

REGARD SOCIOLINGUISTIQUE SUR LE FRANÇAIS ET LE MOORE A TRAVERS LES ENSEIGNES A OUAGADOUGOU

Sayouba OUEDRAOGO

Université de Ouahigouya (Burkina Faso)

Sayoubaouedraogo82@yahoo.com

Youssoufou OUEDRAOGO

Université Nazi BONI (Burkina Faso)

Oyousoufou2y@gmail.com

Résumé

Cette étude s'est intéressée aux pratiques linguistiques qui se manifestent sur les enseignes privées dans la ville de Ouagadougou. A partir d'enquêtes sur le terrain, nous avons collecté un corpus d'inscriptions soumis à une analyse linguistique. L'étude qui se déroule entièrement en contexte urbain se situe essentiellement dans le cadre de la sociolinguistique urbaine. Ainsi, les objectifs poursuivis par cette étude sont, d'une part, appréhender la place du français et de la langue nationale moore sur l'enseigne à Ouagadougou, et d'autre part, faire une analyse sociolinguistique des textes d'enseignement. Les résultats de la recherche nous ont permis de découvrir que le français et le moore sont prépondérants et assument des fonctions véhiculaires sur les enseignes dans la ville de Ouagadougou. En outre, une analyse morphosyntaxique et orthographique est réalisée en s'appuyant sur le corpus.

Mots clés : enseigne, morphosyntaxe, langue nationale, fonction véhiculaire.

Abstract

This study looked at the linguistic practices that manifest themselves on private signs in the city of Ouagadougou. From field surveys, we collected a corpus of inscriptions to a linguistic analysis. The study, which takes place entirely in an urban context is essentially situated within the framework of urban sociolinguistics. Thus, the objectives pursued by this study are, on the one hand, to understand the place of french and the national language moore on the signs in Ouagadougou, and carry out a sociolinguistic analysis of teaching texts. The results of the research enabled us to discover that french and moore are preponderant and assume vehicular functions on the signs in the city of Ouagadougou. In addition, a morphosyntactic and orthographic analysis is carried out based on the corpus.

Keys words : signs, morphosyntax, national language, vehicule function.

Introduction

01. Problématique

Depuis quelques décennies, l'on note une urbanisation croissante des capitales Africaines. Ainsi, le brassage des langues qui accompagne l'urbanisation génère l'émergence de langues d'intégration à la ville. Les populations qui arrivent nouvellement en ville sont souvent confrontées à des difficultés de choix de la langue de communication. De ce fait, la diversité linguistique pose donc un problème de communication. La ville, cadre d'étude et « véritable laboratoire social » (Park, 1929 : 10) a fait l'objet de nombreuses études sociolinguistiques.

La ville de Ouagadougou au Burkina Faso est une ville cosmopolite où cohabitent plusieurs ethnies et communautés étrangères. En outre, l'environnement lettré urbain est caractérisé par la présence d'une diversité d'inscriptions. Il existe des inscriptions relevant de l'Etat (*in vitro*) aperçues sur les enseignes publiques et celles relevant des pratiques des locuteurs (*in vivo*) élaborées par les acteurs du secteur privé. En ce qui concerne le second type d'inscriptions, nous relevons une émergence d'enseignes à travers la ville de Ouagadougou. Les commerçants font donc usages de la pluralité linguistique sur les enseignes. De l'avis de (Ouedraogo, 2020, p. 267) : « cette pratique scripturale liée à l'émergence des enseignes en contexte urbain burkinabè pourrait donner matière à réflexion aux sociolinguistes ».

De ce fait, quelle est l'ampleur du français et du moore sur l'enseigne à Ouagadougou ? Quelle description linguistique pouvons-nous faire des inscriptions en langue française et en langue nationale moore ? Ces questions essentielles font appel aux hypothèses suivantes : le français et le moore occupent une place prépondérante sur l'enseigne à Ouagadougou et assument des fonctions véhiculaires ; les inscriptions sur les enseignes peuvent être décrites sur les plans morphosyntaxique et orthographique. Les objectifs poursuivis par cette étude sont articulés comme suit : appréhender la place du français et de la langue nationale moore sur l'enseigne à Ouagadougou ; faire une description sociolinguistique du corpus.

0.2. Approche théorique

Notre étude s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique en général et particulièrement la sociolinguistique urbaine. En effet, la sociolinguistique porte sur les rapports entre la langue et la société. Elle analyse les faits sociaux en rapport avec la dynamique langagière. Quant à la sociolinguistique urbaine, elle étudie l'effet de la ville sur les langues. Le cadre physique de cette étude est porté sur la ville de Ouagadougou au regard de la diversité des réseaux qui permettent de comprendre les faits linguistiques. La présente étude qui se déroule dans la capitale burkinabè s'inspire des travaux de (Calvet, 1994) et (Bulot, 2003) qui ont engagé la réflexion sur la prise en compte des écrits urbains à travers par exemple les enseignes, les graffiti en sociolinguistique urbaine. De ce fait, (Calvet, 1994) estime que « les murs de nos villes parlent ». Autrement dit, il les inscriptions sur les supports urbains constituent un langage à décrypter par le chercheur. La ville est privilégiée dans les études sociolinguistiques parce qu'elle a une influence sur le statut et le corpus les langues.

Dans le même ordre d'idées, nous empruntons les stratégies d'analyse proposées par Th. Bulot (2003). De ce fait, il prend en compte la territorialisation des langues dans le contexte urbain. Ainsi, soutient-il en ces termes :

La sociolinguistique urbaine tente d'évaluer l'efficacité sociale de tous ces discours relatifs au socio-spatial et au socio-langagier pour tenter d'analyser comment le discours et la pratique de l'espace peuvent modeler le comportement linguistique et langagier des sujets, comment à contrario, ce discours (leurs discours) contribue à façonner l'espace social, l'espace énonciatif, et au final le territoire.

En d'autres termes, l'auteur considère la sociolinguistique urbaine comme une analyse de la mise « en mots » de la ville. La présente étude s'appuie sur un corpus d'enseignes relevés en milieu urbain et soumis à une analyse du contenu.

03. Approche conceptuelle

Afin de faciliter la lecture et la compréhension, nous avons défini le mot clé à savoir “enseigne”. De ce fait, étymologiquement, le mot enseigne vient du latin « insignia » qui veut dire « choses remarquables », venant lui-même de l’adjectif « insignis » qui signifie « marque » avec pour racine « signum », « signe » en français. Nous retenons que l’enseigne est toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce.

Dans la ville de Ouagadougou, une étude menée par (Napon, 2005) a permis d’identifier deux (02) types d’enseignes : « il y a des enseignes élaborées par les institutions étatiques [...] et celles qui sont faites par des personnes du secteur informel. ».

04. Démarche méthodologique

Nous avons mené des enquêtes sur le terrain afin de toucher du doigt les pratiques linguistiques sur les enseignes. L’observation directe nous a permis de constater les réalités sur le terrain et de mieux préciser l’objet de notre recherche. L’intérêt d’une telle technique se situe « dans la possibilité offerte aux chercheurs d’apprécier la réalité en conformité avec les problèmes posés dans la recherche ». (Blanchet et Gotman, 1992). A travers les artères de la ville de Ouagadougou, notre regard est porté sur des motifs d’enseignes. Ce qui nous a permis de nous rendre compte de la présence massive du français et de la langue nationale moore. En outre, au cours de l’observation directe, nous avons utilisé un appareil photographique numérique qui nous a permis de réaliser cent quarante (140) clichés d’enseignes. Dans la présente étude, nous nous sommes intéressé aux enseignes privées élaborées par des acteurs économiques dans la ville de Ouagadougou. Soulignons que l’étude est de type qualitatif même si nous avons fait recours à des données quantitatives. Nous avons eu des entretiens avec cinquante (50) propriétaires d’enseignes, soit dix (10) personnes par quartier afin de recueillir leurs avis sur la graphie et le sens des inscriptions. Ainsi, cinq (05) quartiers ont été choisis en tenant compte du prestige (résidentiel ou populaire). A l’issue de la phase de collecte des données, l’ensemble des informations a fait l’objet d’une analyse minutieuse. Le dépouillement a été fait manuellement.

1. Situation sociolinguistique de la ville de Ouagadougou

Le Burkina Faso est un pays multilingue au regard de la présence des différentes composantes linguistiques du pays. En plus, l'on note la cohabitation d'une centaine de nationalités venues d'horizons divers. Selon les résultats définitifs de l'Institut national de la statistique et de la démographie (2019), le moore (52,9 %) est la langue nationale la plus parlée au Burkina Faso. Elle est suivie du fulfuldé (07,8 %), du gourmancema (6,8%), du dioula (5,7%), du bissa (3,3%), du bwamu (2,0%) et du san (2,0%). Les autres langues africaines et non africaines enregistrent 0,2 %. Le français, langue officielle est parlée par 2,2% de la population burkinabè. Ouagadougou, la capitale du pays enregistre toutes les langues du pays ainsi que les langues africaines et non africaines. Le moore, le dioula et le français sont parlées par les habitants mais à des proportions variables. En définitive, la présentation sociolinguistique de notre zone d'étude permettrait de comprendre le contexte dans lequel évoluent les enseignants dans cette ville.

2. Présentation, analyse et interprétation des données d'enquête

A travers une présentation des données d'enquête, nous avons procédé à leur analyse et leur interprétation.

2.1. Langues en présence et fonctions

Les proportions des langues en présence sur l'enseigne à travers les enquêtes de terrain sont contenues dans le tableau ci-dessous :

Langues répertoriées sur les enseignes

Langues	Français	Moore	Dioula	Anglais	Arabe	Fulfuldé	Gulmancema	Lyélé	Total
Total	62	34	18	9	7	4	3	3	140
Pourcentages	44,28 %	24,28 %	12,85 %	6,42 %	5 %	2,85 %	2,14 %	2,14 %	100 %

Source : données du terrain, octobre 2020

Commentaire et analyse

Dans le tableau ci-dessus, l'on note 44, 28% d'enseignes en français, 24,28% pour le moore, 12,85% pour le dioula, 6,42% pour l'anglais et 5% pour l'arabe. Les autres langues telles que le fulfuldé, le gulmancema et le lyélé se partagent respectivement 2,85%, 2,14% et 2,14%.

L'examen de ces résultats d'enquête laisse voir une large proportion d'enseignes en langues française (44,28%). Cette domination s'expliquerait par le statut du français au Burkina Faso. Ainsi, il est la langue officielle et la langue d'enseignement. Le français est suivi par la langue nationale moore qui occupe la deuxième place sur l'enseigne avec 24,28%. A travers les pratiques linguistiques sur les enseignes, nous pouvons conclure que les langues françaises et moore occupent une place majeure. De ce fait, ces assument la fonction véhiculaire à Ouagadougou et facilitent la communication interethniques et intra ethnique. Elles sont visibles sur les enseignes et constituent un moyen de communication de masse.

2.2. Structure linguistique des enseignes en langue française

Cette partie concerne l'analyse orthographique et morphosyntaxique des mots et expressions en français.

2.2.1. Enseignes et orthographe

Après examen et analyse du corpus recueilli, l'on constate des lacunes au niveau orthographique des termes et expressions utilisés. L'on note des entorses au niveau de l'orthographe. L'orthographe étant la graphie correcte d'un mot dans une langue donnée, elle s'attache donc à une norme d'écriture que l'on doit respecter dans la rédaction. Toutefois, de nombreux textes d'enseignes commerciales n'obéissent pas à cette norme. A divers endroits, les constructions les plus récurrentes ont été relevées :

- Charge de batteri pour charge de batterie ;
- Vente essance pour vente d'essence ;
- cafeteriat, cafétariat pour cafétéria ;
- Ici vente de pièces détaché pour Ici vente de pièces détachées ;
- Resto, Restau pour Restaurant ;
- Maquis LA DIFFERANCE pour Maquis LA DIFFERENCE ;
- Vente d'essance Siper pour vente d'essence super ;
- Vente de Poison pou Vente de Poisson.

Ces écarts à la langue française peuvent être interprétés de plusieurs manières. D'une part, l'on note une volonté de simplification de la langue française, et d'autre part, l'expression d'une ignorance de la transcription orthographique des mots français. Soulignons que 76% des propriétaires d'enseignes interrogés ont déclaré être illettrés. Ils ont eu recours alors à des personnes d'un niveau approximatif pour transcrire les termes en français. Cela pourrait justifier ce comportement langagier défectueux sur les enseignes.

2.2.2. Enseignes et morphosyntaxe

Le corpus recueilli présente des mots composés, des mots phrases et des termes issus d'abréviation.

Emploi des mots composés

A ce niveau, l'on note l'emploi récurrent des formes créées par composition sur les enseignes. Il s'agit notamment des mots composés reliés par des prépositions. Ainsi, la composition « est un processus morphologique qui forme par association de lexèmes des unités lexicales complexes pouvant figurer de façon autonome dans une phrase et susceptible de fonctionner comme un élément indépendant. ». (Essono, 1998, 113). A ce titre, voici quelques exemples relevés en français :

- MAQUIS STADE DE France ;
- LYCEE PRIVE LES LEADERS DE DEMAIN ;
- GARAGE DE DEUX ROUES ;
- ECOLE MATERNELLE LA DIVINE PROVIDENCE ;
- MERCERIE « LA JOIE DU PEUPLE ;
- ALIMENTATION AU COIN DU BONHEUR ;
- MAISON DE LA BEAUTE.

Emploi des mots-phrases

A ce niveau, certains propriétaires d'enseignes ont fait recours aux mots-phrases constitués d'un sujet, d'un verbe et d'un complément. Ainsi, pouvons-nous lire les inscriptions suivantes :

- EXCELLENCE CUISINE « DIEU EST BON » ;
- POULET FLAMBE « DIEU EST GRAND » ;
- MAQUIS « LES BONS COMPTES FONT LES BONS AMIS » ;
- SALON DE COIFFURE « DIEU EST MON ESPOIR ».

Emploi de termes simplifiés

D'autres procédés de création lexicale tels que l'abréviation et la siglaison ont été abondamment utilisés. Quant à l'abréviation, elle est « un procédé graphique consistant à écrire un mot en n'utilisant qu'une partie de ses lettres. » (Goosse, 1993, 138) Ce procédé est utilisé pour simplifier l'orthographe de la langue française. Certains sigles fournissent des détails sur le sens tandis que d'autres ne sont pas explicités. A ce titre, nous avons relevé des sigles et des abréviations suivantes :

- L. D. C : Louis Dreyfus Commodities ;
- I.C.I : Initiative conseil international ;
- C.F. A.O : Compagnie française d'Afrique de l'ouest technologie ;
- Ste V.M.A.P: Vitrierie menuiserie aluminium et peinture ;
- S.I.F.A : Société immobilière du Faso ;
- Cafétéria T S R : Transport Sana Rasmané ;
- SONOF : Société Noufou et frères.

Aussi, avons-nous relevé des tronctions comme la syncope dans le corpus. Par syncope, elle est considérée comme étant « un phénomène très fréquent de disparition d'un ou plusieurs phonèmes à l'intérieur d'un mot. ». (Dubois et *al*, 2001 : 464). De ce fait, nous présentons quelques formes créées par ce procédé :

- Ste pour Société ;
- ETS pour Etablissements.

Ou encore l'apocope, un procédé de création lexicale qui « consiste en la chute d'un ou plusieurs phonèmes ou syllabes à la fin d'un mot. ». (Dubois et *al*, 2001 : 43). En guise d'exemples, nous avons retenu les inscriptions suivantes :

- RESTAU POUR RESTAURANT ;
- MECANO-AUTO POUR MECANICIEN D'AUTOMOBILE ;
- AMISO TELECOM POUR AMISO TELECOMMUNICATION.

Au niveau morphosyntaxique, l'on peut observer des incorrections dans la construction des énoncés. Il résulte dans la plupart des cas une juxtaposition de noms non conformes à l'orthographe du français. Il peut y avoir une omission de la préposition reliant les deux nominaux du syntagme. A titre d'exemples, nous avons relevé des expressions qui sont incomplètes sur le plan morphosyntaxique :

- POISSONNERIE CARREFOUR pour POISSONNERIE DU CARREFOUR ;
- Maison BEAUTE pour Maison de la beauté ;

- GARAGE DEUX ROUES pour GARAGE POUR DEUX ROUES ;
- Riz sauce pour Riz à sauce ;
- Riz gras pour Riz au gras ;
- VENTE BROCHETTE pour VENTE DE BROCHETTES.

L'on note donc une influence de la structure de la langue nationale moore sur le français.

Les expressions telles que « riz sauce », « riz gras » sont ancrées dans les habitudes langagières des locuteurs de cette ville.

2.3. Structures linguistiques des enseignes en langue nationale moore

A ce niveau, nous avons procédé à l'analyse sur le plan orthographique et morphosyntaxique.

2.3.1. Enseignes et orthographe

Tout comme la langue française, le moore est une langue parlée par une majorité importante des habitants de Ouagadougou. On y trouve une masse importante d'inscriptions dans cette langue sur les enseignes. Cependant, nous observons une transcription en caractère latin avec des écarts en ce qui concerne les principes orthographiques de cette langue. Cela s'expliquerait par la non maîtrise des principes de transcription des langues nationales par les scripteurs ou les propriétaires d'enseignes. Une multitude de mots et d'expressions francisées ont été relevés certes, mais avec des fautes d'orthographe. Voici des exemples d'énoncés qui attestent :

- Ouindtoin Multi service pour Wēedtōe multi service
/ Dieu est capable /
- WENDKOUNI prêt-à-porter pour Wēedkūuni prêt-à-porter
/ Dieu donné /
- Restaurant Riinodo pour Restaurant Ri-nodo
/ Repas appétissant /
- Maquis if nifou pour Maquis F nifu
/ Ton œil /
- Secrétariat publique GALLIAM pour Secrétariat publique
GALYAM
/ Etre intelligent /

Dans la plupart des expressions employées, nous voyons un recours au nom de Dieu (Wēed) en langue nationale moore. Ces commerçants

espèrent rentabiliser en invoquant le nom de Dieu. De même, des termes valorisants comme “noodo” sont utilisés pour attirer la clientèle.

2.3.2. Enseignes et morphosyntaxe

Nous avons aussi relevé des enseignes en langue nationale moore. Les plus récurrentes sont les expressions théophores dont la structure syntaxique se répartit dans les deux (02) catégories syntaxiques suivantes : les syntagmes nominaux et les mots-phrases.

Syntagmes nominaux

Le syntagme est « un ensemble d’unités significatives plus étroitement reliées entre elles qu’avec le reste de l’énoncé ». (Martinet, 1996) Le syntagme nominal est un groupe de monèmes où l’élément central est un nom. Les formes créées à partir de nominaux sont très fréquentes sur les enseignes. C’est le cas des inscriptions suivantes :

- Atelier « KISWENDSIDA » : Croire en Dieu
/ Croire / Dieu /
- Restau « BARK-WENDE » : Dieu merci
/ Merci / Dieu /
- Prêt-à-porter « WENDKOUNI » : le don de Dieu
/ Dieu / donner /
- Location des appareils de sonorisation « WEND KONTA » :
Dieu va pourvoir
/ Dieu pourvoir /

Les expressions théophores en langue nationale moore sont massivement employées par les propriétaires d’enseignes. La plupart de ces mots théophores sont des prénoms en pays moaga.

Syntagme nominal

Il est constitué de phrases lexicalisées qui se comportent comme un nom. Elles sont figées ou semi-figées et jouent sémantiquement le même rôle qu’une phrase entière. Les expressions suivantes illustrent la situation sur le terrain :

- Bonne cuisine « TEEGA WEND PANGA » pour Wēedpānga
: par la puissance de Dieu
/ Compter / Dieu / force /
- Super marché « YAA WENAM NEEMA » pour Yaa wēnam
neema : grâce à la bénédiction de Dieu
/ Grâce / Dieu / bénédiction /

- Cuisine « PANG YA WENDE » pour Pǎng ya wēende : Dieu est fort
/ Force / est / Dieu /
- Restaurant « WEND -LA- KONTA » pour Wēed-la-kōta : Dieu est le donneur
/ Dieu / est / donneur /

Les expressions ci-dessus sont transcrites en respectant l'alphabet latin. Elles ne n'obéissaient donc pas à l'orthographe de la langue moore. Soulignons que les inscriptions relevées sont la plupart des cas bilingues français / moore et sont des expressions théophores.

Conclusion

Notre réflexion qui a porté sur les enseignes dans le contexte burkinabè avait pour but de dégager la place du français et de la langue nationale moore à Ouagadougou. Elle visait également à faire une analyse sociolinguistique des inscriptions sur les enseignes. Pour y parvenir, une collecte des données a été effectuée dans les différents quartiers de la ville de Ouagadougou. Cette enquête de terrain a permis de constituer un corpus d'inscriptions sur les enseignes et faire une description linguistique des mots et expressions relevés. L'analyse et l'interprétation des données ont révélé une domination des langues françaises et moore sur les autres langues dans les inscriptions. Cela se justifierait par le contexte sociolinguistique de cette ville marqué par une prédominance du français et de la langue nationale moore. Ces langues assument des fonctions véhiculaires dans la ville de Ouagadougou.

En outre, l'analyse sociolinguistique a montré que les mots et expressions sont rédigés sur les enseignes sans tenir compte des normes de transcription du français et de langue nationale moore.

Références bibliographiques

Blanchet, Alain et Gotman, Anne (1992), *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan.

Bulot, Thierry (2003), « Matrice discursive et confinement des langues : pour un modèle de l'urbanité » in *Cahier de sociolinguistique 8*, Rennes, Presses universitaires de Rennes 2, 99110. [En ligne], Disponible sur <http://eso.cnrs.fr/IMG/pdf/bt.pdf5>, (Consulté le 03 / 07 / 2021).

Calvet, Louis-Jean (1994), *Les voix de la ville : introduction à la sociolinguistique urbaine*, Paris, Payot et Rivages.

Dubois, Jean et al. (2001), *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse.

Essono, Jean-Marie (1998), *Précis de linguistique générale*, Paris, l'Harmattan.

Goose, A. (1993), *Le bon usage, Grammaire française*, Paris, Duculot, Louvain-la-Neuve, 13^e édition revue.

Institut national de la statistique et de la démographie (2019), *Rapport d'analyse des données du 5^e Recensement Général de la Population et de l'Habitat au Burkina Faso : synthèse des résultats définitifs*.

Martinet, André (1996), *Eléments de linguistique générale*, Paris, Armand Colin.

Napon, Abou (2005), « L'utilisation des expressions théophores en moore sur les enseignes à Ouagadougou », in *Annales de l'Université de Lomé*, Tome XXV-2005, série des Lettres et Sciences Humaines, ISSN 1016-9202, LES PRESSES DE L'UL, Lomé.

Ouedraogo, Sayouba (2020), « Enseignes commerciales et motivations du choix du français et des langues nationales à Ouagadougou, in *Collection FLE/FLA*, volume 1, n° 2, Kenyatta University.

Park, Robert Ezra (1984), *La ville comme laboratoire sociale*, in *CHICAGO (L'Ecole de)*.