il implique, selon Fromilhage et Sancier (1991 : 22) la présupposition de l'existence c'est-à-dire que l'objet est présenté comme connu du récepteur *L'Expression ; Le Messager ; Le Patriote ; Le Temps ; Le Témoin ; L'Action ; Le bon choix ; La vraie Eglise de Dieu.*

Quant à l'absence de déterminant, elle crée une existence en soi et dans l'absolu, parce qu'elle participe d'une volonté d'estomper les contours de la réalité, de dilater au maximum l'espace d'insertion de l'être fictif (1991 : 24). Jeune Afrique Economie, Génération, Mutations, Africa international, Garantie express, Super voyages, Cinéma théâtre Abbia, Elégance pressing, etc.

Ces diverses propriétés actualisantes du langage sont entretenues par l'énonceur urbain lui-même au plan de l'encodage comme à celui du décodage. Il convient de préciser que cet énonceur est le syncrétisme des trois modalités que sont : l'illettré, le demi-lettré et le lettré.

II.1.2. ILLUSION REFERENTIELLE ET ENONCEUR URBAIN.

La première catégorie est constituée par des énonceurs qui ne savent ni parler ni écrire aucune des langues écrites de la ville. Analphabètes, ils s'expriment dans une langue, dirait l'auteur d'une vie de boy (1974) que les indigènes pensent pour la langue des blancs et les blancs pour la langue indigène et dont on retrouve des échantillons croustillants dans le sketch populaire camerounais et dans le Franco faufilé illustré de Mercedes Fouda (1995). Cette situation ne les met pas pour autant à l'abri de la puissance illusionnante des signes écrits devant lesquels ils ont une attitude magico-religieuse faite d'un mélange de crainte et de docilité. Ils ont besoin de lire et de comprendre par la bouche et les yeux des autres, c'est-à-dire de recourir à la compétence sémiologique d'autres énonceurs, avec toutes les possibilités d'erreurs et de manipulations liées à ce type de situation communicative. L'énonceur analphabète se trouve ainsi doublement géré par l'écriture et par celui qui lit pour lui.

La deuxième catégorie d'énonceurs est celle des demi-lettrés. Ils sont allés à l'école et sont parfois sortis de l'université. Leur compétence linguistique en matière de lecture est toutefois restée

limitée. Au plan de l'encodage, ce cas de figure donne des productions écrites du genre : poisonerie au lieu de poissonnerie, sussette au lieu de sucette. Dans les journaux, il se signale quotidiennement par de multiples fautes de langue qu'il serait impropre de mettre sur le seul compte des coquilles, ou encore, par des barbarismes franco-camerounais, plus révélateurs d'un vocabulaire anémique que d'une véritable créativité dans le champ des particularités camerounaises du français. Au plan du décodage, le demi-lettré est constamment pris au piège des subtilités et nuances de la langue. Il est difficile qu'il puisse marquer la différence entre un indicatif et un conditionnel, un point, et un point d'exclamation ou d'interrogation. Ce comportement d'apprenti-sorcier et de charlatan fait du demi-lettre face à l'écriture, une proie d'autant plus facile qu'elle se croit autonome.

Enfin la troisième catégorie d'énonces est constituée de ceux qui savent lire et écrire mais qui n'échappent pas, pour autant, au piège de la référentialité du langage verbal. Leur première faiblesse est, en effet, de privilégier ce qui est écrit dans leur perception du monde. Comme le jeune Sartre des Mots (1970), ils prennent l'écriture pour la réalité, pour avoir longtemps fréquenté le monde par l'écriture. Or cette perception a besoin d'être éprouvée, par une compétence empirique, le monde étant plus vaste et plus complexe que l'écriture. Leur seconde faiblesse consiste à voir le monde à travers le prisme souvent épais de leurs passions, fantasmes et idéologies. Il en découle que ce n'est pas la réalité qu'ils encodent et décodent mais leur propre réalité. De là procède également le désajustement fréquent entre leur pratique de l'écriture et la réalité, comme on peut le voir à travers les analyses contradictoires d'une même réalité, à la désillusion d'un voyageur jusque-là détenteur d'une réalité uniquement médiatisée par l'écriture, ou encore, à toutes les théories contradictoires qui se disputent le monopole de la vérité. L'énoncé lettré apparaît donc comme le prisonnier d'un donquichottisme certains, c'est-à-dire, comme un énoncé que l'écriture a déconnecté de la réalité pour l'enfermer dans

la langue névrotique de l'idéologie, le propre de l'idéologie étant d'habiller la subjectivité du vêtement de l'objectivité et de lui donner la figure de la vérité et de l'évidence.

En somme qu'il soit illettré, demi-lettré ou lettré, l'énonceur psycho-social urbain, vit dans la caverne de l'illusion référentielle suscitée par l'écriture, une illusion d'autant plus forte qu'elle est familière et insoupçonnée.

II.2. ECRITURE ET MARCHÉ

L'écriture fait également de l'énonceur la marionnette d'un marché dont les stratégies s'articulent autour de l'envoûtement vis à vis de l'énonceur-décodeur et de la concurrence entre les divers énonceurs-encodeurs.

II.2.1 ECRITURE ET MANIPULATION

Le crédit que l'énonceur-décodeur accorde à l'écriture fait le jeu de l'énonceur-encodeur qui peut dès lors transformer l'écriture en miroir aux alouettes et installer dans la logique du poisson d'avril comme le montrent les écritures publicitaires et de politique séduction. A ce niveau, l'écriture est mensonge au sens où Kerbrat-Orecchioni (1986 : 22) parle de décalage entre ce qu'on dit, ce qu'on fait entendre et ce qu'on vise réellement. Elle puise dans le dictionnaire et dans l'imagerie sociale le vocabulaire qui donne de la ville une image riante et euphorique. Opium, elle installe dans le rêve, suscite monts et merveilles sur tous les aspects de la vie.

Cette stratégie de charme couvre un champ diversifié :

- bars et restaurant portent des noms enchanteurs et expressifs : Baden Hôtel ; Koweit City ; Forêt dense ; Chef Wou ; Gloire d'Afrique ; Vallée de miel bar ; etc. ;
- les noms des agences de voyage rassurent quant à leurs performances : Garantie Express ; Super Voyage ; Safari Voyages ;

Centrale Voyage ; votre agence de voyage par autobus ; etc. ;

- les quartiers abandonnent leurs noms nationaux pour exprimer les fantasmes et l'énonceur par des appellations puisées dans les feuillets étrangers : Koweït, Denver ; Santa Barbara : Falcon Crest : Hollywood ;

- les services offerts se veulent parfaits : Haute Couture : travail rapide et soigné ; Salon de Coiffure : Peigne d'or ; Salon de Coiffure : Main des Anges : Station Elf : Ouvert 24 heures sur 24. etc. :

- il n'y a pas jusqu'à la mort que les noms ne rendent attrayante : Dernière demeure ; Paix à l'âme ; Vente de cercueils : Prix promotionnels, ouvert 24 heures sur 24 : La voix du paradis. etc.

La stratégie de charme est parfois renforcée par un langage iconographique qui vient doubler heureusement le langage verbal. L'icône joue, dans ce cas, une fonction métalinguistique et esthétique bien ciblée. Des images aux formes et couleurs chatoyantes campent dans les sites choisis à dessein, les acteurs de sexes féminin et masculin qui répandent le bonheur de vivre et surtout le désir de leur ressembler, par leur santé, leur puissance, leur beauté, leur séduction, leur pureté voire leur sensualité ou leur engagement.

La capacité de manipulation de cette écriture ou plus exactement son pouvoir faire-faire qui se transforme en devoir faire confondu avec le vouloir faire ressortit à sa présence simultanée sur les deux fronts des actes de langage directs et indirects. Acte de langage direct, elle dit ouvertement à l'énonceur décodeur ce qu'il doit faire ou ce qu'on lui promet au moment où l'objectif réel est de l'amener à consommer, c'est-à-dire à adhérer, à acheter : Buvez coca cola ; Rendez-vous beau ; 306, vous méritez plus d'élégance ; Oublie ce que tu vois, pense à ce que tu bois, écoute ta soif. etc. Acte de langage indirect, elle est un message d'autant plus pénétrant et charmant qu'il est subliminal. Une assertion cache une injonction., une manipulation se dissimule derrière une information. Cinéma Abbia ; Téléboutique du

centre ; lycée général Leclerc : Hôpital Général : Librairie St-Paul : Cyberspace ; la Belle africaine : Café du boulevard Hilton Hôtel : etc. Toutes ces écritures dénotatives et assertives en apparence, indiquent sinon imposent en fait, le chemin à suivre, chaque fois que l'énonceur éprouve un besoin relevant de leur champ référentiel.

Dans tous les cas, il s'agit toujours de plaire, de persuader et de séduire.

L'écriture urbaine invite mieux, incite à la consommation et donc à la production, elle est travaillée par et pour ces deux impératifs de l'économie de marché dont Marx (1965 : 244) relève, à juste titre, l'interaction : La consommation est également et de manière immédiate, production...La production est médiatrice de la consommation dont elle crée la matière et qui, sans elle, serait privée de son objet. Mais la consommation est aussi médiatrice de la production puisqu'elle crée pour le sujet les produits.

La transparence sémantique n'est donc pas la transparence pragmatique.

II.2.2 ECRITURE ET CONCURRENCE

L'économie de marché marque aussi l'écriture urbaine par le fait de la concurrence qui consiste en la lutte quotidienne, en l'élimination des moins aptes par les plus aptes. Les écritures urbaines rivalisent de génie pour retenir le consommateur voir le monopoliser. Ceci est observable tant au niveau des phénomènes de la redondance et de l'auto-qualification laudative qu'à celui de guérilla journalistique. En effet, si au plan purement linguistique, la redondance est cette figure de redoublement des marques qui œuvrent à la bonne intelligibilité d'un énoncé, il n'en va pas de même dans la stratégie des nombreux écrits urbains. A l'observation, il ressort que les mêmes types de signes reviennent dans un environnement géographique tantôt proche tantôt éloigné. On a ainsi de nombreuses enseignes signalant des

boulangeries, des bars, des stations d'essence, des partis politiques, des titres de journaux... Cette redondance maquille une cohabitation conflictuelle et parfois mortelle. Personne ne se croit de trop, chacun affirme son identité en existant en même temps contre l'autre. Aussi le scène commun s'accompagne-t-il, dans chaque cas, de précisions métalinguistiques (numéro de téléphone, boîte postale, localisation spatio-temporelle, etc.) qui consolident la singularité et partant, la personnalité et la différence. On a alors des affiches du genre : Boulangerie du quartier Bastos ; Pharmacie Nkolndongo ; Pharmacie du Palais ; Collège de la Retraite, etc.

Le culte de la différence déjà perceptible dans le travail esthétique de l'affiche s'accompagne d'une exclusion de l'autre sur le marché à l'occasion d'une guerre aussi pernicieuse qu'elle est quotidienne et institutionnalisée de fait et de droit. Derrière une apparence hors de tout soupçon, on pratique une politique de la terre brûlée. Le mécanisme est celui de la dérivation allusive qui permet de dévaloriser sans en donner l'impression, en jouant sur le non-écrit de l'écriture, c'est-à-dire, sur les effets subtils des relations entre l'implicite et l'explicite. L'écriture s'enracine dans la thymie et le système axiologique des consommateurs, avec pour finalité le positionnement comme unique interlocuteur valable. C'est ce que donnent à voir le vocabulaire et la syntaxe dans les écritures suivantes :

- 33 export : force de l'amitié ;
- king of Cameroon : la reine des bières ;
- Elf : n°1 mondial ;
- Honig Cube moins salé, plus concentré, le goût de partout, le goût chez nous ;
- Guinness, l'expérience suprême ;
- Grand château, le vin des connaisseurs ;
- La vraie Eglise de Dieu ;
- Extra-couleur, extra-goût, extra-dry ;
- Delta, le seul bon choix ;

- Gold Harp;
- MTN : the better connection

Cette quête de la position haute et du monopole caractérise aussi le marché linguistique constitué par la production journalistique, comme on peut l'observer au niveau des titres et des lignes éditoriales. Par les procédés de l'actualisation et de la modalisation laudative, chaque titre s'inscrit dans un champ de la vie sociale qui passionne le public et s'y présente comme le parangon. Dans cet ordre d'idées, on a

- au niveau de l'expression du réel : *Le Temps, l'Expression, le Messager, Le Témoin, le Quotidien, le Monde...*
- au niveau de la vie républicaine : *Le Patriote, Le Libéral, Le Démocrate, Le Front indépendant...*
- au niveau du devenir social : *Génération, Mutations, Perspective Hebdo...*
- au niveau de l'expression de différences régionales : *l'œil du Sahel, Ouest écho, Tribune de l'Est, L'Appel de Monatele, etc*
- au niveau de la vie active et concrète : *l'Effort, L'Action, jeune Afrique Economie...*
- au niveau de la vie sportive : *Football Elite, Cameroun Football, Challenge Foot...*
- au niveau du corporatisme et du syndicalisme : *La Voie du paysan ; La Voie de l'enseignant ; Le Pédagogue, etc...*
- au niveau des informations confidentielles : *Le jeune enquêteur, Indices...*

Par ailleurs, sur toutes les questions d'intérêt général, jeux, éducation, culture, religion, économie, politique...l'unanimité est exclue comme c'est toujours le cas en démocratie. Non seulement les analyses et les styles sont multiples, chacun tenant à faire entendre sa voix, voire à l'imposer, mais aussi ils se regroupent autour de réseaux idéologiques conflictuels nommés, par euphémisme, lignes éditoriales.

La différence procède dans ce contexte, des dichotomies qui programment l'écriture : pouvoir / opposition, presse d'Etat / presse indépendante, presse nationale / presse internationale, presse de détente / presse sérieuse. L'écriture est ici, comme le dit Barthes (1977 : 214), une fonction : Elle est le rapport entre la création et la société, elle est le langage (littéraire) transformé par sa destination sociale, elle est la forme saisie dans son intention humaine et liée aux grandes crises de l'histoire.

On rencontre ainsi dans les rues de Yaoundé une écriture de *l'Action* et du *Patriote* et une écriture de *l'Expression*, du *Messenger* et du *Herald Tribune*.

On trouve également une écriture du *Porc-épic*, de la *Détente*, de *Popoli* et de *Planète Jeunes*.

Au total, l'écriture urbaine fabrique l'illusion référentielle pour pouvoir produire et vendre des objets, des pratiques, des services, des idées... Elle fabrique cette illusion, mieux, ces illusions, dans un environnement de compétition de tous les instants et de volonté de se positionner comme le meilleur pour se vendre et ou susciter l'adhésion. Produire, vendre rivaliser, en d'autres termes, créativité, activité et compétitivité rattachent l'écriture urbaine au génotexte de l'économie de marché : l'écriture urbaine est une structuration discursive surdéterminée par la logique marchande.

CONCLUSION

En dernière analyse, l'écriture est un trait identitaire de la ville. Production de l'énonceur psychosocial urbain, elle s'y trouve concentrée aussi bien dans les espaces privés que sur la place publique. Omniprésente et polymorphe, elle affiche un visage de rationalité et de convivialité qui la rend attrayante. Boussole, elle permet de se situer dans l'espace et dans le temps, ainsi que de découvrir la ville. Fil d'Ariane, elle est une clé de salut dans le labyrinthe et le maquis urbain. Mais l'écriture, c'est aussi le propos d'oracle, le langage codé

connoté, truffé de mirages et doté d'une forte puissance de manipulation. Acte de langage, elle influence les pensées, les paroles et les comportements de l'énonceur. Elle est un discours au sens où Benveniste (1966 : 242) demande de l'entendre...dans sa plus large extension : toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière. Code diversement appréhendé, l'écriture urbaine donne à lire l'hétérogénéité psychosociale.

Idéologique, elle peut éloigner de la réalité et de la vérité. Commerciale, elle est un signe fort de l'économie de marché. Au bout du compte, l'écriture urbaine est oxymore : libération et emprisonnement, euphorie et dysphorie, visibilité et opacité. elle ne livre sa face cachée que si on la rattache à la logique marchande dont elle est la formule : comme dans toute écriture surdéterminée par de nombreux enjeux, la lettre n'est pas à prendre ici à la lettre.

BIBLIOGRAPHIE

1. Bakhtine, M. (1978), *Esthétique et théorie du roman*. Paris. Gallimard.
2. Barthes, R. (1953, 1972), *Le Degré zéro de l'écriture*. Paris. Seuil.
3. Benveniste, E. (1966), *Problèmes de linguistique générale*. Paris. Gallimard.
4. Choay et Alii (1979), *Sémiotique de l'espace*, Paris, Denoël / Gonthier.
5. Fromilhage et Sancier (1991).
6. Genette, G. (1982), *Palimpsestes*, Paris, Seuil,.
7. Greimas, A.J. (1979), " *Pour une sémiologie topologique* " in *Sémiotique de l'espace*.

8. Hagège, C.L. (1985), *L'Homme de paroles*, Paris, Fayard.
9. Jakobson, R. (1963), *Essais de linguistique générale*, Paris Minuit.
10. Karl, M. (1965), *Introduction à la critique de l'économie politique* (Œuvres 1), Paris, Gallimard.
11. Kerbrat Orrecchioni, C. (1986), *L'implicite*, Paris, A ; Colin.
12. Kristeva, J. (1969), *Sémiotikè* (recherches pour une sémanalyse), Paris, Seuil.
13. Mercedès Fouda, (1995), *Le Franco faufille illustré*, Yaoundé, Partenaires.
14. Oyono, F. (1974), *Une vie de boy*, P.956, Paris, Julliard.
15. Riffaterre M. (1971), *Essais de stylistique structurale*, Paris, Flammarion.
16. Roncayolo, M. (1997), " *La ville à livre ouvert* " (interview) in *Sciences humaines* n°78.
17. Sartre, J.P. (1970), *Les Mots*, Paris, Gallimard.
18. Saussure, F. de (), *Cours de linguistique générale*.