

« BUY »

Rue Hazinelle – 8 juin 2020



Une des leçons de notre enquête de terrain est que tout peut servir de support. L'innovation du support peut être liée à une actualité, par exemple l'apparition d'un nouveau produit de consommation courante comme le masque chirurgical. Ici, le support sert de complément d'objet direct au verbe « buy » (« acheter », « achète » ou « achetez » en anglais).

Le choix de la base d'un feu de circulation comme lieu d'occurrence semble connoter, par contiguïté avec cet objet-signal producteur d'injonctions binaires (« passage » vs « non-passage »), la qualité institutionnelle de l'instance énonciatrice dans la scène d'énonciation construite par cette inscription.

Cette inscription contient par ailleurs une référence culturelle qu'il peut être opportun de déployer, bien qu'elle puisse également fonctionner en dehors d'elle. En effet, le mot « buy » et jusqu'à sa police d'écriture (futura condensed extrabold) est la même que dans une scène culte du film de science-fiction américain *They Live* (1988), réalisé par John Carpenter, dans laquelle le héros marche dans la rue en portant une paire de lunettes de soleil qui lui révèlent la vraie nature des choses derrière leurs apparences, en particulier en faisant apparaître des mots d'ordre subliminaux (« STAY ASLEEP », « OBEY », « CONSUME » et « BUY » notamment) derrière les messages publicitaires et des surfaces médiatiques. Tout se passe dès lors comme si le piéton, dont le regard tombe sur cette inscription, portait ces lunettes magiques et accédait de ce fait à un niveau de signification plus profond et caché.

Par la médiation de la référence cinématographique, le scripteur impose aux piétons une certaine vision du monde, et bien qu'elle fasse l'économie du terme de la comparaison, cette inscription fait se chevaucher la réalité et la fiction de manière particulièrement disruptive. « Acheter [des] masques » n'est certes pas un message subliminal. Cependant, les

TEXTURES URBAINES

instances de gouvernance officielles ne parlent jamais que du « port » du masque obligatoire (c'est le message répété qui figure sur les panneaux injonctifs installés par la Ville de Liège), beaucoup plus rarement de l'« achat » impliqué par cette obligation. Cette inscription met donc en évidence un non-dit du discours politique de la pandémie en pointant les enjeux économiques qui entourent le port du masque obligatoire et en explicitant son statut de marchandise.