

LA VOITURE EN ALGÉRIE : UNE DÉNOMINATION REVUE À LA SAUCE ALGÉRIENNE

Lamia CHAFI

Université Alger 2

ORCID iD: 0009-0004-7906-7247

lamia.chafi@univ-alger2.dz

chafi.lamia@gmail.com

Résumé : Parti d'une réflexion et d'un questionnement personnelle quant à l'origine des appellations des voitures en Algérie, ce travail cherche à trouver l'origine et la dimension du processus de redénomination des noms des voitures en Algérie. A partir de la distribution et le traitement d'un questionnaire nous avons essayé de récolter, de décrire et d'analyser les noms des voitures qui circulent dans l'environnement algérien autant sur les marchés de l'automobile que dans le parler quotidien des Algériens. En Algérie, la voiture ne se limite pas à son rôle de moyen de transport ; elle incarne également un symbole de statut social, de liberté et d'identité. Les Algériens donnent à leurs véhicules des surnoms affectueux et des références culturelles, témoignant d'une appropriation culturelle. Posséder une voiture est fréquemment perçu comme un signe de réussite sociale, les modèles de voitures indiquant le niveau économique de leurs propriétaires. L'apparence des véhicules est d'une importance capitale, car elle reflète tant la personnalité que le statut de l'individu.

Mots-clés : voiture, Algérie, dénommer, renommer.

THE CAR IN ALGERIA: A NAME REVISED WITH ALGERIAN SAUCE

Abstract: Starting from a reflection and a personal questioning as to the origin of the names of cars in Algeria, this work seeks to find the origin and the dimension of the process of redomination of the names of cars in Algeria. From the distribution and processing of a questionnaire we tried to collect, describe and analyze the names of cars that circulate in the Algerian environment as much in the automotive markets as in the daily talk of Algerians. In Algeria, the car is not limited to its role as a means of transport; it also embodies a symbol of social status, freedom and identity. The Algerians give their vehicles affectionate nicknames and cultural references, which attest to a cultural appropriation. Owning a car is often seen as a sign of social success, with car models indicating the economic level of their owners. The appearance of vehicles is of paramount importance, reflecting both the personality and status of the individual.

Keywords: car, Algeria, naming, renaming.

Introduction

L'industrie de la voiture connaît un essor important à travers le monde. Depuis ses premiers pas jusqu'à aujourd'hui l'engouement des individus n'a pas changé bien au contraire. Les conducteurs sont à l'affût de la nouveauté, de la rareté mais surtout de la singularité au point de s'identifier à cette machine. Les industrielles de ce secteur redoublent d'effort pour offrir davantage de modèles et par conséquent de noms. De nombreuses marques portent le nom de leur créateur, ou le prénom de l'un de leur enfant ce qui renforce l'identité personnelle et l'héritage de l'inventeur comme est le cas de Honda, de Renault, de

Ford ou encore de Mercedes. De plus, les voitures ne sont plus nommées uniquement par rapport au nom de leur inventeur, on relève aussi que certaines voitures sont nommées d'après le nom des villes ou des régions, ce qui peut évoquer des caractéristiques ethniques, culturelles ou géographiques comme par exemple Touareg, Tucson, Santa Fe. En parallèle nous relevons des marques qui choisissent des noms inspirés de la mythologie, ce qui peut conférer une certaine puissance ou une image mythique à leurs véhicules comme est le cas de Mazda ou de Clio. Dans d'autres cas, les inventeurs se contentent de l'utilisation de chiffres et de lettres dans les noms de modèles qui peut évoquer des caractéristiques techniques ou des gammes spécifiques comme par exemple Audi 100, Nissan GT-R ou Renault 208 ou tout simplement un sigle comme pour BMW signifie Bayerische Motoren Werke (fabrique de moteurs de Bavière). Certaines marques utilisent des termes génériques qui prennent une signification particulière dans le contexte de l'automobile. Les inspirations sont multiples et variées qui va de la faune à la flore aux astres mais dont le but ultime est de nommer ce nouveau née de l'industrie de l'automobile. Le nom d'une voiture ou d'une marque joue ainsi un rôle crucial dans sa reconnaissance et son image. Tout comme les individus, les marques sont souvent jugées sur leur nom, qui peut évoquer des émotions, des valeurs ou des attentes spécifiques. Le choix d'un nom pour une marque automobile est un processus réfléchi qui peut avoir un impact significatif sur son succès ou son déclin. Les noms ne sont pas seulement des étiquettes, mais des éléments clés de l'identité d'une marque, influençant la perception des consommateurs et leur fidélité. Qu'en est-il pour l'Algérie ? L'Algérie n'est pas un pays producteur, de ce fait il importe autant le véhicule que le nom. Pour cela, les véhicules du monde entier sont présents sur le parc automobile. En réalité, l'Algérien entretient un rapport particulier avec sa voiture au point que certaines personnes leur attribuent des noms affectifs comme par exemple « *Chebchaka diali* » [ʃɛbʃakɑ dʒiːʕli] qui signifie littéralement « ma vieille voiture », voir des prénoms comme [ʃɑːʃɑ], [xɑːwʒ] ou des surnoms féminins comme [laʕziːza]. En plus de cette particularité, ils ont tendance à renommer les voitures qui sont commercialisées sur le territoire algérien d'où l'intérêt de ce travail. Après l'examen de ces constatations, il devient crucial de se pencher sur les questions suivantes : comment les noms des voitures sont renommés en Algérie ? Sur quels critères ? Quels sens véhiculent ces nouveaux noms ? Pourquoi les Algériens ont tendance à le faire ?

La question de l'origine et de la redénomination des voitures en Algérie est un sujet fascinant qui touche à plusieurs dimensions historiques, linguistiques culturelles, marketing et économiques. Renommer les voitures permet aux consommateurs de mieux identifier et se familiariser avec les véhicules dans un contexte local. Cela facilite l'acceptation et l'intégration des voitures dans la culture locale. Les Algériens peuvent avoir des préférences spécifiques en matière de noms de voitures, en lien avec des valeurs culturelles, des symboles de statut ou des aspirations et des connotations sociales. Le but ultime de cette redénomination reste de s'approprier le véhicule mais également de mieux répondre aux besoins et aux préférences du marché local. Il est important de rappeler que l'histoire de l'Algérie marquée par la colonisation française suivie de la guerre de libération ou il y a eu un besoin de redéfinir l'identité nationale, ce qui a pu influencer la manière dont les voitures étaient nommées ou perçues. A cette époque, et jusqu'à maintenant, la langue joue un rôle prépondérant dans le processus de redénomination. Les noms de voitures peuvent être traduits, adaptés ou complètement modifiés pour mieux résonner avec la culture locale. De plus, avec le développement de l'industrie automobile locale, des noms de voitures algériennes ont émergé, souvent inspirés de la culture locale tel était le cas du projet

« Fatia » (Fabrication automobile de Tiaret). Le premier véhicule algérien devait évoquer des sentiments de sécurité, de modernité et de robustesse, en fonction des attentes des consommateurs algériens. Ainsi une étude approfondie de certains modèles de voitures populaires en Algérie pourrait révéler des tendances intéressantes.

1. Corpus d'analyse

1.1 Méthode et collecte du corpus

Le corpus qui a servi de base à cette étude est constitué de deux catégories de noms de voiture. La première, regroupe une liste de noms officiels, reconnue par l'entreprise qui fabrique et commercialise le produit. La seconde, regroupe une liste de noms relevés après traitement du questionnaire. Pour sa collecte, nous nous sommes basés sur un questionnaire qui regroupe principalement 7 questions dont 1 seule est fermée et les 6 autres sont ouvertes pour laisser libre cours aux réponses. Afin de pouvoir le faire, nous avons au préalable préparé une pré-enquête en consultant certaines pages Facebook qui se dédient uniquement au monde de la voiture. En parallèle, nous avons fait le choix de questionner certaines personnes de notre entourage qui accordent un vif intérêt à ce domaine. Le croisement des données de la pré-enquête nous a permis d'élaborer un questionnaire précis et adapté aux besoins de cette investigation. Pour ce qui concerne l'outil de l'enquête, nous avons fait le choix d'élaborer notre questionnaire via google forms. Ce choix s'est imposé à nous de manière évidente pour son efficacité, la rapidité des réponses et sa large diffusion. Pour ce qui concerne les enquêtés, nous avons fait le choix d'ouvrir le champ de réponse à un public large des 2 sexes afin de déterminer l'intérêt qu'accorde chaque sexe à l'univers de l'automobile. En concomitant, nous avons restreint l'accès du questionnaire au public algérien uniquement de toutes les régions en le diffusant sur des pages Facebook bien précises. Le but est de recueillir des données fiables qui reflètent le paysage et les pratiques langagière de l'Algérien. Ainsi notre approche repose fondamentalement sur l'analyse et la description des données relevées lors du traitement de notre questionnaire. Pour mieux comprendre le processus de redénomination des noms des voitures en Algérie, il est important de faire un bref aperçu de l'histoire de l'industrie de la voiture dans le monde et tout particulièrement en Algérie.

2. Histoire de l'industrie de l'automobile

L'histoire de la voiture est riche et complexe, tant au niveau mondial qu'en Algérie. Voici un aperçu des deux contextes :

2.1 Histoire de la voiture dans le monde

Les premières traces de la « machine à rouler autonome » (Lucendo, 2019, 23) comme était surnommer ce véhicule à vapeur remontent 1678 en Chine. En parallèle, les débuts de l'industrie de la voiture dans le monde remontent à la fin du 19^e siècle. En effet, dans la revue électronique La Voix de la Vallée, un article publié en 2020 nommé « La grande Histoire de l'automobile » explique que :

Dans le courant de l'année 1668, Ferdinand Verbiest a mis au point un petit chariot tiré par une machine à vapeur et lui donna le nom d'automobile, la toute première de l'histoire. Ce concept est allé plus loin grâce à Joseph Cugnot, un ingénieur militaire français, qui, en 1770, a inventé le premier véhicule automobile fonctionnel à vapeur qu'il nomma d'ailleurs le fardier à vapeur ou "fardier de Cugnot".

Ce véhicule a été initialement développé pour une utilisation militaire, spécifiquement pour déplacer des armes lourdes. Entre 1885-1886, l'histoire est marquée par la première automobile à moteur à combustion interne qui a été inventée par Karl Benz. Son modèle, la Benz Patent-Motorwagen, est souvent considéré comme la première voiture moderne. En parallèle d'autres inventeurs, comme Henry Ford, ont joué un rôle crucial dans la popularisation de l'automobile grâce à la production de masse. Ford a introduit la chaîne de montage en 1913, rendant les voitures plus accessibles au grand public. Les années 1920 et 1930 ont vu une explosion de la production automobile, avec des marques emblématiques comme Ford, Chevrolet, et Volkswagen. Juste après la Seconde Guerre mondiale, l'industrie automobile a connu un boom, avec une demande accrue pour les voitures personnelles, notamment en Amérique du Nord et en Europe. Avec les inventions technologiques de la fin du 20^e siècle surtout à partir des années 1970 ont été marquées par des préoccupations environnementales et des crises pétrolières, ce qui a conduit à des innovations telles que les voitures plus économes en carburant et le développement de véhicules électriques. Les avancées technologiques ont également permis l'introduction de systèmes de sécurité, d'électronique embarquée et de connectivité. Aujourd'hui, l'industrie automobile est en pleine transformation avec l'émergence des véhicules électriques, des voitures autonomes et des nouvelles formes de mobilité (covoiturage, services de transport à la demande). Les préoccupations environnementales et les réglementations gouvernementales poussent les fabricants à innover et à réduire les émissions de carbone. Qu'en est-il pour l'Algérie?

2.2 Histoire de la voiture en Algérie

Les premières voitures sont arrivées en Algérie pendant la période coloniale française, dans les années 1900. Cependant, leur utilisation était limitée aux colons et aux classes aisées. Comme l'explique Loubert, (2016, 115) : « Dès le début des années 1930, les commerçants de Renault envisagent de conquérir le marché algérien, un marché protégé des importations étrangères qui s'appuie sur les seuls colons installés sur la côte méditerranéenne, d'Oran à Constantine ». Après l'indépendance en 1962, l'Algérie a cherché à développer son industrie automobile. Le gouvernement a nationalisé certaines entreprises et a établi des partenariats avec des fabricants étrangers. Dans les années 1970, des usines d'assemblage ont été créées, en partenariat notamment avec des marques comme Renault et Peugeot. Les années 1980 quand a eu, ont été marquées par une crise économique qui a affecté l'industrie automobile. La production locale a diminué parallèlement le marché a été inondé de voitures importées. Dans les années 1990, des réformes ont été mises en place pour encourager l'investissement étranger et relancer l'industrie algérienne. Au cours des deux dernières décennies, l'Algérie a connu une croissance de l'industrie automobile, avec l'implantation de plusieurs usines d'assemblage et la montée en puissance de marques locales. Dans ce sens, Mokdad Aggoune, directeur de l'intelligence économique au ministère de l'Industrie et président du secrétariat technique pour le suivi du dossier des véhicules explique la volonté de l'état de passer du simple assemblage à une industrie de l'automobile tout en assurant un avenir pour ce secteur :

On a reçu 127 dossiers de concessionnaires, nous avons accordé 80 autorisations préalables tous véhicules confondus (de tourisme, utilitaire, tracteurs, camions, bus, engins roulants et motos). Nous avons attribué 41 agréments au profit de 12 marques introduites, à majorité asiatiques (75%), soit 8 marques, dont 86% sont chinoises, et 25% de marques européennes, dont Suzuki, une marque japonaise.

L'automobile a profondément transformé la société, tant au niveau mondial qu'en Algérie. Alors que le monde évolue vers des solutions de mobilité plus durables, l'Algérie continue de développer son secteur automobile, cherchant à allier croissance économique et respect de l'environnement.

3. Nommer, dénommer et renommer : définitions

Afin de comprendre le propre de ce travail, il est important de saisir le sens des noms mais pas que. Il est aussi important de comprendre le processus qui s'opère lors des différentes actions de "nommer", "dénommer" et de "renommer". Elles sont toutes liées à l'action de donner un nom, mais ils ont des nuances différentes. « Nommer » renvoie au fait d'attribuer un nom à quelque chose ou à quelqu'un. C'est un terme général qui peut s'appliquer à la désignation d'une personne, d'un objet, d'un lieu, etc. Quant à « Dénommer » est souvent utilisé dans un contexte plus formel ou technique. Il signifie également attribuer un nom, mais il peut impliquer une définition ou une classification plus précise. Ainsi « En associant des noms aux objets, la dénomination permet de distinguer ces objets, de les différencier, de les assigner à des classes, donc de les catégoriser. C'est cet aspect de la dénomination comme moyen de perception conception du monde, comme outil de reconstruction permanente du réel [...] » (Akin, 2016 ,34). Alors que « Renommer » signifie littéralement, le fait de changer le nom de quelque chose ou de quelqu'un. C'est l'action de donner un nouveau nom à quelque chose qui en avait déjà un. En linguistique, le processus de redénomination implique trois changements possibles :

Le premier processus est néologique et se traduit par la mise en circulation de nouvelles dénominations. Le deuxième processus se caractérise par la remise en circulation et la revalorisation d'anciennes dénominations. Enfin, le dernier se manifeste par la remise en circulation d'anciennes dénominations assorties de procédés d'adaptation aux nouvelles données et normes linguistiques, politiques et sociales.

Akin (2016 :36)

Pour résumer, nommer est un terme général pour l'action d'attribution d'un nom alors que le second possède une connotation plus précise qui peut être exploitée dans des contextes techniques et scientifiques alors que le dernier implique un changement de nom, c'est-à-dire que quelque chose avait déjà un nom et en reçoit un nouveau. En somme, bien que ces termes soient liés à l'attribution de noms, leur usage dépend du contexte et de la spécificité de l'action décrite. Tout au long de ce travail, nous utiliserons ces trois termes.

4. Dénommer la voiture en conjoncture algérienne

L'observation et l'analyse de notre questionnaire nous a permis de relever différentes redénominations qui se balancent entre créativité, originalité et parfois extravagance. Pour une bonne lecture et interprétation des données, les noms des voitures sont classés par ordre alphabétique pour ce qui concerne le nom de l'entreprise mère qui la commercialise. La version algérienne quant à elle est transcrite en langue de la réponse des questionnés mais également par le biais de l'alphabet phonétique internationale (API).

4.1 La marque Audi

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Audi	التمساح طيارة حارقة اطريق	[timsɛħ] [tʰijɛra] [ħāraqat aṭ-ṭarīq]

Pour la marque Audi, la ressemblance est l'outil indispensable dans le choix du nom algérien. La première tire sa signification de la version arabe du nom de l'animal « crocodile ». Dans ce cas, le nom se base sur l'analogie qui existe entre la forme de la voiture et l'animal mais également pour sa robustesse et sa justesse. La seconde renvoie à un autre moyen de transport qui est « l'avion » à cause de la vitesse du véhicule. Alors que le dernier nom, est composé de deux noms algériens qui signifient intégralement « qui brûlent la route » toujours dans le sens de la très grande vitesse.

4.2 La marque BMW

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
BMW	Bijou شيطانة موسطاش	[bi.ʒu] [ʃiṭanɛ] [muʃtaʃ]

Quelques-uns des questionnés ont émis le commentaire en ce qui concerne la marque BMW « Une allemande, c'est le rêve ». Elle est ainsi l'un des fantasmes des algériens à cause de la solidité de son moteur et de sa carrosserie. Elle est comparée à un « Bijou » par une bonne partie de nos questionnés à cause de sa cherté ce qui oblige son propriétaire à toujours la lustrer et la pomponner. Le deuxième nom qui se dégage est [ʃiṭanɛ] qui signifie « démon ou Satan », ce nom a interpellé de par sa connotation religieuse négative. En réalité, un processus de comparaison s'est effectué à cause de la ressemblance des phares de la voiture aux yeux des démons dans les dessins animés. Le troisième est dernier nom relevé est [muʃtaʃ] une comparaison qui nous semblé intéressante du fait de la personnification. En réalité, le pare choc avant de la voiture se rapproche étrangement à la forme des moustaches.

4.3 La marque Bugatti

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Veyron	Flamme	[flɑm]

Une des marques les moins connues en Algérie mais que nous avons relevé dans notre corpus. Une gamme de luxe que seules 3 personnes ont mentionné. Pour 2 des enquêtés, le nom français « Flamme » renvoie en réalité à la couleur de la voiture alors que le dernier a joint à son commentaire un émoji sous forme de cœur. Cela sous-entend l'enthousiasme du questionnés voire sa passion amoureuse pour cette voiture.

4.4 La marque Dacia

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Lagouna	لقونا العقونة مولات الكرطا	[lagyna] [alʕaguna] [mūlāt al-karṭā]
Duster	Berline Familial اطويلة ازرافة كبير وجايح	[bɛʁ.lin] [familjal] [aṭ-wīla] [az-rāfa] [ka'bi:r wɑ'dʒɑ:h]

Pour le véhicule Lagouna, la plupart des questionnés ont repris le nom d'origine de la voiture transcrite en langue arabe. Uniquement 5 d'entre eux ont mentionné 2 noms différents : 4 avec la déformation du nom Lagoune pour devenir « [alʕaguna] un nom algérien utilisé pour désigner une personne muette ou dans certaines régions une personne inculte et analphabète. La redénomination s'est effectuée sur la base de la ressemblance des deux noms. Le dernier questionné a expliqué [mūlāt al-karṭā] par le fait qu'elle fonctionne avec une carte et non pas une clé. Pour le modèle Duster, bon nombre de questionnés, notamment les femmes, ont employé le terme « Berline ». Dans le dictionnaire de langue et dans le lexique de la voiture, une berline est une catégorie de carrosserie et peut correspondre aussi à un type de voiture qui peut mesurer entre 4a 5 mètres de long. De ce fait, les adjectifs français et arabes utilisés « Familial », ou l'équivalent français de « longue » reflètent cette idée de grand espace qui peut rassembler l'ensemble de la famille. Le nom [az-rāfa] traduit en français « La girafe » quant à lui renvoie davantage à la forme longue et allongée de la voiture. Le dernier nom relevé, [ka'bi:r wɑ'dʒɑ:h] est en réalité une expression souvent exploitée par les Algériens pour rendre compte des bêtises d'une personne d'un certain âge censé ne pas les commettre. Cette expression qui signifie littéralement « grand et couard ou nul » est relevé pour nommer le modèle de voiture Duster. Elle reflète deux idées distinctes et contradictoires. La première s'inscrit toujours dans l'image du grand véhicule alors que la seconde [dʒɑ:ħ] est négative et représente le manque de confort ainsi qu'une carence notable en option.

4.5 La marque Hyundai

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Atos	طونوبيل المعلمين الفريجيدار	[ṭūnūbīl al-mu'allimīn] [fʁi.ʒi.dɛʁ]
H1	Ambulance	[ɑ.by.lās]

Pour le nom de la voiture Atos deux dénominations subsistent. La première concerne la classe sociale qui l'utilise le plus c'est-à-dire la classe des enseignants. Pour cette catégorie, l'achat de ce type de véhicule a surtout était motivé par les œuvres sociales des entreprises et les facilités bancaires accordées. La deuxième dénomination renvoie à la forme arrière du véhicule qui est droit et qui ressemble à celui du réfrigérateur. Quant au véhicule H1 est surnommé l'ambulance car en Algérie ce véhicule sert tout particulièrement à transporter des malades ou des blessés. Dans ce cas, l'usage qui en est fait détermine sa dénomination.

4.6 La marque Kia

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Picanto	بواطة قاطو	[bawāṭa qāṭū]

Si on traduit le nom algérien [bawāṭa qāṭū] nous aurons « boîte de gâteaux », cette dénomination trouve son origine à travers une comparaison entre les proportions de la voiture et les différentes options. La boîte de gâteaux, petite certes mais enferme maints délices tel est le cas de cette marque.

4.7 La marque Mercedes

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Mercedes	Louza	[luza]
	Kawkawa	[kɛwkawɛ]
	Mbalga	[mbalga]
	المقلشة	[mqɭʃa]
	Merdecas	[mɛrdɛsɛs]
	مليار بربع روضات	[mljar brbɛʃ ʁɛzɛlɛt]
	شيطانة	[ʃitana]
	Fantôme	[fã.tom]

Pour cette marque nous relevons, pas moins de 8 dénominations différentes que nous pouvons classées comme suit :

Les 3 premières dénominations renvoient à la forme des phares avant de la voiture. Les deux premières renvoient à des fruits secs qui sont les amandes [luza] et les cacahuètes [kɛwkawɛ]. Il est important de signaler aussi, que dans la culture algérienne ces fruits sont synonymes de bonne qualité. On les retrouve souvent dans le langage courant notamment chez les commerçants pour vanter les qualités de leurs produits. Le troisième nom [mbalga] qui signifie littéralement « yeux saillants », ce nom n'est pas flatteur et possède une connotation négative dans la culture algérienne. Malgré cela, le nom reste descriptif et représentatif des phares de la voiture. Pour décrire la cherté et la valeur de cette voiture nous relevons 3 expressions. Pour la première, Les Algériens utilisent l'adjectif féminin [mqɭʃa] qui signifie littéralement « celle qu'on prend soin d'elle ». Pour la deuxième [mljar brbɛʃ ʁɛzɛlɛt] signifie littéralement « un milliard sur 4 roues ». Pour la dernière expression. Certains de nos questionnés, ont choisi de déformer le nom d'origine de la voiture en inversant les syllabes d'origine [mɛrdɛsɛs]. Pour décrire la vitesse du véhicule, les Algériens se basent sur deux noms différents. Le premier, [ʃitana] est nom féminin arabe qui signifie « une diablesse », le second, [fã.tom] est un nom français qui renvoie à toute apparition surnaturelle. Dans le cas de notre voiture, le nom est utilisé au sens figuré qui renvoie à une apparition vaine, voire une chimère.

4.8 La marque Renault

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Mégane	بيري كاسكيطا لبلاندي	['bi:ri] [ka:s'ki:ta] [l'blɑ:ndi]
Clio classique	اطويلة دبابة لقبر	[aʦ'wi:la] [dabbāba] [laqbar]
Clio 1	لجابونية	[l-ʒa:bu:ni:ja]
Clio 2	دبزة Clio بونية Clio	['kli.oʊ debza] ['kli.oʊ bu'ni:ja]
Clio 3	فراشة	[faraʃa]

Pour le modèle de voiture Mégane deux catégories de noms se dégagent. La première catégorie se base sur un nom qui se rapporte à la forme du véhicule en utilisant des noms d'origine française : ['bi:ri] qui renvoie au « Beret » et [ka:s'ki:ta] qui renvoie à « casquette » qui sont deux vêtements de la tête. Si on se réfère à la voiture, une comparaison s'opère entre ces deux habits et la forme arrière du véhicule. La deuxième catégorie se rapporte à la solidité de la tôle du véhicule en utilisant encore une fois un nom français « Blindée ».

Pour la marque Clio classique nous relevons 3 dénominations différentes :

4.9 La marque Range Rover

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Range Rover	الغول الغولة الوحش	[al-gu:l] [al-gu:la] [al-waħʃ]

Les trois dénominations relevées lors du traitement de notre corpus renvoient à des personnages de la mythologie algérienne. Ce sont des ogres, agresses et monstres que nous relevons dans la major partie des histoires et des contes populaires. Le plus souvent, ils sont les méchants de l'histoire à l'équivalent du loup dans les contes occidentaux. Malgré cette forte connotation négative, nos questionnés lui ont associé des images positives. Dans leurs perceptions, les personnages mythiques sont représentatifs de ce véhicule car ils partagent des caractéristiques communes comme l'allure imposante, la force et la voracité (le carburant). En réalité, ce véhicule est personnifié et hissé au rang d'une créature surnaturelle presque insaisissable par le commun des mortels à cause de son prix.

4.10 La marque Seat

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Léon	السبع القرش العظمة ou البيضة الكوبرا اشابة مرت الحاج	[as-sabʕ] [al-qirʃ] [al-bajða] ou [al-ʃaðma] [al-ku:brɑ:] [ʃāba] [marat al-ħa:dʒ]

Pour la voiture Léon, nous relevons trois catégories de redénomination. La première catégorie est animalière avec les noms [as-sabʕ] « lion », [al-qirʕ] « requin » et [al-ku:brɑ:] « Cobra ». A travers ces noms, les questionnés ont créé des liens entre le véhicule et les caractéristiques de ces animaux. Le premier « lion » qui se base sur une ressemblance phonétique avec le nom français tout en gardant dans l'esprit la force de l'animal. Le choix du deuxième nom renvoie à la vitesse mais également à la silhouette fuselée de la voiture. Alors que le dernier nom « cobra » se base sur la ressemblance de la partie avant de la voiture avec la tête du serpent.

La seconde catégorie repose essentiellement sur la forme du véhicule à travers l'utilisation des noms [al-bajða] ou [al-ʕaðma] qui signifient littéralement « œuf ». Ici la différence régionale est visible notamment avec l'utilisation du terme [al-ʕaðma] qui est spécifique à la région est de l'Algérie. La troisième catégorie s'appuie sur la perception des questionnés en se basant sur la beauté du véhicule. Alors que la dernière catégorie se fonde sur la tranche d'âge qui s'est appropriée l'achat et la conduite de ce véhicule en l'occurrence les vieux conducteurs.

4.11 La marque Suzuki

Nom officiel de la voiture	Nom algérien	Transcription
Maruti	باطة تع اسردين	[bāʕa taʕ as-sardīn]
	باطة تع ازالميط	[bāʕa taʕ az-zāmīʕ]
	كتكوتة	[kat'ku:ta]

Les trois noms relevés représentent la taille, les dimensions du véhicule. Elle est comparée à deux reprises à des boîtes une fois celle des sardines et la seconde celle des allumettes. Le dernier nom quant à lui renvoie au poussin, le petit de la poule, une comparaison dérisoire.

5. Discussion des résultats

La voiture en Algérie, comme dans de nombreux pays, est bien plus qu'un simple moyen de transport. Elle est souvent perçue comme un symbole de statut social, de liberté et d'identité. Cependant, la manière dont les Algériens se rapportent à la voiture et les dénominations qu'ils lui attribuent reflètent des aspects culturels, économiques et sociaux spécifiques au pays. La recherche menée pour cet article montre bien que les voitures sont souvent désignées par des termes qui vont au-delà de leur fonction utilitaire. Par exemple, des marques populaires comme Renault, Peugeot ou Hyundai peuvent être surnommées par des diminutifs affectueux ou des références culturelles. Les Algériens peuvent également utiliser des expressions locales pour décrire des modèles spécifiques, ce qui témoigne d'une appropriation culturelle. Il est important de signaler que posséder une voiture en Algérie est souvent synonyme de réussite. Les modèles de voitures peuvent être des indicateurs de statut social. Par exemple, une berline haut de gamme peut être perçue comme un signe de prestige, tandis qu'une voiture plus modeste peut refléter une situation économique plus précaire. Les Algériens attachent une grande importance à l'apparence de leur véhicule, qui devient un reflet de leur personnalité et de leur statut. En parallèle, le marché automobile algérien est fortement influencé par des facteurs économiques. Les politiques gouvernementales, les taxes d'importation et les fluctuations des prix du pétrole jouent un rôle crucial dans l'accessibilité des véhicules. Les Algériens ont souvent recours à des voitures d'occasion, et le marché des véhicules importés est en plein essor. Cela a conduit à

une diversité de modèles sur les routes algériennes, allant des voitures anciennes aux modèles les plus récents. C'est ainsi l'Algérien s'est pris de passion pour le monde du véhicule. Cette dernière se manifeste à travers des clubs de passionnés, des rassemblements, des événements automobiles et des pages web et Facebook dédiés aux véhicules. Les jeunes, en particulier, s'intéressent à la personnalisation de leurs véhicules, ce qui crée une culture automobile dynamique et communautaire. Cela se manifeste par la présence de mêmes noms de la même idée à travers le territoire nationale avec des nuances régionales. Ces idées sont souvent puisées dans le stock du langage algérien. Subséquemment, cette redénomination se base essentiellement sur un processus de ressemblance, une création par analogie. Cette dernière est un processus cognitif et créatif par lequel de nouvelles idées, concepts ou solutions sont développés. Elle se fait en établissant des liens, des comparaisons et des analogies entre des éléments qui semblent initialement différents mais qui ont des caractéristiques similaires ou des relations sous-jacentes. Cette technique est exploitée par les Algériens pour renommer les véhicules comme par exemple : [t^ʃwi:la], [dabbaba] ou encore [laqber]. En résumé, la création par analogie est le maître mot des créations en Algérie, une boîte à outils efficaces de la pensée créative de l'Algérien. Elle permet de générer des noms originaux, novateurs et fantasque. En somme, la voiture en Algérie est bien plus qu'un simple moyen de transport. Elle est imbriquée dans le tissu social et culturel du pays, reflétant des aspirations, des défis économiques et une identité collective. La manière dont les Algériens la désignent et l'utilisent témoigne d'une riche histoire et d'une dynamique en constante évolution.

Conclusion

C'est vrai, en Algérie, les surnoms des voitures sont souvent basés sur leur apparence ou des caractéristiques spécifiques qui les distinguent. Par exemple, le surnom "Clio Debza" évoque probablement une certaine image ou un trait de caractère qui fait écho à l'expérience des utilisateurs, tandis que "Mercedes Louza" pourrait faire référence à un style de vie ou à une perception sociale. Les noms comme "Caoucaoua" ou "Megane bérét" ajoutent une touche d'humour et de légèreté, rendant hommage à la créativité linguistique des Algériens. En parallèle une voiture peut être appelée « boîte à allumette ou boîte à sardine » si elle est compacte, ou "ghoula, monstre" pour un modèle plus imposant. Ces surnoms reflètent non seulement le design du véhicule, les caractéristiques physiques, mais aussi la culture, les anecdotes et l'humour des Algériens. Ces appellations sont souvent chargées de nostalgie et d'affection, et elles créent un lien entre les conducteurs et leur véhicule. Les surnoms peuvent également varier d'une région à l'autre comme par exemple « البليضة ou العظمة », ajoutant une dimension locale à la culture automobile. Cela montre à quel point l'automobile fait partie intégrante de la vie quotidienne et de l'identité culturelle en Algérie. La redénomination des voitures en Algérie est un processus complexe qui reflète l'interaction entre l'histoire, la culture, l'économie et les valeurs sociétales. En explorant ces dimensions, on peut mieux comprendre comment les noms de voitures ne sont pas seulement des étiquettes, mais des symboles chargés de significations et d'identités. Pour cela, « mal nommer les choses rajoute du malheur au monde » (Camus, 1944, 14) alors que renommer les voitures en Algérie permet de renforcer l'identité linguistique et culturelle tout en rajoutant une touche personnelle. Elle est une forme d'appropriation pour rendre hommage à la culture automobile algérienne tout en suscitant le sourire et parfois l'étonnement chez ceux qui reconnaissent ces appellations.

Références bibliographiques

- Aggoune. M cité par Blekadi.k. (2024). Secteur de l'automobile en Algérie : Ce qu'il faut savoir. <https://elwatan-dz.com/secteur-de-lautomobile-en-algerie-ce-quit-faut-savoir>
- Akin S (2016), nom et re-nom :la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires, Dynamique sociolinguistique, collection Dyalang.
- Camus. A. (1944). Une philosophie de l'expression. Paru dans la revue Poésie 44.
- Lucendo. J. (2019). Les Âges en Automobile: Les premières voitures de l'histoire. <https://fr.everand.com/book/413875020/Les-Ages-en-Automobile>
- Loubert. J.L. (2016). Renault en Algérie. Automobile, pétrole et politique dans les Vingt Glorieuses. Dans Histoire, économie & société 2016/3 (35e année), pages 114 à 124. DOI : 10.3917/hes.163.0114. URL : <https://www.cairn.info/revue-histoire-economie-et-societe-2016-3-page-114.htm>
- La Voix de la Vallées. La grande histoire de l'automobile <https://www.lavoixdelavallee.ca/article/2020/11/20/la-grande-histoire-de-l-automobile>