

HETEROTOPIE DU MARCHÉ DANS LA *POUPÉE ASHANTI* DE FRANCIS BEBEY

Raphaël NGWE

FALSH, Université de Maroua, Cameroun

r_ngwe@yahoo.fr

Résumé : Ce travail s'intéresse au marché comme espace hétérotopique, lieu de la quotidienneté mais aussi de contestation sociopolitique. Partant de la conception foucauldienne de l'hétérotopie, il démontre que le marché, miniaturisé dans le comptoir, qui n'est pas moins « contoïr », est le lieu de tous les commerces, économique, esthétique voire éthique. De par la dynamique de ses pensionnaires, les femmes notamment dans *La poupée ashanti* de Francis Bebey, le marché se met généralement en marche pour interroger les institutions. Le marché s'avère alors un territoire-miroir qui reflète une réalité déjà là avec ses contradictions, tout en la suggérant comme restant à venir.

Mots-clés : hétérotopie ; marché ; comptoir ; contoïr ; marche.

Abstract: This work focuses on the market as a heterotopic space, a place of everyday life but also of socio-political contestation. Starting from the Foucauldian conception of heterotopia, it demonstrates that the market, miniaturized in the counter, which is no less "contoïr", is the place of all businesses, economic, aesthetic and even ethical. Because of the dynamics of its residents, the women in particular in Francis Bebey's *La poupée ashanti*, the market generally starts to question the institutions. The market then turns out to be a mirror territory, which reflects a reality already there with its contradictions, while suggesting it as remaining to come.

Keywords: heterotopia; market; counter; contoïr; march.

Introduction

En Afrique, notamment au Cameroun, le marché est un espace sociologique qui tient sa singularité de son identité dichotomique. Microcosme significatif de la société dont elle constitue le réservoir nutritionnel, le marché ne se présente pas moins comme un environnement carnavalesque dans lequel s'érige un contrepouvoir qui questionne, pour modérer son exercice, celui des institutions. De ce point de vue, être « femme du marché » est moins une position sociale qu'un positionnement sociologique conscient grâce auquel la femme africaine en général et camerounaise en particulier, choisit de s'assurer et d'assumer un nouveau statut sociopolitique et économique. La réalité occupe une place de choix dans plusieurs œuvres africaines, notamment *La poupée ashanti* (1973/1985) dont le marché constitue la matrice première du jeu diégétique ainsi qu'un actant déterminant dans la dynamique de l'intrigue romanesque. C'est ce qui nous autorise, dans le cadre de cette réflexion, à nous

interroger sur les configurations esthétiques et (pré)figurations idéologiques de l'espace « marché » dans la poétique de Francis Bebey. Nous partons de l'hypothèse selon laquelle pour le romancier camerounais, les « *bayam-sallam* » (les revendeuses, les commerçantes) constituent une parenté affective, une force économique et un pouvoir politique sur lesquels doit s'adosser tout État moderne afin de raffermir sa stabilité. Elles sont animées d'un esprit libertaire (Moriaux 2004, p.16) et font preuve d'une capacité d'indignation incroyable qui leur rend insupportable tout système productif d' « inertie » (Olinga 2009)¹. La prédisposition à la dissidence des femmes du marché conforme leur cadre d'activité comme un espace de résistance. C'est dire que la représentation littéraire du marché chez Francis Bebey le révèle comme espace-seuil et transgressif, véritable actant dont l'analyse permet de déceler les plis cachés de la réalité et d'apprécier les dynamiques contradictoires qui font bouger toute société (Asselin 2010). Aussi l'art permet-il d'évoluer du degré zéro de la mimétique spatiale, essentiellement superficielle, au degré « réseau » dans une logique rhizomatique permettant de mieux apprécier les mouvements de déterritorialisation et de reterritorialisation (Deleuze et Guattari 1976, p.33). Les modes d'approche binaires de la représentation de l'espace, notamment celui du marché, font alors place à des approches à entrées/sorties multiples, en recherche d'inter-connexions originales et hétérotopiques (Foucault 2009 et 1994). Cette réflexion, partant du concept foucauldien d'« hétérotopie » (Foucault [1967] 1984²) et se fondant sur le principe géocritique de l'espace littéraire comme « champ d'expérimentation de réalités alternatives » et « voie d'accès à un réel décanonisé, (r)ouvert sur le narratif » (Westphal 2008), veut démontrer qu'en Afrique, le marché est un hors-monde au cœur du monde et la femme du marché un acteur informel qui donne pourtant sa forme à la société. Il se construit comme un tiers-espace, un maquis ouvert où se lit (lie), se relit (relie) et se délit (délie) le discours officiel et la pensée institutionnelle, inscrivant ainsi la société tout entière dans une dynamique de déconstruction-reconstruction-déconstruction qui empêche toutes formes de sclérose.

1. Le marché comme espace hétérotopique : le comptoir, un « contoïr »

Dans l'appréhension de l'espace, Foucault (1984) propose de faire le distinguo entre utopie et hétérotopie. Se fondant sur la conception bachelardienne, il rappelle la nature de l'utopie comme espace de l'intérieur, celui du rêve. Il renvoie à l'espace du dedans qui coïncide avec celui des fantasmes, des passions et qui, de ce fait, peut être léger, éthéré, transparent voire évanescent. Il n'est pas accessible physiquement puisqu'il est dépourvu de toute matérialité.

¹ Dans l'acception du penseur camerounais, « l'inertie dans l'ordre sociopolitique peut [...] être soit le fait des catégories gouvernantes ou dirigeantes, soit la résistance des catégories gouvernées, soit la combinaison des deux. » (2009, p.14) L'inertie est ainsi le produit de l'histoire d'une société, le plus souvent sous le diktat du parti unique (manifeste ou symbolique), l'expression d'une technologie de gestion inadaptée à la dynamique des aspirations du peuple ou encore la manifestation du scepticisme et de la résignation des cadets sociaux.

² « Des espaces autres, hétérotopies » : écrit en 1967, M. Foucault n'autorisera la publication de ce texte qu'en 1984 dans la revue *Architecture, Mouvement, Continuité*, N° 5, pp. 46-49.

Les utopies, ainsi que le résume Foucault, ce sont les emplacements sans lieu réel. Ce sont les emplacements qui entretiennent avec l'espace réel de la société un rapport général d'analogie directe ou inversée. C'est la société elle-même perfectionnée ou c'est l'envers de la société.

Foucault (1984, p. 47)

Mais, de toute façon, ces utopies sont des espaces absolument virtuels. Il s'agit donc d'environnements spatiaux toujours en rupture avec la réalité parce qu'ils se situent, par rapport à elle, toujours en deçà ou au-delà de manière que les utopies sont « des espaces qui sont fondamentalement essentiellement irréels » (Foucault 1984, p. 47). A côté de l'utopie, Foucault invite à considérer l'hétérotopie qui renvoie à l'espace du dehors, celui dans lequel on vit et qui nous attire hors de nous. C'est l'espace dans lequel on expérimente son être ou alors cet environnement dont le contact permet à l'être de se manifester, de se traduire d'une certaine façon. C'est dans cette mesure où elle se pose comme un espace « dans lequel se déroule précisément l'érosion de notre vie, de notre temps et de notre histoire, cet espace qui nous ronge et nous ravine » (Foucault 1984, p. 46). C'est donc le lieu de la complexité de l'expérience humaine. Les hétérotopies sont

[...]des lieux réels, des lieux affectifs, des lieux qui sont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables.

Foucault (1984, p.47)

Les hétérotopies, en définitive, selon la pensée de Foucault, sont des hors-mondes au cœur du monde ; des espaces comme carrefours qui disent tous les emplacements réels sans jamais se réduire à aucun d'entre eux. Aussi l'étude des hétérotopies permet-elle de se faire une idée sur l'hétérogénéité de la société qui se veut pourtant homogène, de cerner les rapports souterrains de force, les dynamiques internes de toute société. Parmi ces espaces hétérogènes, nous avons l'espace marchand où les milieux de comptoir et de marché fonctionnent comme des miroirs qui questionnent, dans l'abstrait, la réalité.

L'un des emplacements les plus significatifs et les plus expressifs du lieu et de la réalité « marché » c'est bien le comptoir. Il s'agit d'un micro-espace hétérotopique, métaphoriquement suggestif du marché en tant que « tiers-espace³ ». Il est le lieu de réflexion de plusieurs emplacements (économique, politique, culturel en l'occurrence) et de projection des rapports affectifs qui

³ Il s'agit, dans la perspective géocritique de Westphal (2008), d'une spatialité fondamentalement hétérogène, mobile, dont une part substantielle échappe au contrôle politique, suivant la dialectique de la déterritorialisation et de la reterritorialisation mise en lumière par Deleuze et Guattari (1976).

s'exercent dans ces différents emplacements. Dans *La poupée ashanti* par exemple, le comptoir se révèle un « *contoïr* ». C'est le lieu du conte où on compte en contant. C'est dire que l'activité commerciale se déploie dans la même dynamique que celle du conte.

Dès l'entame du roman, le narrateur nous met en situation de « comptoir », espace commercial, lieu de trafic et de vol où se vit « la scène d'une nouvelle duperie éventuelle » (Bebey 1985, p.10). En faisant référence à la mythologie grecque qui attribue aux commerçants et aux voleurs le même dieu⁴, le comptoir constitue une lunette grossissante de cette harmonie conflictuelle qui structure les rapports humains dans la quête de l'intérêt matériel. Il justifie, tout en le décrivant, ce type de relations. Aussi se configure-t-il comme, en même temps, lieu d'exposition, d'expropriation et d'expression. Les comptoirs, dans leur ensemble, procèdent à l'exposition de la misère du peuple et suggèrent les nutriments nécessaires pour faire de cette situation de manque une « ex-position ».

L'étalage de Mam était semblable à beaucoup d'autres. Trois planches larges posées côte à côte formaient une longue table supportée par quatre pieds nouveaux et fermes. C'étaient à la fois le comptoir et la vitrine. L'ensemble était logé dans un abri couvert par des tôles ondulées rouillées de plusieurs saisons, qui fendaient sans jamais bouger le vent fort venu du large, tandis que les murs, ici en matière plastique, là en restes de sacs de farine vides, résistaient tant qu'ils pouvaient aux intempéries. On pouvait se demander en vertu de quel phénomène physique les pluies de l'hivernage n'atteignaient pas les marchandises protégées avec une telle imprécision.

Bebey (1985, p.7)

Une telle description rend compte du comptoir comme manifestation palpable de l'indigence du peuple trahie par la dérision du matériau de construction du comptoir qui ne demeure pas moins le lieu de travail pour transformer, de manière méliorative, cet état des choses. Dans une dialectique de la précarité et de la solidité, à la manière du roseau qui plie mais ne rompt pas, le comptoir sémantise l'homme (la femme en travail ?) au travail qui sait que c'est au plus profond de la fatigue du labeur qu'il saura trouver les substances nécessaires à sa subsistance.

Lieu de quête, parfois de conquête, mais surtout de requête et d'« en quête », le comptoir se signale très vite comme cadre et moyen d'expropriation. Le terme « expropriation » fait penser à la notion de « propriété » qui constitue la raison de la lutte des classes sociales et se pose comme la ligne de friction entre le capitalisme et le socialisme. Si la première idéologie est favorable à la

⁴ Il s'agit d'Hermès. Dieu du négoce, il s'illustre également en volant le troupeau de vaches d'Apollon et en dissimulant les preuves de son forfait. Il démontre à cette occasion sa ruse et sa précoce ingéniosité. Certaines légendes racontent comment, pour que les traces ne trahissent pas sa destination, il fait marcher le troupeau volé à reculons. D'autres récits le dépeignent plutôt enveloppant de feuillages ses sandales et les sabots des animaux pour ne laisser aucune trace. Cet épisode de sa légende vaut au dieu d'être associé au mensonge et au vol.

propriété privée et à la recherche de la plus-value, la seconde militerait en faveur d'un partage équitable des biens entre les différents acteurs sociaux, tout appartenant à tous. En tant que lieu d'expropriation, le comptoir configure ces différentes postures : celle des commerçantes qui, à l'exemple de Mam et de ses consœurs du marché, étaient à la tête de « fortunes colossales » et constituaient ce qu'on appelait déjà « le capitalisme illettré du marché » (Bebey 1985, p.61). Mais aussi celle de tous ceux qui fréquentent le marché comme lieu de ressourcement, au-delà de tout trafic financier. Car, ainsi que le reconnaît un personnage de l'œuvre, « une femme du marché, c'est important ! C'est quelqu'un qui a un vrai rôle à jouer dans la vie du pays. C'est elle qui fait le pays » (Bebey 1985, p.28). L'importance de son rôle est de veiller, à son insu parfois, à une certaine stabilité sociale. Le marché devient ainsi « une simple convention » (Bebey 1985, p.18) où chacun tire son profit dans une expropriation qui mime l'expropriation.

La notion « d'hétérotopie de déviation », au sens d'espace où les individus ont un comportement déviant par rapport à la norme exigée, aide alors à une meilleure compréhension du marché comme lieu échappatoire où certaines pratiques sont ici possibles. Et dans le cas d'espèce, le marché donne la possibilité de voler sans, à aucun moment, se sentir en rupture avec un quelconque code éthique, la règle étant de se faire autant que possible du bénéfique selon, comme suggéré plus haut, la « simple convention » entre le marchand et le client. Le temps du marché constitue une sorte de parenthèses dans laquelle une manière de maraude est permise, un vol sans viol dans la mesure où il se fait dans le respect, à la mesure des billets de banque manipulés. Au marché, « les billets ne sont pas seulement des sommes d'argent, ils représentent aussi la somme de confiance que l'on accorde à ceux qui en possèdent » (Bebey 1985, p.16). Mais, nous l'avons annoncé dès le départ, le comptoir est un « *contoir* », c'est-à-dire un lieu d'expression esthétique et culturelle en faveur d'une ex-pression ou dépression. En plus du fait que le marché soit le lieu de la rencontre, de la joyeuse bousculade, du carnaval dans son sens fondamental de fête, il est également un lieu d'expression littéraire, du conte et de la fable, du souvenir. C'est avec nostalgie que Mam rappelle le temps de sa jeunesse, ce moment où il n'existait pas encore d'automobiles et qu'il fallait avaler, à pieds, plusieurs kilomètres pour se rendre au marché. C'est avec exaltation qu'elle se remémore cette époque pour fustiger le laxisme de la jeune génération représentée, auprès d'elle, par sa petite-fille Edna : « Ah, ces jeunes, qui me les a faits ? De mon temps, nous faisons le chemin à pied, et maintenant, ne voilà-t-il pas que... » (Bebey 1985, p.8). En tant que *contoir*, le marché s'avère surtout un lieu de formation où Mam instruit sa petite fille sur la force et l'importance du proverbe. « Il faut croire au proverbe, conseille-t-elle à Edna, il ressemble à la lumière. Car il est vrai, et juste » (Bebey 1985, p.26). En effet, le proverbe est une parole lapidaire qui contribue à la sauvegarde de la pensée et à sa transmission. En situation traditionnelle, la maîtrise dans la manipulation des proverbes est une preuve de sagesse et une marque d'insertion véritable dans la communauté. Car le proverbe émane de

l'observation du vécu communautaire, de la lecture de l'existence qui est toujours, pour l'homme attentif, chargée d'enseignements.

Les jours qui passent ne portent pas en eux le soleil et la pluie seulement, ils ont aussi leurs averses d'enseignements bienfaisants, dont les hommes ne se montrent pas toujours disposés à faire usage, mais qui, à la longue, s'imposent à eux avec une logique indiscutable.

Bebey (1985, p.39)

Mam rend compte de la puissance du proverbe en se faisant narratrice. Le conte, en effet, offre au proverbe un environnement de déploiement où son éloquence s'apprécie mieux. Si le proverbe accouche et conclut le conte, c'est dans et par le conte que sa sagesse éclot. Aussi, pour faire comprendre à sa petite-fille le proverbe qui pose le rêve comme une exigence, lui raconte-elle l'histoire de cet homme qui ne voulait plus rêver et à qui on conseilla, pour cela, de se trancher la tête. Le marché est un haut-lieu de performance artistique où la jeune génération est invitée à se mettre à l'école de la littérature traditionnelle, en se délectant aussi bien de ses savoirs que de ses saveurs. Depuis son comptoir, Mam fait une apologie de l'oralité :

Il ne faut pas oublier toutes ces histoires, car tu sais, elles nous viennent de loin. Ce sont nos ancêtres qui les racontaient. Il ne faut pas s'en moquer, même si aujourd'hui, avec l'école des Blancs, les gens ont tendance à sous-estimer la vérité et la sagesse contenues dans les fables et les contes.

Bebey (1985, p.45)

En tant que « *comtoir* », le comptoir devient un lieu de formation humaine, mais aussi d'information sur la vie de la communauté. Les femmes du marché sont, en effet, les vecteurs de l'information publique qu'elles savent vulgariser et instrumentaliser à l'aune des situations auxquelles elles font face. Aussi « devient[-on] femme du marché quand on sait vendre... vendre tout, y compris les nouvelles qu'on apprend » (Bebey 1985, pp.69-70). Mais le comptoir est aussi et surtout un « *comtoir* » vivant dans la mesure où l'activité de ses différents protagonistes, qu'ils soient commerçants ou clients, mime le récit de l'existence humaine : des hommes se rencontrant, engagés dans le négoce pour la survie, meublant le temps avec des histoires qui disent l'Histoire ou la contredisent, la maudissent ou médissent d'elle, en tout cas qui la reflètent, la réfractent ou la diffractent. C'est en ce sens que le comptoir est le lieu de la geste de l'humanité qui se déploie en une véritable pédagogie sur le mystère de la vie dont la mort est une manifestation : « Que des gens meurent, c'est la vie. La tristesse est une feinte, incapable de résister à la vie placée perpétuellement sous le signe implacable de la mort pour le renouveau » (Bebey 1985, p.33). Grenier communautaire, lieu de comptabilité, espace de conte et de « *racontage* » (entendu comme manipulation du conte et de toute autre nouvelle), le marché apparaît dans toute sa multifonctionnalité, l'une des caractéristiques

fondamentales d'après Foucault, de toute hétérotopie. Milieu de tous les trafics où on échange en donnant le change, il juxtapose, interpose, enchâsse ou reflète plusieurs emplacements économique, culturel et politique en l'occurrence, devenant ce lieu sans lieu à partir duquel tout lieu se lit pourtant. Telle est la magie du marché dont le fonctionnement est assimilable à celui du miroir :

Le miroir fonctionne comme une hétérotopie en ce sens qu'il rend cette place que j'occupe au moment où je me regarde dans la glace, à la fois absolument réelle, en liaison avec tout l'espace qui l'entoure, et absolument irréelle, puisqu'elle est obligée, pour être perçue, de passer par ce point virtuel qui est là-bas.

Michel Foucault (1984, p. 47)

Le marché est donc un espace imprédictible où la dynamique des acteurs échappe très souvent au contrôle des institutions dont ils interrogent régulièrement la légitimité. Aussi, le marché se met-il régulièrement en marche. Le marché, lieu de foules, se constitue alors en foule, expression du malaise d'un peuple qui se sent trahi dans ses aspirations par le pouvoir sensé veiller à leur concrétisation. Ainsi, ce que l'on peut considérer comme l'« affolement » (Ngwe 2015, pp.113-138) du marché, lieu finalement « insituable » parce que protéiforme et multifonctionnel, s'interprète-t-il comme la réaction contre toute institution qui, à un moment de son déploiement, exerce sous le registre de l'usurpation, en refusant d'être le reflet des intérêts du peuple et empêchant, par le fait même, ce dernier de s'identifier à elle.

2. Le marché et la marche : de l'économique au politique

Le postulat scientifique classique de l'espace comme objet d'étude fixe et extérieur au sujet est remis en cause par la réalité du marché. Celle-ci constitue une dynamique permanente de déterritorialisation et de reterritorialisation, de telle sorte que les frontières du marché sont toujours fluctuantes. Elles le sont d'autant plus qu'elles sont portées par ces femmes qui savent se mettre en marche et soumettre la société au pouvoir de re-sémantisation du marché. Ainsi, l'approche géocritique du marché, espace hétérotopique, ne devient pertinent qu'en intégrant l'activité de ses pensionnaires. Le marché en marche, sous l'impulsion des femmes-frontières devient alors un front contre tout affront.

Il faut se méfier des femmes du marché. Elles parlent, elles rient, elles chantent, elles vendent. Tout cela n'est pas bien méchant. Mais qu'elles se liguent contre quelqu'un, et la catastrophe peut arriver instantanément.

Bebey (1985, p.13)

Femme du rire en tant qu'expression de la joie de vivre, de l'harmonie de l'âme avec l'environnement ambiant, elle peut devenir une femme du cri, traduction de la rupture d'avec l'institution dont elle conteste le déploiement. En effet, la femme du marché est capable à la fois d'hospitalité et d'hostilité. Hospitalière,

elle est la femme du peuple, l'« asso » de tout le monde. S'il est vrai que sa situation au marché est d'abord stratégiquement économique, ainsi que nous venons de le démontrer, il n'est pas moins vrai qu'elle y remplit fondamentalement le rôle de mère, entendue comme celle qui nourrit, encadre, entretient car son activité, bien que classée dans le domaine de l'informel, ne relève pas moins des services. La femme du marché sert la nation. Elle est également cet agent qui sait distiller la bonne humeur. Ses « cris » et ses « chants » qui appâtent le client, ne sont pas moins des séquences qui redonnent à la vie toute son harmonie, toute sa beauté, toute sa sympathie. Ils font oublier au client les aspérités du contexte économique et éveille en lui cette fierté dont à besoin l'homme aux moments difficiles pour ne pas succomber au désespoir. Cette chaleureuse ouverture aux autres justifie l'estime dont jouissent les femmes du marché au sein de la population qui n'hésite pas à s'aligner derrière elles pour les soutenir, comme c'est le cas lors de l'affaire Amiofi : « cet appui spontané de la population malgré le danger, et qui donnait encore plus de poids à la manifestation, était la preuve de l'estime dont jouissaient les femmes du marché. » (Bebey 1985, p.102). Mais la femme du marché peut devenir très vite hostile lorsqu'elle sent ses intérêts menacés et sa dignité bafouée. Elle développe alors une agressivité féroce dont le but est de repositionner sa personnalité. L'agressivité, ainsi que le rappelle Jean-Marie Muller, est

une puissance de combativité, d'affirmation de soi, qui est constitutive de ma propre personnalité. Elle me permet d'affronter l'autre sans me dérober. Être agressif c'est m'affirmer devant l'autre en marchant vers lui. Le verbe agresser vient du latin *aggredi*, dont l'étymologie *ad-gradi* signifie marcher vers, s'avancer vers.

Muller (1995, p.23)

Spio fera l'expérience de cette agressivité des femmes du marché alors que, de bonne foi, il veut faire la morale à Mam et dénoncer sa pratique commerciale faite de filouterie :

Il prétend [se plaignait Mam] que je lui ai vendu autre chose que de l'ivoire véritable, mais il ne me montre même pas l'objet que je lui ai vendu. Venez, venez donc voir celui-là, qui m'insulte devant la fille de mon propre sein. En un instant, le client [Spio] se vit entouré par une foule de femmes du marché, plus agressives les unes que les autres, prêtes à enseigner à l'impudent des notions de politesse que les paroles, à elles seules, ne savent pas toujours communiquer.

Bebey (1985, p.23)

Il est donc de l'hostilité de la femme du marché comme de son hospitalité. Elle se manifeste vertement, dans la pureté de son expression, dans la réalité de son objectivité. Il est en effet significatif que les termes *hostilité* et *hospitalité* appartiennent à la même famille étymologique : à l'origine, les mots latins « *hostes* » et « *hospes* » désignent tous deux l'étranger. Celui-ci, en effet, peut être soit exclu comme un ennemi (on lui oppose alors une hostilité froide), soit accueilli comme un hôte (on lui réserve ainsi une chaleureuse

hospitalité). L'agressivité qui les anime fait des femmes du marché, des femmes dynamiques dont l'action peut avoir une portée politique, c'est-à-dire influencer sur le choix des décideurs et sur le discours structurant la vie de la nation. C'est que l'espace du marché est un hors-monde qui est pourtant au cœur du monde. Il en constitue la plaque-tournante, le lieu de convergence des populations, de diffusion des idées qui pansent les dysfonctionnements sociaux en les pensant. Aussi, sa représentation littéraire, objet d'étude la géocritique, devient-elle « une clé de lecture raisonnable du monde » (Westphal cité par Asselin 2010, p.48). La femme bayam-sellam, en tant que reine de ce milieu dont la réalité détermine le pouls social, ne peut être que d'une importance capitale. « Tu sais, [dit Mam à sa petite-fille Edna], une femme du marché, c'est important ! C'est quelqu'un qui a un vrai rôle à jouer dans la vie du pays. C'est elle qui fait le pays, fille de mon sein. » (Bebey 1985, p.28). Évident sur le plan socio-économique, cette importance ne l'est pas moins dans le domaine politique. Par leur effectif, leur pouvoir économique et leur disponibilité affective, les femmes revendeuses constituent une force qui peut ébranler les systèmes les mieux implantés et provoquer des mutations inespérées au sommet des États. L'histoire de la libération du Ghana de la colonisation britannique et de l'accession de Nkwame Nkrumah au pouvoir est illustrative à ce sujet. Cette séquence historique qui instruit fortement l'écriture de Francis Bebey est clairement rappelée par Mam dans l'optique de faire saisir à la « fille de son sein » toute la grandeur de son statut :

Les femmes du marché [sont] présentes dans toute l'activité du pays, et leur ensemble forme le groupe syndical le plus important. Ma fille, vois donc les choses en face : est-ce que le Docteur, par exemple, aurait jamais pu prendre le pouvoir sans l'accord, sans la participation active des femmes du marché ?

Bebey (1985, p.28)

Dans *La Poupée ashanti*, sous le prétexte d'une histoire idyllique entre Edna et Spio, Francis Bebey ausculte l'action politique des femmes du marché qui peut être appréciée aux niveaux respectifs de l'organisation, du *modus operandi* et de l'esprit critique. L'esprit d'organisation, c'est la faculté d'engager une action selon un canevas préalablement élaboré, conséquemment aux moyens disponibles et dans un intervalle de temps arrêté. L'esprit d'organisation est, de ce point de vue, assimilable à l'esprit de méthode, dans la mesure où il désigne cette capacité à s'engager objectivement dans un chemin (étymologiquement le mot « méthode » désigne le chemin, la voie) en vue d'un objectif. Les bayam-sellam, aussi bien dans la réalité sociologique que dans le monde fictif de Francis Bebey, jouissent de cette faculté sans laquelle aucune entreprise ne peut être menée victorieusement à son terme.

C'est un fait bien connu, qu'autant les femmes des marchés de l'Afrique de l'Ouest sont solidaires et savent s'organiser en associations politico-professionnelles quelquefois très puissantes, autant cette qualité manque

aux hommes exerçant le même métier dans des conditions pourtant similaires.

Bebey (1985, p.91)

Les femmes du marché sont organisées en mouvement syndical chargé de défendre leurs intérêts auprès des autorités. A la tête de cette organisation, on retrouve deux dames : Adima et Mam, « les porte-parole de l'association » (Bebey 1985, p.99). Adima, « la dame riche du marché » (Bebey 1985, p. 103) est, à elle seule, représentative du pouvoir économique et Mam, celle que « toutes considéraient comme la sagesse personnifiée de leur métier » (Bebey 1985, p. 88), représente cette personnalité morale qui confère du crédit à toute association sérieuse. Une telle structuration au sommet témoigne de la lucidité des femmes du marché qui ont compris que le politique et l'économique sont les deux faces d'une même indépendance. Car, il faut le dire, les femmes du marché ont conscience de leur liberté inaliénable et toute action qu'elles engagent est empreinte de cet état d'esprit : « Elles savent, précise Spio à l'inspecteur général chargé de l'affaire d'Amiofi, surtout très bien qu'elles sont les citoyennes d'un pays libre, et que leur rôle dans ce pays n'est pas à négliger » (Bebey 1985, p.81).

En outre, on constate que l'action des femmes du marché est loin d'être spontanée, ou l'émanation de la volonté individuelle d'un membre de l'association, quelle que soit sa carrure. Non seulement elle a une origine, une finalité, mais également un mode d'élection. Dans *La Poupée ashanti*, l'action des femmes du marché est provoquée par le retrait illégal et abusif du permis de vente d'Amiofi, une femme légalement inscrite dans l'association des femmes du marché où elle paye régulièrement ses cotisations (Bebey 1985, p.70). Celle-ci subit ce préjudice uniquement parce que sa fille est fiancée à un député arrêté du fait de son appartenance à l'opposition (Bebey 1985, p.75).

Le but de leur action, c'est de corriger cette injustice et de rappeler au gouvernement qu'exercer l'autorité, c'est travailler à faire grandir ceux qui sont placés sous cette autorité. En effet, la modernité politique a souvent, à tort, assimilé l'autorité à un moyen d'oppression et de domination d'un grand nombre par celui qui détient le pouvoir. Une telle conception établit entre les maillons de la société une logique rigidement verticale qui ne permet aucune communication mais, tout simplement, un ordonnancement unilatéral, du haut vers le bas. Cet ordonnancement, qui vise l'uniformisation de la mentalité et de l'être du peuple (la base) selon la seule volonté du chef (le sommet), n'est pourtant pas possible dans la mesure où il n'y a pas symbiose entre le sommet et la base. Cette volonté d'ordonner (ou plus exactement « hors-donner » c'est-à-dire instruire du dehors) le peuple tout en niant sa volonté, devient alors une véritable pomme de discorde qui peut, au lieu de l'ordre et de l'harmonie escomptés, entraîner dés-ordre et dys-harmonie, manifestations de l'esprit rebelle. La décision de l'autorité politique d'aliéner le droit d'Amiofi va provoquer, chez ses consœurs, un soulèvement. Pourtant, si elles sont toutes d'accord sur l'inégalité de l'acte posé par l'autorité en charge du commerce et

convaincues de la nécessité d'agir pour remettre les choses dans leur ordre, les femmes du marché ne sont pas moins conscientes de l'importance d'une prise en compte systématique de l'avis de chaque membre de l'association quant à l'action à mener : cela s'appelle l'esprit démocratique. En organisant le vote qui désigne la marche comme action à mener, même si « le principe de la manifestation [fut] voté à l'unanimité » (Bebey 1985, p.20), les femmes du marché administrent une bonne leçon de démocratie aux détenteurs du pouvoir politique. Elles rappellent ainsi que la démocratie n'est pas d'abord dans les concepts politologiques encore moins dans la capacité de les manipuler au point de leur faire dire des contre-vérités ; elle n'est pas dans « des-mots-crasseux » qui provoquent « des-maux-rassis ». La démocratie se veut avant tout une attitude humaine visible, dans le quotidien, à travers le respect que l'on accorde à l'autre, à ses idées, à ses opinions. Il n'y a donc pas, pour ces commerçantes, un État démocratique, mais un état de démocratie que tout individu qui se veut démocrate doit intégrer.

Pour provoquer la réparation du tort causé à l'une d'elles, les femmes du marché choisissent la marche :

[...]rapidement, le cortège se forma et les femmes, dont le nombre dépassait plusieurs centaines, se mirent à défiler vers la ville, marchant lentement et s'ingéniant à occuper pratiquement toute la largeur de l'avenue.

Bebey (1985, p.92)

Le choix de la marche comme mode d'action est loin d'être fortuit. Il est même hautement significatif, depuis sa valeur symbolique jusqu'à son back-ground historique. Pour en dégager les trésors, une question peut nous servir de moteur de réflexion : qu'est-ce que la marche ? Au premier degré, la marche s'appréhende comme une activité physique, une harmonisation d'un ensemble de mouvements qui mettent en branle la masse corporelle, manifestant ainsi son dynamisme. Mauss propose en effet la définition suivante :

La marche : habitus du corps débout en marchant, respiration, rythme de la marche, balancement des poings, des coudes, progression le tronc en avant du corps ou par avancement des deux côtés du corps alternativement (nous avons été habitués à avancer tout le corps d'un coup). Pieds dehors, Pieds dedans. Extension de la marche.

Mauss (1950, p. 380)

La marche est ainsi définie comme une technique du corps (quand la danse en est l'esthétique). Elle est un acte corporel acquis, appris, et donc non inné, dont les traits essentiels (rythme, gestualité, allure, posture[...]) varient selon les cultures, les sociétés, les modes et les conventions. La marche (ou alors, dans ce cas précis, la démarche) est un élément de l'identité socioculturelle. Elle a une dimension sociétale que Mauss n'a pas manqué de relever : « la position des bras, celle des mains pendant qu'on marche forme une idiosyncrasie sociale » (Mauss 1950, p.368). De ce point de vue, les façons de marcher résulteraient de

prédispositions partagées à l'échelle de la société. Inscrite dans une tradition souvent séculaire, la marche engendrerait alors des tactiques d'adaptation, d'ajustement et de protection vis-à-vis de l'environnement (Thomas 2007, pp.15-26).

Au second degré, la marche se laisse percevoir comme la traduction intelligible de la relation entre le marcheur et son environnement. Elle manifeste et visualise l'acte de penser qu'inspire, chez le piéton, le milieu dans lequel il décide de se mouvoir, mais également l'influence qu'il désire (consciemment ou non) avoir sur ce milieu. On dira alors que « la ville se compose et se recompose, à chaque instant, par les pas de ses habitants » (Sansot 1996, p.139). Quant au lien entre l'acte de marcher et l'acte de penser, plusieurs travaux en philosophie s'y sont intéressés. Chez Kierkegaard (1979), Rousseau (1967) et Husserl (1992) par exemple, la marche est définie à la fois comme une manière d'être au monde et de l'habiter. La marche mettrait alors simultanément en jeu le corps du piéton (ou plus précisément la manière dont ce corps mouvant nourrit sa relation avec le monde) et son esprit, l'exercice de la marche et son rythme facilitant ceux de la pensée. De ce point de vue, la marche favoriserait finalement la « fabrique du monde », le corps du piéton étant entièrement pris dans une relation de construction de soi et du monde.

La marche est objectivement, en troisième ressort, un acte perceptif par lequel le marcheur se montre, se fait voir, communique. C'est alors que « perception et expression constituent deux versants indissociables de l'organisation sociale de la marche » (Thibaud 2002, p. 41). La marche est donc un langage, un mode d'expression, celui que convoquent généralement ceux dont les voix sont bâillonnées et le droit à l'expression bafoué. Au cours de l'histoire, on a vu, dans plusieurs pays d'Afrique, des femmes se lever et marcher contre l'autorité politique et l'obliger ainsi à prendre en considération leurs exigences en rapport avec le bien-être des peuples. Pauline Biyong revient, par exemple, sur la participation des femmes camerounaises aux luttes nationalistes et patriotiques pour la libération de leur pays.

L'héritage des femmes camerounaises dans les luttes sociales est ancien. Le plus ancien signe de cette combativité pour la cité remonte à l'année 1931 où les femmes de la ville de Douala ont marché vers le palais du gouverneur pour protester contre l'impôt de capitation.

Minkanda (2007, p. 51)

En choisissant la marche comme action politique, les femmes du marché s'inscrivent donc dans une grande tradition de lutte en faveur de l'émancipation des peuples pris en otage par des régimes peu ou prou dictatoriaux. L'itinéraire même choisi pour cette marche est en lui-même fort significatif : il s'agit de l'avenue de l'Indépendance qui « passait également devant la résidence officielle du « Docteur », alors seulement premier ministre » (Bebey 1985, p.92) et qui débouchait au parlement dont la cour avant était dominée par la statue du Docteur. L'avenue du pouvoir est ainsi envahi par le marché qui, en marchant vers les institutions, en les agressant, les invite à

reconsidérer le sens du mot « indépendance ». Espace euphorique depuis l'accession au pouvoir du Docteur, l'avenue de l'Indépendance devient un espace dysphorique avec la marche des femmes du marché. Le marché, par la marche de ses pensionnaires, « déréalise » la République en l'exposant sur la « rue-publique » afin qu'elle y fasse sa mue sous la canicule des critiques du peuple qu'il représente. Marche guerrière, mais non-violente, celle des femmes du marché, vient dépoussiérer les acquis de l'indépendance qui commençaient à ployer sous le faix de la mal-gouvernance postcoloniale. Car, « en réalité, les femmes du marché avaient décidé d'aller affronter, non pas un homme, fût-il le premier ministre, mais le parlement au grand complet. » (Bebey 1985, p.93) C'est que les femmes du marché, dans la fiction de Francis Bebey, qui n'est rien d'autre qu'une appropriation subjective de la réalité africaine, sont aussi critiques politiques. Le marché, milieu carrefour, hors-monde au cœur même de la société, est un milieu où se déploie un contre-discours élaboré à l'aune des faits « divers » qui meublent le quotidien du petit peuple et qui interrogent les politiques gouvernantes. Les femmes du marché ne sont pas des protagonistes emmurées dans une formation politique. Elles se veulent proches du peuple, qu'elles nourrissent, et de la nation qu'elles construisent. Aussi leur discours est-il une dynamique permanente qui veut s'imposer comme un contrepoids au discours officiel afin de le préserver de toute déviance et perversion dommageables au peuple et à la nation.

Dénuées de tout esprit grégaire, les femmes du marché surprennent les leaders d'opinion qui réduisent l'engagement politique à une forme de militantisme corporatif. C'est le cas de cet inspecteur du ministère du commerce qui n'arrive pas à comprendre « que les femmes du marché qui avaient aidé le gouvernement à s'installer, se montrassent soudain aussi peu compréhensives à l'égard d'une mesure prise par le même gouvernement » (Bebey 1985, p. 82). Mais la critique des femmes du marché se fait en toute objectivité, comme en témoignant ces propos de Mam : « c'est vrai, mais n'empêche que la loi reste la loi. Si chaque fonctionnaire peut faire signer un papier aussi important par un ministre simplement parce qu'il le connaît personnellement, où va la nation ? » (Bebey 1985, p.119). Par l'action des femmes du marché, on apprécie la complémentarité paradoxale de l'hétérotopie avec l'institution : la première contredit la seconde afin de l'aider à retrouver son harmonie avec elle-même, c'est-à-dire avec le peuple qu'elle est sensée servir.

Conclusion

L'État qui, normalement, devrait être un instrument au service de la nation, se sert de plus en plus du peuple qu'il s'est asservi. En Afrique, de manière générale, cette inversion de principe se vit avec prégnance alors que l'instrument instrumentalise l'utilisateur. Dans un tel environnement, des territoires-miroirs se développent où l'inversion est inversée. C'est le cas du marché, qui « *emplace* », tout en les déplaçant, des postures politique et économique, sociale et esthétique. Espace itinérant où la société se rencontre et se rend compte (conte) de son évolution, le marché constitue une force qui bouscule le *statu quo* des institutions en impulsant des politiques symboliques. Celles-ci donnent au peuple de se retrouver grâce aux symboles

expressifs de sa condition, mais également de ses aspirations. En définitive, le marché, en Afrique, est un « mi-lieu » c'est-à-dire un centre spatial, à la fois mouvant et mutant, dans lequel se déploient des dynamiques de décentrement/recentrement. Grâce au « génie colérique » (Onfray 1997, p.136) de ses dignitaires, les femmes-commerçantes, le marché déstructure en effet toutes les politiques d'alignement servile qui asservissent le petit peuple majoritaire à une minorité ploutocrate. Il est une entité sociologique debout, mû par un esprit dissident qui dégrossit toutes les prétentions hégémoniques des régimes politiques qui gouvernent l'Afrique. Il s'agit, *ultima verba*, d'un tiers-espace critique, matrice de l'ajustement structurel permanent des économies de pouvoir, de savoir et de devoir en faveur d'un développement harmonieux de la communauté.

Références bibliographiques

- ASSELIN Guillaume. 2010. *Compte rendu de [Lire l'espace / La géocritique. Réel, fiction, espace de Bertrand Westphal. Minuit, 304 p.] Spirale*, (230), pp. 47-49.
- BEBEY Francis. 1985. *La Poupée ashanti*, Paris, CLE.
- DELEUZE Gilles et GUATTARI Félix. 1976. *Rhizome introduction*, Paris, Minuit.
- FOUCAULT, Michel. 2009. *Le corps utopique, les hétérotopies*, Nouvelles Éditions Lignes.
- FOUCAULT Michel. 1994. *Dits et écrits (III, IV)*, Paris, Gallimard.
- FOUCAULT Michel. 1984. « Des espaces autres, Hétérotopies » in *Architecture, Mouvement, Continuité*, N°5, pp. 47-49..
- HUSSERL Edmond. 1992. *Méditations cartésiennes : introduction à la phénoménologie*, traduit de l'allemand par Gabrielle Peiffer et Emmanuel Lévinas, Paris, Vrin.
- KIERKEGAARD Soren. 1979. *Étapes sur le chemin de la vie*, Paris, Gallimard.
- MAUSS Marcel. 1950. « Les techniques du corps », *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.
- MINKADA Alain-Patrice. 2007. *Pour comprendre et intégrer la problématique genre et développement*, Yaoundé, Presses du Graps.
- MORIAUX, Lysiane, *Essai sur la sensibilité individualiste libertaire. Une physiologie réactive*, Paris, L'Harmattan, 2004.
- MULLER Jean-Marie. 1995. *Le Principe de non-violence une philosophie de la paix*, Paris, Desclée de Brouwer.
- NGWE Raphaël. 2015. « Les foules en marche dans la littérature africaine : entre exaltation et engagement » in *Le peuple dans la littérature africaine contemporaine*, Paris, L'Harmattan, pp.113-138.
- OLINGA, Alain Didier, *Propos sur l'inertie*, Yaoundé, CLE, 2009.
- ONFRAY, Michel. 1997. *Politique du rebelle. Traité de résistance et d'insoumission*, Paris, Grasset.
- ROUSSEAU Jean-Jacques. 1967. *Œuvres complètes*, Tome 1, Paris, Seuil.
- SANSOT Pierre. 1996. « Marcher, marcher dans la ville... », *Poétique de la ville*, Paris, Armand Colin.
- SPINOUSA Nancy, PERALDI Michel, FOUGHALI Nouara. (1995). « Le marché des pauvres, espace commercial et espace public » in *Revue européenne de migrations internationales*, Vol. 11, n° 1, Marseille et ses étrangers, pp.77-97.
- THIBAUD Jean-Paul. 2002. *Regards en action. Ethnométhodologie des espaces publics*, Bernin, Ed. A la croisée.
- THOMAS Rachel. 2007. « La marche en ville. Une histoire de sens », *L'Espace géographique*, n°1, pp. 15-26.
- WESTPHAL Bertrand. 2008. *La géocritique. Réel, fiction, espace*, Paris, Minuit.