

Sciences et sociétés



Auteurs: Yves ZONGO, Dieudonné TIBIRI, Yassine AKHMOUCH, Lahcen OUASMI, Wend-Vénègda Arsène DIPAMA, Luc Hervé ONGONG, Awa YMBA, Justine OUOBA, Cheick Ahmed OUATTARA, Bobo- Dioulasso, Armel G PODA, Ziemlé Clément MEDA, Yacouba SAWADOGO, Odilon KABORE, Émile BIRBA, Adama SOURABIÉ, Jacques ZOUNGRANA, Isidore Tiandiogo TRAORE, Sylvain GODREUIL, Abdoul-Salam OUEDRAOGO, Pascal NYAM, Dekao Fabrice TIEMOU, Ibrahima KARAMOKO, Alexis Yelsside Panimdi SAMA, Ismael OUEDRAOGO, Marie Chantal MILLOGO, Tiegbe TOURE, Drissa BALLO, Harimanantsoa Livaniaina RAZANAJAFY, Salifou YÉO, Gnissan Henri Auguste YAO M'bégnan COULIBALY, Sanansi CISSÉ, Mame Amade NGOM, Youssouph SANÉ, Amy GUEYE, Koung-Nongom BONKOUNGOU, Antoine NIAMBA, Pascal NYAM, Mehso Mylène ELLA TANO, Fulbert TRA, Prosper Sékdja SAMON, N'gnonnissè Mèdéhoulénou TOSSOU



Vol. 3, Num. 6, Décembre 2025

Sciences et sociétés : nouveaux paradigmes



Sciences et sociétés

Nouveaux paradigmes, nouvelles approches

Tome 7

revuehybrides.org



Vol. 3, Num. 6, Décembre 2025

VOL. 3, NUM. 6, DEC. 2025

REVUE HYBRIDES (RALSH)

e-ISSN 2959-8079 / ISSN-L 2959-8060

VOL. 3, NUM. 6 · DÉC. 2025



SCIENCE ET SOCIÉTÉS

NOUVEAUX PARADIGMES ET NOUVELLES APPROCHES (TOME 7)

Yves ZONGO, Dieudonné TIBIRI, Yassine AKHMOUCH, Lahcen OUASMI, Wend-Vénègda Arsène DIPAMA, Luc Hervé ONGONG, Awa YMBA, Justine OUOBA, Cheick Ahmed OUATTARA, Bobo- Dioulasso, Armel G PODA, Ziemlé Clément MEDA, Yacouba SAWADOGO, Odilon KABORE, Émile BIRBA, Adama SOURABIÉ, Jacques ZOUNGRANA, Isidore Tiandiogo TRAORE, Sylvain GODREUIL, Abdoul-Salam OUEDRAOGO, Pascal NYAM, Dekao Fabrice TIEMOU, Ibrahima KARAMOKO, Alexis Yelsside Panimdi SAMA, Ismael OUEDRAOGO, Marie Chantal MILLOGO, Tiegbe TOURE, Drissa BALLO, Harimanantsoa Livaniaina RAZANAJAFY, Salifou YÉO, Gnissan Henri Auguste YAO M'bégnan COULIBALY, Sanansi CISSÉ, Mame Amade NGOM, Youssouph SANÉ, Amy GUEYE, Koung-Nongom BONKOUNGOU, Antoine NIAMBA, Pascal NYAM, Mehso Mylène ELLA TANO, Fulbert TRA, Prosper Sékdja SAMON, N'gnonnissè Mèdéhouénou TOSSOU

ÉDITORIAL

GODWE BIRWE

UNIVERSITÉ DE MAROUA, CAMEROUN



© REVUE HYBRIDES (RALSH), DÉCEMBRE 2025

COUVERTURE : © Revue Hybrides

MISE EN PAGE ET MAQUETTAGE : Revue Hybrides

ÉDITORIAL : GODWE BIRWE, Université de Maroua, Cameroun

TRADUCTIONS : Joël ÉCHITCHI TEKA (Université de Maroua, Cameroun) & Christian TIAKO
YOUADJEU (MINESEC, Cameroun)

INDEXATION



Licence d'utilisation : Creative Commons Attribution CC-BY

Les publications peuvent être copiées, diffusées, transmises et affichées sur n'importe quel support ou format, à condition de citer l'auteur (BY) et les références de la revue. Cette licence autorise aussi l'utilisation commerciale.

e-ISSN 2959-8079 / ISSN-L 2959-8060

<https://revuehybrides.org/>

infos@revuehybrides.org / revuehybrides@gmail.com

impact factor : 3.976

Version imprimée en France & Cameroun

Printed in France & Cameroon

Impreso en Francia & Camerún

ÉQUIPE ÉDITORIALE

Directeur de publication : Gislain ESSOME LELE, Université Marie & Louis Pasteur, ISTA UR
4011 / Université Jean-Monnet Saint-Étienne, UR ECLLA, France
Rédacteur en chef : Joël ÉCHITCHI TEKA, Université de Maroua, Cameroun

SECRÉTARIAT TECHNIQUE ET DE RÉDACTION

M. Alain DJARSOUMNA, ARAFAT ABAKAR, M. Bachir Tamsir NIANE, M. Cédric TEGUEDONG
NGUEKEU, M. Christian TIAKO YOUADJEU, M. Eugène SAKAME, M. Narcisse BOUBA DJELANG, Dr.
Paul BINI KOFFI MOUROUFIE & Dr Simpson Dorothy MBADINGA MBADINGA

COMITÉ SCIENTIFIQUE ET DE LECTURE

Frédéric SPAGNOLI (Professeur des universités, HDR, Université Marie & Louis Pasteur, France),
Georges MOUKOUTI ONGUEDOU (Professeur Titulaire, Université de Bertoua, Cameroun),
Stéphane KALUDI NDONDJI (Professeur Associé, Université de Lubumbashi, RD Congo),
Abdelouahid TIOUIDIOUINE (Maître de conférences, Université de Relizane, Algérie), **Ahlem
ROUABHIA** (Maître de conférences, Université de Tebessa, Algérie), **Aimé BANZA ILUNGA**
(Maître de conférences, Université de Lubumbashi, RD Congo), **Arsène ELONGO** (Maître de
conférences, Université Marien Ngouabi, Congo), **Assia MARFOUQ** (Maître de conférences Habileté,
Université Hassan Premier de Settat, Maroc), **Brice Arsène MANKOU** (Maître de Conférences, Reims
DYSOLAB, Université de Rouen, Normandie, France), **Djedou Martin AMALAMAN** (Maître de
conférences CAMES, UPGC de Korhogo, Côte d'Ivoire), **Drissa KONE** (Maître de conférences,
Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire), **Gilbert ATINDOGBE** (Maître de conférences,
Université d'Abomey-Calavi, Bénin), **Ibrahim MALAM MAMANE SANI** (Maître de conférences
CAMES, Université Abdou Moumouni, Niger), **Landry Yves FALLE** (Maître de conférences,
Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire), **Kouakou Laurent ASSOUNGA** (Maître de
conférences, Félix Houphouët-Boigny de Cocody, Côte d'Ivoire), **Patrick TOUMBA HAMAN**
(Maître de conférences, Université de Maroua, Cameroun), **Raymond-Bernard AHOUEJINOU**
(Maître de conférences, Université d'Abomey-Calavi, Bénin), **Robert MAMADI** (Maître de
conférences CAMES, Université Adam Barka d'Abéché, Tchad), **Zacharie HATOLONG BOHO**
(Maître de conférences, Université de Maroua, Cameroun), **Abraham DAOKA** (Université de Maroua,
Cameroun), **Adjé Séverin ANGOUA** (Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, Côte d'Ivoire),
Amos KAMSU SOUOPTETCHA (Université de Maroua, Cameroun), **André Bienvenu MFO**
(Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Amel FTITA** (Université virtuelle de Tunis, Tunisie), **Anicet
DONFACK SOUNNA** (Université d'Alcalá, Espagne), **Antoine-Beauvard ZANGA** (ENS, Université
de Yaoundé 1, Cameroun), **Appolinaire LOUMGUE** (Université de Maroua, Cameroun), **Arnaud
Romaric TENKIEU TENKIEU** (Université de Douala, Cameroun), **Bassirima KONÉ** (Université
Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire), **Benoît TINE** (LARSSES-QUASZ, Sénégal), **Bertin
NGUEFACK** (Université de Yaoundé, Cameroun), **BIRWE GODWE** (ENS, Université de Maroua,
Cameroun), **Bougadari DOUMBIA** (Institut Universitaire de Développement Territorial / Université
des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako, Mali), **Destin FEUTSEU DASSI** (Université de
Dschang, Cameroun), **Dimkèg Sompasaté Parfait KABORE** (Université Thomas SANKARA,
Burkina Faso), **Érick Achille NKO'O BEKONO** (Université de Bertoua, Cameroun), **Fabrice
ONANA NTSA** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Floribert NOMO FOUA** (Université de
Yaoundé 1, Cameroun), **Franck AMOUSSOU** (Université André Salifou (UAS) de Zinder, Niger),
Franck Rostov TSAMO DONGMO (Université de Dschang, Cameroun), **Gabin KENKO
DJOMENI** (Institut Universitaire de la Côte, Cameroun), **Harold Gael NJOUNANG DJOMO**
(Laboratoire GREVA, Cameroun), **HASSANA (DGSN, Cameroun), Issa AHAMADOU HAMAGE**

(Université Abdou Moumouni, Niger), **Jean de Dieu GWETH BI BISSO** (Institut supérieur des sciences et techniques appliquées à la santé, Cameroun), **Joseph Yannick MBATCHOU** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **José Alejandro MORALES SOTO** (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México), **Karima ZEROUALI** (Université de Biskra, Algérie), **Liliane KOUASSI AMOIN** (Institut National Supérieur des Arts et de l'action Culturelle, Côte d'Ivoire), **Magloire NISSIMAISOU** (Université de Maroua, Cameroun), **Malek KHALDI** (Chercheuse indépendante, Tunisie), **MFOUAPON ALASSA** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Oscar KEM-MEKAH KADZUE** (Escuela Normal Superior de Yaoundé 1, Cameroun), **Pierre Ledoux NDII** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Régine Mireille ESSAMA** (Université de Bertoua, Cameroun), **Rodrigue WOUASSI LADJINO** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Saidi HICHAM** (Université Moulay Ismail, Maroc), **Samira BERDJI BESSEGHIR MUSTAPHA** (Université de Relizane, Algérie), **Sidbéné-Wendé Brigitte SAWADOGO/ZONGO** (Université Norbert ZONGO, Burkina Faso), **Susana Astrid LÓPEZ GARCÍA** (Instituto Tecnológico Superior de Naranjos, México), **Tamboura AMADOU** (ENS Burkina Faso), **Thierry Martin FOUTEM** (Université de Dschang, Cameroun), **Thierry Benoît BIDIAS** (Chercheur indépendant, Cameroun), **Thomas FONE** (Université de Douala, Cameroun), **Wendnonga Gilbert KAFANDO** (Université Joseph Kizerbo (UJKZ), Burkina Faso), **Winnie NYANGON** (Université de Ngaoundéré, Cameroun), **Yacouba TENGUERI** (Université Daniel Ouezzin Coulibaly, Burkina Faso), **Yao Saturnin Davy AKAFFOU** (Université Félix Houphouët Boigny, Côte d'Ivoire) & **Zoukouloulou OURO-GBELE** (Université de Lomé, Togo).

SOMMAIRE

ÉDITORIAL	VIII
{SECTION 1}	1
SCIENCES DU LANGAGE & LITTÉRATURE	1
<i>Analyse sémiotique de l'hybridité dans le film Les trois lascars (2021) de Boubacar Diallo.....</i>	<i>1</i>
<i>Semiotic analysis of hybridity in Boubacar Diallo's film Les trois lascars (2021).....</i>	<i>1</i>
Yves ZONGO.....	1
<i>Hybridité culturelle et mémoire discursive dans Tiébélé (2020) d'Abraham Abassague</i>	<i>16</i>
<i>Cultural hybridity and discursive memory in Tiébélé (2020) by Abraham Abassague</i>	<i>16</i>
Dieudonné TIBIRI.....	16
<i>Les Gardiens du Temple de Cheikh Hamidou Kane : narration du conflit sociopolitique et construction de la paix en Afrique postcoloniale</i>	<i>33</i>
<i>Les Gardiens du Temple de Cheikh Hamidou Kane : narrating sociopolitical conflict and peacebuilding in postcolonial Africa.....</i>	<i>33</i>
Drissa BALLO.....	33
<i>Intermédialité et innovation pédagogique dans la littérature postcoloniale africaine</i>	<i>44</i>
<i>Intermediality and Pedagogical Innovation in African Postcolonial Literature</i>	<i>44</i>
Dekao Fabrice TIEMOU	44
Ibrahima KARAMOKO.....	44
<i>Les patronymes en pays Tagbana (XVIII^e-XX^e siècle).....</i>	<i>57</i>
<i>Surnames in Tagbana country (18th-20th centuries</i>	<i>57</i>
Tiegbe TOURE	57
<i>Le discours initiatique du maître-libertin dans La Paysanne perversie de Rétif de la Bretonne 1734-1806</i>	<i>66</i>
<i>The master's initiation discourse in La Paysanne perversie by Rétif de la Bretonne 1734-1806.....</i>	<i>66</i>
Mamadou SIDIBE.....	66
Sessia Inesse BOHOUN	66
<i>Inscriptions vernaculaires sur les véhicules personnels, utilitaires et poids lourds au Maroc : entre formes linguistiques et thématiques sociales</i>	<i>78</i>
<i>Vernacular inscriptions on personal, commercial and heavy goods vehicles in Morocco: between linguistic forms and social themes.....</i>	<i>78</i>
Yassine AKHMOUCH	78
Lahcen OUASMI.....	78
{SECTION 2}	107
SCIENCES HUMAINES.....	107

<i>Stratégie d'émergence dans le Sud global: regard sur les leviers d'un développement endogène et durable en Afrique (2000-2020)</i>	108
<i>Emergence strategy in the Global South: a look at the drivers of endogenous and sustainable development in Africa (2000-2020)</i>	108
Wend-Vénègda Arsène DIPAMA	108
<i>Colonialité et paupérisation du Cameroun : une critique sociohistorique de l'ordre économique néolibéral</i>	122
<i>Coloniality and impoverishment of Cameroon: A Socio-Historical Critique of the neoliberal Economic Order</i>	122
Luc Hervé ONGONG	122
<i>Médecine alternative et prise en charge des personnes vulnérables durant le Covid-19 à Bobo-Dioulasso</i>	135
<i>Alternative medicine and care of vulnerable people during the Covid-19 pandemic in Bobo-Dioulasso</i>	135
Awa YMBA et al.	135
<i>Sécurité alimentaire et warrantage dans la province de la Sissili, au sud du Burkina Faso</i>	148
<i>Food security and warrantage in the province of Sissili, southern Burkina Faso</i>	148
Alexis Yelsside Panimdi SAMA	148
Ismael OUEDRAOGO	148
Marie Chantal MILLOGO	148
<i>Analyse mixte des déterminants de la non-satisfaction des usagers de l'antenne d'hygiène publique de Bouaké (Côte d'Ivoire)</i>	165
<i>Mixed methods analysis of the determinants of user dissatisfaction at the Bouaké public hygiene unit (Côte d'Ivoire)</i>	165
Salifou YÉO	165
Gnissan Henri Auguste YAO	165
M'bégna COULIBALY	165
Sanansi Cissé	165
<i>Management hiérarchique des enseignants et continuité éducative en contexte de crise sécuritaire au Burkina Faso : le cas du Nayala</i>	179
<i>Hierarchical management of teachers and educational continuity in the context of the security crisis in Burkina Faso: the case of Nayala</i>	179
Koug-Nongom BONKOUNGOU	179
Antoine NIAMBA	179
<i>Logiques de la territorialité de la mendicité des taalibe bissau-guinéens dans l'espace urbain dakarois</i>	193
<i>The logic behind the territoriality of begging among guinean-bissau taalibe in urban Dakar</i>	193

Mame Amade NGOM.....	193
Youssouph SANÉ.....	193
Amy GUEYE	193
<i>Loisirs et identité culturelle en contexte urbain : cas de la fête intergénérationnelle et traditionnelle chez les Ébriés d'Anoumanbo de Marcory en Côte d'Ivoire</i>	<i>207</i>
<i>Leisure and cultural identity in an urban context: the case of intergenerational and traditional celebrations among the Ébrié people of Anoumanbo in Marcory, Ivory Coast</i>	<i>207</i>
Mehsou Mylène ELLA TANO.....	207
Fulbert TRA	207
<i>Importance des infrastructures routières dans la dynamique de croissance urbaine et de mobilité à Bohicon (Bénin)</i>	<i>216</i>
<i>The importance of road infrastructure in the dynamics of urban growth and mobility in Bohicon (Benin)</i>	<i>216</i>
N'gnonnissè Mèdèhouénou TOSSOU	216
<i>Initiatives de valorisation des pneus usagés dans le Grand Lomé : des retombées socio-économico-environnementales aux défis.....</i>	<i>229</i>
<i>Initiatives to recycle used tires in Greater Lomé : socio-economic and environmental benefits and challenges.....</i>	<i>229</i>
Prosper Sékdja SAMON.....	229
<i>Comprendre la notion d'émergence pour les pays africains : un véritable casse-tête</i>	<i>246</i>
<i>Understanding the concept of emergence for African countries: a real puzzle</i>	<i>246</i>
Pascal NYAM.....	246
{SECTION 3}	261
SCIENCES ÉCONOMIQUES	261
<i>Le concept d'entrepreneur en sciences économiques : Vers une analyse en termes de convergence et de divergence de théories et d'idées</i>	<i>262</i>
<i>The concept of entrepreneur in economics: Towards an analysis in terms of convergence and divergence of theories and ideas.....</i>	<i>262</i>
Harimanantsoa Livaniaina RAZANAJAFY	262



Inscriptions vernaculaires sur les véhicules personnels, utilitaires et poids lourds au Maroc : entre formes linguistiques et thématiques sociales

Vernacular inscriptions on personal, commercial and heavy goods vehicles in Morocco: between linguistic forms and social themes

Yassine AKHMOUCH

FLSH Ben M'sik, Université Hassan II de Casablanca, Maroc

Email : yassine.akhmouch@gmail.com

Orcid id : <https://orcid.org/0000-0002-6459-4077>

Lahcen OUASMI

FLSH Ben M'sik, Université Hassan II de Casablanca, Maroc

Email : l.ouasmi@gmail.com

Orcid id : <https://orcid.org/0009-0006-6929-9006>

Résumé : Cette étude sociolinguistique analyse les inscriptions vernaculaires présentes sur les véhicules personnels, utilitaires et poids lourds circulant dans deux villes marocaines, Rabat et Fès, et leurs périphéries rurales. À travers une méthodologie mixte combinant une analyse statistique quantitative et une approche qualitative, nous analysons un échantillon relevé d'un corpus de 250 inscriptions variées. L'objectif est d'analyser ces inscriptions non normatives comme des pratiques langagières révélatrices des dynamiques sociolinguistiques dans l'espace public marocain. Émanant d'un choix de langue, des formes linguistiques variées et des thématiques variées apposées sur les véhicules. Le présent travail vise à comprendre comment ces pratiques langagières reflètent les dynamiques linguistiques, sociales, culturelles et identitaires dans l'espace public marocain. Elle sera structurée en trois axes : le premier sera réservé aux préliminaires conceptuels et méthodologiques, le deuxième sera voué à l'analyse linguistique des données recueillies, tandis que le dernier axe présentera l'analyse thématique du contenu. Les résultats mettent en évidence une prédominance de l'arabe standard dans les inscriptions apposées sur toutes les gammes de véhicules, l'anglais et le français occupent également une place significative. Les inscriptions apparaissent principalement sur les camions et les poids lourds transfrontaliers, témoignant de l'influence croissante de la culture mondiale. Cependant l'amazighe, bien que moins fréquente, s'affiche dans un contexte spécifique traduisant l'identité du propriétaire du véhicule. Les inscriptions relevées sont de différentes natures et revêtent diverses formes linguistiques allant du simple mot aux expressions longues ; elles véhiculent des messages d'un large éventail thématique abordant l'aspect religieux, les préoccupations personnelles et émotionnelles, les expressions socioculturelles et identitaires, soulignant des dynamiques socioculturelles spécifiques à la société marocaine.

Mots-clé : Inscription vernaculaire, Pratiques langagières populaires, Langage-société-identité, Espace sociolinguistique.

Abstract: This sociolinguistic study analyzes vernacular inscriptions found on personal, utility and heavy goods vehicles circulating in two Moroccan cities, Rabat and Fez, and their rural outskirts. Using a mixed methodology combining quantitative statistical analysis and a qualitative approach, we analyze a sample taken from a corpus of 250 varied inscriptions. The aim is to analyze these non-normative inscriptions as language practices revealing sociolinguistic dynamics in the Moroccan public space. It will be structured along three main lines; the first will be reserved for the conceptual and methodological preliminaries, the second will be devoted to the linguistic analysis of the data collected, while the last line will present the thematic analysis of the content. The results show a predominance of standard Arabic in the inscriptions affixed to all ranges of vehicles, with English and French also occupying a significant place, appearing mainly on trucks and international transport, testifying to the growing influence of global culture. Although Amazigh is less frequent, it is used in a specific context, reflecting

the identity of the vehicle owner. The inscriptions found are of different kinds and take a variety of linguistic forms, ranging from simple words to long expressions. They convey messages on a wide range of themes, covering religious aspects, personal and emotional concerns, and socio-cultural and identity-related expressions, highlighting the socio-cultural dynamics specific to Moroccan society.

Keywords: Vernacular inscription, Popular language practices, Language-society-identity, Sociolinguistic space

Introduction

Chaque jour, des milliers de véhicules, sur lesquels figurent diverses inscriptions de différentes formes et tailles, sillonnent les routes aussi bien des grandes villes marocaines que des petits villages lointains. La carrosserie du véhicule est devenue d'ores et déjà un espace de prise de parole où ces écritures constituent un moyen de communication dont les propriétaires profitent pour s'exprimer librement et en plein public sur de nombreuses questions touchant à la fois le côté personnel affectif et le côté socioculturel. Ce sont des inscriptions au statut social, poétique, politique, publicitaire, amoureux, etc., considérées comme des appropriations urbaines discursives qui représentent, au même titre que les graffitis, les tags sur les murs et les panneaux de publicité, une forme d'expression citoyenne et sociale et d'appropriation esthétique et symbolique de l'espace public. Elles méritent d'être observées et étudiées.

C'est dans ce contexte de forte prolifération scripturale que s'insère la présente recherche qui vise à explorer ce nouveau phénomène sociolinguistique : les inscriptions sur les carrosseries des véhicules au Maroc, notamment dans les deux grandes villes de Rabat et Fès et leurs périphéries rurales. Du fait que les inscriptions sur les véhicules représentent un miroir de la société marocaine, cette recherche pourrait contribuer à une meilleure compréhension des dynamiques langagières populaires et des valeurs socioculturelles que ces inscriptions transmettent, ainsi que de la manière dont la variation identitaire et sociodémographique des conducteurs se manifeste à travers les choix linguistiques et textuels.

Plusieurs désignations ont été attribuées à ce que nous appelons dans le présent article les inscriptions vernaculaires sur les véhicules. À titre d'exemple, Bloch utilise « bumper stickers » (Bloch, 2000) pour analyser l'évolution des autocollants politiques en Israël, initialement utilisés comme moyen spontané de protestation, devenus une forme routinisée de discours public indépendant des élections. À travers une approche ethnographique, Bloch démontre que ce support constitue un mode d'expression structuré, avec des règles et usages précis, permettant aux citoyens ordinaires de participer au débat national en contournant les canaux institutionnels traditionnels. Dans la même lignée politique, Basthomi emploie « Truck Graffiti » (Basthomi, 2009) pour analyser les graffitis apposés sur les camions à Malang en Indonésie à la lumière du concept de défamiliarisation, dont l'objectif est d'éclairer la manière dont les graffitis sont rhétoriquement mis en œuvre et les effets qu'ils provoquent. Ils illustrent la rhétorique de l'émulation par laquelle les propriétaires exercent leur pouvoir ; D'une certaine manière, l'événement linguistique des graffitis de camions indique que les auteurs des graffitis, qui sont défavorisés et peu éduqués, imitent la production rhétorique et discursive de ceux qui ont accès aux hypermédias, notamment les plus aisés, qui peuvent, avec une certaine facilité, manipuler les créneaux paradigmatiques et syntagmatiques des réserves linguistiques pour dominer le discours de la société. Quant à Moualek, il emploie « les écrits sur les voitures de transport commun des voyageurs » (Moualek, 2010, p.) pour analyser les messages inscrits sur les fourgons dans la région Kabyle sur le plan terminologique comme sur le plan de la morphologie et de la syntaxe, ainsi que sur le plan de la signification et de la référence. Dans le cadre de cette étude, il importe de signaler que désormais nous employons le terme inscriptions pour désigner les inscriptions vernaculaires, et le mot véhicule pour faire référence aux véhicules personnels, utilitaires et poids lourds.

Pour mener à bien la problématique, nous avons opté pour une approche mixte combinant à la fois l'analyse statistique et qualitative en raison des données empiriques

collectées dans le corpus. Ainsi nous avons recours au questionnaire pour bien appréhender les motivations qui ont poussé les propriétaires des véhicules à s'adonner à cette pratique langagière et dans le but de savoir s'il y a une corrélation entre les paramètres sociodémographiques et les différentes formes linguistiques sur les véhicules.

Afin de structurer notre étude, nous allons d'abord présenter son cadre théorique et méthodologique. Ensuite, il sera question d'aborder les aspects linguistiques et formels des différentes inscriptions et son éventuelle corrélation avec d'autres variables sociodémographiques et géographiques, pour finalement dresser une typologie des messages véhiculés.

1. La sociolinguistique de l'espace public

Selon nos études documentaires, aucune analyse détaillée des inscriptions sur les véhicules au Maroc n'a été menée. Il est essentiel de traiter un tel sujet d'étude, car il pourrait nous apporter des indications relatives à la manière dont les langues sont représentées ou présentes dans l'espace public. Par ailleurs, cette démarche pourrait nous renseigner sur les occupations sociétales de la communauté linguistique en question, contribuant à la construction d'un paysage linguistique et social dynamique. L'importance de ce phénomène, qui est simultanément lié à la langue, à la société et à l'espace public (Bulot, 1999) (Bulot, 2003) (Bulot & Dubois, 2005) (Bulot, 2008) (Messaoudi, 2003), incite les linguistes et les sociologues à se positionner en tête pour son analyse sous ses nombreux aspects sociaux, tout en reconnaissant les spécificités de chaque culture. C'est dans le contexte théorique de la sociolinguistique urbaine que nous situons nos préoccupations concernant cette pratique de discours mise en place sur un support non traditionnel (les carrosseries de véhicules), et exposée dans l'espace public.

1.1. La langue et l'espace

L'exploration du rapport entre la langue et l'espace, notamment dans le cadre urbain, constitue un domaine d'étude riche et complexe qui révèle une influence mutuelle entre ces deux éléments. La langue, en tant que système de symboles et moyen de communication, ne sert pas seulement à refléter le monde, mais contribue également à l'élaboration des réalités sociales et géographiques. L'espace, de son côté, n'est pas simplement un réceptacle neutre, mais un espace dynamique où des liens sociaux s'établissent et des identités se manifestent, et où la langue tient une place prépondérante.

Le concept d'urbanité langagière sert de cadre pour analyser ces relations profondes entre la langue et l'espace urbain. En effet, ce concept permet de saisir la complexité des échanges et englobe non seulement les pratiques linguistiques visibles en milieu urbain, mais aussi les discours, les représentations linguistiques et les attitudes des locuteurs envers les différentes langues et variantes présentes dans la ville (Bulot & Ledegen, 2008). Elle prend en compte plusieurs dimensions: la façon dont les gens parlent et utilisent la langue dans l'espace urbain ; les discours et les représentations de la langue et des langues dans la ville ; ainsi que les attitudes et les perceptions des locuteurs vis-à-vis des différentes langues et variétés linguistiques présentes dans l'espace urbain.

Les recherches traitant le lien entre la langue et l'espace public sous diverses manifestations démontrent comment la langue renvoie et modélise les interactions sociales dans divers environnements (Pagé, Lamarre, & Corbeil, 2020, p. 4). Le lieu public est décrit comme un espace privilégié pour l'échange linguistique, influencé par l'emplacement, le thème de discussion et les rôles sociaux des participants à la conversation. L'espace public a aussi une importance capitale dans la formation de l'identité, où la langue sert à manifester l'appartenance à des groupes sociaux, des convictions et des principes, puisque la manière de

parler et de manifester son rapport aux langues est considérée comme assujettie ou non aux normes sociales et identitaires qui sont en accord avec l'espace légitime. Les utilisateurs de la langue se construisent et s'affirment, à travers leurs usages, comme étant capables de se l'approprier ou non (Bulot & Ledegen, 2008, p. 6).

La dynamique de la langue dans l'espace public est influencée par des variations et modifications contextuelles, comprenant des phénomènes tels que le bilinguisme, le code-switching et les emprunts linguistiques qui démontrent la complexité des usages linguistiques.

1.2. Les voitures, un espace sociolinguistique en mouvement

Les véhicules, en général, représentent un objet de valeur que la plupart des propriétaires chérissent et dont ils prennent soin de telle manière qu'ils en viennent à être considérés comme une extension de soi, un miroir de sa personnalité, de ses attitudes et de ses préférences. De plus, ils offrent un espace d'affichage mobile à la fois d'expression des opinions et des informations ainsi qu'une façon de raconter des expériences de la vie personnelle. Ces inscriptions linguistiques apportant une touche humaine à l'objet métallique (le véhicule) se déplacent, voyagent en interagissant avec différentes situations et contextes urbains ; elles se confrontent aux regards des autres usagers de l'espace public et transforment les routes et les zones de stationnement en une aire d'affichage et de communication. La scène des routes encombrées avec de grands camions aux heures de pointe est représentative d'une forme d'interaction entre le véhicule orné d'inscriptions. Ces derniers peuvent être considérés non seulement comme un moyen personnel de communication pour les conducteurs, mais aussi comme un exutoire pour la créativité, grâce auquel les conducteurs peuvent prouver leur créativité au niveau de la forme (la taille, la police, les couleurs, l'emplacement sur le véhicule) et de la fonction, puisqu'elles expriment une intention communicative (partage d'expérience, déclaration, conseil...), diffusé au large public ou visant un public spécifique.

1.3. Articulation théorique

Les inscriptions vernaculaires, par leur diversité linguistique et thématique, constituent un corpus empirique permettant d'interroger les rapports entre langue, espace et société. L'adoption des concepts de la sociolinguistique urbaine et l'espace public repose sur le principe que l'espace n'est pas une donnée, mais un produit social et langagier qui manifeste et façonne les identités et les tensions sociales. Le cadre théorique de la sociolinguistique urbaine permet d'analyser la covariance entre les faits de stratification sociolinguistique et les structures sociospatiales. Ainsi, les messages populaires affichés sur les moyens de transport sont perçus comme des formes de signalétique langagière qui participent à la mise en mots de la ville et traduisent des attitudes langagières et linguistiques qui s'inscrivent dans une logique de territorialisation mobile des langues, où le véhicule devient un support discursif circulant entre les quartiers et les groupes sociaux. En ce sens, elles constituent des pratiques discursives situées qui reflètent la stratification sociolinguistique et les représentations sociales des locuteurs, tout en contribuant à la construction symbolique de l'espace urbain.

2. Analyse des données

Les inscriptions sur les véhicules sont généralement concises, claires et brèves, suite au manque d'emplacement sur le support qui est la carrosserie du véhicule mais aussi au manque de temps puisque les véhicules sont tous le temps mobiles, les lecteurs n'ont pas assez de temps pour lire le message.

2.1. Types de véhicules observés

Au cours de cette recherche, nous avons rencontré plusieurs types de véhicules qu'on peut regrouper en quatre grandes catégories : les voitures de luxe (VL), les voitures moyenne gamme (VMG), les camions et les véhicules légers professionnels (VLP).

Avec la propagation du phénomène des inscriptions sur les véhicules et la diversité de son contenu, on peut constater que la majorité de ces véhicules sont en général des voitures des particuliers, moyenne gamme, des camions, des véhicules légers professionnels. De plus, plusieurs propriétaires de voitures de luxe ont été sondés et ont affirmé qu'ils hésitent à écrire sur leurs voitures parce que cela ne les intéresse pas. Ils comparent ce phénomène à une sorte d'arriération sociale et d'irrespect envers autrui. En outre, ils jugent que les inscriptions sur la voiture altèrent son apparence et réduisent sa valeur et son prix. Ce sont les classes moyennes, et en général les conducteurs des transports en commun et de poids lourds, qui sont essentiellement des hommes, qui recourent à ce phénomène des inscriptions sur les véhicules.

2.2. Présentation du corpus

Les données collectées à l'aide des fiches d'observation et les photos prises ont atteint un nombre de 250 inscriptions, elles ont été classées et conservées pour être analysées. Le détail des données recueillies selon les critères préétablis (type de véhicule, langue, contenu) se présente comme suit :

Type de véhicule	Nombre des inscriptions	Pourcentage
Véhicule particulier moyen de gamme	85	34.0 %
Véhicule professionnel	74	29.6 %
Camion	51	20.4 %
Véhicule particulier haut de gamme	40	16.0 %
Total général	250	100 %

Tableau 1. Répartition des inscriptions selon le type de véhicule (Source : tableau réalisé par l'auteur).

La répartition des inscriptions selon le type de véhicule permet d'identifier les catégories les plus investies par des inscriptions langagières vernaculaires. Les véhicules professionnels (taxis, fourgonnettes, utilitaires) et les camions constituent près de 50 % des inscriptions recensées. Ce sont les principaux vecteurs d'expression langagière vernaculaire dans l'espace public marocain puisqu'ils se caractérisent par une richesse thématique et une diversité linguistique (noms, proverbes, slogans, références religieuses, expressions humoristiques ou identitaires). En revanche les véhicules particuliers, bien qu'en majorité, de moyenne gamme sont moins investis par des inscriptions à caractère socioculturel et humoristique par rapport à celles de caractère religieux. Par ailleurs les véhicules particuliers de haute gamme sont moins exposés aux inscriptions à l'exception de celles en relation avec l'identité professionnelle.

Langue	Nombre des inscriptions	Pourcentage
Arabe standard	88	35.2 %
Anglais	60	24 %
Français	52	20.8 %
Arabe dialectal	45	18 %
Amazighe	5	2 %
Total	250	100 %

Tableau 2. Répartition des inscriptions selon les langues utilisées (Source : tableau réalisé par l'auteur).

Le tableau met en évidence une pluralité linguistique révélatrice du paysage sociolinguistique marocain ; La prévalence de l'arabe standard (35,2 %) dans les inscriptions résulte de son statut de langue officielle et de sa forte valeur symbolique dans l'espace public marocain. Étroitement liée à la norme écrite, cette langue est souvent mobilisée pour exprimer des messages à caractère religieux et moral ; Toutes les inscriptions religieuses relevées sont en arabe standard, ce qui entre en parfaite harmonie avec les fonctions qu'elles occupent en tant que langue des institutions religieuses : « le code de la culture savante et des élites » (Boukous, 2005, p. 83). Les langues étrangères, en particulier l'anglais et le français, sont fortement représentées ; 45 % des inscriptions relevées. Cette présence linguistique reflète une aspiration à la modernité et à l'ouverture internationale, elles sont exposées généralement dans le contexte d'affichage publicitaire et identitaire, à savoir l'identité personnelle et professionnelle. L'usage de l'arabe dialectal (18 %) reflète une proximité avec les pratiques langagières quotidiennes. Cette variété linguistique maternelle est mobilisée pour des messages à portée socioculturelle et affective. Elle incarne ainsi une forme d'oralité transposée à l'écrit, révélatrice de la culture populaire. Quant à l'amazighe bien que faiblement représentée (2 %), en contraste avec son statut de langue officielle reconnue depuis la Constitution marocaine de 2011, elle témoigne d'un ancrage culturel et identitaire marqué chez les conducteurs issus de la zone géographique amazighophone telles que Boulemane.

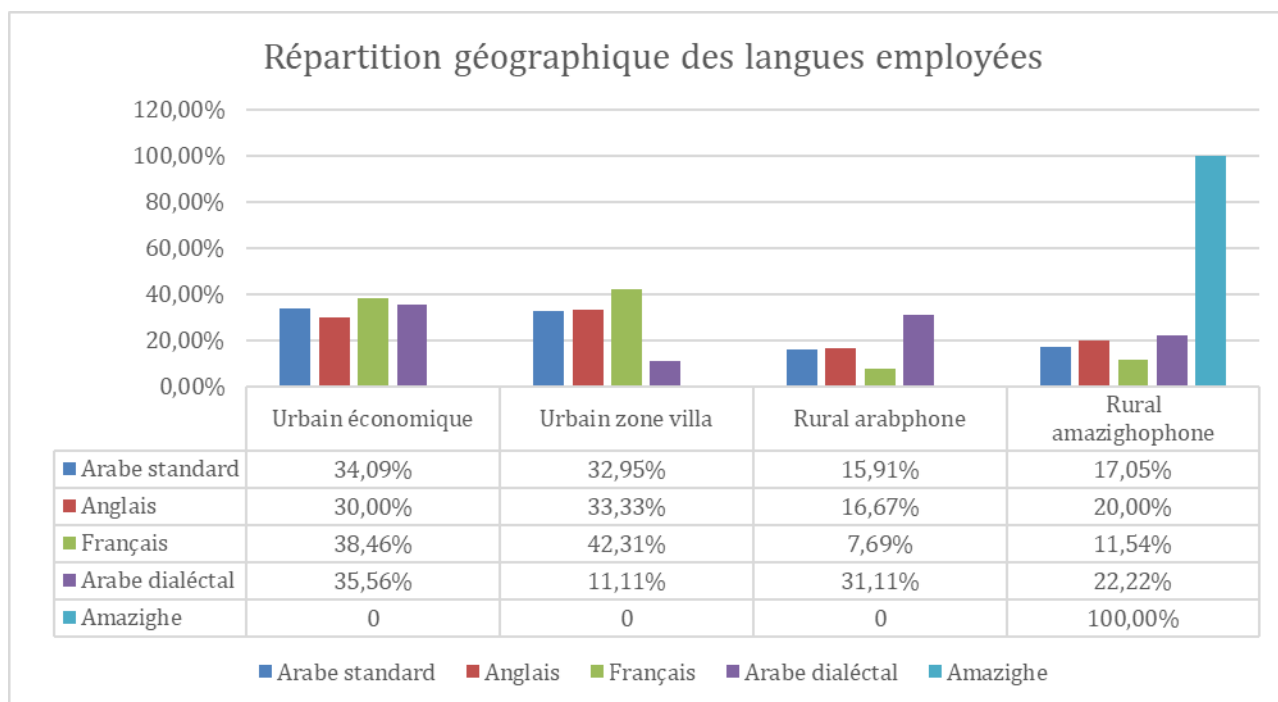


Figure 1. Répartition géographique des langues employées sur les inscriptions (Source : graphique réalisé par l'auteur)

Le graphique de la distribution linguistique selon les zones géographiques urbaines et rurales démontre que dans la zone urbaine économique toutes les langues sont représentées dans l'espace public mobile à l'exception de l'amazighe qui reste exclusivement visible dans la zone rurale amazighophone. Une prévalence pour le français (42 %) est notée dans le milieu urbain (zone villa) affirme son statut de prestige. En milieu rural arabophone, la prédominance de l'arabe dialectal avec un pourcentage de 31 % s'explique par sa fonction de langue vernaculaire accessible à l'ensemble des Marocains indépendamment de leur statut social. Sa charge affective et sa capacité à refléter les réalités sociales des conducteurs en font une langue privilégiée pour les inscriptions à caractère socioculturel.

Contenu	Nombre des inscriptions	Pourcentage
Expressions d'identité	93	37.2 %
Expressions socioculturelles	115	46 %
Humour et sarcasme	22	8.8 %
Citations religieuses	20	8.0 %
Total général	250	100 %

Tableau 3. Répartitions des inscriptions selon le thème du contenu (Source : tableau réalisé par l'auteur).

La catégorisation des contenus des inscriptions fait ressortir quatre grandes thématiques ; mis à part les citations religieuses (8 %) et les expressions humoristiques (8.8 %) qui constituent deux catégories identifiables, les deux autres représentent des nuances dans leur constitution. La catégorie des expressions d'identité (37.2 %) regroupe l'ensemble des formes linguistiques qui manifestent l'identité personnelle, familiale ou professionnelle des conducteurs, ainsi que leurs centres d'intérêt et leurs affiliations patriotiques. Quant aux expressions socioculturelles (46 %), elles englobent les déclarations personnelles, les affirmations morales et les formes du scepticisme social et les incitations à la persévérance. Ce choix catégoriel est adopté afin de faciliter le croisement thématique avec les choix linguistiques des propriétaires des véhicules, ainsi pour identifier ses corrélations potentielles avec la zone géographique.

L'analyse des inscriptions susmentionnées sera effectuée en deux étapes. Premièrement, nous nous intéressons à la morphologie linguistique pour voir les modèles et les techniques linguistiques utilisés par les propriétaires et les conducteurs de véhicules. Deuxièmement, les données seront interprétées pour explorer les différentes thématiques présentes. Conscients de l'impossibilité d'exposer l'intégralité de notre analyse dans cet article, nous en esquissons quelques exemples représentatifs dans le but d'en donner un aperçu concis.

3. Analyse linguistique

Les données recueillies révèlent une multitude de formes linguistiques que nous classifions en trois catégories. Elles s'étendent de l'unité lexicale jusqu'à la phrase. Ainsi, elles incluent les différentes parties du discours. Elles sont détaillées ci-dessous :

3.1. Les termes simples

Près de 25 % des inscriptions présentent des mots simples éparpillés sur toute la carrosserie du véhicule, généralement ce sont des noms communs ou propres (Voir annexe-1).

Certains noms communs peuvent entretenir des rapports sémantiques et faire partie du même champ lexical. À titre d'exemple : sur le pare-chocs avant droit nous trouvons « البطل » [al batal] et sur le pare-chocs gauche sa traduction française « champion ». La même procédure de traduction est mise en place dans « Najm » et « Star » en recourant à la translittération du mot arabe « نجم » en caractères latins. L'emploi de l'alphabet latin pour transcrire des mots arabes est récurrent : « lwalida » ([lwalida] = la mère), « marhaba » ([marhaba] = Bienvenue), « Hot ». D'après certains conducteurs, cela s'explique par diverses raisons, tantôt dépendant des contraintes techniques suite à l'absence des programmes informatiques optant pour l'alphabet arabe à l'époque. Mais aussi, il répond à une volonté d'internationalisation en offrant plus d'accessibilité et de visibilité aux messages inscrits. Il valorise également l'image du conducteur auprès de la clientèle, améliorant ainsi la perception des clients quant à la qualité du service offert.



Figure 2 Photographies illustratives des « termes simples » (Source : prise par l'auteur).

Certaines unités lexicales, telles que « Volcan », « Caballero », « Dragon », « العروسة » ([alʕaru:sa] = la mariée), « الصقر » ([asʕqr] = le faucon), « Titanic » ou « Yamama », illustrent la pratique de dénominations personnalisées de la part des propriétaires de véhicules. Ces désignations, souvent métaphoriques ou descriptives, prouvent une appropriation individuelle des véhicules et un lien affectif fort entre le conducteur et son moyen de transport. Ce processus de nomination apparaît aussi dans le langage courant au Maroc, où les modèles de certaines marques se voient attribuer des noms spécifiques inspirés du monde animalier, marin ou d'objets, en fonction de leurs caractéristiques visuelles ou fonctionnelles. Il s'agit de figures de style également auxquelles recourent les propriétaires. À titre d'exemple, « كاوكاوة » ([kawkawa] = cacahuète) pour la Mercedes Classe C W203 en allusion à la forme de ses phares, « رُكَّانة » ([rokana] = requin) désigne la BMW Série 5 en référence à l'aileron de requin de son antenne, « زيبرا » ([zɛbrə] = zèbre) pour la Volkswagen Golf 4, « كاسكيطا » ([kasketa] = casquette) pour la Renault Mégane, « حولية » ([hawlija] = brebis) pour la Golf 3.

De même, nous trouvons des termes de désignation informelle utilisés pour désigner des types de véhicules, particulièrement des poids lourds, en fonction de leur usage. Ces termes appartiennent au vocabulaire technolectal propre à la communauté des routiers. Par exemple, « Gwada » [gwa.da] est employé pour désigner les camions-bennes (équipés d'une benne basculante) spécifiquement conçus pour le transport et le déchargement de matériaux tels que les gravats, les débris ou le sable. Le mot « العشارية » [ʕaʃa:rija] en référence au nombre des goujons auxquels la roue du camion est fixée (10). Ce camion se caractérise par sa grande capacité de charge ; il possède une plateforme aux usages agricoles ou de transport des marchandises en vrac ou dans des caisses ainsi que des balles de foin.

Les noms propres relevés dans le corpus apparaissent majoritairement en langue française. Ils sont reproduits avec différents styles d'écriture typographique, allant des caractères classiques, lisibles, jusqu'aux styles plus décoratifs (Mourad, Simo, ريان [raja:n]). Le choix d'inscrire son nom sur la carrosserie d'un véhicule s'accompagne de motivations variées ; certains conducteurs optent pour cette pratique à des fins publicitaires : leur nom, souvent associé au numéro de téléphone, devient un outil de promotion pour leurs services. D'autres conducteurs, en revanche, identifient le nom d'une personne à laquelle ils tiennent beaucoup, un membre de la famille ou même une figure symbolique importante à leurs yeux : « Che Guevara », « CR7 (acronyme du célèbre footballeur portugais Cristiano Ronaldo).

En plus des noms des marques apposés officiellement par les concessionnaires, les propriétaires adoptent des pratiques personnalisées en ajoutant leur propre inscription partout sur la carrosserie. Ces noms de marques supplémentaires peuvent inclure non seulement celles

relatives au parc de l'automobile (Ford, Isuzu, Volvo), mais également des marques issues d'autres secteurs comme celle de la technologie (Apple, Samsung). Cependant, ces pratiques comportent des particularités linguistiques, notamment au niveau de la transcription qui induit des erreurs orthographiques. Ainsi, des variantes altérées des noms originaux apparaissent, comme « Mitchibichi » et « Mitchi » pour Mitsubishi, « Pogot », « Pigo » et « Pijo » pour Peugeot ou encore « Rono » pour Renault. Ces marques sont inscrites soit seules, soit accompagnées d'adjectifs qualifiant leur performance ou qui expriment leurs sentiments à l'égard de ces marques, à titre illustratif (Hot Mitsubichi , Best Ford , Super Golf , Speed Peugeot).

3.2. Syntagme

Les syntagmes représentent 42 % de l'ensemble des inscriptions (Voir annexe-2). Essentiellement, cette structure linguistique se caractérise par la combinaison de deux ou plusieurs unités lexicales. Ces unités peuvent être des signes, des mots ou d'autres éléments linguistiques. De Saussure (cité par Dubois, et al., 2012, p. 32) appelle syntagme toute combinaison dans la chaîne parlée. Ces séquences de mots, ou de morphèmes, contractent entre elles, en vertu de leur enchaînement, des rapports fondés sur le caractère linéaire de la langue, qui exclut la possibilité de prononcer deux éléments à la fois (Riegel, 2000, p. 5). Bien que la question de savoir si les syntagmes sont binaires ou non ne soit pas traitée dans le présent travail, des séquences coordonnées comme « bleu, blanc, rouge » sont perçues comme un syntagme non binaire, de même pour la devise emblématique de la nation marocaine, l'expression « الله الوطن الملك » ([allah al-watan al-malik] = Dieu, la patrie, le roi). Le terme du syntagme est repris par Bailly (cité par Riegel, 2000, p. 6), qui le considère comme le résultat d'une relation d'interdépendance grammaticale entre deux signes lexicaux appartenant à deux catégories complémentaires l'une à l'autre.



Figure 3 Photographies illustratives des « syntagmes » (Source : prises par l'auteur).

La liste des syntagmes observés reste très vaste, nous ne proposons que ces exemples qui mettent en avant les deux types les plus utilisés, à savoir les syntagmes nominaux et les syntagmes verbaux selon la catégorie grammaticale du noyau de la structure linguistique.

	L'inscription d'origine	Transcription phonétique	Traduction française
1	الصحراء المغربية	/as-ṣaḥrāʔ al-maghribiyyah/	Le Sahara marocain
2	طريق السلامة	/ṭarīq as-salāmah/	Bonne route
3	صقر الشرق	/ṣaqr al-sharq/	Faucon d'orient
4	عروسة الشمال	/ʕarūsāt ash-shamāl/	La mariée du nord
5	Le Sahara marocain	/lə sa.a.ʁa ma.ʁɔ.kɛ/	Le Sahara marocain
6	Bonne route	/bɔn ʁut/	Bonne route

Tableau 4. Les syntagmes (Source : tableau réalisé par l'auteur).

Les syntagmes simples susmentionnés se constituent de deux unités syntaxiques de base, un nom et ses éventuels déterminants et adjectifs (les expressions 1-2-3-4-5 du tableau 4). Les normes linguistiques propres à chaque langue sont respectées, notamment dans le syntagme arabe 1, le nom « الصحراء » est placé en tête suivi de l'adjectif « المغربية » qui s'accorde en genre et en nombre. L'ordre typique des constituants est respecté également dans la structure [Nom + complément du nom] dans les exemples 2-3-4, où elles sont considérées comme des constructions annexées pour exprimer la relation d'appartenance ou de possession.

Les syntagmes en français ont tendance à un ordre [Adj + N] ou [Dét + N + Adj]. Dans l'exemple 5, l'adjectif qualificatif est postposé au nom qu'il qualifie, tandis que dans l'exemple 6, l'adjectif « bonne » précède le nom, une convention pour souligner un souhait ou un compliment. Dans la séquence « Le Sahara marocain » [Dét + N + Adj], l'adjectif « marocain » est dérivé du sujet du nom, il est paraphrasable par un complément du nom dont le substantif est généralement apparenté morphologiquement à l'adjectif de Dét + N « du Maroc ». Syntaxiquement, il est considéré non-gradable : « *Le Sahara est très marocain ». Ce type d'adjectif relationnel est appelé équatif selon les listes proposées. Cependant, la séquence Adj + Nom où l'adjectif épithète est antéposé au nom qu'il qualifie comme dans l'exemple « bonne route » reste la seule combinaison attestée du point de vue notionnel et sémantique puisqu'en la comparant avec « la route est bonne » ou « route bonne », l'adjectif « bonne » n'est pas incident au même contenu sémantique et notionnel dans les trois cas. L'analyse linguistique de « bonne route » révèle une structure syntaxique simple (adjectif antéposé qualifiant un nom), une sémantique directe où l'adjectif exprime une qualité positive du trajet : « bonne » qualifie la nature du voyage impliqué par la « route », souhaitant que le trajet soit agréable, sûr et sans encombre. En pragmatique, ancrée dans son usage comme couramment utilisée en français lorsque quelqu'un entreprend un voyage, elle a une fonction phatique et expressive, visant à établir un contact positif et à transmettre des vœux de bienveillance. Elle illustre les principes généraux de la relation adjectif-nom et peut être considérée comme une locution adverbiale (bien qu'elle ne modifie pas directement un verbe dans sa structure immédiate, elle accompagne souvent l'idée d'un départ ou d'un déplacement). C'est une expression figée en langue (Fiala, Habert, Lafon, & Piniera-Tresmontant, 1987, p. 73), c'est-à-dire une forme composée fixe ou quasi fixe, non susceptible de variations internes significatives tout en conservant son sens usuel.

De même pour l'expression anglaise « Good Luck », elle révèle des similarités avec « bonne route » en français, que ce soit dans leur structure syntaxique ou leur fonction pragmatique (formule de souhait). La principale différence syntaxique réside dans l'accord en genre de l'adjectif absent en anglais.

Les slogans, ces inscriptions brèves, qui captent notre attention et disparaissent de notre champ de vision au bout de quelques secondes, laissant des traces dans notre mémoire. Elles incorporent des structures diverses (des équilibres, des harmonies, des isomorphies, des dépendances hiérarchiques, des oppositions, des parallèles, des récurrences, des symétries, des contradictions, des ordres, des ruptures calculées), qui ne s'inscrivent pas seulement dans le « son » et la matérialité du signifiant, mais aussi dans le « sens » (Grunig, 1998, p. 7). Olivier Reboul (1975), dont les travaux pionniers ont marqué le domaine, définit le slogan comme une « formule courte frappante, repérable, polémique et souvent anonyme. Elle vise à convaincre et/ou persuader le locuteur à agir, tant par son style que par l'élément d'autojustification rationnel ou passionnel qu'elle comporte » (Reboul, 1975, p. 42). C'est donc le slogan perçu comme modalité expressive et langagière dont les propriétés formelles et fonctionnelles sont la concision, le rythme, la facilité de répétition et de mémorisation en plus de son effet perlocutoire assigné à une forte dimension persuasive incitant les autres à agir. Ce motif persuasif repose en partie sur le recours au pathos, puisque le slogan doit toucher les émotions pour mobiliser.

	L'inscription origine	Transcription phonétique	Traduction française
7	الله الوطن الملك	/allāh al-waṭan al-malik/	Dieu, la patrie, le roi
8	غزة رمز العزة	/ ġazza / /ramzo/ /lɛizza/	Gaza symbole de la dignité
9	تازة قبل غزة	/Taza qabl ġazza /	Taza avant Gaza

Tableau 5. Les slogans (Source : tableau réalisé par l'auteur).

Les slogans très récurrents sur les véhicules sont de caractère patriotique et politique. Le premier « الله الوطن الملك » représentant la devise nationale officielle du Maroc « Dieu la patrie le roi » : comprend trois lexèmes déterminés, aucun connecteur ne les relie et pourtant leur mode de jonction est paratactique ; ils gardent leur autonomie syntaxique. Il s'agit d'une « coordination à la fois asyndétique (par effacement de la marque de relation) et implicite (la relation sémantique entre les éléments conjoints n'est pas spécifiée) ». Cependant, la disposition de ces trois unités n'est aucunement aléatoire ; elles représentent trois valeurs fondamentales autour desquelles le peuple marocain est amené à se rassembler, à avoir la foi en Dieu, l'amour et la défense de la patrie, enfin l'allégeance envers le roi. Olivier Reboul (cité par Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 537) affirme que « le slogan, qu'il soit publicitaire ou politique, condense le discours en un noyau thématique, une formule ramassée, rythmée à des fins mnémoniques et pragmatiques visant à mobiliser et pousser à l'action » (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 537).

Il en va de même pour « غزة رمز العزة » (Gaza symbole de la dignité), écrit dans une forme de cœur en couleur blanche symbolisant la paix, que les conducteurs mentionnent pour exprimer leur sympathie, aversion et protestation vis-à-vis des événements internationaux, notamment ceux qui se déroulent au Moyen-Orient. Cette phrase nominale et ses différentes variantes « غزة أنت رمز العزة » (Gaza, tu es le symbole de la dignité), « أنا غزة رمز العزة » (je suis Gaza, symbole de la dignité) tirées des paroles des chansons, se composent de deux syntagmes nominaux. Le premier se réfère à Gaza, la ville principale située en Palestine. Le nom est donné aussi à toute la région du sud de la côte de la Méditerranée orientale dans le bassin levantin au Proche-Orient. Le second syntagme représente une construction annexée où le complément du nom « العزة » (la dignité) précise et renforce le noyau « رمز » (symbole). Ces deux parties entretiennent une relation implicite et se prêtent à une double interprétation ; une prédication elliptique suite à l'omission du verbe attributif (Gaza [est] le symbole de la dignité) ou une structure injonctive (Sauvez Gaza, le symbole de la dignité) suppléant une action de la part de l'auditoire. De son côté, le travail sur les signifiants fait émerger une fonction poétique

; on note à la fois une allitération par la répétition du phonème /z/ dans la chaîne qu'ils constituent (/ğazzaramzolçizza/) et la présence de la rime /-zza/. Cette matérialité phonétique produit des effets mnémotechniques facilitant la mémorisation et renforçant l'identité sonore du message.

Dans un effet dialogique interdiscursif, les inscriptions sur les véhicules en tant qu'actes sociolinguistiques acquièrent leur sens non seulement par leur structure interne mais aussi par leur insertion et leur interaction avec d'autres inscriptions selon un contexte communicatif bien précis. La phrase nominale « تازة قبل غزة » (/Taza qabl ġazza / =Taza avant Gaza) est structurée d'un nom propre « Taza » fonctionnant comme Mubtada' et du syntagme prépositionnel « قبل غزة » (/qabl ġazza/ = avant Gaza) composé de la préposition « قبل » (avant) suivie du nom propre « غزة » (Gaza), fonctionnant comme Khabar. Elle ne se comprend qu'en la rapportant à « غزة رمز العزة » (Gaza symbole de la dignité), les deux slogans entretiennent une relation qui peut être vue comme une forme de parataxe ou juxtaposition au sein d'une conversation. Si « غزة رمز العزة » (Gaza symbole de la dignité) représente un sentiment largement partagé incitant à la solidarité à la fois morale et financière de Gaza qui est considérée comme un symbole de résilience et de fierté, le slogan « تازة قبل غزة » (Taza avant Gaza) constitue une objection sur le focus, il intervient pour placer en avant Taza, choisi par sa rime /-za/ et à travers laquelle toutes les localités territoriales du royaume du Maroc sont représentées, par rapport à Gaza, dans le but de non seulement de rediriger l'attention des autorités politiques et le large public vers les préoccupations à l'échelle locale et au développement des communes marocaines, mais aussi de les désengager et d'attribuer aux palestiniens la responsabilité de leur propre situation.

3.3. Les phrases et discours

Outre les syntagmes, les écrits observés comprennent également des phrases (Voir annexe-3). Ces dernières constituent un élément fondamental du langage, permettant de structurer les pensées et d'exprimer des idées. Il importe de noter que le sens de la phrase pris en charge dans ce travail correspond à celui de Cohen (1984, p. 23) qui affirme que « la phrase est un énoncé syntaxiquement complet qui n'a besoin d'aucun élément supplémentaire pour être actualisé. Elle se présente donc comme le terme ultime de la hiérarchie syntaxique : elle est constituée non constituante. Le discours n'étant en principe qu'un ensemble de phrases et non une unité organique où la phrase remplirait une fonction particulière » (Cohen, 1984, p. 23). La définition proposée ne s'applique pas seulement sur ses limites (début et fin ; majuscule et point final), elle est définie par ses propriétés intrinsèques et ses constituants, c'est une unité complète qui porte à la fois sens et référence en renvoyant à une situation donnée. Elle est inférieure au discours et supérieure au mot (terme simple). Elle exprime une idée grâce à sa structure qui combine un sujet, un prédicat et potentiellement des compléments et des modificateurs. Sa catégorisation dans le contexte des inscriptions personnalisées sur les véhicules peut être décrite en citations inspirantes.



Figure 4 Photographies illustratives des « phrases et discours » (Source : prise par l'auteur).

Les citations nous donnent une lueur d'espoir lorsque nous sommes d'humeur pensive ou dans une situation pénible. Elles sont inspirantes et déclenchent un changement émotionnel dans nos esprits et nos cœurs et nous motivent à agir. Certains propriétaires et conducteurs de véhicules font inscrire des citations sur leurs véhicules pour partager des messages fructueux avec d'autres personnes. De très simples à compliqués, de très crus à polis, les messages sont délivrés à la société ou à une catégorie particulière. Les questions sont remises en cause, les tabous sont abordés et les mœurs sont transmises d'une manière parfois très divertissante.

Nous observons une répartition diversifiée des citations, allant de celles à caractère religieux extraites du Coran ou des paroles du prophète Muhammad, à d'autres qui sont des phrases proverbiales relevant de la sagesse collective, certaines sont des extraits des chansons populaires qui ont bien marqué les esprits d'une génération à une époque donnée, sans oublier les phrases inventées par les propriétaires des véhicules.

	L'inscription d'origine	Transcription phonétique	Traduction française
10	هذا من فضل ربي	hādā min faḍl rabbī	Ceci est une grâce de Dieu
11	عين الحسود فيها عود	ʕajn al-ḥasūd fihā ūd	L'œil de l'envieux contient un bâton
12	إفعل ما أنت مقتنع به فلن يتحدثون عنك بالخير إلا في جنازتك هذا إن أعجبهم الغداء	Ifʕal mā anta muqtaniʕ bihī falā yataḥadṭūna ʿanka bil-ḥayri illā fī janāzatika hādā in ʿa jabahumu al-ḡadāʾ	Fais ce dont tu es convaincu car ils ne parleront de toi en bien que lors de tes funérailles, à condition qu'ils aient aimé le repas
13	أديسدم ربي السلامة	/adīsidūm rabbi al-salāmah/	Que Dieu préserve la sécurité.
14	Sorry mother, obligé nkoun Hader...	/sɔri mʌðər, oblige nku:n ḥader.../	Désolé maman, je suis obligé d'être présent...

Tableau 6. Phrases et discours (Source : tableau réalisé par l'auteur)

Quarante véhicules affichent la citation religieuse « هذا من فضل ربي » sur leurs pare-brises devant ou derrière. C'est une expression qui évoque la gratitude et l'appréciation de Dieu pour ses bienfaits. Le propriétaire du véhicule reconnaît que toutes les bontés, y compris l'acquisition du véhicule, sont le résultat des grâces de Dieu. Elle est sous la forme d'une phrase nominale dont la structure typique est constituée de deux groupes, le premier appelé « mubtada' » (le sujet initial, le topique, l'inchoatif), le deuxième est « khabar » (prédicat, attribut). Dans cet exemple, « هذا » (/hādā/ = ceci), le déterminant démonstratif correspond au topique. Le syntagme prépositionnel « من فضل ربي » (min faḍl rabbī) structurant de la

préposition « من » (/min/ = de, par) suivie du groupe nominal « فضل ربي » (/faḍl rabbī/ = la grâce, la faveur de Dieu) fonctionne comme prédicat. Dans son interprétation pragmatique, l'expression marque la reconnaissance et l'humilité face à l'acquisition du véhicule en l'attribuant à la volonté divine, en plus du fait de renforcer la vision de la reconnaissance et de réduire la responsabilité individuelle dans le but d'échapper aux hostilités et aux influences négatives du mauvais œil.

Ces critiques de la jalousie sont exprimées explicitement dans le proverbe arabe « عين الحسود فيها عود » (/ʕajn al-ḥasūd fihā ʕūd/ = L'œil de l'envieux contient un bâton), qui présente une structure syntaxique caractéristique de la phrase nominale arabe. « عين الحسود » (/ʕajn al-ḥasūd/ = L'œil de l'envieux) est une structure d'annexion, où « عين » (/ʕajn/ = l'œil) est le premier terme et « الحسود » (/al-ḥasūd/ = l'envieux) le second, et l'ensemble nominal « عين الحسود » est défini par l'article défini « al- » sur le second terme, ce qui le rend apte à fonctionner comme mubtada', représentant le sujet initial sur lequel porte l'énoncé. Ensuite, « فيها عود » (/fihā ūd/ = contient un bâton), la préposition « في » (/fī/ = dans, en), suivie du pronom clitique féminin singulier « ها » (/hā/ = elle, ça), qui se réfère à « عين » (/ʕajn/ = œil), puis du nom « عود » (/ʕūd/ = bâton, morceau de bois). Cet ensemble « فيها عود » forme un syntagme prépositionnel, occupant la fonction khabar, qui vient compléter le sens en apportant une information supplémentaire sur le sujet. Cette construction illustre une prédication implicite typique de l'arabe, où le lien entre mubtada' et khabar est établi sans verbe explicite, rendant l'expression concise et percutante. L'image du bâton dans l'œil représente une gêne qui empêche l'envieux de voir clairement les faveurs des autres. Cette métaphore renforce l'idée que l'envie est une dégradation perceptive qui corrompt la vision du monde, rendant difficile pour l'individu jaloux de reconnaître et d'accepter le bonheur des autres. Par cette conceptualisation, l'expression illustre la notion d'un regard biaisé par les émotions négatives, empêchant une perception neutre et objective des circonstances. Sur le plan pragmatique, cette expression est utilisée pour dénoncer les effets néfastes de la jalousie et rappeler que l'envieux ne tire jamais de véritable bénéfice de son propre ressentiment. Elle est également employée comme une forme de protection contre le mauvais œil dans les interactions sociales marocaines, où les croyances entourant l'influence négative d'un regard envieux restent profondément ancrées dans les pratiques culturelles et discursives.

L'inscription « إفعل ما أنت مقتنع به فلن يتحدثون عنك بالخير إلا في جنازتك هذا إن أعجبهم الغداء » (/Ifʕal mā anta muqtanic bihī falā yataḥadaṭūna ʕanka bil-ḥayri illā fī janāzatika hādā in ʕaʕabahumu al-ḡadā/ = Fais ce dont tu es convaincu car ils ne parleront de toi en bien que lors de tes funérailles, à condition qu'ils aient aimé le repas) représente une phrase verbale complexe combinant plusieurs structures et parties. La première partie débute par un verbe impératif « إفعل » (/Ifʕal/ = Fais) constituant le prédicat verbal d'une clause principale implicitement adressée à la deuxième personne du singulier. Il est suivi de la séquence « ما أنت مقتنع به » (/mā anta muqtanic bihī/ = Ce dont tu es convaincu) qui est introduite par le pronom relatif « ما » (/mā/), qui signifie « ce que » ou « ce dont » et qui fonctionne comme un complément de l'impératif. La seconde partie est composée de deux propositions, la première est une négative avec exception introduite par la conjonction « ف » (/fa/) et l'opérateur de négation futur « لن » (/Lan/) « فلن يتحدثون عنك بالخير إلا في جنازتك هذا », la deuxième est une conditionnelle « هذا » (/hadhā/ = ceci) « إن » (/in/ = si) « أعجبهم » (/aʕabahum/ = ils ont aimé) « الغداء » (/al-ḡadā/ = le déjeuner). Cette inscription transgresse les normes de l'arabe formel dans l'emploi du verbe « يتحدثون » (ils parlent) avec la négation « لن » qui nécessiterait le subjonctif « يتحدثوا ».

D'un point de vue pragmatique, l'inscription traduit un message au ton cynique et désabusé. D'abord, elle présente une recommandation de suivre ses propres convictions, puis elle confronte cette autonomie de pensée à la norme sociale, affirmant que la véritable reconnaissance ne vient qu'après le décès, en lui ajoutant une touche d'humour noir subtil,

conditionnée de la bonne qualité du repas servi lors des funérailles. C'est une critique acerbe de l'hypocrisie sociale et de la superficialité des jugements qui régnaient dans les relations humaines et une mise en garde face à la vanité de chercher l'approbation d'autrui.

Les deux inscriptions « أديسدم ربي السلامة » (/adisdam rabbi as-salama/ = Que Dieu préserve la sécurité) et « Sorry mother, obligé nkoun Hader... » (Désolé maman, je suis obligé d'être présent...[quelque part/pour faire quelque chose] relevées sur deux camions renvoient à une alternance de plusieurs codes linguistiques reflétant ainsi la diversité linguistique et culturelle du Maroc. L'énoncé verbal « أديسدم ربي السلامة » transcrit en arabe juxtapose deux éléments provenant de deux langues distinctes. Le premier « أديسدم » est une forme linguistique verbale amazighe issue du verbe trilitère « isdam » exprimé à l'aoriste et introduit par la particule préverbale « ad » marquant le futur avec une valeur modale du souhait et de la prière¹. Le second est exprimé en arabe, il est constitué du sujet « ربي » (/rabi/ = mon Dieu) et du complément direct « السلامة » (/as-salama/ = la sécurité). Il s'agit d'une prière pour la sécurité des routiers dans tous leurs déplacements et activités. L'alternance de codes dans ce contexte relatif aux écrits sur les véhicules peut refléter l'identité linguistique amazighe du propriétaire.

Quant à l'expression « Sorry mother, obligé nkoun Hader... », elle assemble trois langues; l'anglais dans « Sorry mother », le français dans « obligé » et l'arabe dialectal en employant une translittération en alphabet latin dans « nkoun Hader ». L'expression arabe se constitue de deux parties ; la première est la forme verbale « nkoun » ; c'est la racine trilitère « k-a-n » qui correspond au verbe être à l'inaccompli et la structure préfixale « n » indiquant la première personne du singulier. La seconde est « Hader » (/hāḍer/ = présent). Hormis l'illustration de la réalité plurilinguistique du propriétaire du véhicule et son affiliation générationnelle marquée par la pratique discursive typique des groupes des jeunes, l'expression entière transmet un message individuel affectif qui veut toucher la sensibilité en justifiant l'absence auprès de la mère par le devoir social, ce qui évoque le conflit récurrent dont souffrent les routiers : entre les obligations familiales et les contraintes du travail.

4. Typologie des messages

La distribution des thèmes abordés dans ces messages diffère d'un véhicule à un autre, puisqu'on observe une corrélation entre la variable type de véhicule et le contenu des inscriptions, une caractéristique sociale qui révèle des messages avec des contenus identitaires qui sont plus répandus chez les propriétaires des véhicules de luxe, les citations à caractère religieux chez les propriétaires des véhicules de moyenne gamme et ceux à valeurs socioculturelles chez les véhicules professionnels. Concernant les termes collectés, nous avons pris soin de les classer selon quatre thèmes généraux, comme il est indiqué dans le tableau 3.

4.1. L'identité

La langue n'influence pas seulement la perception du monde, mais aussi façonne et manifeste l'identité de ceux qui la pratiquent. Les inscriptions sur les véhicules portent des traces des origines de leurs propriétaires et de leurs appartenances culturelles, individuelles et sociales à travers les choix linguistiques et des marqueurs spécifiques révélant un ancrage social. Greco et Mondada (2014 ; p. 7), emploient l'identité dans sa forme plurielle en l'abordant comme un « enjeu vécu » pour les acteurs sociaux, et c'est bien dans les pratiques courantes qu'elles sont « constamment construites, réaffirmées et évaluées ». Dans notre corpus, nous comptons 93 expressions, elles représentent 37 % de l'ensemble des inscriptions relevées (Voir annexe-4).

¹ Voir *Manuel de conjugaison de l'amazighe*, 2012.



Figure 5 Photographies illustratives des inscriptions renvoyant à l'identité des propriétaires des véhicules (Source : prises par l'auteur).

Les signes linguistiques, révélant l'identité personnelle des personnes dans une société, sont principalement les noms personnels. Pour des raisons purement commerciales, les propriétaires recourent à l'affichage de leurs vrais prénoms (Omar, Mourad, Kamal, Rachid « ريان » /Rayan/) sur les véhicules dans la recherche d'une éventuelle prise de contact de la part de la clientèle intéressée par le service proposé. Ils sont installés sur des véhicules professionnels ou des camions de marchandises. Certaines personnes préfèrent afficher des surnoms pour s'identifier ou révéler un caractère de leur personnalité. L'expression métaphorique « حربي و طامع ف ربي » (/harbi w t'āmiṣ f rabbi/ = guerrier et aspirant de mon Dieu) illustre la combativité de la personne au quotidien et infirme toute passivité de sa part tout en gardant sa confiance en la providence divine. De même pour « مازالني صغير و لاعب مع الكبار بالنار » (/māzālني s'ṡīr w lāṡib maṡa lakbār b nnār/ = Je suis encore jeune et je joue avec les grands avec le feu), qui marque un positionnement identitaire contradictoire : d'un côté, l'auteur reconnaît appartenir à une catégorie d'âge perçue comme moins expérimentée, néanmoins sa personnalité d'intrépide et de rebelle refuse de se conformer aux attentes sociales associées à cette tranche d'âge, il préfère valoriser son comportement audacieux et sa propre identité face au groupe des grands.

Nous trouvons d'autres expressions renvoyant à l'identité familiale des propriétaires des véhicules, que ce soit à travers la mention de leur appartenance à une lignée ou une famille. L'inscription « رابطة الشرفاء الأدارسة و أبناء عموماتهم بالمغرب » (/rābiṡat ash-shurafā' al-Idārisa wa abnā' 'ṡumūmatihim bil-Maghrib/ = Association des honorables Idrissides et de leurs cousins paternels au Maroc) confère au propriétaire de la voiture une identité prestigieuse religieusement légitime par son ascendance à une généalogie respectable dans la société marocaine et renvoie également à une histoire précise, notamment celle des Idrissides. L'inclusion des cousins paternels étend le cercle de l'appartenance à cette communauté et met en exergue les valeurs d'identité et de solidarité internes entre ses membres.

Les termes d'adresse indiquant l'affiliation à un père ou un ancêtre notable « ولد بنشريف » (/walad benṡrif/ = fils du Bencherif), « ولد الحاج » (/wald al-ḥādṡ/ = fils du pèlerin). Ces patronymes, couramment utilisés dans la culture marocaine, révèlent une dimension relationnelle de l'identité; le fait de les afficher publiquement les rend pertinents dans l'interaction sociale du point de vue de leur charge sociale et culturelle (Akhmouch, 2024, p. 08).

L'identité professionnelle est le sentiment d'unité que les individus ont avec une profession. Au lieu d'une identité personnelle ou familiale, certains propriétaires expriment leurs identités professionnelles en l'inscrivant sur leurs véhicules (Voir annexe -5). Par exemple : « طبيب » (/ṭabīb/ = médecin), « ingénieur », « محام » (/muḥām/ = avocat), etc. Parfois, les personnes expriment leur rôle et leur degré d'appartenance à une profession. Par exemple, ils précisent s'ils sont : « مهندس دولة » (/muhandis dawla/ = ingénieur d'État), « avocats à la Haute Cour » ou à une institution gouvernementale telle que « هيئة الأطباء » (/hay'at al-'aṭibbā'/ = L'Ordre des Médecins), « الهيئة الوطنية للعدول » (/al-hay'ah al-waṭaniyyah lil-ʿudūl/ = L'Ordre national des Adouls), « le ministère des Affaires étrangères ». D'autres mentionnent leurs qualités professionnelles, notamment dans la conduite : « دع القيادة لقاندها وتمتع أنت بالرحلة » (/daʿ al-qiyādah li-qāidihā wa-tamatiʿ anta bi-r-riḥlah/ = Laisse la conduite à son expert et profite du voyage), « السياقة فن ماشي عن عن » (/as-siyāqah fann māshī ʿan ʿan/ = la conduite est un art, pas vroom, vroom).



Figure 6 Photographies illustratives des inscriptions renvoyant à l'identité professionnelles des propriétaires des véhicules (Source : prises par l'auteur).

Étant donné que le patriotisme est une idéologie d'amour et de dévouement à une patrie, certains propriétaires aiment exprimer leur attachement à la devise du Maroc « الله الوطن الملك » (/allāh al-watan al-malik/ = Dieu, la patrie, le roi) ainsi qu'aux valeurs nationales et aux symboles sacrés du pays ; la famille royale « الملك محمد السادس نصره الله » (/al-malik muḥammad as-sādis nasaraho al-lāh/ = Sa Majesté le roi Mohammed VI, que Dieu le glorifie), « ولي العهد الأمير مولاي الحسن » (/walij l.ṣahd al-amir mulaj al-ḥasan/ = le prince héritier, son Altesse Royale Moulay El Hassan). Ils expriment leur qualité d'âme patriotique à travers des slogans tels que : « vive le Roi », « vive le peuple », « le Sahara est marocain ».

Les expressions qui montrent les centres d'intérêt de la personne : les propriétaires partagent leurs activités favorites et leur appartenance à une communauté particulière, rally du Maroc, communauté de voyage, communauté Clio 4, ou à un club de foot local ou international, à une ultra sportive ; « Black Army » pour les fans de l'équipe de l'Association des forces armées royales (AsFAR), « Tiger » pour les fans de l'équipe Maghreb Athlétique Sportif de Fès (MAS). Ces inscriptions s'appuient énormément sur les couleurs (vert, noir et rouge pour les AsFAR, noir et jaune pour le MAS).

4.2. Citations religieuses

Les expressions religieuses affichées sur les véhicules se combinent parfois avec des images qui représentent la foi et la pratique musulmanes : le Coran, la mosquée Hassan II. Elles manifestent non seulement l'identité islamique des propriétaires et leur attachement aux principes de l'islam. C'est le cas de : « الله ربي » (/Allâh Rabbi/ = Allah est mon Dieu), « لا إله إلا الله » (/lâ ilâha illa Allâh/ = Aucun dieu n'est digne d'adoration sauf Allah), « محمد رسول الله » (/Muhammad rasul Allâh/ = Muhammad est le messager de Dieu), mais aussi elles diffusent des messages d'ordre spirituel incitant les observateurs à renforcer leur foi ; le conducteur souhaite obtenir des récompenses d'Allah en se rappelant à lui-même et aux autres de faire ces actes ou de dire certaines expressions : « لا تنس ذكر الله » (/lâ tansa dhikr Allâh/ = n'oublie pas de citer Allah), « صل على النبي » (/salli 'ala n-nabi/ = prie pour le Prophète).



Figure 7 Photographies illustratives des inscriptions à caractère religieux (Source: prises par l'auteur).

Nous trouvons aussi de nombreuses expressions qui apparaissent comme des invocations religieuses et sociales : « اللهم اعطهم اضعاف ما ياتمنوا لي » (/allâhumma a'tihim ad'afa ma yatamanaw li/ = Oh mon Dieu, donne-leur le double de ce qu'ils souhaitent pour moi). Cette phrase comporte une ambiguïté ; elle peut être perçue comme étant une prière pour le propriétaire du véhicule ou comme une supplication pour lui en même temps comme pour se protéger de l'envie, au même titre que les expressions « هذا من فضل ربي » (/hâdhâ min faḍl rabbī / = Ceci est un bienfait de mon Dieu), « ما شاء الله » (/ Mā shā' Allâh/ = par la volonté d'Allah) (Voir annexe-6).

4.3. Humour et sarcasme

Le nombre d'inscriptions dans cette catégorie est de 22 et elles représentent près de 08 %. Elles se présentent à travers divers contenus ; des messages déroutants tels que l'expression « Test your air bag here » inscrite sur le pare-choc arrière d'une grande semi-remorque et imprégnée d'un humour sarcastique et ironique bien qu'elle soit vue comme un avertissement ou un défi implicite envers les autres usagers de la route surtout ceux qui roulent trop près afin qu'ils respectent la distance de sécurité. On trouve aussi des critiques satiriques telles que « بعض البشر كمسائل الرياضيات الحل طويل و القيمة صفر » (Certaines personnes sont comme des problèmes de mathématiques : la solution est longue et la valeur est zéro). Il s'agit ici d'un commentaire social marqué par un désenchantement sarcastique, c'est une métaphore mathématique qui implique une déception issue d'un engagement disproportionné en regard des résultats obtenus.



Figure 8 Photographies illustratives des inscriptions à caractère humoristique (Source: prises par l'auteur).

D'autres inscriptions n'expriment pas une véritable leçon de vie, elles sont tout simplement drôles ; leur fonction est de faire rire le lecteur ou de refléter le sens de l'humour du conducteur. l'agencement créatif de plusieurs parties d'expressions idiomatiques dans « الوقت كالسيف إن لم تكن ذنباً بما تشتهي السفن طلع البدر علينا » (/al-waqt kas-sajf //ʔin lam takun diʔbān//bimā taʃtahī as-sufun//ʔalaʃ al-badr ʃalaynā/ = Le temps est comme l'épée. si tu n'es pas un loup, comme les bateaux le désirent, la pleine lune s'est levée sur nous). Cette inscription génère une ambiguïté sémantique qui force le récepteur à une interprétation personnelle mêlant un caractère humoristique.

D'autres inscriptions sont tout simplement drôles, par exemple « واغسلوني » (/wa-ghaslouni / = Eh lavez-moi) affichée sur un véhicule très sale, elle est probablement faite par un passager ou un passant. C'est comme un cri émis par la voiture sollicitant son propriétaire de l'emmener à la station de lavage (voir annexe-7).

4.4. Les déclarations socioculturelles

Les inscriptions de cette catégorie sont au nombre de 115 et représentent 45 % du nombre total d'inscriptions. Ces inscriptions révèlent des valeurs culturelles et des perceptions sociales de leurs auteurs, nous pouvons les classer en deux catégories thématiques : la première regroupe les déclarations personnelles et affirmations morales et la seconde constitue les expressions qui représentent un scepticisme social et les incitations à la persévérance.





Figure 9 Photographies illustratives des déclarations personnelles des propriétaires des véhicules
(Source: prises par l'auteur).

Les déclarations personnelles et affirmations morales se caractérisent par une forte charge effective ou morale. L'exemple de l'amour est très significatif ; les conducteurs déclarent leurs sentiments à l'égard de leurs épouses ou de leurs mères dans des expressions telles que « في قلبي امرأة قتلت في حبي جميع نساء الكون » (/fī qalbī imraʔah qatalat fī ḥubbī jamīʔ nisāʔ al-kawn/ = dans mon cœur, une femme a tué toutes les femmes du monde dans mon amour), « ماعنديش اللي تكول لي صباح الخير ا حبيبي عندي اللي تكول لي طريق السلامة أوليدي » (/māʕandīʃ illī tagūl lī ʕabībī ʕandī illī tagūl lī ʔarīq as-salāma a ʔūlīdī/ = Je n'ai personne pour me dire bonjour mon chéri, j'ai seulement quelqu'un pour me dire prends soin de toi, mon fils), « ساتزوج مطلقة تكره طليقها و لن أتزوج عزباء مازلت تحب حبيبها » (/sāʔatazawwaju muʔalaqah takrahu ʔalīqahā wa lan atazawwaja ʕazbāʔ māzālat tuḥibbo ḥabībahā/ = Je me marierai avec une divorcée qui déteste son ex-mari, et je ne me marierai pas avec une célibataire qui aime encore son petit ami) « حب الحديد راه تجارب ماشي بحال حب النساء غير عادات وتقاليد » (/ḥubb al-ḥadīd rāh tajārīb māšī biḥāl ḥubb al-nisā ghir ʕādāt wa taqālīd/ = L'amour du véhicule, c'est des expériences, ce n'est pas comme l'amour des femmes, qui n'est que coutumes et traditions), « الفرامل و النسوان مافيهمش أمان » (/al-farāmel wa al-niswān māfīhimīʃ ʔamān/ = les freins et les femmes ne sont pas fiables, en qui on ne peut avoir confiance). Dans ces inscriptions, les conducteurs portent un jugement de valeur négatif sur l'amour et le mariage en général d'après leurs propres expériences amoureuses (voir annexe-8).

Les conducteurs réservent certaines expressions à leurs propres voitures, qui sont traitées comme la bien-aimée. Elles sont désignées par : « Hobbino » (/ħubbīnu/ = mon amour), « La3mar » (/lā3mar/ = ma vie) « my gewelfa » (gewelfa est le dimunitif de Golf), « lhejala » (/lhajjalah/ = la veuve) : « kat9tel sahbha o katb9a » (/katqtil šāhibtahā w katbqā/ = elle tue son ami et elle reste). Ce choix témoigne du degré d'attachement qui lie le propriétaire à son véhicule.



Figure 10 Photographies illustratives des incitations à la persévérance de la part des propriétaires des véhicules (Source: prises par l'auteur).

Les expressions qui représentent un scepticisme social et incitent à la persévérance, elles critiquent une attitude particulière dans la relation humaine en général ; elles sont mêlées

d'humour noir. Les exemples : « يلا كنتي دكاكة دوك و إيلا كنتي مهراز تصنت للدق و اللي ما عندو صنعة في » (Si tu es un pilon, écrase ; et si tu es un mortier, écoute les coups et celui qui n'a pas de métier dans ses mains, qu'il aille chez sa mère pour qu'elle l'éduque), « عيش بعزك » (/ʕi:f bʕizzək wəlla ʕajjət ləɖibba:na:ʕ jəhzzək jɪzi:bək ləlgara:ʕ jjaʕawd lik rikla:ʕ/ = Vis avec dignité, ou appelle la dépanneuse : elle t'emmènera au garage pour te refaire un réglage), « لي ماجبناهاش بدراعنا مانقولوش تاعنا » (/li: ma ʒabna:ha:ʕ bədra:ʕna: ma:nqu:lu:ʕ taʕna:/ = Ce que nous n'avons pas obtenu par nos bras/force, nous ne disons pas que c'est le nôtre), « السوق لازموا المال و الحديد بيغي شفور فنان و القمح يصيرو الغربال » (/əssu:q la:zmu lma:l w əlhdi:d jibyi: ʃifu:r fanna:n w əlqamh jsi:jru: lyərba:l w lʕaʃra ra:h li:ha: rja:l/ = Le marché a besoin d'argent, le camion veut un chauffeur artiste/expérimenté, le blé est tamisé par le crible, et la bonne compagnie/relation est pour les hommes dignes). Ce sont des expressions issues de la sagesse populaire et de l'éthique du travail ; elles véhiculent des valeurs de l'autonomie et de la persévérance face à la dureté du vécu (voir annexe-9).

Conclusion

Bien loin de la simple dimension décorative, les inscriptions vernaculaires sur les véhicules personnels, utilitaires et poids lourds relevées constituent des actes sociolinguistiques délibérément choisis et affichés par un groupe de la société marocaine, qui expriment dans l'espace urbain mobile leurs identités, leurs préoccupations, leurs humeurs ou leurs amertumes. En dépit de la diversité des formes linguistiques employées et de la récurrence de certaines expressions, les thèmes traités dans ces messages convergent occasionnellement. Les véhicules, sur lesquels sont affichées ces inscriptions à caractère culturel immatériel, se déplacent régulièrement que ce soit dans les grandes villes ou les villages lointains. Ils deviennent ainsi un dispositif médiatique populaire comparable aux mécanismes de socialisation traditionnels tels que la télé, la radio, les journaux...

À la lumière de cette recherche, il convient de noter que les inscriptions sur les véhicules sont largement utilisées sur les camions et les véhicules professionnels et peuvent servir d'outil pour les conducteurs afin de manifester leurs identités, leurs convictions et leurs points de vue sur différentes problématiques sociétales. Elles exploitent les ressources linguistiques reconnues dans un paysage sociolinguistique aussi varié que celui du Maroc où l'arabe marocain coexiste avec l'arabe standard, l'amazighe, le français et l'anglais. Bien que le recueil des données soit effectué dans des contextes géographiques variés, la variation géographique ne semble pas influencer de manière significative ni les langues employées ni le contenu thématique.

L'analyse a sous-entendu la critique de deux domaines politique et économique au Maroc qui demeurent des tabous ; malgré l'absence de directives officielles du gouvernement concernant ce thème, la population persiste à croire qu'il est préférable d'éviter toute inscription critiquant les stratégies politiques. Un des avantages majeurs de cette recherche est qu'elle est la première au Maroc à étudier ce phénomène. Cela implique qu'elle constituera le fondement d'autres recherches ultérieures sur les inscriptions. Toutefois, le principal obstacle de cette recherche réside dans sa portée restreinte ; elle se focalise exclusivement sur les formes linguistiques et les thèmes des inscriptions. En revanche, elle pourrait inciter à mener d'autres études supplémentaires dans ce domaine, en particulier concernant les modèles structurels des inscriptions sur les véhicules au Maroc dans une perspective multimodale. Ainsi qu'elle se limite géographiquement sur deux zones, une extension à l'échelle nationale constituerait une perspective pour mieux saisir les variations régionales.

Références bibliographiques

Akhmouch, Y. (2024). Le système d'adresse en arabe marocain. *International journal of advanced research in innovation management and social sciences (IJARIMS)* , 7,

- https://ijarims.org/wp-content/uploads/2025/02/Article_-Le-systeme-dadresse-en-arabe-marocain-Template.pdf (consulté le 30/06/2025).
- Basthomi, Y. (2009). Truck Graffiti: The rhetoric of emulation. (E. Weigand, Éd.) *Dialogue Analysis* XI, 01/09, 229-238.
- Bloch, L.-R. (2000, June). Mobile Discourse: Political Bumper Stickers as a Communication Event in Israel. *Journal of Communication*, 50(2), 48-76.
- Boukous, A. (2005). Dynamique d'une situation linguistique : le marché linguistique au Maroc. contributions à 50 ans de développement humain et perspectives.
- Bulot, T. (1999). La production de l'espace urbain à Rouen : mise en mots de la ville urbanisée , In T. Bulot (Eds) , *Langue urbaine et identité. Langue urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons* (pp. 39-70), L'Harmattan.
- Bulot, T. (2003). Matrice discursive et confinement des langues : pour un modèle de l'urbanité . *Cahiers de Sociolinguistique*, (8), 99-110. <https://shs.cairn.info/revue-cahiers-de-sociolinguistique-2003-1-page-99?lang=fr> (consulté le 30/06/2025)
- Bulot, T., & Ledegen, G. (2008). Langues et espaces : normes identitaires et urbanisation. *Cahiers de Sociolinguistique*, 1(13), 5-14. <https://shs.cairn.info/revue-cahiers-de-sociolinguistique-2008-1-page-5?lang=fr> (consulté le 30/06/2025)
- Bulot, T., & Dubois, L. (2005). Avant- propos : Villes et terrains multiformes. *Revue de l'université de Moncton*, 36(1). <https://www.erudit.org/en/journals/rum/2005-v36-n1-rum984/011986ar/> (consulté le 30-06-2025)
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil.
- Cohen, D. (1984). *La phrase nominale et l'évolution du système verbale en sémitique : études de syntaxe historique*. Peeters Publishers. <https://archive.org/details/laphrasenominale0000cohe> (consulté le 30/06/2025)
- Dubois, J., Giacomo, M., Guespin, L., Marcellesi, C., Marcellesi, J.-B., & Mével, J.-P. (2012). *Le dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. Larousse.
- Fiala, P., Habert, b., Lafon, P., & Piniera-Tresmontant, C. (1987). Des mots aux syntagmes, *Mots*, 47-87.
- Frei, H. (1948). Note sur l'analyse des syntagmes. *Word*, 4(2), 65-70.
- Grunig, B. (1998). *Les mots de la publicité : l'architecture des slogans*. CNRS éditions.
- Institut Royal de la Culture Amazighe IRCAM . (2012). *Manuel de conjugaison de l'amazighe*. Institut Royal de la Culture Amazighe IRCAM. https://ia801203.us.archive.org/33/items/manueldeconjugaisonamazigh-tifinaghircam-495pages_201908/manuel%20de%20conjugaison%20Amazigh%20%E2%80%93%20Tifinagh%20-%20IRCAM%20%E2%80%93%20495%20pages.pdf (consulté le 30/06/2025)
- Messaoudi, L. (2003). *Etudes sociolinguistiques*. Okad.
- Monceaux, A. (1992). Un exemple de formation productive de composés de structure Nom Adjectif. *Langue française*, 96, 74-87. https://www.persee.fr/doc/lfr_0023-8368_1992_num_96_1_5782 (consulté le 30/06/2025)
- Moualek, K. (2010). Les écrits en français sur les voitures de transports en commun des voyageurs en Kabylie. *le français en Afrique*, 25, 173-185.
- Pagé, M., Lamarre, P., & Corbeil, J.-P. (2020). Cinq catégories d'interactions verbales dans l'espace public, *Diversité urbaine*, 20(2), 35-54.
- Reboul, O. (1975). *Le slogan*. Editions Complexe et Paris, PUF.
- Riegel, M. (2000). Le syntagme nominal dans la grammaire française : Quelques aperçus , *Modèles linguistiques*, 42, 53-78.

Annexes



Annexe 1 Les inscriptions renvoyant aux termes simples (Source: photographie prise par l'auteur)





Annexe 2 Les inscriptions renvoyant aux syntagmes (source : photographie réalisé par l'auteur).



Annexe 3 Les inscriptions renvoyant aux phrases et discours (source : photographie réalisé par l'auteur).



Annexe 4 Les inscriptions renvoyant à l'identité du propriétaires du véhicule (source : photographie réalisé par l'auteur).





Annexe 5 Les inscriptions renvoyant à l'identité professionnelle et les centre d'interet du propriétaire (source : photographie réalisé par l'auteur).



Annexe 6 Les inscriptions renvoyant aux citations religieuses (Source : photographie réalisé par l'auteur).





Annexe 7 Les inscriptions renvoyant à l'humour et sarcasme (Source : photographie réalisé par l'auteur).



Annexe 8 Les inscriptions renvoyant aux déclarations socioculturelles (Source : photographie réalisé par l'auteur).





Annexe 9 Les inscriptions renvoyant aux incitations à la persévérance (Source : photographie prise par l'auteur)