

ETUDE SOCIOLINGUISTIQUE DE L'ENSEIGNE A LIBREVILLE

Firmin MOUSSOUNDA IBOUANGA

mussundafirmin@gmail.com

ORCID iD : 0009-0002-5516-8911

Département des Sciences du Langage, FLSH

Université Omar Bongo, Libreville - Gabon

Résumé

Cette analyse de sociolinguistique urbaine propose une étude sur l'enseigne librevilloise que l'on découvre ou rencontre gravée sur des supports différents (poteaux et murs) de la ville. L'enseigne de Libreville est en fait un emplacement de langues, un espace de conservation/ congélation langagière et de production discursive. Ce flot d'actes langagiers est varié et significatif à plus d'un titre, il montre comment le migrant urbain vit en ville, comment il s'oppose, à travers l'enseigne, il cohabite avec son compère à Libreville. Libreville, ELbivi pour les jeunes, est une ville de libertés et un excellent révélateur de migration endogène/ exogène.

Mots-clés : Enseignes monolingues/ plurilingues, lieu de langues.

Summary

This urban sociolinguistic analysis examines Libreville's street signs, which are found engraved on various supports (posts and walls) throughout the city. The Libreville street sign is, in fact, a site of languages, a space for linguistic preservation and stagnation, and a site of discursive production. This flow of linguistic acts is varied and significant in more ways than one; it reveals how the urban migrant lives in the city, how they interact, and, through street signs, how they coexist with their fellow citizens in Libreville. Libreville, or Elbivi for young people, is a city of freedoms and an excellent indicator of endogenous and exogenous migration.

Keywords: Monolingual/ multilingual signs, language venue.

Introduction

La présente étude examine les pratiques urbaines et linguistiques des enseignes à Libreville, capitale du Gabon. Elle met en lumière les dynamiques entre langue officielle (français), langues endogènes et celles dites langues exogènes.

Une enseigne du latin « *insigni*, désigne un objet, un emblème ou un panneau comportant une inscription qui signale une maison de commerce au public ». (Le Petit Larousse Compact (2002 : 384). Pour le Robert (2014 : 649) le mot enseigne vient également du latin « *insigna*, décoration, remarquable, qui signifie signe. C'est une marque, un indice. Du point de vue commercial, une enseigne est un signe extérieur visible et apposé sur un établissement (ex. nom de l'entreprise, logo ou les deux).

Du point de vue sociolinguistique, une enseigne est un lieu de langues, un espace de conservation langagière et de production linguistique qui permet de signaler la présence d'un restaurant, maquis, bar, église, école, etc.

L'espace public librevillois est saturé d'enseignes de toutes morphologies qui mobilisent de nombreuses ressources linguistiques et ethnolinguistiques. Ces enseignes loin d'être de simples moyens d'orientation et de signalisation forment de véritables marqueurs socio-anthropologiques et identitaires. Le choix de l'environnement graphique, des langues utilisées ainsi que des formes discussives dans les enseignes librevilloises semble répondre à des logiques complexes : contacts de langues, juxtapositions langagières et stratégie de visibilité, ou encore adaptation aux publics ciblés.

De nombreuses études ont été faites sur l'enseigne :

- la première réflexion est de Calvet (1990 : 73-84) pour qui l'enseigne ce sont « des mots sur les murs qui servent à renseigner ».
- la seconde étude de Blanchet (2005) détermine un ensemble d'usages actuels de provençal dans la signalétique urbaine en Provence. Pour Boudreau et al (2005 : 255-288), ce sont des *signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes* qui déterminent la ville.
- dans le troisième travail, Le Squère Roseline (2007) développe une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affiches et développement régional.

Au Gabon en général, à Mouila en particulier, une étude similaire a été réalisée dans la même optique par Moussounda Ibouanga (2008 : 5-20) fait une lecture des enseignes au Gabon : cas de la ville de Mouila, enjeux sociolinguistiques.

Toutes ces analyses ont porté sur les signalétiques, les enseignes et les mots sur les murs avec, pour seule ambition, de décrire et mettre en évidence les contacts linguistiques en milieu urbain.

Notre apport est d'examiner la mise à nu des faits empiriques exposant une dynamique langagière des enseignes dans la ville de Libreville, d'une part, en essayant de catégoriser les faits langagiers, et de les ranger selon les classes, d'autre part.

Une fois analysée, les résultats peuvent éclairer, la réglementation de l'affichage public à Libreville, les politiques langagières et les réflexions sur la promotion du plurilinguisme et de l'identité nationale.

1. Hypothèse

L'enseigne librevilloise est par nature plurilingue et pourvue de plusieurs phénomènes linguistiques.

2. Cadre théorique

Notre perspective est d'essence sociolinguistique urbaine, celle qui s'occupe de mesurer les faits de langues en société. Mais elle se charge également d'examiner comment ils s'opposent, colonisent Libreville en tant que territoire de vie et de pratiques linguistiques et sociales. L'enseigne met en scène les emplois diversifiés des langues (endogène et exogène) et dialectes urbains issus des contextes sociaux différents.

3. Enquête de terrain

Nous avons fait un survol sociolinguistique en filmant chaque enseigne durant quatre semaines dans les différents arrondissements de la ville de Libreville. Nous avons recueilli plus de 200 enseignes de toutes formes et calligraphies. Elles sont monolingues et plurilingues. Libreville, comme les images nous l'ont révélé, est un point de convergence de diverses influences socioculturelles et linguistiques, ce qui en fait un espace idéal pour une telle étude. Libreville a été préférée en raison de :

- son caractère pluri-dialectal et cosmopolite ;
- sa forte vivacité d'entrains commerciaux ;
- la variété des quartiers populaires, modernes et zones péri-urbaines.

4. Analyse et discussions des faits sélectionnés

Les Librevillois signent de manière variée les enseignes qui hantent les murs de nombreux établissements. Cette étude repose sur une double approche interne et externe, plusieurs phénomènes (abréviations, sigles, acronymes) ont été répertoriés ainsi qu'il suit :

4.1. Analyse interne des enseignes de Libreville

Les choix langagiers des enseignes peuvent être analysés sous différents aspects. Certaines enseignes optent à travers leurs initiateurs, pour la langue officielle, le français, qui évoque un certain prestige et une relation avec le monde moderne. D'autres choisissent l'utilisation des langues vernaculaires pour établir un lien socioculturel et émotionnel avec les Librevillois. L'utilisation d'autres faits linguistiques (langues européennes et asiatiques) est, quant à elle, souvent associée à la modernité et à une migration exogène.

S'agissant du fait linguistique, le plus redondant, selon *Le Petit Larousse* (2002 : 940), le terme sigle vient du « *latin, siglum. Groupe de lettres initiales constituant l'abréviation de mots fréquemment employés* ». Il

est également formé des initiales des mots d'une expression complexe. Chaque lettre du sigle représente habituellement la première lettre d'un mot (parfois deux lettres si nécessaire pour différencier les termes).

Pour Dubois et *alii* (2001 : 429) le sigle est « *la lettre initiale ou le groupe de lettres initiales constituant l'abréviation de certains mots qui désignent des organismes, des partis politiques, des associations, des clubs sportifs, des Etats, etc. : P.M.U. (Pari mutuel urbain), S. N. C. F. (Société nationale des chemins de fer français)* ». Il est aussi constitué de différentes lettres séparées par des points. Il est démêlé. Les entrées de cette étude sont présentées en gras :



E.I.V.C (Eglise Internationale des Vaillants du Christ). Cette abréviation est un sigle dont les lettres initiales sont séparées par des points abrégatifs. Il est réalisé en français.



A.D.G (Assemblée de Dieu du Gabon). Cette abréviation est également un sigle. Nous avons retenu deux sigles religieux ou symboles religieux désignant des éléments graphiques ainsi que plusieurs lettres ou un ensemble de lettres représentant une croyance, un attachement à une certaine doctrine. Ces faits linguistiques jouent un rôle important dans la constitution/ construction de la Foi des fidèles ; la communication des valeurs chrétiennes et la manifestation de l'espérance. Ils leur permettent de s'identifier à leurs églises et de renforcer leur sentiment d'appartenance à une communauté des « vaillants du christ » ou à « une assemblée de Dieu du Gabon ». La présentation de ces symboles religieux révèle, non seulement leurs significations spirituelles, mais également leur impact sur les interactions sociopolitiques dans un Gabon diversifié, conforme à la V^{ème} République.



AOC (Agence Olsen Courtage). Cette abréviation est un acronyme qui se prononce comme un mot ordinaire.



AS4 (Association Action Solidaires du 4^{ème} Arrondissement). Cette abréviation est un acronyme numérique.



CNSS (Caisse Nationale de Sécurité Sociale), est un acronyme. Dans le même prolongement, nous avons préféré deux sigles commerciaux (**AOL** et **CNSS**) et un sigle (**AS4**) de l'association solidaire. S'agissant des deux premiers, ils représentent des entreprises d'assurance et de sécurité sociale. Ils sont une marque, un produit jouant un rôle déterminant dans l'identité de la première et la communication organisée avec les assurés. Ils sont de forme simple comme le premier sigle (**AOL**), allant de simples abréviations à des logos complexes qui intègrent des éléments visuels (cf. l'image de la **CNSS**). Par contre, le sigle **AS4** comporte une typographie différente des deux autres dans le V^{ème} arrondissement de Libreville. Il est perçu comme un signe d'entraide et de solidarité entre Librevillois. Les sigles retenus se réalisent sans contraintes articulatoires

Les phénomènes que nous venons de présenter montrent à quels points le Librevillois s'approprie et domine son territoire urbain (cf. le tableau n 1) en s'y orientant au gré de ses expériences.

Tableau n 1 : Sigles et acronymes des enseignes à Libreville

Faits de langues	%	Langues
Sigles	31%	Français
Acronymes	69%	Français°
Total	100%	Français

4.2. Analyse sociolinguistique des enseignes de Libreville

L’analyse sociolinguistique repose sur l’étude des faits de langues en rapport avec leur formation, leur milieu et leur déterminisme social. Nous en avons recensé 8 catégories. La première concerne le contact de langues ou le mélange de langues. Le mélange de langues se définit comme « *l’apparition dans le même énoncé de deux ou plusieurs langues. Cet énoncé est des fois en code mixing ou alterné* » (Dubois et alii 2001 : 297). Ces phénomènes langagiers se produisent également sur les enseignes où le promoteur affiche différentes langues en direction d’une clientèle bilingue. S’agissant de la première catégorie traitant du contact de langues et mélanges de langues, nous avons les faits langagiers suivants :



L'enseigne religieuse qui précède nos propos présente un contact de langues juxtaposé (français/anglais). Les langues (français et anglais) qui figurent sur cette enseigne sont l'une à côté de l'autre, indiquant ou traduisant le même message (Ministère International de la Fontaine vivante/ Living Fontaine Ministrie International).



La seconde enseigne religieuse sur la présente page est réalisée en français/anglais/yoruba, sous formes d'alternances langagières. Cette enseigne traduit la vitalité du plurilinguisme gabonais et fait entrevoir la tension entre identités et insertion des migrants nigériens/ béninois à Libreville. Elle marque également une ouverture au monde extérieur et s'inscrit dans une dynamique urbaine propre aux villes africaines.



La troisième enseigne ci-contre, de logique commerciale, expose deux réalités linguistiques différentes le français et le ipunu (langue gabonaise du groupe B40). Nous indiquons encore une fois que le couple (français et autres) est le plus important comportant, des langues en contact ou en juxtaposition linguistique (endogène et exogène). La présence des langues gabonaises est quand même évaluée à 30,02 %. Ce pourcentage est non négligeable. Il nous indique que les Gabonais sont présents dans les professions liées à l'onomastique mercatique, puisqu'ils occupent l'environnement graphique à Libreville.

Depuis que le Gabon a rejoint ou intégré le Commonwealth en 2022, les enseignes en anglais ont fleuri de manière spectaculaire. Cet état de choses est certainement dû à la migration polygénitique exogène très accrue au Gabon. Ces chiffres justifient le fait que l'enseigne Librevilloise soit mixte et variée, pour ne pas dire

plurilingue. Ce qui revient à observer que Libreville est par définition une ville de migration. Le tableau n°2 le confirme.

Tableau n° 2 : Contact de langues et mélanges de langues

N°	Contact de langues/mélanges de langues	Langues utilisées
1.	Pharmacie isiemu	Français/ipunu
2.	Jesus Christ center of forgivens ministry international/Ministère International Jesus Christ centre de pardon	Anglais/français
3.	ZOE Ministries/centre des valeurs	Anglais/français
4.	Eglise pentecotiste connaitre la vérité/ Know the truth pentecostal church	Français/Anglais
5.	Nzeng fashion	Fang/anglais
6.	Complexe scolaire multilingue l'élite de demain Chaka Zulu mutatis mutadis (en changeant ce qui va être changé)	Français/anthroponyme zulu/latin
7.	Bouvoindi cosmétique	Ipunu/Français
8.	Eglise des citoyens de sion/ zion citizens church	Français/Anglais

Au regard des données observables dans le corpus, nous avons plusieurs types de contacts des langues (*Nzeng fashion*, *Pharmacie isiemu*) ainsi que d'alternances de langues (*Eglise des citoyens de sion/ zion citizens church*, *Jesus Christ center of forgivens ministry international/Ministère International Jesus Christ centre de pardon*). Ce tableau n°2 situe le phénomène de juxtaposition linguistique à un niveau macro-sociolinguistique. La ville de Libreville regroupe plusieurs communautés endogènes et exogènes sur son territoire

qui devient *de facto* un territoire plurilingue. Chacun en ce qui le concerne, vit et s'urbanise en affichant sa particularité à travers la graphie.

Tableau n°3 : Fréquence des couples

Couple	Nombre	%
Français/anglais	14	15,55
Français/autres	76	84,45
Total	90	100

Nous indiquons encore une fois que le couple (français et autres), le plus important comporte des langues en contact ou en juxtaposition linguistique (endogène et exogène). Ces couples reflètent un signe de modernité, langues de prestige et du commerce international. Cette manifestation dans les enseignes telles que : *Beauty coiffure de la joie christique*, *Perfect manicure*, *onglerie du Saint-Esprit*, *mains d'or of Jésus*, etc. Ces chiffres, du tableau n°3, justifient le fait que l'enseigne librevilloise soit mixte et variée, pour ne pas dire plurilingue. Libreville est ainsi par définition une ville de migration.

En revanche, la présence des langues gabonaises est évaluée à 25 % avec des titres comme *Simbou¹ fashion*, *mains bénies des anges chez Lélé²*, etc. Ces faits traduisent une certaine logique identitaire et communautaire qui s'inscrivent dans l'espace public, symbolisant une marque de territorialité linguistique. Pourtant de ces exemples, le français assure la communication universelle dans Libreville, tandis que les langues vernaculaires introduisent une dimension culturelle et exclusivement « gabonaise ». Ce pourcentage de 25 % est non négligeable. Il indique que les Gabonais sont présents dans l'enseigne commerciale puisqu'ils occupent à cet effet l'environnement graphique sur ce marché linguistique de Libreville.

¹ Anthroponyme de langue ipunu, du groupe B40.

² Anthroponyme de langue nzebi, du groupe B50.

La seconde catégorie porte sur les choronymes (du grec *choros*=*région* et *onoma*=*nom*, *nom de région*, synonyme de *régionyme* ou *toponyme*). Ils désignent le nom donné à un lieu ou à un espace. Ici, il s'agit de l'enseigne. En sociolinguistique urbaine, les choronymes permettent d'analyser la manière dont les langues, les cultures et les identités (israélienne, asiatique, et sénégalaise, cf. tableau n°4) s'inscrivent dans l'espace public librevillois. Nous considérons deux tendances selon le corpus : les choronymes exogènes et endogènes.

Tableau n°4 : Choronymes exogènes

N°	Les choronymes exogènes	Origine
1.	Galilée	Israël
2.	Asian-auto	Asie
3.	Touba Fall	Sénégal
4.	Bijouterie Teranga	Sénégal

Tableau n°5 : Choronymes endogènes

N°	Les choronymes exogènes	Langues	Origine
1.	La louetsi wano	nzebi	Lébamba
2.	Express foufou manioc...Masuku	lembaama	Sud du Gabon
3.	La migovéenne bar	Du Moyen- Ogooué	Centre du Gabon
4.	La minvouloise bar	De Minvoul	Nord du Gabon
5.	Estuaire bar...chez Miss	De l'estuaire	Libreville

Les *choronymes endogènes* sont des noms issus du patrimoine linguistique et culturel local. Ils sont formés (cf. tableau n°5) à partir de langues nationales ou de références culturelles endogènes.

Ils représentent un ancrage territorial fort, symbolisant par la même occasion une volonté d'affirmer une identité locale. On note 77% des régionymes d'origine endogènes contre 23% des choronymes exogènes. Au regard de ces faits, les Gabonais montrent leur enracinement dans le secteur alimentaire.

La 3^{ème} catégorie est axée sur *les hagionymes* (du grec *hagios*=saint/sacré et *onoma*=nom, nom sacré/de saint). Pour cette catégorie, nous nous sommes intéressé exclusivement aux enseignes religieuses ou sacrées. Plusieurs établissements portent des noms des saints ou des noms en rapport avec des termes religieux. D'après le corpus, 36% des salons de coiffure portent un hagionyme (salon de **coiffure Grâce Divine, Elohim salon de coiffure**, etc.). On note également 32% de cabinets médicaux ayant une enseigne religieuse (**Cabinet médical Dieu est amour, medical care, Clinique sainte Alice**, etc.). Les complexes scolaires et les autres établissements des pièces détachées présentent en totalité 26% des données du corpus en rapport avec l'hagionyme.

La 4^{ème} typologie porte sur les anthroponymes (du grec *anthropos*=homme et *onoma*=nom, nom de personne). Plusieurs magasins portent le nom de leur fondateur. Pour cette section, notre travail est divisé en deux parties :

- les anthroponymes exogènes qui sont composés des noms à consonne allogène : **Diop couture, Boucherie Ali, Fadiga électronique**, etc. sont en distribution à travers la ville. Toutes ces dénominations ont un lien avec la migration exogène.

- les anthroponymes endogènes qui sont formés des prénoms féminins ayant une résonnance chrétienne le sont également. Quelques salons de coiffure sont gérés par des Gabonaises : **Rose coiffure, Laetitia et Denise coiffure, Samantha**, etc.

- Les dernières typologies comme *le cognomen*³, (surnom du tenancier), le *gentilé*⁴ (Chez le Camerounais) et le toponyme mercantile⁵ résonnent avec le toponyme qui abrite la structure

³ Autrefois, c'est le surnom d'un Romain, aujourd'hui, il est considéré comme un nom ajouté ou substitué au nom d'une personne.

⁴ Désignation des habitants d'un pays (Camerounais).

⁵ Etablissement commercial qui porte le nom du lieu en général, exemple Dragon Bar.

(Pharmacie de Kinguélé, Pharmacie du PK 6, Pharmacie de Mbololo, etc.).

Conclusion

Au terme de cette étude, les enseignes de Libreville expriment une certaine coexistence pacifique des langues et une revalorisation des faits du patrimoine culturel, symbolisant des langues en contact. Ce corpus visible sur les enseignes établit non seulement les pratiques discursives réelles des Librevillois, mais également des imaginaires linguistiques et les relations de pouvoir qui organisent la société gabonaise. Ces réalités font de Libreville un véritable laboratoire du plurilinguisme urbain (Calvet 1994) et contemporain.

Sur le plan social, cette étude met en relation l'organisation et l'agencement des langues dans l'espace public ; marquée par la domination du français, langue officielle et la minorisation des langues vernaculaires. Sur le plan de l'éducation, cette étude constitue du point de vue sociolinguistique, un espace de référence pour d'éventuelles recherches en linguistique urbaine à Libreville. Son utilité est indéniable ainsi que les résultats suscités peuvent servir d'outil d'aide à la décision dans le cadre des politiques urbaines à Libreville.

Tout ceci est également vérifié par la coexistence des choronymes endogènes et exogènes illustrant la tension entre enracinement et modernité. L'esprit de cet article est de mettre à nu et révéler par la même occasion la valeur de l'enseigne commerciale, religieuse, etc. qui traite et véhicule des mots de la ville, lieu de coexistence et de juxtaposition linguistique.

Références bibliographiques

- Antoine Philippe.** 1999. « Croissance urbaine et insertion des migrants dans les villes africaines », *Des langues et des villes*, ACCT, coll. Dirigée par Robert Chaudenson, Didier, pp. 49-65.
- Calvet Louis-Jean, & Moussirou Mouyama,** (eds), 2000. *Le plurilinguisme urbain*, Institut de la Francophonie, Dirigée par Robert Chaudenson, Didier.
- Calvet Louis-Jean,** 1990. « Des mots sur les murs : une comparaison entre Paris et Dakar », *Des langues et des villes*, ACCT, coll. Dirigée par Robert Chaudenson, Didier, pp. 73-95.
- Calvet Louis-Jean,** 1999. *La guerre des langues et les politiques*, Pluriel, Hachette littératures, France.
- Calvet Louis-Jean,** 2005. « Les voix de la ville revisitée sociolinguistique urbaine ou linguistique de la ville ? », *Revue de l'Université de Moncton*, vol. 36, num. 1, pp. 9-3.
- Dogan Mattei,** 1984. « L'urbanisation dans le monde », *Universalis. Les événements, les hommes ; les problèmes en 1983*, Encyclopedia Universalis, Paris, pp. 175-182.
- McConnel Grant,** 1999. *A macrocociolinguistic analysis of language vitality, geolinguistic profiles and scenarios of language contact in India*, Publication A-23, CIRAL, Université Laval.
- McConnel Grant, Jean -Denis Gendron et al.** 1988. *Dimensions et mesure de la vitalité linguistique, rapport scientifique, volume 1*, Publication G-9, CIRB, Université Laval.
- Moreau Marie-Louise (éd.),** 1987. *Sociolinguistique concepts de base*, Belgique, Mardaga.
- Moussounda Ibouanga Firmin,** 2025. *La dynamique des enseignes à Libreville*, Saint-Maur-des-Fossés, Jets d'Encre.
- Moussounda Ibouanga Firmin,** 2008. « Le tolibangando : la variabilité de réalisation à Libreville et ses conséquences sur le français (du Gabon) », *Revue Gabonaise des sciences du langage ; GRELACO*, Les éditions du CENAREST, pp. 135-152.
- Moussounda Ibouanga Firmin,** 2011. « Analyse sociolinguistique des affiches et enseignes dans le 3eme

arrondissement de Libreville », *Mbaanza 1*, Les éditions du CENAREST, pp. 51-73.