# Entre ville et campagne, lecture des écrits péri-urbains

Jean-Pierre Sautot

▶ **To cite this version:**

Jean-Pierre Sautot. Entre ville et campagne, lecture des écrits péri-urbains. Les écrits dans la ville, L'Harmattan, pp.251-267, 1998, Sémantiques, 2738460364. halshs-01678870

**HAL Id: halshs-01678870**
**https://shs.hal.science/halshs-01678870**

Submitted on 15 Jan 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Jean-Pierre Sautot

# Entre ville et campagne, lecture des écrits péri-urbains

Pour mieux comprendre la spécificité des écrits dans la ville observée dans les chapitres précédents, nous les comparerons avec ceux auxquels le voyageur est confronté lorsqu'il arrive à Grenoble par le sud de l'agglomération. Nous privilégierons ici l'observation de la nature, de l'organisation, et de la « lecture » de ces écrits que nous qualifions de péri-urbains. Ceux-ci inter-agissent sur le cheminement du voyageur parcourant le tronçon de route départementale, puis nationale, qui relie Les saillants du Gua (à vingt kilomètres de Grenoble), à Grenoble. Ce tronçon nous parait représentatif en tant que vecteur des écrits périphériques d'une grande ville. Il traverse la commune de Vif (un peu plus de dix mille habitants) et nous conduit aux portes de celle de Varces (cinq mille habitants).

Le long de cet « axe» dans le sens Le Gua - Grenoble, sont visibles, depuis un véhicule, sur le coté droit de la route, près de deux cents écrits qui comportent principalement des lettres et des chiffres. Ces écrits entretiennent avec les lieux où ils sont

implantés des relations précises qui reflètent la structure de l'espace, et ils sont conçus pour faire agir le passant en fonction de celle-ci.

## Un lien étroit avec le contexte

Les écrits recueillis ont comme caractéristique commune d'établir avec leur environnement une relation qui, pour être explicitée, nous amènera à prendre en compte la nature du lieu référé et le degré de proximité avec celui-ci.

### Espace réel et espace référé

L'activité humaine marque l'espace, qui possède lui-même des structures superposables que décrit la géographie. Celle-ci propose des descriptions de différentes natures : divisions administratives, répartition de populations, nature des activités économiques. Pour l'essentiel, les écrits qui nous sont donnés à lire reflètent soit une organisation administrative du lieu (commune, rue, numéro d'ordre dans la rue, lieu-dit, bâtiments publics, administrations), soit une localisation des activités économiques (commerces, entreprises, services).

Dans le secteur que nous avons traversé, la plus grande division administrative est la commune, la plus petite la parcelle cadastrale, qui porte généralement un numéro d'ordre sur la voie qu'elle borde quand un immeuble d'habitation y est construit. Ces différentes divisions spatiales sont contenues dans l'adresse postale : nom de la personne physique ou morale, nom de la voie, numéro d'ordre dans la voie, commune. Les renseignements qu'offre l'adresse d'une personne suffisent en général à retrouver le lieu décrit par l'adresse. En proposant au lecteur-passant tout ou partie de ces renseignements, les écrits lui permettent de s'orienter dans l'espace, en se constituant des repères et des itinéraires.

Pour « orienter » le lecteur, l'écrit fournit des indications concernant la nature du lieu décrit et son rapport avec celui-ci.

### La nature du lieu

Les écrits font référence à des lieux de nature différente. Si l'on tentait de dresser la carte du parcours effectué lors de notre recueil, certains lieux seraient représentés par un point (locaux commerciaux, industriels ou administratifs, immeubles d'habitation), d'autres figureraient comme une ligne (rues,

chemins, routes), enfin certains apparaîtraient sous forme de polygones ou de surfaces (agglomérations, lieux-dits, communes).

Dans le secteur traversé, tous les écrits ont une relation concrète, co-existentielle, avec les lieux auxquels ils font (explicitement ou implicitement) référence. On peut dire alors qu'il existe une conjonction plus ou moins étroite entre l'écrit et son emplacement.

Le lien le plus étroit est représenté par la marque de position. Dans ce cas, l'écrit est implanté sur le lieu qu'il décrit et contient le déictique «ici» sans toujours le verbaliser. Il s'agit de :

— panneaux d'entrée d'une agglomération, qu'on peut paraphraser par «ici vous entrez à»,

— enseignes de commerce du type « boulangerie»,

— panneaux de circulation routière dont certains équivalent à «ici vous devez rouler à 50 km/h».

Une relation plus distante entre le lieu et l'écrit sera traduite par ce que nous nommerons une marque de renvoi : l'écrit et son référent ne sont pas sur le même lieu mais l'écrit comporte des indications pour parcourir l'espace qui les sépare. Quand, dans la marque de renvoi, l'indication de parcours se réduit à une simple flèche, il s'agit d'une marque de direction.

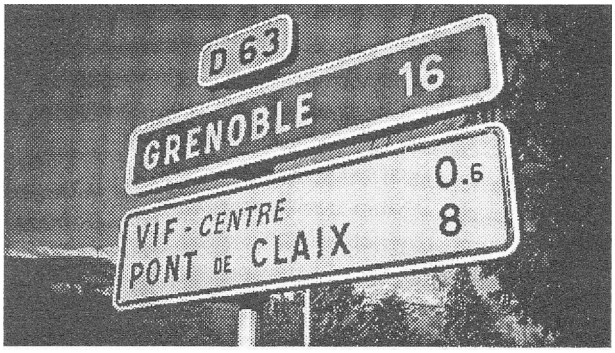
A titre d'exemple nous proposons quelques illustrations de ces rapports multiples.

**Marques de position**
sur un point : arrêt de bus

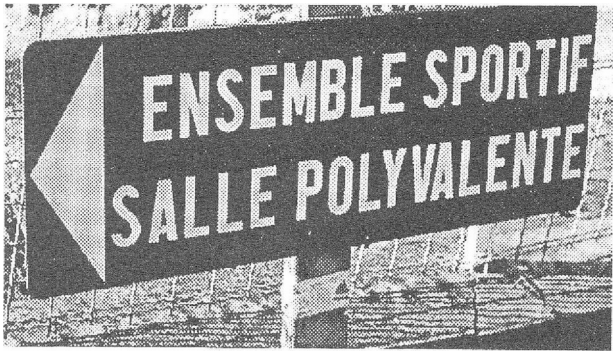
sur une ligne : N 75
sur un polygone : (une surface) VIF

**Marques de renvoi**

à un point : CAMPING, Hôtel
à un polygone : GRENOBLE 16




Marques de direction




Ainsi établi le rapport statique entre les écrits et leur environnement, la question de l'organisation et

d'une typologie de ces écrits dans une dynamique communicative reste ouverte.

## Les fonctions des écrits périurbains

Rappelons qu'un écrit peut à lui seul proposer une structure textuelle[1], structure que les éléments non-verbaux (quand il y en a) renforcent. Or cette structure textuelle peut aussi être «diluée» sur plusieurs écrits, donc être répartie dans l'espace sur plusieurs supports généralement successifs.

Certaines fonctions des écrits, observées dans le centre ville, subsistent (telle la fonction informative), mais notre typologie initiale doit être affinée et complétée, en prenant davantage en compte les lectures et les comportements qu'elles induisent. Nous retiendrons en définitive trois grands types de textes:

- Des textes informatifs (à fonction d'information uniquement) tels que :

— marques de direction à une intersection,

— panneaux d'informations municipales ;

- Des textes injonctifs (visant à faire agir le lecteur) : — panneaux du code de la route ;
- Des textes où sont mêlées des valeurs « identificatrices », « appellatives », ou « impressives » (fonctions observées dans les chapitres précédents, au centre ville principalement), que nous nommerons ici, de manière plus spécifique, « persuasifs »[2]. Il s'agit surtout, dans ce cas, d'écrits sur la façade d'un commerce.

Ces types s'organisent entre eux selon un mode inclusif : tous les textes sont informatifs mais leur fonction essentielle peut masquer la fonction d'information ; les textes persuasifs visent à faire agir le lecteur mais en développant des arguments plus ou moins explicites. Il existe bien entendu des types intermédiaires : un panneau marquant l'entrée d'une agglomération est de type informatif ; or, il implique aussi, par convention (code de la route), une limitation de vitesse, c'est-à-dire une injonction. Il reste que la fonction dominante est celle d'informer le conducteur de son entrée dans une agglomération.

Cette typologie peut se représenter ainsi :

De l'approche de ces types de textes, nous voulons extraire divers types d'organisation des écrits, et montrer leur relative interdépendance.

### Des textes pour faire agir

Les textes injonctifs que nous avons rencontrés provenaient tous des écrits destinés à agir sur le comportement des conducteurs de véhicules. Les panneaux du code de la route qui règlent la circulation visent à faire agir les chauffeurs conformément à ce code. Pris isolément, chaque panneau constitue un message complet et fini. Le signal « STOP » en est un bon exemple : la forme du panneau (octogone), sa couleur, la graphie contribuent à construire un message appuyé tout à la fois sur un signe linguistique (le mot *stop)* et sur des symboles non linguistiques (forme spécifique, couleur rouge = danger dans le code de la route). Cet ensemble est cohérent et peut être paraphrasé sous forme d'un texte. Or les panneaux réglant le code de la route sont assez rarement isolés. Ils constituent des sous-ensembles cohérents visant tout à la fois à informer le conducteur et à le faire agir selon la norme en vigueur dans les lieux qu'il va parcourir. Pratiquement, un premier panneau annonce ce qui va suivre (spatialement) et contient implicitement l'obligation que présentera le second panneau. On prendra comme exemples les panneaux situés sur le tronçon de route nationale, déviée dans la traversée de l'agglomération de Vif, intersection en rond-point de la route départementale 63.

1 Il n'est pas question de débattre ici de ce qu'est ou n'est pas un texte. Disons simplement qu'un texte est un ensemble cohérent destiné à faire progresser la connaissance du lecteur.

2 Un texte persuasif *vise* à convaincre le destinataire. Les arguments qui nous ont été donnés à lire sont réduits au minimum. Ils s'apparentent à des marques de séduction plus qu'à de véritables arguments développés.

**Ensemble A**

Ecrit n° 1

Ecrit n° 2

**Ensemble B**

Ecrit n° 3

Ecrit n° 4

L'écrit n° 2 informe le lecteur du contenu de l'écrit n°4. Les deux panneaux ont un même référent : le rond-point qui approche. Le lecteur est informé de la configuration de l'intersection par les symboles de l'écrit n° 1. L'ensemble A est une marque de renvoi (les panneaux triangulaires pointe en haut sont tous des marques de renvoi) et l'ensemble B une marque de position. La globalité des deux ensembles manifeste une cohérence (au moins une coréférence, et une progression que le lecteur vit physiquement). Il y a un destinateur unique (la collectivité territoriale gérant le lieu) qui s'adresse à un destinataire particulier (le chauffeur qui passe là à bord de son véhicule), dans le but de le faire agir dans son déplacement.

Chaque ensemble et chaque écrit est lisible seul, mais il est clair qu'ils sont organisés en un tout cohérent et que du point de vue de la production ils constituent un seul et même texte. Focalisons maintenant notre attention sur la quantité d'information que le même lecteur reçoit.

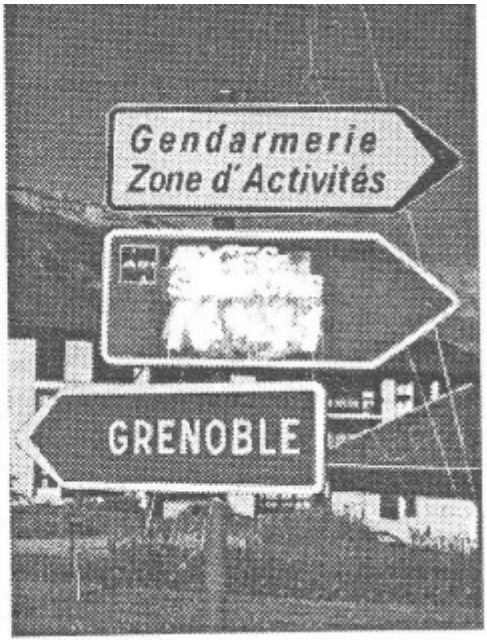
**Des textes pour informer**

A information élémentaire, texte élémentaire. Point n'est besoin de glose pour comprendre que « téléphone » sur une cabine indique la position d'un appareil à communiquer à distance. Ce type d'information transite par un texte constitué d'un seul écrit verbal en contexte.

Dès que le volume d'informations à communiquer enfle, l'espace textuel enfle de même.

Ainsi la gestion des directions possibles dans une intersection complexe de voies (RD 63 à Vif), nécessite un dispositif scriptural complexe. Le texte s'organise en :

— Un premier écrit disposé en marque de renvoi, qui fonctionne à la fois comme une table des matières et comme une explication : table car il annonce toutes les marques de direction qui vont être visibles dans le carrefour ; explication car une représentation schématique de l'intersection est inscrite ;




— Une série d'écrits disposés en marques de direction sur chaque voie sortant du rond point et reprenant chacun un chapitre annoncé dans l'écrit placé en renvoi.

Ce texte s'adresse à des conducteurs (éventuellement à un passager qui participe à l'orientation) peu familiers voire étrangers au quartier. La lecture complète du texte n'est pas obligatoire pour accéder au sens attendu (trouver sa route). Le texte se compose d'un réseau d'écrits qui amène le chauffeur d'une voie sur laquelle il se trouve vers une autre qu'il recherchait. Davantage que la notion de texte, il faut retenir celle de réseau. L'ensemble des écrits informatifs que les conducteurs sont susceptibles de lire forme ainsi un tout cohérent et suivi au fil d'un parcours. Plus exactement c'est le lecteur qui construit la progression, un peu comme pour la lecture d'un annuaire. Le scripteur (dans ce cas représenté par des éléments composites qui vont des collectivités nationales, régionales, jusqu'à des organismes privés) offre des virtualités que le lecteur exploite. C'est pourquoi il est préférable d'envisager l'organisation des écrits en réseau qui est un «maillage» d'écrits plus ou moins indépendants, disposés dans l'espace et qui manifestent une cohérence dans la visée pragmatique du message qu'ils véhiculent. Le texte n'est plus alors qu'un sous-ensemble du réseau, une construction du lecteur dans les potentialités de ce réseau. La notion de texte composé de plusieurs écrits reste opérante pour les textes injonctifs (notamment les panneaux d'interdiction, d'obligation et de danger du code de la route) qui s'appliquent à des espaces restreints, et donc offrent des potentialités plus étroites voire nulles. Cette notion s'avère beaucoup moins pertinente pour décrire l'organisation des écrits à dominante informative.

**Des réseaux qui se chevauchent**

Les réseaux d'écrits dont la visée est à dominante informative se répartissent sur tout le trajet parcouru. Le maillage qu'ils réalisent de l'espace est à peu près exhaustif, et on peut dire qu'ils constituent un seul vaste réseau qui fonctionne avec d'autres à dominante persuasive ou injonctive. Les différents types de réseaux coexistent alors dans les mêmes lieux, et ceux à finalité persuasive utilisent ceux à vocation informative. C'est ce chevauchement des deux types de réseaux qui permet au lecteur de trouver son chemin vers tel commerce ou vers tel autre. Notons au passage qu'en cas de défaillance du réseau informatif les réseaux persuasifs utilisent d'autres repères plus «situationnistes » qu'administratifs du type *deuxième route à droite.*

Le chevauchement des réseaux est d'autant plus évident si l'on s'intéresse à la répartition des écrits dans l'espace. Une analyse quantitative de cette répartition a fait apparaître que les lieux de concentrations d'écrits (à très forte densité) sont, comme on pouvait s'y attendre, les places des villages traversés et les intersections des routes. A titre indicatif, sur la place de la Libération, à Vif, on relève 26 écrits, (dont 21 informatifs) ; au rond-point de la RD 63, à l'entrée de Vif, 16 écrits (dont 10 « persuasifs »). En revanche, à la sortie de cette même ville, en direction de Grenoble, sur un tronçon de 3,5 km, 8 écrits seulement balisent cet espace (3 informatifs, 3 persuasifs, 2 injonctifs).

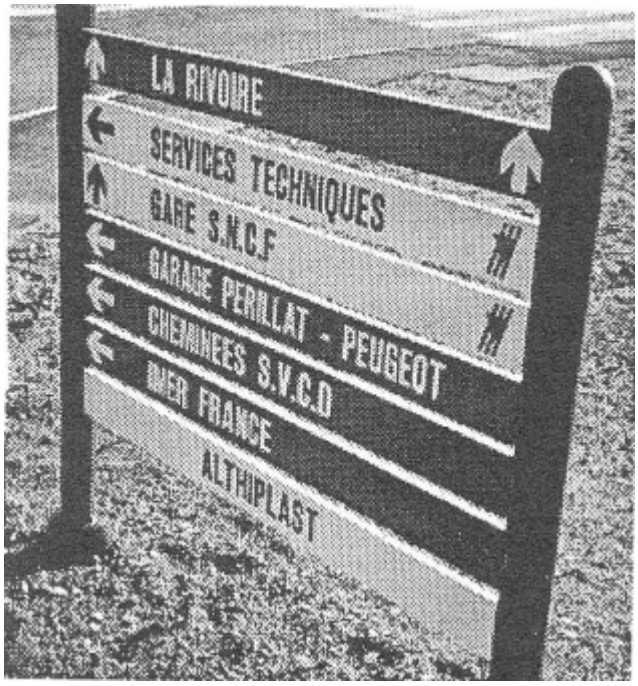
Ces regroupements d'écrits sont liés aux flux de populations qui transitent par ces lieux. Les places et intersections sont des lieux de passage obligés drainant des lecteurs provenant de plusieurs directions. Ce serait alors le nombre de lecteurs potentiels qui entraînerait l'implantation d'écrits persuasifs, et la nature du lieu (c'est là que s'opèrent les changements de direction) qui imposerait davantage d'écrits informatifs.

Ainsi le lecteur se trouve « assailli» de lectures potentielles aux abords des intersections. Il semble évident qu'un conducteur ne peut pas tout lire. Pourquoi alors cette stratégie en apparence suicidaire, de la part des auteurs des textes persuasifs ? Sans doute pour utiliser au mieux le réseau informatif : si le lecteur cherche ou recherche un commerce, il lui faut s'orienter ; l'écrit persuasif procède à une pré orientation ; il insère dans l'attente du lecteur une nouvelle donnée qui va lui suggérer d'adapter son itinéraire à son besoin, et le réseau informatif va permettre cet ajustement. Par exemple, si le conducteur aborde au cours de son voyage une agglomération inconnue, et si son projet est de faire étape pour le repas, tant que l'heure du repas n'approche pas, les annonces de restaurants demeurent vaines; en revanche s'il arrive dans l'agglomération quand il a faim, les annonces de restaurants ont toutes les chances d'être lues même si elles sont noyées parmi les annonces de supermarchés. Pour plus d'efficacité, le réseau persuasif d'un commerce particulier doit disposer d'écrits d'autant plus proches des écrits informatifs que l'orientation du lecteur doit être fine.

Le rond point situé sur la RD 63 à Vif offre une illustration du chevauchement des réseaux. On peut y lire les panneaux informatifs et le texte injonctif déjà cités en exemple. A cela s'ajoutent quelques écrits persuasifs issus de réseaux différents. Trois écrits sont placés en amont du rond point. L'un des écrits provient du réseau persuasif d'un hypermarché de Grenoble ; il propose une information pour orienter ses clients potentiels

**Écrits persuasifs aux abords du rond point de la RD 63**

**Portion du réseau «mixte» de la commune de Vif**




(marques de renvoi et de direction), laquelle est redondante par rapport aux écrits informatifs de l'intersection. Un second écrit persuasif vante une marque d'alcool et propose la visite de sa distillerie ; il s'appuie sur le réseau informatif pour orienter ses clients au moyen d'une marque de renvoi. Un troisième est une publicité temporaire adressée à une clientèle locale, qui oriente ses clients sans aide du réseau informatif, ce qui implique pour le lecteur client une bonne connaissance des lieux. Visibles depuis le rond point, deux écrits vantent une chaîne de supermarchés dont un exemplaire se situe justement à cet endroit. C'est dans ce cas l'aboutissement d'un réseau persuasif qui est donné à lire. Enfin la commune de Vif a groupé des écrits de types différents : les uns purement informatifs (lieux-dits, administration.) les autres à tendance persuasive (noms de commerce sans marques d'identification).

Les écrits et leurs lecteurs

Sachant où les écrits sont situés, on peut récapituler ce que notre trajet nous a donné à lire. Nous avons rencontré:

— Des écrits qui centrent le lecteur sur son trajet. Ils constituent le réseau informatif ;

— Des écrits qui tentent d'écarter le lecteur de son itinéraire. Ils participent des réseaux persuasifs qui espèrent attirer le passant en un point (un commerce, bien souvent) qui n'est pas toujours sur son trajet ;

— Des écrits plutôt neutres. Ce sont les textes injonctifs qui règlent l'attitude et non le parcours, mais aussi les plaques commémoratives (monuments aux morts) à valeur historique.

Un lecteur familier des lieux n'a plus besoin des écrits qu'il voit pour trouver tel hypermarché ou pour tracer son itinéraire. Les écrits publicitaires, les enseignes, fonctionnent dès lors comme des marques d'identification qui impriment leurs images dans son esprit. Que reste-t-il à lire à l'habitué des lieux ? Les écrits temporaires ou nouveaux (publicités, soldes, travaux, programmes de cinéma). Tous les autres écrits s'adressent au lecteur de passage comme en témoignent les réseaux en apparence informatifs où se côtoient noms d'école, de commerces et de lieux dits, à Vif par exemple. Dans l'espace parcouru, les écrits donnent le moyen au voyageur de construire son droit chemin mais ils le sollicitent, en même temps, pour le faire entrer dans la ville.

**Nature des écrits et urbanisation**

Les écrits des zones péri-urbaines guident et détournent le passant qui les lit selon ses besoins et ses intérêts, à une allure parfois rapide, à bord d'un véhicule bien souvent. Ils annoncent le passage de la campagne à la ville et se constituent principalement autour d'un maillage informatif. L'apparition des réseaux persuasifs appuyés sur le réseau informatif préfigure ce que seront de nombreux écrits urbains,

et c'est en cela qu'ils méritent le qualificatif de « pré-urbain ». Leur complexité et leur spécificité proviennent en partie de cette étroite imbrication d'écrits privés et d'écrits institutionnels (de la commune jusqu'à l'état) qui doivent coexister, et parfois coopérer. Le passage de la campagne à la ville est en grande partie un cheminement de l'informatif vers le persuasif et l'identitaire. La concurrence qu'instaure l'urbanisation impose une fonction d'identification toujours plus présente, rompant la « quiétude » du réseau informatif. C'est, en définitive, l'intrusion dans ce réseau, d'écrits persuasifs toujours plus nombreux qui obligent les fonctions informatives, injonctives et persuasives à trouver de nouvelles marques, pour accompagner, attirer, et « dé-voyer » le conducteur qui se dirige vers la métropole dauphinoise.